



ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

4 Απριλίου 2022

ΤΕΥΧΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

Αρ. Φύλλου 1569

ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

Αριθμ. απόφ. 1013/10

Λήψη απόφασης επί της διεξαγωγής στις 18 Ιουλίου 2018 ακρόασης «Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος - ΟΤΕ Α.Ε.», «COSMOTE ΚΙΝΗΤΕΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ ΑΕΒΕ» «WIND HELLAS Α.Ε.Β.Ε.», «FORTHNET Α.Ε.», «MEDIATEL Α.Ε.», «CYTA Α.Ε.», «VODAFONE Α.Ε.Ε.Τ.», με αντικείμενο τις με ΑΡ. ΠΡ. 5251/Φ.960/16-04-2014, ΑΡ. ΠΡ. 6003/14-10-2015, ΑΡ. ΠΡ. 6261/Φ.960/22-07-2016, ΑΡ. ΠΡ. 13551/23-04-2015, ΑΡ. ΠΡ. 18209/05-08-2016, ΑΡ. ΠΡ. 27695/01-12-2016 και ΑΡ. ΠΡ. 27705/01-12-2016 επιστολές-καταγγελίες των εταιρειών «WIND HELLAS Α.Ε.Β.Ε.», «FORTHNET Α.Ε.», «MEDIATEL Α.Ε.», «CYTA Α.Ε.», και «VODAFONE-PANAFON ΑΕ.Ε.Τ.» για τη νομική διερεύνηση αυτών με βάση τις διατάξεις της κείμενης νομοθεσίας Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών (Ν. 4070/2012), του Κανονισμού Γενικών Αδειών (ΑΠ. 767/2013), του Ν. 3959/2011 (ΦΕΚ 93/Α/20-04-2011), καθώς και του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, αναφορικά με την εφαρμογή του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006 – Επανάληψη διαδικασίας ακρόασης.

Η ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ
ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ ΚΑΙ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Αφού έλαβε υπόψη:

- α) Τις διατάξεις του Ν. 4727/2020 «Ψηφιακή Διακυβέρνηση και (Ενσωμάτωση στην Ελληνική Νομοθεσία της Οδηγίας (ΕΕ) 2016/2102 και της Οδηγίας (ΕΕ) 2019/1024) - Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες (Ενσωμάτωση στο Ελληνικό Δίκαιο της Οδηγίας (ΕΕ) 2018/1972) και άλλες διατάξεις» και ιδίως το στοιχείο στ της παρ. 2 του άρθρου 113 αυτού,
- β) Τις διατάξεις του Ν. 4070/2012 «Ρυθμίσεις Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, Μεταφορών, Δημόσιων Έργων και άλλες διατάξεις», ιδίως τα άρθρα, 12 στοιχεία στ', η', λδ', 14 και 65, 66 και 77 αυτού, (ΦΕΚ 82/Α/10-04-2012),
- γ) Το Ν. 3959/2011 «Προστασία του ελεύθερου ανταγωνισμού» (ΦΕΚ 93/Α/20-04-2011) και ιδίως το άρθρο 2γ' αυτού, καθώς και το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, όπως αντικαταστάθηκε προσφάτως από το Ν. 4886/2022 (ΦΕΚ 12Α/24-01-2022),
- δ) Το Ν. 4053/2012 «Ρύθμιση Λειτουργίας της ταχυδρομικής αγοράς, θεμάτων ηλεκτρονικών επικοινωνιών

και άλλες διατάξεις» (ΦΕΚ 44/Α/2012), ιδίως το άρθρο 31 παρ. 7 αυτού,

ε) Το Ν. 2690/1999 «Κύρωση του Κώδικα Διοικητικής Διαδικασίας» (ΦΕΚ 45/Α/1999) και ιδίως το άρθρο 13 παρ. 5 αυτού,

στ) Τον Κανονισμό 1/2003 του Συμβουλίου της 16ης Δεκεμβρίου 2002, για την εφαρμογή των κανόνων του ανταγωνισμού που προβλέπονται στα άρθρα 81 και 82 της συνθήκης,

ζ) Τις «Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις» - ΕΕ της 24ης.02.2009 αριθμ. C45/7,

η) Την Απόφαση της ΕΕΤΤ με ΑΡ.ΑΠ. 676/41/2013 «Κανονισμός Γενικών Αδειών», (ΦΕΚ 298/Β/14-02-2013), ως ισχύει τροποποιηθείσα,

θ) Την Απόφαση της ΕΕΤΤ με ΑΡ.ΑΠ 249/115 «Κανονισμός Ακροάσεων για Θέματα Τηλεπικοινωνιών» (ΦΕΚ 642/Β/23-05-2002), ως ισχύει τροποποιηθείσα,

ι) Την με ΑΡ. ΑΠ. 709/79/6-3-2014 απόφαση της ΕΕΤΤ «Μεταβίβαση αρμοδιοτήτων της Ολομέλειας της Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (ΕΕΤΤ) στον Πρόεδρο, τους Αντιπροέδρους και Προϊσταμένους οργανικών μονάδων της ΕΕΤΤ» και ιδίως το άρθρο 1 παρ. 1 εδ. α', ε' και στ' και παρ. 5 και το άρθρο 2 παρ. 1 εδ. ιβ' αυτής (ΦΕΚ 797/Β/01-04-2014),

ια) Την υπ' αρ. πρ. 5251/Φ.960/16-04-2014 επιστολή-καταγγελία της εταιρείας «WIND HELLAS Α.Ε.Β.Ε.»,

ιβ) Την υπ' αριθμ. 19343/16-06-2015 επιστολή της ΕΕΤΤ προς την εταιρεία «WIND HELLAS Α.Ε.Β.Ε.»,

ιγ) Την υπ' αριθμ. 6003/14-10-2015 επιστολή-καταγγελία της εταιρείας «WIND HELLAS Α.Ε.Β.Ε.»

ιδ) Την υπ' αριθμ. 6261/Φ.960/22-07-2016 επιστολή-καταγγελία της εταιρείας «WIND HELLAS Α.Ε.Β.Ε.»,

ιε) Την υπ' αριθμ. 13551/23-04-2015 επιστολή-καταγγελία της εταιρείας «ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ ΚΑΙ ΤΗΛΕΜΑΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ - FORTHNET Α.Ε.»,

ιστ) Τη με Αρ. 18/2016/16-03-2016 απόφαση της Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα (ΑΔΠΔΠΧ) με την επισυναπτόμενη με ΑΡ. 1/2016 γνωμοδότηση της ίδιας Αρχής,

ιζ) Την υπ' αριθμ. 18209/05-08-2016 καταγγελία της εταιρείας «MEDIATEL ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΗΛ/ΚΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ Α.Ε.»,

ιη) Την υπ' αριθμ. 14528/28-06-2016 επιστολή της ΑΠΔΠΧ με θέμα: «Απαντήσεις παρόχων σε ερωτηματολόγιο της Αρχής αναφορικά με την εφαρμογή του άρθ. 11 του Ν. 3471/2006» μετά του συνημμένου οπτικού δίσκου»,

ιθ) Την υπ' αριθμ. 18007/Φ.800/03-08-2016 επιστολή της ΕΕΤΤ προς την εταιρεία «WIND HELLAS A.E.B.E»,

κ) Την υπ' αριθμ. 18214/05-08-2016 επιστολή της εταιρείας «WIND HELLAS A.E.B.E»,

κα) Το υπ' αριθμ. Πρ. 20152/08-09-2016 μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της εταιρείας «FORTHNET A.E - ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ ΚΑΙ ΤΗΛΕΜΑΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ»,

κβ) Την υπ' αριθμ. 21330/Φ.800/22-09-2016 επιστολή της ΕΕΤΤ προς την εταιρεία «MEDIATEL A.E» με θέμα «Υποβολή καταγγελίας - Ν. 4070/2012 - Ν. 3959/2011 - Ν. 3471/2006»,

κγ) Την υπ' αριθμ. Πρ. 21387/23-09-2016 επιστολή της εταιρείας «MEDIATEL A.E» προς την ΕΕΤΤ,

κδ) Τη με ΑΡ. ΑΠ. 782/003/20-10-2016 απόφαση κλήσης σε ακρόαση της ολομέλειας της ΕΕΤΤ με θέμα «Κλήση σε ακρόαση των εταιρειών «Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος - ΟΤΕ Α.Ε.», «COSMOTE ΚΙΝΗΤΕΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ ΑΕΒΕ» «WIND HELLAS A.E.B.E», «FORTHNET A.E» και «MEDIATEL A.E», με αντικείμενο τις υπ' Αρ. Πρ. 5251/Φ.960/16-04-2014, 6003/14-10-2015 και 6261/Φ.960/22-07-2016 επιστολές-καταγγελίες της εταιρείας «WIND HELLAS A.E.B.E», την με ΑΡ. Πρ. 13551/23-04-2015 επιστολή-καταγγελία της εταιρείας «ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ ΚΑΙ ΤΗΛΕΜΑΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ - FORTHNET A.E», καθώς και την με Αρ. Πρ. 18209/05-08-2016 καταγγελία της εταιρείας «MEDIATEL ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΗΛ/ΚΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ Α.Ε.», για την νομική διερεύνηση αυτών με βάση τις διατάξεις της κείμενης νομοθεσίας Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών (Ν. 4070/2012), του Κανονισμού Γενικών Αδειών, του Ν. 3959/2011 (ΦΕΚ 93/Α/20-04-2011) καθώς και του άρθρου 102 ΣΛΕΕ»,

κε) Τη με ΑΡ. ΠΡ. 25972/Φ.391/14-11-2016 Πράξη Διεξαγωγής Ακρόασης της ΕΕΤΤ, η οποία κοινοποιήθηκε στις εταιρείες «ΟΤΕ Α.Ε.», «COSMOTE Α.Ε.», «WIND HELLAS A.E.B.E», «FORTHNET Α.Ε.» και «MEDIATEL Α.Ε.», μαζί με τα επισυναπτόμενα σχετικά έγγραφα,

κστ) Τη με ΑΡ. ΠΡ. 6391/Φ.960/18-11-2016 επιστολή της εταιρείας «WIND A.E.B.E», με αίτημα αναβολής ακρόασης και σχετική επισυναπτόμενη εξώδικη δήλωση του Πανελληνίου Σωματείου Εργαζομένων VODAFONE-WIND-VICTUS» με θέμα «Γνωστοποίηση πραγματοποίησης απεργίας»,

κζ) Τη με ΑΡ. ΠΡ. 26646/22-11-2016 επιστολή της εταιρείας «FORTHNET Α.Ε.» με θέμα «Αίτημα αναβολής ορισθείσας ημερομηνίας διεξαγωγής ακρόασης»,

κη) Τη με ΑΡ. ΠΡ. 26626/21-11-2016 επιστολή-εξώδικη δήλωση της εταιρείας «WIND A.E.B.E» προς την εταιρεία «VODAFONE-PANAFON ΑΕ.Ε.Τ.»,

κθ) Τη με ΑΡ. ΠΡ. 26740/22-11-2016 επιστολή της ΕΕΤΤ με θέμα «Αναβολή προγραμματισθείσας ακρόασης»,

λ) Τη με ΑΡ. ΠΡ. 26756/23-11-2016 επιστολή της εταιρείας «VODAFONE-PANAFON ΑΕ.Ε.Τ.», με θέμα «Παρέμβαση στην Ακρόαση που θα διεξαχθεί δυνάμει της υπ'

αριθμόν πρωτοκόλλου 25972/Φ.391/14-11-2016 Πράξης Διεξαγωγής ακρόασης»,

λα) Τη με ΑΡ. ΠΡ. 27695/01-12-2016 επιστολή της εταιρείας «CYTA Α.Ε.» με θέμα «Εγγραφή συνδρομητών στον ειδικό κατάλογο του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006 (εφεξής Μητρώο 11), των εταιρειών ΟΤΕ-COSMOTE»,

λβ) Τη με ΑΡ. ΠΡ. 27705/01-12-2016 καταγγελία της εταιρείας «VODAFONE- PANAFON ΑΕ.Ε.Τ.» με θέμα «Καταγγελία-Παρέμβαση της «VODAFONE- PANAFON ΑΕ.Ε.Τ.» κατά των εταιρειών: 1) «Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος Α.Ε.» και 2) «Cosmote Κινητές Τηλεπικοινωνίες Α.Ε.»,

λγ) Τη με ΑΡ. ΠΡ. επιστολή της εταιρείας ΟΤΕ Α.Ε με θέμα: «Η με ΑΡ.ΠΡ. ΕΕΤΤ 25972/Φ.391/14-11-2016 Πράξη Διεξαγωγής Ακρόασης»,

λδ) Τη με ΑΡ. ΠΡ. επιστολή της εταιρείας COSMOTE Α.Ε με θέμα: «Η με ΑΡ.ΠΡ. ΕΕΤΤ 25972/Φ.391/14-11-2016 Πράξη Διεξαγωγής Ακρόασης»,

λε) Τη με ΑΡ. ΠΡ. 27932/05-12-2016 επιστολή της ΕΕΤΤ με θέμα: «Αναβολή Προγραμματισθείσας ακρόασης»,

λστ) Τη με ΑΡ. ΠΡ. 725/11-01-2017 επιστολή της εταιρείας WIND με θέμα: «Υποβολή μη εμπιστευτικής έκδοσης της υπ' αριθμ 6261/Φ.960/22-07-2016 εμπιστευτικής επιστολής της εταιρείας μας»,

λζ) Τη υπ' αριθμ. 6470/Φ.960/26-01-2017 επιστολή της εταιρείας «WIND Α.Ε.Β.Ε»

λη) Τη με ΑΡ. 791/13/2016 Απόφαση του Προέδρου της (Ε.Ε.Τ.Τ) με θέμα «Κλήση σε ακρόαση των εταιρειών «CYTA Α.Ε.» και «VODAFONE-PANAFON ΑΕ.Ε.Τ.» και συνεξέταση των υπ' αριθμ. 27695/01-12-2016 και 27705/01-12-2016 επιστολών- καταγγελιών τους αντίστοιχα στο πλαίσιο της ακρόασης των εταιρειών «Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος - ΟΤΕ Α.Ε.», «COSMOTE ΚΙΝΗΤΕΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ ΑΕΒΕ» «WIND HELLAS A.E.B.E», «FORTHNET Α.Ε.» και «MEDIATEL Α.Ε.», που αποφασίστηκε με την με ΑΡ.ΠΡ. 782/003/20-10-2016 απόφαση της ολομέλειας της ΕΕΤΤ-Μερική τροποποίηση απόφασης»,

λθ) Την υπ' αριθμ. ΑΡ. ΑΠ. 2756/Φ.391/01-02-2017 Πράξη Διεξαγωγής Ακρόασης, με την οποία εκλήθησαν σε ακρόαση οι εταιρείες «CYTA Α.Ε.», «VODAFONE-PANAFON ΑΕ.Ε.Τ.» «Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος - ΟΤΕ Α.Ε.», «COSMOTE ΚΙΝΗΤΕΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ ΑΕΒΕ», «WIND HELLAS A.E.B.E», «FORTHNET Α.Ε.» και «MEDIATEL Α.Ε.», σε ακρόαση ενώπιον της ΕΕΤΤ στις 21 Φεβρουαρίου 2017 και ώρα 14.00μ.μ., σύμφωνα με τις με ΑΡ.9332/03-02-2017 9333/03-02-2017, 9334/03-02-2017, 9325/01-02-2017, 9327/01-02-2017, 9328/03-02-2017, 9329/03-02-2017, 9323/01-02-2017, 9322/01-02-2017, 9330/03-02-2017, 9331/03-02-2017, 9324/01-02-2017, 9326/01-02-2017, και 9321/01-02-2017 εκθέσεις επίδοσης του δικαστικού επιμελητή του Εφετείου Αθήνας Γεωργίου Νικολάου-Χαϊρή,

μ) Τη με ΑΡ. ΠΡ. ΕΕΤΤ 8083/Φ.300/23-03-2017 επιστολή κοινοποίησης των πρακτικών της διεξαχθείσας στις 21-02-2017 ακρόασης ΕΕΤΤ προς τις συμμετέχουσες στην ως άνω ακρόαση εταιρείες,

μα) Το με ΑΡ.ΠΡ. 11618/28-04-2017 υπόμνημα της εταιρείας «MEDIATEL Α.Ε.»,

μβ) Το με ΑΡ. ΕΜΠ. ΠΡ.6592/Φ.960/28-04-2017 υπόμνημα της εταιρείας «COSMOTE ΑΕΒΕ»,

μγ) Το με ΑΡ. ΕΜΠ. ΠΡ.6594/Φ.960/28-04-2017 υπόμνημα της εταιρείας «WIND HELLAS A.E.B.E»,

μδ) Το με ΑΡ. ΕΜΠ. ΠΡ.6590/Φ.960/28-04-2017 υπόμνημα της εταιρείας «VODAFONE-PANAFON A.E.E.T»,

με) Το με ΑΡ. ΕΜΠ. ΠΡ.6591/Φ.960/28-04-2017 υπόμνημα της εταιρείας «ΟΤΕ Α.Ε»,

μστ) Το με ΑΡ. ΠΡ. 6593/Φ.960/28-04-2017 υπόμνημα της εταιρείας «FORTHNET Α.Ε»,

μζ) Το με ΑΡ. ΠΡ. 6596/Φ.960/02-05-2017 υπόμνημα της εταιρείας «CYTA Α.Ε» καθώς και το με ΑΡ. ΠΡ. 6717/08-09-2017 συμπληρωματικό υπόμνημα αυτής,

μη) Τη με ΑΡ. ΠΡ. 6724/Φ.960/19-09-2017 επιστολή της εταιρείας «FORTHNET Α.Ε»,

μθ) Τη με ΑΡ. ΠΡ. 19972/Φ300/14-07-2017 επιστολή της ΕΕΤΤ προς την εταιρεία «COSMOTE Α.Ε» και την με ΑΡ. ΕΜΠ. ΠΡ. 6707/28-08-2017 απαντητική επιστολή της εταιρείας,

ν) Τη με ΑΡ. ΠΡ. 19738/Φ300/13-7-2017 επιστολή της ΕΕΤΤ, τη με ΑΡ. ΠΡ. 23629/28- 8-2017 ηλεκτρονική επιστολή της εταιρείας «CYTA Α.Ε» κι την με ΑΡ. ΠΡ. 23721/29- 08-2017 επιστολής της ΕΕΤΤ προς την εταιρεία,

να) Τη με ΑΡ. ΠΡ. 19736/13-07-2017 επιστολή της ΕΕΤΤ και την με ΑΡ. ΕΜΠ. ΠΡ.6724/Φ.960/19-09-2017 απαντητική επιστολή της εταιρείας «FORTHNET Α.Ε»,

νβ) Τη με ΑΡ. ΠΡ. 28820/Φ.300/13-10-2017 επιστολή της ΕΕΤΤ και την με ΑΡ. ΕΜΠ. ΠΡ. 6765/Φ.960/26-10-2017 απαντητική επιστολή της εταιρείας «FORTHNET Α.Ε»,

νγ) Τη με ΑΡ. ΠΡ. 6722/Φ.960/18-09-2017 επιστολή της εταιρείας «MEDIATEL Α.Ε» προς την ΕΕΤΤ σε συνέχεια της με ΑΡ. ΠΡ. 19971/Φ.300/14-07-2017 επιστολής της ΕΕΤΤ

νδ) Τη με ΑΡ. ΠΡ. 19737/13-07-2017 επιστολή της ΕΕΤΤ προς την εταιρεία «VODAFONE-PANAFON Α.Ε.Ε.Τ» και την 20012/14-07-2017 επιστολή της ως άνω εταιρείας και

νε) Την με ΑΡ. ΠΡ. 19970/Φ.300/14-07-2017 επιστολή της ΕΕΤΤ προς την εταιρεία «WIND HELLAS Α.Ε.Β.Ε» και τη με ΑΡ. ΕΜΠ. ΠΡ. 6702/Φ.960/07-08-2017 απαντητική επιστολή της ως άνω εταιρείας,

νστ) τη με ΑΡ. ΠΡ. 35717/01-11-2021 εισήγηση της αρμόδιας υπηρεσίας της ΕΕΤΤ.

Και επειδή:

Α.-ΙΣΤΟΡΙΚΟ

1) Η ΕΕΤΤ, με την υπό σχετ. κδ' απόφασή της, εξέδωσε απόφαση κλήσης σε ακρόαση καθώς και σχετική Πράξη Διεξαγωγής Ακρόασης (σχετ. κε'), με τις οποίες κάλεσε σε προγραμματισμένη ακρόαση στις 24 Νοεμβρίου 2016 τις εταιρείες «ΟΤΕ Α.Ε», «COSMOTE Α.Ε», «WIND HELLAS Α.Ε.Β.Ε», «FORTHNET Α.Ε» και «MEDIATEL Α.Ε», με αντικείμενο τις με Αρ. Πρ. 5251/Φ.960/16-04-2014, Αρ. 6003/14-10-2015, Αρ. 6261/Φ.960/22-07-2016, Αρ. Πρ. 13551/23-04-2015, και Αρ. Πρ. 18209/05-08-2016 επιστολές-καταγγελίες των εταιρειών «WIND HELLAS Α.Ε.Β.Ε», «FORTHNET Α.Ε» και «MEDIATEL Α.Ε» αντίστοιχα, κατά των εταιρειών «ΟΤΕ ΑΕ» και «COSMOTE», προκειμένου για την νομική διερεύνηση αυτών, με βάση τα άρθρα 12 στοιχεία στ', η', λδ', 14 και 65 και 66 του Ν. 4070/2012 (ΦΕΚ 82/Α/10.04.2012), των άρθρων 1.2.2 α), 2.1.2 α), 2.1.15 του Παραρτήματος Β' του Κανονισμού Γενικών Αδειών της ΕΕΤΤ (ΑΠ.ΕΕΤΤ 676/41/2013), καθώς και το άρθρο 2 του Ν. 3959/2011 (ΦΕΚ 93/Α/20-04-2011) και 102 ΣΛΕΕ.

2) Στις 18 Νοεμβρίου 2016 (με το σχετ. κστ'), η εταιρεία WIND αιτήθηκε αναβολή της ορισθείσας ακρόασης, σε συνέχεια της 24ωρης απεργίας που θα διενεργούσε το «Πανελλήνιο Σωματείο Εργαζομένων VODAFONE-WIND-VICTUS»,

3) Η ΕΕΤΤ με την υπό σχετ. κθ' επιστολή της έκανε δεκτό το αίτημα αναβολής της εταιρείας και αποφάσισε την αναβολή της ακρόασης για τις 8 Δεκεμβρίου 2016, κοινοποιώντας προσηκόντως στις κληθείσες εταιρείες την σχετική ενημέρωση,

4) Με την υπό σχετ. λ' επιστολή της με θέμα «Παρέμβαση στην Ακρόαση που θα διεξαχθεί δυνάμει της υπ' αριθμόν πρωτοκόλλου 25972/Φ.391/14-11-2016 πράξης Διεξαγωγής Ακρόασης», η εταιρεία «VODAFONE-PANAFON ΑΕ.Ε.Τ» αιτήθηκε, αφενός να παρέμβει στην ορισθείσα ακρόαση της 24ης Νοεμβρίου 2016, προβάλλοντας το έννομο συμφέρον της και αφετέρου να της κοινοποιηθεί κάθε σχετικό έγγραφο που αφορά την υπόθεση με αίτημα αναβολής της εν λόγω ακρόασης για χρονικό διάστημα τουλάχιστον ενός (1) μήνα, προκειμένου να προετοιμαστεί,

5) Αφού είχαν προηγουμένως αποσταλεί οι σχετικές ως άνω Πράξεις Διεξαγωγής Ακρόασης προς τα μέρη, υπεβλήθη στην ΕΕΤΤ η υπό σχετ. λα' επιστολή της εταιρείας «CYTA Α.Ε», με θέμα «Εγγραφή συνδρομητών στον ειδικό κατάλογο του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006 (εφεξής Μητρώο 11) των εταιρειών ΟΤΕ- COSMOTE, με την οποία η εταιρεία προέβαλε επίσης το έννομο συμφέρον της για συμμετοχή στην εν λόγω ακρόαση και ζητούσε από την ΕΕΤΤ να ελέγξει αν οι πράξεις-πρακτικές του ομίλου ΟΤΕ- COSMOTE προσέβαλαν τις διατάξεις της νομοθεσίας για την προστασία του ανταγωνισμού, προχωρώντας στην επιβολή των ανάλογων κυρώσεων,

6) Την 1η Δεκεμβρίου, η εταιρεία «VODAFONE-PANAFON ΑΕ.Ε.Τ» επανήλθε υποβάλλοντας την υπό σχετ. λβ' καταγγελία της προς στην ΕΕΤΤ κατά των εταιρειών ΟΤΕ- COSMOTE με θέμα «Καταγγελία-Παρέμβαση της «VODAFONE-PANAFON ΑΕ.Ε.Τ» κατά των εταιρειών: 1) Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος Α.Ε» και 2) Cosmote Κινητές Τηλεπικοινωνίες Α.Ε», αιτούμενη την κλήση σε ακρόασή της από την ΕΕΤΤ, την κοινοποίηση σε αυτή κάθε σχετικού με την ακρόαση εγγράφου, την αναγνώριση των εν λόγω πρακτικών των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE ως παραβατικών της νομοθεσίας του ανταγωνισμού πρακτικών, την επιβολή των προβλεπόμενων από τον Ν. 3959/2011 κυρώσεων, καθώς και την επιβολή υποχρέωσης των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE προς παύση της παράνομης συμπεριφοράς τους,

7) Σε συνέχεια των ανωτέρω, και με την με ΑΡ. ΠΡ. 27932/05-12-2016 (σχετ. λε) επιστολή της ΕΕΤΤ, τα μέρη ενημερώθηκαν για την οριστική αναβολή της ακρόασης της 8ης Δεκεμβρίου 2016, δεδομένου ότι οι εταιρείες «CYTA Α.Ε» και «VODAFONE-PANAFON ΑΕ.Ε.Τ» παρουσίασαν δικαιολογημένο έννομο συμφέρον συμμετοχής στην εν λόγω ακρόαση και υφίστατο επιτακτική ανάγκη συμπληρωματικής εξέτασης των υπό σχετ. λα' και λβ' επιστολών-καταγγελιών, η ΕΕΤΤ με την νέα με ΑΡ. ΠΡ. 2756/Φ.391/01-02-2017 Πράξη Διεξαγωγής Ακρόασης της (και την νέα απόφαση κλήσης σε ακρόαση ΑΡ. 791/13/2016), κάλεσε και τις ανωτέρω δύο (2) εταιρείες, μαζί με τις εταιρείες «WIND HELLAS

A.E.B.E», «FORTHNET A.E», «MEDIATEL A.E», «OTE ΑΕ» και «COSMOTE» σε ακρόαση στις 21 Φεβρουαρίου 2017 και ώρα 14.00 μ.μ για την συνεξέταση των ως άνω καταγγελιών,

- 8) Περαιτέρω, όπως έχει αποτυπωθεί και σε σχετική Απόφαση της ΕΕΤΤ¹,

«2. Σύμφωνα με τη διάταξη του άρθρου 20, παρ. 2, του Συντάγματος, που κατοχυρώνει το δικαίωμα της προηγούμενης ακρόασης του διοικουμένου, και σύμφωνα με τις διατάξεις των Κανονισμών Ακροάσεων της ΕΕΤΤ, θεμελιώδες στοιχείο κάθε διαδικασίας ακρόασης είναι να παρέχεται η δυνατότητα στον καλούμενο διοικούμενο, πριν ληφθεί ένα μέτρο που ενδέχεται να βλάπτει τα δικαιώματα ή έννομα συμφέροντά του, να εκθέτει τις απόψεις του ενώπιον της αρμόδιας επιτροπής που έχει συστηθεί να διενεργήσει την ακρόαση.3. Η εκάστοτε οριζόμενη από την Ολομέλεια της ΕΕΤΤ επιτροπή ακρόασης είναι συλλογικό διοικητικό όργανο και τα περί νομίμου συγκρότησης, σύνθεσης και λειτουργίας του διέπουν οι γενικές διατάξεις του Κώδικα Διοικητικής Διαδικασίας περί συλλογικών οργάνων.4. Βασική αρχή που διέπει τις διαδικασίες ακρόασεων είναι εκείνη σύμφωνα με την οποία το όργανο που διενήργησε την ακρόαση πρέπει να εκδίδει και το σχετικό πόρισμα το οποίο, σύμφωνα με τον Κανονισμό Ακροάσεων για Θέματα Τηλεπικοινωνιών (ή Ταχυδρομείων, κατά περίπτωση), προωθείται στην Ολομέλεια της ΕΕΤΤ προς λήψη αποφάσεως.5. Το πόρισμα της επιτροπής ακρόασης αποτελεί ουσιαστικά πρόταση προς την Ολομέλεια της ΕΕΤΤ προς λήψη αποφάσεως και πρέπει να είναι απαλλαγμένο τυπικών ή ουσιαστικών πλημμελειών, ώστε να μην πάσχει η εν συνεχεία λαμβανόμενη απόφαση της Ολομέλειας.6. Καταρχήν, το Πόρισμα θα πρέπει να υπογράφεται από όλα τα μέλη της επιτροπής που διενήργησε μια ακρόαση.7 Σε περίπτωση που κάποιο από τα μέλη της επιτροπής ακρόασης απολέσει την ιδιότητα με βάση την οποία ορίστηκε μέλος της εν λόγω επιτροπής, τότε γεννάται ζήτημα νόμιμης συγκρότησης του οργάνου (της επιτροπής ακρόασης), με την επιφύλαξη εφαρμογής της διατάξεως του άρθρου 13, παρ.5, του Κώδικα Διοικητικής Διαδικασίας, σύμφωνα με την οποία το συλλογικό όργανο μπορεί να λειτουργήσει νόμιμα για διάστημα τριών μηνών αν ελλείπουν μέλη, των οποίων ο αριθμός είναι μικρότερος από εκείνον που απαιτείται για τον σχηματισμό απαρτίας»₂.

- 9) Σε όσες περιπτώσεις λοιπόν, είτε δεν έχει αρχίσει ή δεν έχει ολοκληρωθεί η προφορική φάση της ακρόασης, είτε έχει γίνει μεν η διαδικασία της ακρόασης, αλλά είτε δεν έχει διατυπωθεί και υπογραφεί το Πόρισμα από το όργανο της ακρόασης, δηλαδή από όλα τα μέλη του, είτε δεν έχει ακόμη συγκληθεί το όργανο ακρόασης ώστε να διατυπώσει το προβλεπόμενο πόρισμα, μπορεί να υφίσταται, σύμφωνα με όσα προαναφέρθηκαν, πρόβλημα νόμιμης συγκρότησης ή/και νόμιμης σύνθεσης του οργάνου (της επιτροπής ακρόασης), που θα καθιστούσε παράνομη τη συνέχιση της διαδικασίας επί τη βάσει της διενεργηθείσας ακρόασης.

- 10) Ως εκ τούτου, προς αποφυγή λήψεως αποφάσεων από την Ολομέλεια επί τη βάσει ακρόασεων και, στη συνέχεια, επί τη βάσει πορισμάτων με νομική πλημμέλεια

1. Βλ. ΑΠ ΕΕΤΤ με ΑΡ.ΑΠ. 353/232/2005 και θέμα: «Επανάληψη εκκρεμουσών διαδικασιών ακροάσεων».

² Βλ. Ε. Σπηλιωτόπουλου, «Εγχειρίδιο Διοικητικού Δικαίου», Αθήνα, Εκδόσεις Α. Σάκκουλα, 11^η έκδ., 2001, §125, σ.139.

λόγω κακής συγκρότησης της εκδούσας το πόρισμα Επιτροπής Ακρόασεως, απαιτήθηκε να επαναληφθούν οι ακροάσεις σε όλες τις περιπτώσεις, στις οποίες δεν είχαν ολοκληρωθεί με την υποβολή πορίσματος στην Ολομέλεια κατά την ημερομηνία λήξης της θητείας των μελών των σχετικών Επιτροπών Ακρόασεων, σύμφωνα με τα προαναφερθέντα, πρακτική η οποία έχει κατά πάγιο τρόπο ακολουθηθεί από την ΕΕΤΤ.

- 11) Συνεπώς, εν προκειμένω, η κατά νόμο (άρθρο 6, παρ.3 του Ν. 4070/2012, όπως ισχύει) τετραετής θητεία, αφενός μεν του Προέδρου και των Αντιπροέδρων, αφετέρου δε του συνόλου των μελών που συγκροτούσαν την προηγούμενη ολομέλεια της ΕΕΤΤ, ολοκληρώθηκε στις 17 και 18 Δεκεμβρίου 2017 αντίστοιχα και συνεπώς, αναφορικά με την ως άνω Πράξη Διεξαγωγής Ακρόασης, καθίστατο πλέον αδύνατο να συνέλθει η τότε ορισθείσα Επιτροπή Ακρόασεων, κατά τα οριζόμενα στην ΑΠ.ΕΕΤΤ 249/115/2002 (ΦΕΚ 642/Β/23-05-2002), προκειμένου να υποβάλλει την εισήγησή της προς την ολομέλεια, να συγκροτηθεί νόμιμα το συλλογικό όργανο (ολομέλεια) της ΕΕΤΤ και να λάβει απόφαση επί της συγκεκριμένης ακρόασης. Απαιτήθηκε συνεπώς, να επαναληφθεί η διαδικασία ακρόασης των εταιρειών, καθ' ότι στις 18/12/2017, ημερομηνία κατά την οποία έληξε η θητεία των μελών της Επιτροπής Ακρόασεων, ενώπιον της οποίας έλαβε χώρα η από 21-02-2017 ακρόαση, δεν είχε ολοκληρωθεί η διαδικασία ακρόασης με την υποβολή-υπογραφή σχετικού Πορίσματος Ακρόασεως από το αρμόδιο όργανο. Ως εκ τούτου, η υπόθεση εισήχθη εκ νέου σε νέα αρμόδια Επιτροπή Ακρόασεως, ενώπιον της οποίας απεφασίσθη η επανάληψη του συνόλου της ακροαματικής διαδικασίας, προκειμένου η ως άνω αρμόδια Επιτροπή να διατυπώσει νομίμως το Πόρισμά της.

Β. Η κρίση της ΑΠΔΠΧ αναφορικά με τη λειτουργία του Μητρώου του Άρθρου 11 παρ. 2 του Ν. 3471/2006 (ΦΕΚ 133^Α/2006) και την προσήκουσα ενημέρωση των συνδρομητών από τις εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE – Η με ΑΡ. ΑΠ. Απόφαση 18/2016 της ΑΠΔΠΧ

- 12) Σύμφωνα με τα όσα αποτυπώνει η διάταξη του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006, στο πλαίσιο του υγιούς ανταγωνισμού της αγοράς, κάθε πάροχος δύναται να πραγματοποιεί ένα μεγάλο αριθμό κλήσεων σε συνδρομητές άλλων παρόχων, με σκοπό την εμπορική προώθηση προϊόντων ή υπηρεσιών, εκτός εάν ο αριθμός της τηλεφωνικής σύνδεσής τους είναι καταχωρημένος και άρα μη προσβάσιμος από τρίτους, στο λεγόμενο «Μητρώο του Άρθρου 11», κατόπιν ρητής εκδήλωσης βούλησης των συνδρομητών περί ένταξής τους σε αυτό.
- 13) Στην εκδοθείσα απόφαση της ΑΠΔΠΧ με ΑΡ. ΑΠ. 18/2016, καταγράφεται ότι το αρμόδιο όργανο της αρχής συνήλθε στις 02-02-16, σε συνέχεια τριών προηγούμενων συνεδριάσεων, για την εξέταση της από 16-04-2014 υποβληθείσης καταγγελίας της εταιρείας WIND, αναφορικά με τις διαδικασίες/τακτική που ακολουθούν οι δυο (2) εταιρείες ΟΤΕ/COSMOTE, για την εγγραφή των συνδρομητών τους στον ειδικό κατάλογο συνδρομητών που προβλέπεται στο Άρθρο 11 παρ. 2 του Ν. 3471/2006, όπως τροποποιήθηκε και ισχύει (εφεξής Μητρώο). Την εν λόγω καταγγελία διαβίβασε η ΕΕΤΤ στην ΑΠΔΠΧ με το με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ ΕΜΠ 5461/01-08-2014 έγγραφό της. Συγκεκριμένα, στην

καταγγελία της ανωτέρω εταιρείας καταγράφεται ότι παρατηρείται ολόένα αυξανόμενος αριθμός συνδρομητών των δυο (2) εταιρειών ΟΤΕ/COSMOTE που εγγράφονται στα σχετικά Μητρώα, αρχής γενομένης από το διάστημα των μηνών Σεπτεμβρίου-Οκτωβρίου του έτους 2013, γεγονός που δημιούργησε εύλογα ερωτήματα για τον τρόπο εφαρμογής της σχετικής διάταξης ένταξης στο Μητρώο. Κατόπιν τούτου, η εταιρεία WIND απέστειλε συμπληρωματικό υλικό προς επίρρωση των ισχυρισμών της, το οποίο καλύπτει το χρονικό διάστημα μέχρι και τον Ιούνιο του 2015 και σύμφωνα με το οποίο προκύπτει ότι οι εγγεγραμμένοι συνδρομητές στο Μητρώο ξεπερνούν το ποσοστό του [...%] των συνδρομητών της εταιρείας ΟΤΕ, καθώς και το ποσοστό του [...%] των συνδρομητών της εταιρείας COSMOTE, διατηρώντας αυξητικές τάσεις πολύ μεγαλύτερες σε σχέση με τον ανταγωνισμό.

- 14) Παρεμφερής καταγγελία υπεβλήθη στην ΑΠΔΠΧ και από την εταιρεία FORTHNET με ημερομηνία υποβολής την 30^η Μαρτίου του 2015. Στο έγγραφο αυτό, η τελευταία αναφέρει ότι τους τελευταίους μήνες η εταιρεία ΟΤΕ εγγράφει κατά μέσο όρο [... ..] συνδρομητές σε μηνιαία βάση στο Μητρώο και γίνεται αναφορά ότι με την υπογραφή σύμβασης νέου πελάτη στον ΟΤΕ, αυτός εγγράφεται αυτόματα στο Μητρώο. Παράλληλα, η εταιρεία FORTHNET σημείωσε ότι με τον τρόπο αυτό επηρεάζεται ουσιωδώς η λειτουργία της αγοράς, δεδομένου ότι μέσω της τηλεφωνικής προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών, καταρτίζεται πάνω από το [...%] των συμβάσεων για την παροχή υπηρεσιών τηλεφωνίας και Internet. Σύμφωνα δε με την εταιρεία FORTHNET, τη στιγμή της καταγγελίας ήταν εγγεγραμμένοι περί του αριθμού των [... ..] συνδρομητών, ενώ την περίοδο μεταξύ του μηνός Ιουνίου του έτους 2012 και του μηνός Δεκεμβρίου του έτους 2014, αριθμούσε περί του αριθμού των [... ..] συνδρομητών. Κατόπιν, απέστειλε συμπληρωματικά στοιχεία και σχετικό υλικό προς επίρρωση των ισχυρισμών της.
- 15) Μετά την απάντηση των δυο (2) εταιρειών ΟΤΕ/COSMOTE επί των καταγγελλομένων στις 29-10-2015, η ΑΠΔΠΧ κάλεσε σε ακρόαση τις εταιρείες, στις 08-12-2015. Στη συγκεκριμένη ακρόαση παρέστησαν και οι καταγγέλλοντες, σε συνέχεια της οποίας, οι εταιρείες ΟΤΕ/COSMOTE, WIND και FORTHNET κατέθεσαν σχετικά υπομνήματα στις 14-12-2015. Η ΑΠΔΠΧ κατέληξε ότι οι δύο (2) εταιρείες ΟΤΕ/COSMOTE εμφανίζουν σημαντικά μεγαλύτερο αριθμό συνδρομητών τους που εγγράφονται στο Μητρώο, σε σχέση με τον υπόλοιπο ανταγωνισμό. Εν τούτοις, από τα στοιχεία αυτά και μόνο, δεν τεκμηριώνεται πλήρως παράβαση των οριζόμενων στο Άρθρο 11 παρ. 2 του Ν. 3471/2006, καθώς είναι εξαιρετικά πιθανό και συνδρομητές που ενημερώνονται ορθά και πλήρως για τις συνέπειες της εγγραφής στο Μητρώο, να επιλέγουν να ενταχθούν σε αυτό προκειμένου να αποφεύγουν τις αζήτητες κλήσεις³. Αναφορικά δε με τον τρόπο συλλογής των δηλώσεων ένταξης στο Μητρώο των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, επισημάνθηκε ότι από τα στοιχεία του φακέλου προκύπτει ότι για το διάστημα μεταξύ του μηνός Οκτωβρίου 2013-Ιουλίου του έτους 2014, ο συνδρομητής που δεν επέλεγε να ενταχθεί στο Μητρώο, ενώ υπέγραφε τη σύμβαση με τον προδιατυπωμένο όρο για την ένταξη στο Μητρώο, θα έπρεπε ταυτόχρονα να υποβάλλει ειδικό έγγραφο με αίτημα απένταξης. Η αίτηση-σύμβαση συνδρομητή ωστόσο εξακολουθούσε να περιέχει μέχρι τις 08-12-2015

³ Βλ. Σκέψη 5 της από 16-03-2016 και με ΑΡ.ΑΠ. 18/2016 απόφασης της ΑΠΔΠΧ.

τον «προδιατυπωμένο» όρο για την ένταξη στο Μητρώο. Και για την εταιρεία COSMOTE, οι συνδρομητές ενημερώνονταν προφορικά για τη δυνατότητα εγγραφής τους στο Μητρώο. Η διαφορά σε σχέση με την περίπτωση της εταιρείας ΟΤΕ είναι ότι από κάποια χρονική στιγμή και μετά, η σύμβαση της COSMOTE φαίνεται να αποτύπωνε την προφορική επιλογή του συνδρομητή, ενώ επίσης δεν υπήρχε κάποιο χρονικό διάστημα όπου θα έπρεπε ο συνδρομητής να υποβάλλει αίτημα απένταξης. Στις 15-12-2015, η αίτηση-σύμβασης συνδρομητή της εταιρείας ΟΤΕ, διαπιστώθηκε ότι είχε τροποποιηθεί έναντι αυτής της από 08-12-2015, καθώς είχε προστεθεί κείμενο με δυνατότητα επιλογής εγγραφής στο Μητρώο και δυνατότητα επιλογής ανάκλησης της εγγραφής αυτής. Αυτές οι δηλώσεις, δεν είναι σε ξεχωριστή θέση της σύμβασης για να διακρίνεται ευκρινώς από τους λοιπούς όρους και παραμένει η διατύπωση ότι το Μητρώο προστατεύει «από τρίτους». Η ΑΠΔΠΧ κατέληξε ότι δε μπορεί να γίνει δεκτό ότι οι εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE συνέλλεξαν τις δηλώσεις των συνδρομητών τους με τρόπο που πληροί τα χαρακτηριστικά που απαιτούνται από το νόμο, δεδομένων των προεπιλεγμένων πεδίων επιλογής, καθώς δεν αποδεικνύεται ότι η ένταξη ενός συνδρομητή στο Μητρώο γίνεται με αυτοτελή αίτηση, δηλαδή με πρωτοβουλία και ενέργεια του συνδρομητή. Παράλληλα, η ΑΠΔΠΧ επισήμανε τη σύγχυση που δημιουργούσαν οι εταιρείες ότι το Μητρώο προστατεύει μόνο από «τρίτους διαφημιζόμενους» και όχι από τις ίδιες τις εταιρείες. Η σχετική σύγχυση παραμένει και μετά τις 15-12-2015⁴.

- 16) Ως αποτέλεσμα, η ΑΠΔΠΧ απεφάνθη ότι οι δυο (2) εταιρείες ΟΤΕ/COSMOTE δεν εφαρμόσαν και εξακολουθούσαν, τη στιγμή της απόφασης, να μην εφαρμόζουν ορθά τη διάταξη του Άρθρου 11 παρ. 2 του Ν. 3471/2006. Επομένως, τέθηκε εν αμφιβόλω η ορθή τήρηση του Μητρώου από τις εταιρείες αυτές, καθώς δεν αποδείχθη ότι τα τηρούμενα σε αυτές στοιχεία δηλώσεων αποτυπώνουν την πραγματική επιλογή των συνδρομητών, που πρέπει, μάλιστα, να έχει εκφραστεί με σαφήνεια, και κατ' αυτόν τον τρόπο το Μητρώο δεν πληροί τις προϋποθέσεις του Άρθρου 11 παρ. 2 του Ν. 3471/2006⁵. Ως εκ τούτου, η ΑΠΔΠΧ κάλεσε τις εταιρείες να προβούν αμελλητί στις δέουσες ενέργειες κατάλληλης προσαρμογής των διαδικασιών που ακολουθούν για την εγγραφή των συνδρομητών τους στο Μητρώο, ώστε να αποδεικνύεται ότι η ένταξη των συνδρομητών στο Μητρώο είναι επιλογή των ιδίων και γίνεται κατόπιν δικής τους ειδικής προς τούτο αίτησης. Περαιτέρω, ζητήθηκε από τις δύο (2) εταιρείες να επιβεβαιώσουν τις υπάρχουσες δηλώσεις ένταξης των συνδρομητών τους εντός εύλογου χρονικού διαστήματος, όχι μεγαλύτερου του ενός εξαμήνου, ενημερώνοντας με κάθε πρόσφορο τρόπο όλους τους εγγεγραμμένους στα Μητρώα του Άρθρου 11 συνδρομητές τους. Τέλος ζητήθηκε να δοθεί χρόνος 2 μηνών στους ανωτέρω συνδρομητές μετά την ενημέρωσή τους, προκειμένου να επιβεβαιώσουν τη συμμετοχή τους, ελλείψει δε της επιβεβαίωσης της επιθυμίας κάποιου συνδρομητή, η ΑΠΔΠΧ ζήτησε από τις εταιρείες να τους διαγράψουν από τα σχετικά Μητρώα⁶.

⁴ Σκέψη 6 της Απόφαση Αρ. 18/2016 της 16-03-2016 της ΑΠΔΠΧ.

⁵ Σκέψη 7 της Απόφαση Αρ. 18/2016 της 16-03-2016 της ΑΠΔΠΧ.

⁶ Σκέψη 8 της Απόφαση Αρ. 18/2016 της 16-03-2016 της ΑΠΔΠΧ

Γ. ΙΣΧΥΡΙΣΜΟΙ ΤΩΝ ΜΕΡΩΝ

- Οι ισχυρισμοί των καταγγελλομένων εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE στις υποβληθείσες καταγγελίες

- 17) Η εταιρεία ΟΤΕ ΑΕ και η εταιρεία COSMOTE ΑΕ με τα με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 6591 και 6592/Φ.960/28-04-2017 Υπομνήματά τους κατόπιν της από 21-02-2017 Ακρόασης της ΕΕΤΤ, σημειώνουν ότι η ΑΠΔΠΧ διαπίστωσε τυπικές παραβάσεις, ισχυριζόμενες ότι η ΑΠΔΠΧ «μολονότι δεν απέκλεισε τον ισχυρισμό περί πλήρους και ικανοποιητικής προφορικής ενημέρωσης των συνδρομητών της, εντούτοις εξειδίκευσε με Απόφασή της τον Κανονισμό και όρισε συγκεκριμένους τρόπους τήρησης του Μητρώου, προκειμένου να αποδεικνύεται αδιαμφισβήτητα και πάντοτε η ορθή τήρηση του. Για το λόγο αυτό, η ΑΠΔΠΧ επέβαλε την ελαφρύτερη των ποινών που θα μπορούσε να επιβάλει, δηλαδή επέβαλε απλή σύσταση και υποχρέωση συμμόρφωσης με την ερμηνεία της διάταξης που το πρώτον έδωσε η ΑΠΔΠΧ με την απόφασή της αυτή..». Δεν αποδείχθηκε, δηλαδή, ότι οι εταιρείες δεν ενημέρωναν τους καταναλωτές για την ένταξη τους στο Μητρώο, απλώς κρίθηκε ανεπαρκής ο τρόπος απόδειξης της ενημέρωσής τους. Επίσης, αναφέρεται ότι τηρήθηκαν στο ακέραιο οι υποχρεώσεις της εταιρείας ΟΤΕ ΑΕ που απορρέουν από τις διατάξεις του Ν. 3471/2006, κατά το υπό κρίση διάστημα καθώς, ως προς το θέμα του Μητρώου, ενημέρωνε τους συνδρομητές για την ύπαρξη του, καθώς και για τις επιλογές τους ως προς αυτό, ενώ στην τελική υπογεγραμμένη γραπτή σύμβαση, την οποία λάμβανε και ο συνδρομητής, αποτυπωνόταν η επιλογή του ως προς την καταχώρησή του ή όχι στο Μητρώο. Σε αντίθεση με την περίπτωση του τηλεφωνικού καταλόγου, όπου ο νομοθέτης απαιτεί ρητώς να αναγράφονται όλες οι επιλογές του συνδρομητή στη σύμβαση, στο Μητρώο του Άρθρου 11 δεν υπάρχει σχετική απαίτηση, με αποτέλεσμα ευλόγως να μπορούσε κανείς να υποθέσει πως αρκεί η προφορική ενημέρωση για τις επιλογές και η γραπτή αποτύπωση της τελικής επιλογής του συνδρομητή στη σύμβαση. Εν τέλει, στο πλαίσιο της συμμόρφωσης με τη σχετική απόφαση της ΑΠΔΠΧ, τροποποιήθηκε το σχετικό κείμενο και δημιουργήθηκε χωριστή ενότητα σχετικά με το Μητρώο του Αρ. 11.
- 18) Περαιτέρω, η εταιρεία επισημαίνει ότι η τήρηση του Μητρώου του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006, έχει σκοπό την προστασία του καταναλωτή από ανεπιθύμητες απευθείας φωνητικές κλήσεις για διαφημιστικούς λόγους και όχι την προστασία των ανταγωνιστών. Ως εκ τούτου, αναφέρει ότι οι καταγγελίες είναι άνευ αντικειμένου, καθώς οι ανταγωνιστές δεν εμπίπτουν στο προστατευτικό πεδίο του Ν. 3471/2006, η προσπάθειά τους δε να τον επικαλεστούν υπό το μανδύα του Ν. 3959/2011 και να συνδέσουν την προστασία της ιδιωτικής σφαίρας με τον ανταγωνισμό είναι νόμω αβάσιμη. Άλλωστε, συνεχίζει η εταιρεία, θα ήταν παράλογο να στραφούν εναντίον της όλοι οι εν δυνάμει διαφημιζόμενοι που δε μπορούν να καλέσουν τους εγγεγραμμένους στο Μητρώο.
- 19) Ακόμη, παρατέθηκαν στοιχεία από τη βάση του Μητρώου του Άρθρου 11 σύμφωνα με τα οποία, το μήνα Απρίλιο του 2017 φαίνεται ότι η πλειοψηφία της συνδρομητικής βάσης των εταιρειών WIND, CYTA και FORTHNET είναι όντως εγγεγραμμένοι στο Μητρώο με ποσοστό της τάξης του [..%], [..%] και [..%] για

κάθε μια εταιρεία αντίστοιχα (Πίνακας 1). Παράλληλα και στην κινητή τηλεφωνία διαπιστώνεται αύξηση των εγγεγραμμένων στο Μητρώο χρηστών των εταιρειών VODAFONE και WIND, όπως φαίνεται και από το [...]

- 20) *Διάγραμμα 12*. Με βάση τα στοιχεία του πίνακα αυτού, η εταιρεία ΟΤΕ ισχυρίζεται ότι: «το γεγονός αυτός και μόνο είναι αρκετό για την απόρριψη όλων των υπό κρίση καταγγελιών, καθώς αποδεικνύεται ότι η αληθής βούλησης της μεγάλης πλειοψηφίας των συνδρομητών είναι να μην ενοχλούνται από απευθείας διαφημιστικές κλήσεις και όχι ότι δήθεν οι εταιρείες ΟΤΕ/COSMOTE δεν ενημέρωναν σωστά τους συνδρομητές τους». Επίσης, αναφέρεται ότι αποδεικνύει επίσης και τον ισχυρισμό ότι η μείωση του αριθμού των εγγεγραμμένων στο Μητρώο συνδρομητών των εταιρειών οφείλεται αποκλειστικά και μόνο στην απόφαση της ΑΠΔΠΧ, η οποία υποχρέωσε τις εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE να διαγράψουν από το Μητρώο τους όσους συνδρομητές δεν προέβησαν σε θετική ενέργεια.

Πίνακας 1: Εγγεγραμμένοι Συνδρομητές στο Μητρώο του άρθρου 11 τον Απρίλιο του 2017

Πάροχος	Απρίλιος 2017	%
COSMOTE	[...]	[..%]
ΟΤΕ	[...]	[..%]
Wind Fixed	[...]	~[..%]
CYTA	[...]	~[..%]
FORTHNET	[...]	~[..%]

πηγή ΟΤΕ

- 21) Επίσης, οι 2 εταιρείες σημειώνουν ότι προκειμένου να ερευνηθεί τυχόν παράβαση των διατάξεων περί τήρησης του Μητρώου ως «αντι-ανταγωνιστική συμπεριφορά», πρέπει να αποδειχθεί καταρχήν κατά πόσο η συγκεκριμένη παράβαση θα μπορούσε να επηρεάσει ουσιαστικά τις αγορές της σταθερής και της κινητής τηλεφωνίας, κάτι που ούτε ισχύει ούτε αποδείχθηκε εν προκειμένω. Προς επίρρωση του ισχυρισμού τους, οι εταιρείες προσκομίζουν και έρευνα αγοράς της εταιρείας «MRB HELLAS-Γραφείο έρευνας αγοράς ΑΕ», η οποία διενεργήθηκε τους μήνες Ιανουάριο-Φεβρουάριο 2017 με 2.500 τηλεφωνικές συνεντεύξεις, σε αντιπροσωπευτικό δείγμα χρηστών τηλεπικοινωνιών, σύμφωνα με την οποία τα κριτήρια επιλογής μιας εταιρείας σταθερής ή κινητής τηλεφωνίας είναι η οικονομία, το δίκτυο, η εικόνα, η εξυπηρέτηση, η εμπειρία του πελάτη και οι συστάσεις από φίλους. Επομένως, κατά τις εταιρείες, η προσέλκυση της πελατείας στη σταθερή και στην κινητή τηλεφωνία εξαρτάται από το κατά πόσο πληρούνται τα κριτήρια επιλογής τους συγκεκριμένου παρόχου. Συνεπώς, κάθε άλλος ισχυρισμός είναι προφανώς αβάσιμος, καθώς διαφορετικά, αν δηλαδή ο κύριος τρόπος προσέλκυσης πελατείας ήταν οι απευθείας κλήσεις προς τους συνδρομητές άλλων παρόχων, ούτε επενδύσεις στο δίκτυο θα χρειαζόνταν, ούτε εξυπηρέτηση πελατών, ούτε δίκτυο καταστημάτων, ούτε διαφήμιση. Μόνο στην περίπτωση που δυο ανταγωνιστές είχαν το ίδιο ποσοστό πλήρωσης των ανωτέρω κριτηρίων επιλογής ενός συνδρομητή, θα μπορούσε να εξεταστεί τυχόν επίδραση της απευθείας κλήσης ενός ανταγωνιστή στην πελατειακή βάση του, κάτι που σε καμία περίπτωση δεν ισχύει στην εγχώρια αγορά. Επομένως, κατά τις εταιρείες,

δε μπορεί να αποδειχθεί ότι η παράβαση των διατάξεων του Μητρώου έχει τη δυνατότητα να επηρεάσει με οποιονδήποτε τρόπο τον ανταγωνισμό στις αγορές σταθερής και κινητής τηλεφωνίας. Μάλιστα, από την ακρόαση αποδείχθηκε ότι η καταγγέλλουσα WIND έχει υπολογίσει αποτέλεσμα μικρότερο του ποσοστού [..%] ως προς τον περιορισμό της ενδεχόμενης πελατειακής βάσης και των αντίστοιχων εσόδων της για τα έτη 2014-2015. Για το λόγο αυτό, οι 2 εταιρείες σημειώνουν, ότι οι καταγγέλλουσες τόνισαν στην ακροαματική διαδικασία ότι η παράβαση του ανταγωνισμού δεν προϋποθέτει απόδειξη της ζημίας και ότι δεν μπορούν να την αποδείξουν. Ως εκ τούτου, προκύπτει ότι η παράβαση των διατάξεων περί Μητρώου δε θα μπορούσε να επηρεάσει τον ανταγωνισμό στη σταθερή και στην κινητή τηλεφωνία.

- 22) Επίσης, οι εταιρείες σημειώνουν ότι η εταιρεία COSMOTE δεν έχει δεσπόζουσα θέση και δεν τίθεται θέμα κατάχρησης. Παράλληλα, οι ισχυρισμοί της δεσμοποίησης από την καταγγέλλουσα VODAFONE αποκλείστηκαν ρητώς από την εξέταση στο πλαίσιο της παρούσας ακρόασης. Επί των ισχυρισμών περί της διάρκειας της παράβασης, οι εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE επισημαίνουν αφενός ότι δεν υπήρξε ζημία των καταγγελλουσών, και αφετέρου ότι οι εταιρείες συμμορφώθηκαν άμεσα με την απόφαση της ΑΠΔΠΧ στην οποία είχε παραπέμψει η ΕΕΤΤ τη σχετική καταγγελία της καταγγέλλουσας εταιρείας WIND. Η διάρκεια της ενώπιον της ΑΠΔΠΧ διαδικασίας, δε μπορεί σε καμία περίπτωση να καταλογιστεί στις καταγγελλόμενες. Η προσαρμογή των διαδικασιών που ακολούθησαν οι καταγγελλόμενες για την εγγραφή των συνδρομητών τους στο Μητρώο του Άρθρου 11 ολοκληρώθηκε σε 2 μήνες και 20 ημέρες από την κοινοποίηση της απόφασης της ΑΠΔΠΧ. Οι εταιρείες προσέθεσαν ότι το γεγονός δε ότι η πλήρης συμμόρφωση τους με την απόφαση της ΑΠΔΠΧ για την επιβεβαίωση των υπάρχουσών δηλώσεων ένταξης των συνδρομητών τους στο Μητρώο καθυστέρησε περαιτέρω της ταχθείσας προθεσμίας, οφείλεται αποκλειστικά και μόνο σε τεχνικούς λόγους, όπως η πολυπλοκότητα των σχετικών συστημάτων και διαδικασιών για τη διαχείριση μεγάλου πλήθους πελατών, ζητήματα τα οποία είναι γνωστά στον ανταγωνισμό και από τη δική τους σχετική δραστηριοποίηση. Κατά τις εταιρείες, οι ανταγωνιστές αναφέρονται στο συγκεκριμένο θέμα της δήθεν καθυστέρησης συμμόρφωσης, προς δημιουργία εντυπώσεων.
- 23) Οι δυο (2) εταιρείες σημειώνουν επίσης ότι οι μεγάλες αποκλίσεις του διαγράμματος στην εξέλιξη της βάσης του Μητρώου που προσκόμισε η εταιρεία WIND, οφείλεται στο γεγονός ότι ελάχιστοι συνδρομητές προβαίνουν άμεσα σε δική τους ενέργεια, μετά από ενημερωτικά μηνύματα, καθώς είτε δεν τα διαβάζουν/ ή δεν δίνουν σημασία στο μήνυμα, είτε αμελούν να ενεργήσουν, είτε δεν απαντούν καν στην κλήση. Αναφέρεται ενδεικτικά ότι σε ενημερώσεις μέσω γραπτού μηνύματος που απεστάλησαν στο παρελθόν, όπου καλούνται οι πελάτες της εταιρείας COSMOTE να στείλουν μήνυμα για να ενεργοποιήσουν δώρο επικοινωνίας κινητής, ανταποκρίνεται συνήθως ποσοστό μικρότερο του [..%]. Επιπλέον, λόγω του περιορισμένου χρονικού διαστήματος και του υψηλού κόστους των μηχανισμών αποστολής αυτοματοποιημένων ενημερώσεων, δεν κατέστη δυνατό να πραγματοποιηθούν αυτοματοποιημένες ενημερώσεις στους πελάτες που δεν ανταποκρίθηκαν στην πρώτη ενημέρωση. Καθώς η ΑΠΔΠΧ

όρισε πως όποιος συνδρομητής δεν προβεί σε θετική ενέργεια, πρέπει αμέσως να διαγραφεί από το Μητρώο, οι εταιρείες εκτιμούν ότι τα διαγράμματα που προσκόμισε η εταιρεία WIND δεν απεικονίζουν την αληθή βούληση των συνδρομητών κατά τη συγκεκριμένη χρονική στιγμή της ακρόασης, και κανένα ασφαλές συμπέρασμα δε θα μπορούσε να εξαχθεί προ της παρέλευσης ενός ακόμη εννεαμήνου. Οι εταιρείες κατέληξαν επιπλέον ότι αδιαμφισβήτητα συμμορφώθηκαν στην Απόφαση της ΑΠΔΠΧ.

- 24) Περαιτέρω, σημειώνεται ότι ο συνδρομητής της εταιρείας COSMOTE, από την έναρξη ισχύος της νέας διάταξης του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006, είχε τη δυνατότητα να δηλώσει με ξεχωριστή αίτησή την επιθυμία για εγγραφή ή διαγραφή από το εν λόγω Μητρώο. Από τις 21/10/2013 και εφεξής δόθηκε η δυνατότητα εγγραφής ή μη και κατά τη διαδικασία της ανανέωσης της σύμβασης. Στους νέους συνδρομητές της εταιρείας COSMOTE, η σχετική δυνατότητα εδόθη στις 24/03/2014 και στους συνδρομητές καρτοκινητής κατά την ταυτοποίηση της σύνδεσής τους από τις 16/06/2014. Συγκεκριμένα, κατά την επίσκεψη του συνδρομητή ή του υποψήφιου συνδρομητή αντίστοιχα σε κατάσταση δικτύου με σκοπό την ανανέωση της υφιστάμενης σύμβασης, τη σύναψη νέας ή την ταυτοποίηση καρτοκινητής σύνδεσης, ο πωλητής του καταστήματος σύμφωνα με ρητές οδηγίες της εταιρείας COSMOTE όφειλε να ενημερώνει τον συνδρομητή αναφορικά με τη δυνατότητα εγγραφής τους στο Μητρώο. Στη συνέχεια, ο συνδρομητής δήλωνε αν επιθυμεί την εγγραφή του ή μη στο Μητρώο και ο υπάλληλος καταχωρούσε τη σχετική επιθυμία του συνδρομητή στο σύστημα παραγγελιοληψίας της εταιρείας, εκτύπωνε δε και την αντίστοιχη σύμβαση. Οι επιλογές που δίνονταν ήταν τρεις: α) να μη λαμβάνει ο πελάτης τηλεφωνικές κλήσεις για την προώθηση προϊόντων/υπηρεσιών και για συναφείς διαφημιστικούς σκοπούς από τρίτους πλην της εταιρείας COSMOTE, β) να μη λαμβάνει τηλεφωνικές κλήσεις για τους ως άνω διαφημιστικούς σκοπούς από οποιονδήποτε τρίτον, και γ) να λαμβάνει τηλεφωνικές ενημερώσεις για την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών από όλους. Στο έντυπο της σύμβασης που εκτυπωνόταν εμφανιζόταν και αντίστοιχο με τη δήλωση του συνδρομητή λεκτικό, που αποτύπωνε την επιθυμία του σχετικά με την εγγραφή ή μη στο Μητρώο. Επομένως, η πρωτοβουλία για την υποβολή της βούλησης του συνδρομητή σχετικά με την ένταξη ή μη στο Μητρώο, άνηκε αποκλειστικά και μόνο στο συνδρομητή, τόσο κατά την υπογραφή/ανανέωση της σύμβασης συνδρομητή ή την ταυτοποίηση καρτοκινητού, όσο και με τη δυνατότητα υποβολής ξεχωριστής αίτησης ένταξης ή διαγραφής από το Μητρώο. Μετά την εκδοθείσα απόφαση της ΑΠΔΠΧ, η αίτηση τροποποιήθηκε για να ακολουθεί τις σχετικές υποδείξεις της Αρχής. Η ξεχωριστή αίτηση εγγραφής/διαγραφής από το Μητρώο υπήρχε και ήταν διαθέσιμη για όλους τους συνδρομητές, από την έναρξη ισχύος του Μητρώου Άρθρου 11. Τον Οκτώβριο δε του έτους 2013 ξεκίνησε καμπάνια ενημέρωσης των συνδρομητών για τη δυνατότητα ένταξης τους, όταν εκείνοι προσέρχονταν για να καταθέσουν αίτηση ανανέωσης, με σκοπό να προστατευθούν από κλήσεις προώθησης, προς αποφυγή όχλησής τους. Αντίστοιχη καμπάνια για τους νέους πελάτες συμβολαίου και τους νέους πελάτες καρτοκινητής ξεκίνησε το μήνα Μάρτιο του 2014 και το μήνα Ιούνιο του 2014.

- 25) Για τους συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ, αναφέρονται τα ακόλουθα, ως εξήγηση στο, γιατί δεν υπήρχε ξεχωριστή αίτηση εγγραφής/διαγραφής συνδρομητή από το Μητρώο, αλλά αντιθέτως επιλέχθηκε η προδιατυπωμένη συναίνεση του πελάτη του ΟΤΕ στην επικοινωνία με την εταιρεία και τους συνεργάτες της, κατά την υπογραφή της αίτησης/ σύμβασης παροχής υπηρεσιών, κατά το χρονικό διάστημα από το 2013 έως και το τέλος του 2015. Συγκεκριμένα, κατά την εταιρεία, η ξεχωριστή αίτηση εγγραφής/διαγραφής από το Μητρώο υπήρχε και ήταν διαθέσιμη για όλους τους συνδρομητές από την έναρξη ισχύος του Μητρώου του Άρθρου 11. Τον Οκτώβριο του 2013 ξεκίνησε η καμπάνια ενημέρωσης των συνδρομητών για τη δυνατότητα ένταξης τους, όταν εκείνοι προσέρχονταν για να καταθέσουν αίτηση ενεργοποίησης σύνδεσης ή ανανέωσης της σύμβασής τους, με σκοπό να προστατευθούν από κλήσεις προώθησης, προς αποφυγή της όχλησής τους. Για τεχνικούς λόγους, από το μήνα Οκτώβριο του 2013 έως το μήνα Ιούλιο του 2014, η διαφοροποίηση μέσω συστήματος εγγραφής της σύνδεσης πελάτη στο Μητρώο ταυτόχρονα με την παραγγελία ή ανανέωσής της σύνδεσης δεν ήταν εφικτή. Για να υποστηριχθεί η νέα διαδικασία ενημέρωσης και εγγραφής στο Μητρώο, τροποποιήθηκαν οι έντυπες αιτήσεις, εισάγοντας σχετικό κείμενο ενημέρωσης για το Μητρώο και διατηρήθηκαν οι αιτήσεις/δηλώσεις ένταξης/διαγραφής στο Μητρώο. Επομένως, η διαγραφή ή η πλήρης ένταξη στο Μητρώο του Άρ.11 γινόταν μόνο με την αίτηση διαγραφής. Εντούτοις, η εταιρεία σημειώνει ότι η πρωτοβουλία εγγραφής στο Μητρώο ανήκε αποκλειστικά στον συνδρομητή, αφού προηγείτο ενημέρωση από τους εκπροσώπους πωλήσεων της εταιρείας. Από τον Ιούλιο δε του 2014 υπήρχε πλέον η τεχνική δυνατότητα να καταχωρείται στο σύστημα η επιθυμία του πελάτη για εγγραφή ή όχι εγγραφή στο Μητρώο, ταυτόχρονα με την αίτηση νέας σύνδεσης ή ανανέωσης. Εντούτοις, δεν είχε συμπεριληφθεί η αποτύπωση της επιλογής πελάτη στην έντυπη αίτηση, καθώς απαιτείτο η αλλαγή 172 αιτήσεων, έργο που κρίθηκε μεγάλο και προγραμματίστηκε για το έτος 2016. Σε πραγματικό χρόνο, ο εκπρόσωπος ενημέρωνε τον πελάτη και καταχωρούσε την επιθυμία του για εγγραφή ή όχι εγγραφή στο Μητρώο στο σύστημα και εάν ο πελάτης ζητούσε αποδεικτικό στοιχεία για τη μη εγγραφή του στο Μητρώο του Άρθρου 11, τότε συμπληρωνόταν και η χειρόγραφη αίτηση διαγραφής από το Μητρώο. Εν τέλει, το έργο αποτύπωσης της επιλογής πελάτη για το Μητρώο στις έντυπες αιτήσεις υλοποιήθηκε και μπήκε σε παραγωγική εφαρμογή στις 06/11/2015 για τις κύριες αιτήσεις και στις 06/12/2015 για τις υπόλοιπες αιτήσεις. Σε όλο το διάστημα από το μήνα Οκτώβριο 2013 έως το μήνα Δεκέμβριο 2015, διατηρήθηκε η λειτουργικότητα ένταξης ή διαγραφής από το Μητρώο μέσω της ξεχωριστής αίτησης ένταξης/διαγραφής σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή το επιθυμούσε ο πελάτης.
- 26) Για την εταιρεία COSMOTE ΑΕ, μέχρι την ημερομηνία τις 20/10/13 εντάσσονταν στο Μητρώο όσοι πελάτες υπέβαλλαν αίτημα ένταξης στο Μητρώο ή εξέφραζαν παράπονα για λήψη τηλεφωνικών κλήσεων, μέσω αίτησης σε κατάσταση του δικτύου ή τηλεφωνώντας στην Εξυπηρέτηση Πελατών. Από τις 21/10/13 και έπειτα, ενημερώνονται οι υφιστάμενοι πελάτες και τους δίνεται η δυνατότητα να ενταχθούν στο Μητρώο. Από τις 24/03/2014 ενημερώνονται οι νέοι πελάτες συμβολαίου και τους δίνεται η δυνατότητα να ενταχθούν στο Μητρώο. Από τις 16/06/2014 ενημερώνονται οι νέοι πελάτες καρτοκινητής και τους δίνεται η

δυνατότητα να ενταχθούν στο Μητρώο. Από τις 05/10/2015 γίνονται αλλαγές στις αιτήσεις προκειμένου οι πελάτες να μπορούν να δουν στην αίτηση που υπέγραψαν τις επιλογές για το Μητρώο του Άρθρου 11. Από τις 06/06/2016, η ένταξη στο Μητρώο του Άρθρου 11 γινόταν μόνο μέσω της αίτησης νέας σύνδεσης συμβολαίου ή ταυτοποίησης στοιχείων πελάτη για το καρτοκινητό ή νέας σύνδεσης καρτοκινητού από φορητότητα ή μέσω της ένταξης/διαγραφής στο Μητρώο. Σταματά τη στιγμή εκείνη η εγγραφή στο Μητρώο μέσω της αίτησης ανανέωσης και δημιουργείται ξεχωριστή ενότητα και ξεχωριστή υπογραφή για το Μητρώο του Άρθρου 11. Επίσης, η εταιρεία σημειώνει ότι σύμφωνα με την υφιστάμενη κατάσταση της συνδρομητικής βάσης, από τον αριθμό των [...] συνδρομητών που από το μήνα Οκτώβριο του 2013 σύνηψαν νέες συμβάσεις ή ανανέωσαν τις υφιστάμενες, και δη διαπιστώθηκαν [...] νέες συνδέσεις και [...] ανανεώσεις, ενώ οι [...] συνδρομητές επέλεξαν να μην ενταχθούν στο Μητρώο του Άρθρου 11, ήτοι ποσοστό περί του [..%]. Το ανωτέρω γεγονός, κατά την εταιρεία, δεν αφήνει καμιά αμφιβολία ότι δίνει τη δυνατότητα στους συνδρομητές της που το επιθυμούν να μην εγγραφούν στο Μητρώο.

- 27) Για την εταιρεία ΟΤΕ ΑΕ, η αντίστοιχη διαδικασία ενημέρωσης των πελατών για τις δυνατότητες επιλογής ένταξης τους στο Μητρώο του Άρθρου 11 έχει διαφοροποιηθεί από το μήνα Ιανουάριο του 2013 έως σήμερα. Συγκεκριμένα, μέχρι τις 10/09/2013, εντάσσονται στο Μητρώο όσοι πελάτες υπέβαλαν αίτημα ένταξης στο Μητρώο ή εξέφραζαν παράπονο για λήψη τηλεφωνικών κλήσεων σε ένα από τα κανάλια πωλήσεων της εταιρείας ΟΤΕ που απαιτούν τη φυσική παρουσία του πελάτη, όπως τα καταστήματα ΟΤΕ, διαχειριστής επιχειρησιακού πελάτη. Δηλαδή δεν υπήρχε διαδικασία προληπτικής ενημέρωσης των πελατών της εταιρείας ΟΤΕ για τις δυνατότητες επιλογής ένταξης τους στο Μητρώο από τους εκπροσώπους των καταστημάτων και της εξυπηρέτησης πελατών. Παράλληλα, υπήρχε και υπάρχει ως σήμερα, η δυνατότητα διαγραφής από το Μητρώο μέσω σχετικής αίτησης. Από τις 11/09/2013 και έπειτα, η ένταξη ή διαγραφή αριθμού πελάτη στο Μητρώο του Άρθρου 11 μπορούσε πλέον να γίνεται μετά από τηλεφωνική επικοινωνία του πελάτη με εκπρόσωπο της εξυπηρέτησης πελατών μέσω της σχετικής αίτησης ένταξης διαγραφής από το Μητρώο. Από τις 07/10/2013 και έπειτα, γίνεται ενημέρωση του πελάτη για δυνατότητα ένταξης στο Μητρώο κατά τη διαδικασία σύναψης σύμβασης νέας σύνδεσης ή και ανανέωσης σύνδεση τηλεφωνίας/Internet σε κατάσταση ή τηλεφωνικά στο τηλεφωνικό κέντρο. Η εγγραφή στο Μητρώο γινόταν μια φορά στο τέλος του μήνα. Από τις 14/07/2014, ίσχυε η ίδια διαδικασία ενημέρωσης, αλλά η εγγραφή του αριθμού στο Μητρώο γινόταν με την ολοκλήρωση υλοποίησης της αίτησης στο νέο σύστημα παραγγελιοληψίας. Από τις 06/11/2015, η επιλογή του πελάτη για το Μητρώο του Άρθρου 11 αποτυπώνεται δυναμικά στις έντυπες αιτήσεις, ανάλογα με την καταχώρηση στο σύστημα παραγγελιοληψίας. Τέλος από τις 6/6/2016, η ένταξη στο Μητρώο του Άρθρου 11 γίνεται μέσω της κατάλληλης επιλογής στην αίτηση της νέας τηλεφωνικής σύνδεσης ή μέσω της αίτησης ένταξης/διαγραφής από το Μητρώο, ή μεταβίβασης της σύνδεσης ή αλλαγής τηλεφωνικού αριθμού ή μεταφοράς γραμμής με αλλαγή αριθμού. Παράλληλα, σταματά η δυνατότητα εγγραφής στο Μητρώο μέσω της αίτησης ανανέωσης, νέας ευρυζωνικής σύνδεσης ή αλλαγής προγράμματος.

Σχηματοποιείται ξεχωριστή ενότητα και ξεχωριστή υπογραφή για το Μητρώο του Άρθρου 11 στις συμβάσεις/αιτήσεις.

- 28) Με το με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 6707/Φ.960/28-08-2017 έγγραφό της, η εταιρεία COSMOTE ΑΕ απάντησε στο ερώτημα της ΕΕΤΤ, και συγκεκριμένα εάν η εγγραφή ενός συνδρομητή της εταιρείας COSMOTE στο Μητρώο του Άρθρου 11, συνεπάγεται ή όχι αδυναμία κλήσης του από την εταιρεία ΟΤΕ για προωθητικούς σκοπούς, καθώς στην ιστοσελίδα του Ομίλου ΟΤΕ στην ενότητα για τα Προσωπικά Δεδομένα των συνδρομητών αναφέρεται ότι: *«Ο Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος (ΟΤΕ Α.Ε.) και η COSMOTE KINHTEΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε., με έδρα στη Λεωφόρο Κηφισίας 99, Μαρούσι 15124, στο πλαίσιο της σταδιακής λειτουργικής ενοποίησής τους, ενημερώνουν ότι έχουν προχωρήσει σε αμοιβαία επεξεργασία των αρχείων προσωπικών δεδομένων των συνδρομητών τους που δεν έχουν δηλώσει την αντίρρησή τους με την ενέργεια αυτή, με σκοπό την βέλτιστη παροχή των υπηρεσιών τους και την ενιαία εξυπηρέτησή τους»*. Συγκεκριμένα, η εταιρεία απάντησε ότι: *«..η σχετική αναφορά περί αμοιβαίας επεξεργασίας των αρχείων προσωπικών δεδομένων από ΟΤΕ ΑΕ και COSMOTE ΑΕ, δεν επηρεάζει καθόλου τον τρόπο που λειτουργούμε ως προς το Μητρώο 11. Οι δυο εταιρείες συντηρούν δυο διαφορετικές λίστες Μητρώου 11 και λαμβάνουν υπόψη κατά τις επικοινωνίες τους με πελάτες (η κάθε μια ξεχωριστά) με τον ίδιο τρόπο που λαμβάνουν υπόψη και τις λίστες Μητρώου 11 οποιουδήποτε άλλου παρόχου»*.
- 29) Στο ίδιο έγγραφο, η εταιρεία προσέφερε πληροφόρηση για την εξέλιξη της συνδρομητικής βάσης εντός και εκτός Μητρώου του Άρ. 11 ([...])
- 30) *Διάγραμμα 1*) καθώς και την κατανομή της συνδρομητικής βάσης της σε πελάτες συμβολαίου και πελάτες καρτοκινητής. Στο εν λόγω διάγραμμα, διαπιστώνεται ότι με βάση τη χρονική έναρξη του τέταρτου τριμήνου του έτους 2014, λαμβάνει χώρα μια ραγδαία άνοδος του πλήθους εγγεγραμμένων συνδρομητών της εταιρείας εντός του Μητρώου του Άρ. 11 [..%], η οποία κορυφώνεται στο τέλος του τέταρτου τριμήνου του 2015 [..%] και έκτοτε υποχωρεί, στην αρχή με αργούς ρυθμούς ως το τέλος του τρίτου τριμήνου του 2016 [..%], το τελευταίο τρίμηνο τους 2016 μειώνεται στο [..%] και έκτοτε ξεκινάει μια ανοδική πορεία μέχρι και το ποσοστό του [..%], στο τέλος του δευτέρου τριμήνου του έτους 2018. Ακόμη, η εταιρεία ανέφερε ότι: *«δεν διατηρείται ιστορική εικόνα για τους συνδρομητές που δεν ήταν ενταγμένοι στο Μητρώο, σχετικά με διαχωρισμό σε συνδρομητές συμβολαίου και καρτοκινητής καθώς οι μηνιαίες λίστες του Μητρώου του άρθρου 11 περιλαμβάνουν μόνο τηλεφωνικό αριθμό. Πραγματοποιήθηκε ανάλυση και έγινε ο διαχωρισμός ανά τρίμηνο, με βάση την τρέχουσα εικόνα της σύνδεσης πελάτη, αν είναι συμβόλαιο ή καρτοκινητό ή αν δεν υφίσταται πλέον στο δίκτυο COSMOTE (ανενεργός αριθμός)»*. Με βάση τη συγκεκριμένη πληροφόρηση, φαίνεται ότι είτε ποσοστιαία είτε σε απόλυτα μεγέθη, την υπό κρίση περίοδο, οι εγγεγραμμένοι συνδρομητές στο Μητρώο του Άρ. 11, προέρχονταν τόσο από την προπληρωμένη, όσο και από τη συμβολαιακή κινητή, με τους δεύτερους να συνιστούν την πλειοψηφία ([...])

- 31) *Διάγραμμα 2*). Σε απόλυτα μεγέθη, η ανωτέρα τάση αναστρέφεται από το τρίτο τρίμηνο του έτους 2017, δηλαδή περισσότεροι συνδρομητές καρτοκινητής είναι εγγεγραμμένοι στο Μητρώο του Άρ. 11 από τους συνδρομητές συμβολαίου ([...]
- 32) *Διάγραμμα 3*). Αυτό ποσοστιαία δεν είναι ορατό και αλλάζει, δεδομένου ότι στην εγχώρια αγορά, οι συνδρομητές καρτοκινητής είναι υπερδιπλάσιοι των συνδρομητών συμβολαίου, με αποτέλεσμα να χρειάζεται υπερδιπλάσιο μέγεθος συνδρομητών καρτοκινητής για να φανεί και ποσοστιαία η αντιστροφή. Παράλληλα, η εταιρεία έδωσε πληροφόρηση για το πλήθος των συνδρομητών της, με τους οποίους είχε τη δυνατότητα να επικοινωνήσει μαζί τους μόνο η εταιρεία COSMOTE, δεδομένης της σχετικής δήλωσης τους στη σύμβαση (Πίνακας 2). Η εταιρεία για το συγκεκριμένο ζήτημα ανέφερε ότι: «Για την συγκεκριμένη πληροφορία δεν διατηρείται ιστορικότητα, αλλά μόνο η τρέχουσα εικόνα πελάτη, η οποία λαμβάνεται υπόψη για τις επικοινωνίες. Ενδεικτικά, συμπεριλήφθηκαν τα πλήθη για δυο μήνες του 2015 και των 2 τελευταίων μηνών. Ο διαχωρισμός σε συνδρομητές συμβολαίου και συνδρομητές καρτοκινητής έγινε με βάση την τρέχουσα εικόνα του πελάτη, γι' αυτό υπάρχει και πλήθος συνδρομητών που δεν είναι πλέον στο δίκτυο COSMOTE (ανενεργοί)».
- 33) Παράλληλα, η εταιρεία προσέφερε πληροφόρηση και για το πλήθος των κλήσεων που πραγματοποίησε σε συνδρομητές εκτός Μητρώου (του ανταγωνισμού) και σε συνδρομητές της που είτε ήταν εγγεγραμμένοι, αλλά επιθυμούσαν να δέχονται κλήσεις μόνο από την εταιρεία COSMOTE είτε δεν ήταν εγγεγραμμένοι στο Μητρώο κατά το διάστημα από τον Ιανουάριο 2013 έως το Μάρτιο του 2017. Για την πρώτη κατηγορία, και τους συνδρομητές του ανταγωνισμού, η εταιρεία ανέφερε ότι: «Δεν μπορεί να γίνει διαχωρισμός των κλήσεων σε κλήσεις σε συνδρομητές συμβολαίου και σε κλήσεις σε συνδρομητές καρτοκινητής, γιατί δεν είναι διαθέσιμη αυτή η πληροφορία (δεν γνωρίζουμε αν ο συνδρομητής παρόχου είχε σύνδεση συμβολαίου ή καρτοκινητής στον πάροχο που ανήκε όταν έγινε η κλήση)». Ακόμη, για τη δεύτερη κατηγορία, αφού σημειώσει ότι όλες οι κλήσεις αφορούν σε συνδρομητές καρτοκινητής, γιατί δεν είχαν γίνει στο εν λόγω χρονικό διάστημα κλήσεις σε συνδρομητές συμβολαίου, σημειώνει ότι παραθέτει στοιχεία για αυτές τις δυο ομάδες συνδρομητών, γιατί δεν υπάρχει η δυνατότητα διαχωρισμού των δυο κατηγοριών κλήσεων, ήτοι σε μη εγγεγραμμένους στο Μητρώο συνδρομητές της και σε εγγεγραμμένους στο Μητρώο, αλλά με επιθυμία να δέχονται κλήσεις από την εταιρεία COSMOTE (Πίνακας 3). Αντίστοιχη πληροφόρηση προσέφερε και η εταιρεία ΟΤΕ (Πίνακας 4).

[...]

Διάγραμμα 1: Εξέλιξη εγγεγραμμένων μελών της Συνδρομητικής Βάσης COSMOTE εντός η εκτός του Μητρώου του αρ.11, πηγή COSMOTE

[...]

Διάγραμμα 2: Ποσοστό Κατηγορίας Συνδρομητών Κινητής COSMOTE εντός Μητρώου του αρ. 11, πηγή COSMOTE

[...]

Διάγραμμα 3: Πλήθος ανά Κατηγορία Συνδρομητών Κινητής COSMOTE εντός Μητρώου του αρ. 11, πηγή COSMOTE

Πίνακας 2: Συνδρομητές με επικοινωνία μόνο από την COSMOTE

		Σύνολο συνδρομητών	% στη βάση	Συνδρομητές Συμβολαίου	% στη βάση	Συνδρομητές Καρτοκινητής	% στη βάση	Ανενεργοί
Συνδρομητές με επικοινωνία μόνο από την COSMOTE	Μάρτιος 2015	[...]	[..%]	[...]	[..%]	[...]	[..%]	[...]
	Απρίλιος 2015	[...]	[..%]	[...]	[..%]	[...]	[..%]	[...]
	Μάρτιος 2017	[...]	[..%]	[...]	[..%]	[...]	[..%]	[...]
	Απρίλιος 2017	[...]	[..%]	[...]	[..%]	[...]	[..%]	[...]
Συνδρομητές COSMOTE	Μάρτιος 2015	[...]		[...]		[...]		[...]
	Απρίλιος 2015	[...]		[...]		[...]		[...]
	Μάρτιος 2017	[...]		[...]		[...]		[...]
	Απρίλιος 2017	[...]		[...]		[...]		[...]

- 34) Με το με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 7193/Φ.960/17-10-2018 έγγραφό της, η εταιρεία ΟΤΕ ενημέρωσε την ΕΕΤΤ για την εξέλιξη της συνδρομητικής βάσης της την περίοδο μεταξύ του μηνός Ιανουαρίου του 2017 έως και το μήνα Ιούλιο του 2018. Από τα στοιχεία που η εταιρεία υπέβαλε συνάγεται ότι, το μήνα Ιανουάριο του 2017, το [..%] της συνδρομητικής βάσης της ήταν εντός Μητρώου του Άρθρου 11. Έκτοτε, καταγράφεται μια σταθερά αυξητική τάση στην εντός του Μητρώου καταγεγραμμένη συνδρομητική βάση, με αποτέλεσμα 18 μήνες αργότερα, ήτοι το μήνα Ιούνιο 2018, να καταγράφεται σχεδόν διπλασιασμός του ποσοστού [..%] και το μήνα Ιούλιο του 2018 να έχει υπερδιπλασιαστεί το πλήθος των εγγεγραμμένων συνδρομητών στο Μητρώο του Άρ. 11 σε σχέση με το μήνα Ιανουάριο του 2017 ([.....])
- 35) *Διάγραμμα 4*). Τέλος, η συνδρομητική βάση της εταιρείας, εν γένει, παραμένει σταθερή σε όλο το διάστημα καθώς στο τέλος του μηνός Ιουλίου αντιστοιχεί στο ποσοστό του [..%] του μεγέθους της το μήνα Ιανουάριο του 2017 ([....])
- 36) *Διάγραμμα 5*). Σε συνέχεια των παραπάνω, καταγράφεται η εξέλιξη των εγγεγραμμένων συνδρομητών της εταιρείας ΟΤΕ στο Μητρώο του Άρθρου 11 από το μήνα Ιούνιο του 2013 έως και το μήνα Ιούλιο του 2018, ως ποσοστό της συνδρομητικής βάσης της εταιρείας ΟΤΕ και παράλληλα καταγράφεται και το ποσοστό της συνδρομητικής βάσης της εταιρείας ΟΤΕ στους, οποίους πρόσβαση επικοινωνίας είχε μόνο η εταιρεία ΟΤΕ μεταξύ των μηνών Αυγούστου του 2013 και Μαρτίου του 2017 (Διάγραμμα 6).

[.....]

Διάγραμμα 4: Ποσοστιαία Εξέλιξη εγγραφών συνδρομητών ΟΤΕ ΑΕ στο Μητρώο του αρ. 11 μεταξύ Ιανουαρίου 2017-Ιουλίου 2018.

[....]

Διάγραμμα 5: Αριθμητική Εξέλιξη εγγραφών συνδρομητών ΟΤΕ ΑΕ στο Μητρώο του αρ. 11 μεταξύ Ιανουαρίου 2017-Ιουλίου 2018.

[....]

Διάγραμμα 6: Εξέλιξη Συνδρομητικής Βάσης ΟΤΕ, εντός και εκτός Μητρώου του αρ. 11 και αντιπαραβολή με εξέλιξη συνδρομητικής βάσης ΟΤΕ στην οποία είχε δυνατότητα επικοινωνίας μόνο ο ΟΤΕ, πηγή ΟΤΕ

Συνδρομητές Καρτοκινητής- Σύνολο	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Ενεργοί Συνδρομητές Καρτοκινητής- Σύνολο	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Συνδρομητές Καρτοκινητής- Εντός Μητρώου	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Ανενεργοί Συνδρομητές στο Μητρώο	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Συνδρομητές Καρτοκινητής- Εκτός Μητρώου	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Συνδρομητές Κινητής- Σύνολο	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Συνδρομητές Κινητής- Εντός Μητρώου	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Συνδρομητές κινητής - Εκτός Μητρώου	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

40) Αναφορικά με τις ενέργειες στις οποίες προέβησαν οι εταιρείες ΟΤΕ/COSMOTE για να συμμορφωθούν με την υπ. αριθμ. 18/2016 Απόφαση της ΑΠΔΠΧ, σημειώνεται ότι καταρχάς τροποποιήθηκαν τα έντυπα ένταξης και απένταξης από το Μητρώο με βάση τις οδηγίες της ΑΠΔΠΧ και έτσι η ενημέρωση για το Μητρώο αποτελεί ξεχωριστή ενότητα στη Σύμβαση. Έπειτα, με σκοπό την επιβεβαίωση των δηλώσεων των συνδρομητών περί ένταξης στο Μητρώο, η εταιρεία COSMOTE προέβη σε σχετική ενημέρωση των πελατών της μέσω των λογαριασμών κινητής τηλεφωνίας, με αποστολή ενημερωτικού SMS στο κινητό τους COSMOTE καθώς και με σχετικό κείμενο στο εταιρικό site. Ακολούθησε επικαιροποίηση του Μητρώου, βάσει των νέων δηλώσεων επιβεβαίωσης των πελατών. Η επιβεβαίωση του Μητρώου έγινε στις 01/12/2016 για την εταιρεία COSMOTE, οπότε και ήταν διαθέσιμο για κάθε ενδιαφερόμενο. Η διαδικασία επιβεβαίωσης στο Μητρώο διήρκεσε από τις 22/09/2016 έως 25/11/2016. Στην εταιρεία COSMOTE, οι επιβεβαιώσεις έγιναν με εισερχόμενα SMS, εισερχόμενες κλήσεις στο 13888 και στο IVR της εταιρείας και με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο σε επιχειρηματικές συνδέσεις. Ειδικότερα, εστάλησαν ενημερωτικά μηνύματα σε [...] λογαριασμούς πελατών, μεταξύ της περιόδου 01/20/2016 και 27/10/2016. Με SMS ενημερώθηκαν [...] πελάτες και η δυνατότητα ήταν διαθέσιμη από 23/09/2016. Η ανακοίνωση στο website ήταν διαθέσιμη από τις 22/09/2016. Κάλεσαν τον αριθμό των [...] πελατών στο IVR, μεταξύ 22/9/2016 και 25/11/2016 και [...] πελάτες στο 13888, ενώ [...] επιχειρηματικοί πελάτες ενημερώθηκαν με email. Για την επικαιροποίηση του Μητρώου, ακολουθήθηκε η παρακάτω προσέγγιση. Παρέμειναν στο Μητρώο όσες συνδέσεις επιβεβαίωσαν μέχρι τις 14/09/2016 και οι συνδέσεις συμβολαίου που γράφτηκαν στο Μητρώο, μετά τις αλλαγές στην παραγγελιοληψία στις 14/09/2016 και οι συνδέσεις καρτοκινητής που γράφτηκαν μετά τις 27/09/2016 παρέμειναν στο Μητρώο.

41) Οι συνδρομητές ή οι υποψήφιοι συνδρομητές της εταιρείας COSMOTE είχαν τη δυνατότητα να εκφράσουν τη βούληση τους για μη ένταξη στο Μητρώο του Άρθρου 11, ως ακολούθως: Από την έναρξη ισχύος του νόμου έως, τουλάχιστον, την ημερομηνία υποβολής του υπομνήματος της εταιρείας και σε περίπτωση που

ο συνδρομητής είχε αρχικά δηλώσει την επιθυμία του για ένταξη στο Μητρώο του Άρθρου 11, μπορούσε στη συνέχεια να ανακαλέσει τη δήλωσή του, υποβάλλοντας την αίτηση διαγραφής από το Μητρώο. Από τις 21/10/2013, σε περιπτώσεις υπογραφής νέας ή ανανέωσης υφιστάμενης σύμβασης ή και ταυτοποίησης καρτοκινητής σύνδεσης, κατόπιν της σχετικής ενημέρωσης από τον εκπρόσωπο της εταιρείας. Από την κοινοποίηση της υπ' αριθμ. 18/2016 Απόφασης της ΑΠΔΠΧ, οι συνδρομητές που δεν επιθυμούσαν πλέον την εγγραφή τους στο Μητρώο, μπορούσαν είτε να υποβάλλουν σχετική αίτηση διαγραφής, είτε αν πρόκειται για υφιστάμενους συνδρομητές, να δηλώσουν την επιθυμία τους κατά την υπογραφή της σύμβασης, επιλέγοντας το αντίστοιχο πεδίο στη σχετική ενότητα της σύμβασης. Αναφορικά με την εταιρεία ΟΤΕ, η τελευταία αναφέρει ότι σε περίπτωση που ο συνδρομητής δεν επιθυμούσε την εγγραφή του, τότε συμπλήρωνε αίτηση απένταξης, βάσει της οποίας διεκπεραιωνόταν εντός μερικών ημερών το αίτημά του ώστε να μην εγγραφεί στο Μητρώο. Η συγκεκριμένη αίτηση απένταξης χρησιμοποιείτο από την εταιρεία για την εξυπηρέτηση της συγκεκριμένης ανάγκης, ελλείπει τεχνικής δυνατότητας, πέραν των περιπτώσεων απένταξης από το Μητρώο, και στις περιπτώσεις που ο συνδρομητής δεν επιθυμούσε να ενταχθεί σε αυτό, κατά την υπογραφή της νέας σύμβασης ή κατά τη διαδικασία ανανέωσης. Κατά το διάστημα του μηνός Σεπτεμβρίου του 2014 έως και το μήνα Μάιο του 2015, διεγράφησαν [...] πελάτες, με την παραπάνω διαδικασία (Πίνακας 6).

Πίνακας 6: Διαγραφές Συνδρομητών από το Μητρώο του αρ.11 μεταξύ Σεπτεμβρίου 2014-Μαΐος 2015, πηγή ΟΤΕ

Μήνας - Έτος	Κατάργηση Σύνδεσης	Αίτηση ανανέωσης/Μετατροπής Πακέτου	Αίτηση Διαγραφής από το Μητρώο	Μεταβίβαση Σύνδεσης	Σύνολο
2014-9	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2014-10	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2014-11	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2014-12	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2015-1	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2015-2	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2015-3	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2015-4	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2015-5	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Σύνολο	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

- 42) Αναφορικά με την ερμηνεία της μείωσης των συνδρομητών της εταιρείας COSMOTE στο Μητρώο του Άρ. 11, από τον αριθμό των [...] εκατομμυρίων το μήνα Νοέμβριο του 2016 σε [...] χιλιάδες κατά το μήνα Δεκέμβριο 2016, η εταιρεία σημειώνει ότι αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι σημαντικό ποσοστό των συνδρομητών δεν έλαβε γνώση της σχετικής ενημερωτικής ενέργειας μέσω λογαριασμού/SMS/site κ.λπ., επομένως δεν ανταποκρίθηκε και δεν προέβη σε νέα δήλωση προς την εταιρεία COSMOTE για να παραμείνει στο Μητρώο του Άρθρου 11, σύμφωνα με τους τρόπους και τις διαδικασίες που ορίζονταν στη

σχετική ενημέρωση, καθώς με βάση την Απόφαση 18/2016 της ΑΠΔΠΧ, σε περίπτωση που οι συνδρομητές δεν προέβαιναν σε θετική ενέργεια (δήλωση) προς την εταιρεία, θα διαγράφονταν αυτόματα από το Μητρώο. Αντίστοιχη αιτιολόγηση, εξαιρουμένων των SMS, καθώς δεν αξιοποιήθηκε το συγκεκριμένο εργαλείο ενημέρωσης, προσφέρει και η εταιρεία ΟΤΕ ΑΕ.

- 43) Οι εταιρείες ΟΤΕ/COSMOTE υπέδειξαν την εταιρεία «COSMOTE e-value» ως συνεργαζόμενη εταιρεία στον όμιλο ΟΤΕ, η οποία προβαίνει σε πωλήσεις τηλεφωνικών προϊόντων/υπηρεσιών για λογαριασμό της. Συγκεκριμένα, ανέφεραν ότι το έργο των τηλεφωνικών πωλήσεων ανατίθεται στην εν λόγω εταιρεία, τόσο για προσέλκυση νέων πελατών, όσο και για ανάπτυξη/διατήρηση των υφιστάμενων πελατών. Επιπλέον, στο ζήτημα της σημαντικότητας των τηλεφωνικών πωλήσεων για την προσέλκυση νέων πελατών, σε σχέση με άλλα κανάλια πωλήσεων, η εταιρεία αναφέρει ότι οι τηλεφωνικές πωλήσεις συνιστούν άλλο ένα κανάλι πώλησης για την προσέλκυση νέων πελατών για τις εταιρείες ΟΤΕ/COSMOTE, το οποίο συνεισφέρει στο ποσοστό του [..%] των νέων συνδέσεων κινητής σε πελάτες συμβολαίου καθώς και στο ποσοστό του [..%] των νέων συνδέσεων σταθερής τηλεφωνίας. Αντίθετα, στις νέες συνδέσεις καρτοκινητής, η συνεισφορά του είναι αμελητέα. Για την τεκμηρίωση του τελευταίου ισχυρισμού, οι εταιρείες παραθέτουν ποσοτικά στοιχεία χωριστά από τις τηλεφωνικές πωλήσεις και από τα λοιπά κανάλια πωλήσεων για την περίοδο των ετών 2013-2016. Τα στοιχεία αφορούν νέους πελάτες και ανανεώσεις συμβολαίων (Πίνακας 7) για την εταιρεία COSMOTE. Για την εταιρεία ΟΤΕ, προσφέρονται αντίστοιχα στοιχεία για την προσέλκυση νέων πελατών, ήτοι νέες συνδέσεις, καθώς και για τις ανανεώσεις/επαναδεσμεύσεις συμβολαίου που συμπεριλαμβάνουν και τις μετατροπές προγραμμάτων (Πίνακας 8).

Πίνακας 7: Συνεισφορά Τηλεφωνικών Πωλήσεων στις Πωλήσεις/ανανεώσεις της COSMOTE

Συνδρομητές Συμβολαίου				
Ενεργοποιήσεις Ανά έτος	2013	2014	2015	2016
Σύνολο έτους	[...]	[...]	[...]	[...]
Τηλεφωνικές Πωλήσεις	[...]	[...]	[...]	[...]
Λοιπά κανάλια πώλησης	[...]	[...]	[...]	[...]
Ποσοστό Τηλεφωνικών Πωλήσεων στο Σύνολο	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]

Συνδρομητές Καρτοκινητής				
Ενεργοποιήσεις Ανά έτος	2013	2014	2015	2016
Σύνολο έτους	[...]	[...]	[...]	[...]
Τηλεφωνικές Πωλήσεις	[...]	[...]	[...]	[...]
Λοιπά κανάλια πώλησης	[...]	[...]	[...]	[...]
Ποσοστό Τηλεφωνικών Πωλήσεων στο Σύνολο	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]

Ανανεώσεις Συμβολαίου

Ενεργοποιήσεις Ανά έτος	2013	2014	2015	2016
Σύνολο έτους	[...]	[...]	[...]	[...]
Τηλεφωνικές Πωλήσεις	[...]	[...]	[...]	[...]
Λοιπά κανάλια πώλησης	[...]	[...]	[...]	[...]
Ποσοστό Τηλεφωνικών Πωλήσεων στο Σύνολο	[..%]	[..%]	[..%]	[%]

Πίνακας 8: Συνεισφορά Τηλεφωνικών Πωλήσεων στις Πωλήσεις/ανανεώσεις της ΟΤΕ ΑΕ

Συνδρομητές Σταθερής				
Ενεργοποιήσεις Ανά έτος	2013	2014	2015	2016
Σύνολο έτους	[...]	[...]	[...]	[...]
Τηλεφωνικές Πωλήσεις	[...]	[...]	[...]	[...]
Λοιπά κανάλια πώλησης	[...]	[...]	[...]	[...]
Ποσοστό Τηλεφωνικών Πωλήσεων στο Σύνολο	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]

Συνδρομητές Σταθερής				
Ανανεώσεις Ανά έτος	2013	2014	2015	2016
Σύνολο έτους	[...]	[...]	[...]	[...]
Τηλεφωνικές Πωλήσεις	[...]	[...]	[...]	[...]
Λοιπά κανάλια πώλησης	[...]	[...]	[...]	[...]
Ποσοστό Τηλεφωνικών Πωλήσεων στο Σύνολο	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]

Δ) ΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ- ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ-

-Νομική Βάση– Δίκαιο Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών -Εφαρμοστές διατάξεις

Η εφαρμοστέα νομική βάση σε κάθε καταγγελία, επιλέγεται με κριτήριο τη χρονική περίοδο της υποβολής της καταγγελίας, ασχέτως του πότε τελικώς εξετάστηκε η καταγγελία, πότε πραγματοποιήθηκε η ακρόαση, πότε αξιολογήθηκε η παράβαση ή/και σε ποιά χρονική περίοδο εκδίδεται η εκάστοτε απόφαση. Κατά τη χρονική περίοδο της υποβολής της εν λόγω καταγγελίας, το κατά τη χρονική εκείνη περίοδο ισχύον νομοθετικό πλαίσιο και δη ο ισχύων νόμος στην αγορά των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, ήταν ο Ν. 4070/2012, ο οποίος έχει πλέον αντικατασταθεί από το Ν. 4727/2020. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τις επιμέρους διατάξεις του:

1. Ν. 4070/2012⁷ (ΦΕΚ 82^Α/2012- Ρυθμίσεις Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, Μεταφορών, Δημοσίων Έργων και άλλες διατάξεις)

⁷ Ο Νόμος Ν.4070/2012 έχει πλέον αντικατασταθεί από το Ν. 4727/2020 (ΦΕΚ 184^Α/2020) - Ψηφιακή Διακυβέρνηση (Ενσωμάτωση στην Ελληνική Νομοθεσία της Οδηγίας (ΕΕ) 2016/2102 και της Οδηγίας

ΑΡΘΡΟ 12- Αρμοδιότητες της Ε.Ε.Τ.Τ

«Η ΕΕΤΤ έχει τις ακόλουθες αρμοδιότητες ως προς τα ζητήματα που αφορούν τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες :Εδ. στ') «...Μεριμνά για την τήρηση της νομοθεσίας περί ηλεκτρονικών επικοινωνιών και ταχυδρομικών υπηρεσιών και εφαρμόζει τις διατάξεις του ν. 3959/2011 (Α'93), σε σχέση με την άσκηση των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων ηλεκτρονικών επικοινωνιών, καθώς και τις διατάξεις των άρθρων 101 και 102 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ενοποιημένη Απόδοση), καθώς και τον Κανονισμό 1/2003/ΕΚ (L 001). Η Ε.Ε.Τ.Τ. δύναται να ζητά τη συνδρομή της Επιτροπής Ανταγωνισμού σε όσες περιπτώσεις κρίνει αναγκαίο. ...Εδ. η') Διενεργεί ακροάσεις για τη διαπίστωση παραβάσεων διατάξεων του παρόντος νόμου, καθώς και για κάθε άλλη περίπτωση για την οποία ρητά δίδεται σχετική αρμοδιότητα με τον παρόντα νόμο.

Εδ. λδ') Απευθύνει οδηγίες και συστάσεις, επιβάλλει κατ' αποκλειστικότητα πρόστιμα και λοιπές διοικητικές κυρώσεις σε εταιρείες που δραστηριοποιούνται στους τομείς ηλεκτρονικών επικοινωνιών σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία, συμπεριλαμβανομένων των ποινών και κυρώσεων, που προβλέπονται στο ν. 3959/2011 (Α'93) και παραπέμπει τους παραβάτες στις αρμόδιες δικαστικές αρχές»

..Άρθρο 14 Διεξαγωγή ερευνών – Συλλογή στοιχείων

*«..Κατά την άσκηση των αρμοδιοτήτων της Ε.Ε.Τ.Τ. προς επιβολή κυρώσεων, το προσωπικό της ενεργεί κατ' εντολή του Προέδρου της και διαθέτει για τη συλλογή στοιχείων και τη διεξαγωγή ερευνών, τα δικαιώματα που προβλέπονται στα άρθρα 38 και 39 του ν. 3959/2011 (Α' 93). Τα πρόσωπα αυτά έχουν το δικαίωμα, προς διαπίστωση των παραβάσεων του παρόντος νόμου, να ελέγχουν τα προβλεπόμενα από τις εκάστοτε ισχύουσες διατάξεις φορολογικά βιβλία και στοιχεία των επιχειρήσεων και οργανισμών, αποκλεισμένης της κατάσχεσης ή παραλαβής τους, καθώς και πάσης φύσεως λοιπά βιβλία, στοιχεία και έγγραφα αυτών, να ενεργούν έρευνες στο γραφείο και τις λοιπές εγκαταστάσεις τους, να λαμβάνουν ένορκες ή ανωμοτί, κατά την κρίση τους, καταθέσεις, με την επιφύλαξη όσων ορίζονται στο άρθρο 212 του Κώδικα Ποινικής Δικονομίας. **Οι σχετικές διατάξεις, απαγορεύσεις, ποινές και κυρώσεις των άρθρων 39 και 44 του ν. 3959/2011 (Α' 93) εφαρμόζονται και σε περίπτωση άρνησης παροχής στοιχείων, παρεμπόδισης ή δυσχέρασης του έργου της Ε.Ε.Τ.Τ., με την επιφύλαξη της εφαρμογής των κυρώσεων που προβλέπονται από τον παρόντα νόμο. Κατά την άσκηση των ως άνω αρμοδιοτήτων τους, το προσωπικό της Ε.Ε.Τ.Τ. έχει υποχρέωση εχεμύθειας σύμφωνα με το άρθρο 41 του ν. 3959/2011 (Α'93)»***

- ΚΕΦΑΛΑΙΟ Η' Ν.4070/2012- Δικαιώματα των τελικών χρηστών και υποχρεώσεις των επιχειρήσεων που παρέχουν δημόσιες υπηρεσίες Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών

Περαιτέρω, στο εν λόγω κεφάλαιο του νόμου, προβλέπεται πως:

Άρθρο 65 Περιεχόμενο των συμβάσεων που συνάπτουν οι τελικοί χρήστες

«..1. Όταν οι καταναλωτές και άλλοι τελικοί χρήστες είναι συνδρομητές υπηρεσιών παροχής σύνδεσης σε δημόσιο δίκτυο επικοινωνιών ή / και διαθέσιμων στο κοινό υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, εφόσον το ζητήσουν, δικαιούνται να συνάπτουν σύμβαση με επιχείρηση ή επιχειρήσεις που παρέχουν τη σύνδεση ή/και τις υπηρεσίες αυτές. Με την επιφύλαξη του ν. 2251/1994 (Α' 191), η σύμβαση που συνάπτεται μεταξύ συνδρομητή ή

(ΕΕ) 2019/1024) Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες (Ενσωμάτωση στο Ελληνικό Δίκαιο της Οδηγίας (ΕΕ) 2018/1972) και άλλες διατάξεις.

τελικού χρήστη και επιχείρησης παροχής σύνδεσης ή / και πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο ή μεταξύ καταναλωτή ή τελικού χρήστη και άλλων παρόχων υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών περιλαμβάνει, με σαφή, συνολική και ευκόλως προσβάσιμη μορφή, τουλάχιστον τα εξής:

α) Τα στοιχεία και τη διεύθυνση της επιχείρησης. β) Τις παρεχόμενες υπηρεσίες, όπου περιλαμβάνονται ειδικότερα: - το αν παρέχεται πρόσβαση σε υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης και σε πληροφορίες για τον εντοπισμό του καλούντος, καθώς και τυχόν περιορισμούς αναφορικά με την παροχή υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης σύμφωνα με το άρθρο 70 του παρόντος, - πληροφορίες σχετικά με τυχόν άλλους όρους - τυχόν περιορισμοί που επιβάλλονται από τον πάροχο όσον αφορά στη χρήση του παρεχόμενου τερματικού εξοπλισμού. γ) Τις επιλογές του συνδρομητή σχετικά με το εάν τα προσωπικά του δεδομένα θα περιληφθούν σε κατάλογο συνδρομητών και το είδος αυτών των δεδομένων.....

2. Οι συνδρομητές, έχουν το δικαίωμα να καταγγέλλουν τις συμβάσεις του χωρίς κυρώσεις, όταν τους κοινοποιούνται τροποποιήσεις των συμβατικών όρων που προτείνουν οι επιχειρήσεις παροχής δικτύων ή/και υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Οι επιχειρήσεις υποχρεούνται να ενημερώνουν τουλάχιστον μέσω του λογαριασμού τους συνδρομητές σχετικά με τις τροποποιήσεις και το δικαίωμα καταγγελίας της σύμβασης, τουλάχιστον ένα μήνα πριν από την έναρξη ισχύος τους, με την επιφύλαξη των περιπτώσεων μείωσης τιμολογίων....3. Η Ε.Ε.Τ.Τ. δύναται με απόφασή της να επιβάλλει στις επιχειρήσεις την υποχρέωση οι συμβάσεις που συνάπτουν με τους συνδρομητές τους να περιλαμβάνουν κάθε είδους πληροφορία παρεχόμενη από τις σχετικές δημόσιες αρχές που αφορά στη χρήση των δικτύων και των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών με σκοπό τη συμμετοχή σε παράνομες δραστηριότητες ή τη διανομή υλικού επιβλαβούς περιεχομένου, καθώς και τα μέσα προστασίας έναντι των κινδύνων για την προσωπική ασφάλεια, την ιδιωτική ζωή και τα προσωπικά δεδομένα που αναφέρονται στο άρθρο 66 παράγραφος 4 και αφορούν την παρεχόμενη υπηρεσία. 4.».

Άρθρο 66- Διαφάνεια και δημοσίευση πληροφοριών

«1. Η Ε.Ε.Τ.Τ. με απόφασή της, μετά από δημόσια διαβούλευση, σύμφωνα με το άρθρο 17 του παρόντος, απαιτεί από τις επιχειρήσεις δημόσιας παροχής δικτύου ή/και δημόσια διαθέσιμων υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών να δημοσιεύουν διαφανείς, συγκρίσιμες, κατάλληλες και επικαιροποιημένες πληροφορίες σχετικά με τις ισχύουσες τιμές και τα τιμολόγια, τυχόν τέλη λόγω τερματισμού μιας σύμβασης, πληροφορίες σχετικά με τους τυποποιημένους όρους και προϋποθέσεις όσον αφορά στην πρόσβαση στις υπηρεσίες που παρέχονται στους τελικούς χρήστες και καταναλωτές, καθώς και τη χρήση των υπηρεσιών αυτών σύμφωνα με το Παράρτημα IV του παρόντος. Οι εν λόγω πληροφορίες δημοσιεύονται με σαφή, κατανοητή και εύκολα προσβάσιμη μορφή. Η Ε.Ε.Τ.Τ. με την ανωτέρω απόφασή της δύναται να προσδιορίζει επιπρόσθετες απαιτήσεις σε σχέση με τον τρόπο δημοσίευσης των πληροφοριών αυτών.

2. Η Ε.Ε.Τ.Τ.,..... 3. Η Ε.Ε.Τ.Τ. με απόφασή της, μετά από δημόσια διαβούλευση, σύμφωνα με το άρθρο 17 του παρόντος, δύναται να απαιτεί από τις επιχειρήσεις παροχής δημόσιου δικτύου ηλεκτρονικών επικοινωνιών ή/και δημόσια διαθέσιμων υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών μεταξύ άλλων: α) να παρέχουν στους συνδρομητές πληροφορίες για τα ισχύοντα τιμολόγια....., ε) να ενημερώνουν τους συνδρομητές σχετικά με το δικαίωμά τους να αποφασίζουν εάν επιθυμούν ή όχι να περιληφθούν τα στοιχεία προσωπικού χαρακτήρα

που τους αφορούν σε δημόσιο κατάλογο συνδρομητών, καθώς και τη μορφή των στοιχείων αυτών σύμφωνα με τη νομοθεσία περί προστασίας προσωπικών δεδομένων και στ) ...

4. Η Ε.Ε.Τ.Τ. με απόφασή της δύναται να απαιτήσει από τις επιχειρήσεις που αναφέρονται στην παράγραφο 3 του παρόντος άρθρου να διανέμουν πληροφορίες δημοσίου ενδιαφέροντος σε υφιστάμενους και νέους συνδρομητές, όπου αυτό κρίνεται σκόπιμο, με τα ίδια μέσα που χρησιμοποιούν συνήθως οι επιχειρήσεις για την επικοινωνία τους με συνδρομητές. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, αυτές οι πληροφορίες παρέχονται από τις αρμόδιες δημόσιες αρχές σε τυποποιημένη μορφή και καλύπτουν μεταξύ άλλων τα ακόλουθα θέματα: α) τις πιο κοινές χρήσεις των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών με σκοπό τη συμμετοχή σε παράνομες ενέργειες ή τη διανομή υλικού επιβλαβούς περιεχομένου, ιδίως σε τομείς που θα μπορούσαν να καταστρατηγήσουν τις αρχές του σεβασμού των δικαιωμάτων και των ελευθεριών, περιλαμβανομένων και των παραβιάσεων δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και συγγενικών δικαιωμάτων και των νομικών τους επιπτώσεων και β) τα μέσα προστασίας του συνδρομητή κατά κινδύνων που απειλούν την προσωπική ασφάλεια, την ιδιωτική ζωή και τα προσωπικά δεδομένα κατά τη χρήση των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών..».

Άρθρο 77 Διοικητικές κυρώσεις

«Πέραν των διοικητικών κυρώσεων που προβλέπονται στο άρθρο 16 του Π.Δ. 44/2002 (Α' 44): 1. Εάν η Ε.Ε.Τ.Τ. διαπιστώσει ότι πάροχος ηλεκτρονικών επικοινωνιών δεν τηρεί έναν ή περισσότερους όρους της Γενικής Άδειας, των δικαιωμάτων χρήσης ραδιοσυχνοτήτων ή / και αριθμών, των ειδικών υποχρεώσεων, που προβλέπονται στα άρθρα 44, 47 παράγραφοι 1, 2, 4, 5 και 49 του παρόντος, των υποχρεώσεών του ως καθορισμένη επιχείρηση, της νομοθεσίας περί ηλεκτρονικών επικοινωνιών, του Κανονισμού Διεθνούς Περιορισμού της Ευρωπαϊκής Επιτροπής ή δεν παρέχει τις πληροφορίες που αναφέρονται στην παράγραφο 1 του άρθρου 38 του παρόντος, κοινοποιεί σε αυτόν την εν λόγω διαπίστωση και του παρέχει τη δυνατότητα να εκθέσει τις απόψεις του στο πλαίσιο σχετικής ακρόασης ή/και να αποκαταστήσει τη νομιμότητα εντός εύλογου χρονικού διαστήματος.

2. Η Ε.Ε.Τ.Τ. με ειδικά αιτιολογημένη απόφασή της και ύστερα από προηγούμενη ακρόαση των ενδιαφερομένων, δύναται να απαιτήσει την παύση της παράβασης στην οποία αναφέρεται η παράγραφος 1, είτε αμέσως είτε εντός εύλογου χρονικού διαστήματος, και να λαμβάνει κατάλληλα και αναλογικά μέτρα που αποβλέπουν στην εξασφάλιση της συμμόρφωσης και να επιβάλλει μία ή περισσότερες από τις παρακάτω κυρώσεις: α) Σύσταση. β) Πρόστιμο έως 3.000.000 ευρώ το οποίο εισπράττεται σύμφωνα με τον Κώδικα Εισπράξεων Δημοσίων Εσόδων (Κ.Ε.Δ.Ε.) και το οποίο μπορεί να περιλαμβάνει περιοδικές ποινές με αναδρομικό αποτέλεσμα.».

2. Η Απόφαση της ΕΕΤΤ με ΑΡ. ΑΠ. 676/41/2013 «Κανονισμός Γενικών Αδειών» (ΦΕΚ 298/Β/14-02-2013)

Ο Κανονισμός Γενικών Αδειών ρυθμίζει τη διαδικασία, τις προϋποθέσεις και τις υποχρεώσεις των παρόχων, για την παροχή δικτύων ή/και υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, υπό καθεστώς Γενικών Αδειών. Μεταξύ άλλων, περιλαμβάνει διατάξεις για την επιβολή των τελών, την παροχή δικτύων, την παροχή υπηρεσιών, την αριθμοδότηση, την συντήρηση και την ακεραιότητα των δικτύων, την ποιότητα των υπηρεσιών, την ορθή ενημέρωση των χρηστών, την προσήκουσα χρήση των ραδιοσυχνοτήτων, την παροχή πληροφοριών στην ΕΕΤΤ κ.ά. Ομοίως, ο Κανονισμός προβλέπει και απαιτεί και την τήρηση της λοιπής κείμενης εθνικής και ευρωπαϊκής νομοθεσίας από τους αδειοδοτημένους παρόχους, συμπεριλαμβανομένων των εν ισχύ

Προεδρικών Διαταγμάτων, Υπουργικών αποφάσεων ή αποφάσεων της ΕΕΤΤ, της Αρχής Διασφάλισης του Απορρήτου των Επικοινωνιών (ΑΔΑΕ), της Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα (ΑΠΔΠΧ), ή της Επιτροπής Εποπτείας και Ελέγχου Παιγνίων (ΕΕΕΠ). Ο εν λόγω Κανονισμός έχει πολλακίς τροποποιηθεί από την ΕΕΤΤ, εντούτοις, κατά την εξεταζόμενη χρονική περίοδο, ίσχυαν τα κάτωθι. Συγκεκριμένα:

-Άρθρα 1.2.2 α), 2.1.2 α), 2.1.15 του Παραρτήματος Β' του Κανονισμού Γενικών Αδειών της ΕΕΤΤ (ΑΠ. ΕΕΤΤ 676/41/2013)

Σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις της κανονιστικής απόφασης της ΕΕΤΤ, και ιδίως το Παράρτημα Β' αυτής, προβλέπονται τα εξής:

«1.2.2. Άλλες Υποχρεώσεις των Προσώπων:

α) Κάθε πρόσωπο που παρέχει δίκτυα ή/και υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών οφείλει να συμμορφώνεται με τις εκάστοτε προβλεπόμενες υποχρεώσεις και να ασκεί οποιαδήποτε δικαιώματα προβλέπονται, ανάλογα με τη φύση των δικτύων ή/και υπηρεσιών ηλεκτρονικών υπηρεσιών που παρέχει, κατά τα οριζόμενα στον ν. 4070/2012, ως εκάστοτε ισχύει, καθώς και στην λοιπή κείμενη εθνική και ευρωπαϊκή νομοθεσία συμπεριλαμβανομένων των εν ισχύ Προεδρικών Διαταγμάτων, Υπουργικών αποφάσεων ή αποφάσεων της ΕΕΤΤ, της Αρχής Διασφάλισης του Απορρήτου των Επικοινωνιών (ΑΔΑΕ), της Αρχής Προστασίας Δεδομένων προσωπικού Χαρακτήρα (ΑΠΔΠΧ), ή της Επιτροπής Εποπτείας και ελέγχου Παιγνίων (ΕΕΕΠ) καθώς και τους εν ισχύ Κανονισμούς του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου. β) Ιδίως οι πάροχοι δικτύων ή/και υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών έχουν τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις που ορίζει ο ν. 4070/2012 και η λοιπή κείμενη νομοθεσία συμπεριλαμβανομένων των εν ισχύ Προεδρικών Διαταγμάτων, Υπουργικών αποφάσεων, αποφάσεων της ΕΕΤΤ, ΑΔΑΕ, ΕΕΕΠ ή της ΑΠΔΠΧ για τις δραστηριότητες ηλεκτρονικών επικοινωνιών σε ότι αφορά, μεταξύ άλλων: i. την διασύνδεση, την πρόσβαση σε δίκτυα και την πρόσβαση στον τοπικό ο, ii. τον τερματικό εξοπλισμό, iii. τις σχέσεις με τους πελάτες του και ιδιαίτερα την προστασία των καταναλωτών.....».

2.1.2. Προστασία Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα - Απόρρητο επικοινωνιών:

«..α) Κατά την άσκηση των δραστηριοτήτων ηλεκτρονικών επικοινωνιών, κάθε πρόσωπο οφείλει να συμμορφώνεται με τις εκάστοτε ισχύουσες διατάξεις για την προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, τον εμπιστευτικό χαρακτήρα των επικοινωνιών και την προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Κάθε συμφωνία περιορισμού ή απαλλαγής του προσώπου από την ευθύνη του με βάση τις παραπάνω διατάξεις είναι άκυρη. β) Σε περίπτωση που αρμόδια διοικητική ή δικαστική αρχή διαπιστώσει με απόφαση ή άλλη πράξη της, παραβίαση της ισχύουσας νομοθεσίας περί προστασίας των προσωπικών δεδομένων, της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και την προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, το υπαίτιο πρόσωπο οφείλει να ενημερώσει αμέσως την ΕΕΤΤ, την Αρχή Διασφάλισης του Απορρήτου των Επικοινωνιών και την Αρχή Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων και να υποβάλλει στις ανωτέρω Αρχές αντίγραφο της απόφασης αυτής μαζί με τα τυχόν συνοδευτικά σχόλιά του. γ) Η άρση απόκρυψης για τον εντοπισμό κακόβουλων κλήσεων, η εγγραφή/διαγραφή από τηλεφωνικούς καταλόγους συνδρομητών, η εγγραφή/διαγραφή στο Μητρώο του άρθρου 11 του ν. 3471/2006 κ.α. ως ισχύει πραγματοποιούνται χωρίς χρέωση των συνδρομητών.

2.1.15. Συμβάσεις:

α) Κάθε πρόσωπο που παρέχει δημόσια δίκτυα ή/και υπηρεσίες ηλεκτρονικών υπηρεσιών στο κοινό υποχρεούται να διαθέτει συμβατικό κείμενο, το οποίο ρυθμίζει τις σχέσεις του με τους συνδρομητές/χρήστες. Οι όροι που περιλαμβάνονται στο συμβατικό κείμενο πρέπει να παρατίθενται με απόλυτη σαφήνεια, ευκρίνεια και απλότητα, έτσι ώστε ο χρήστης να είναι σε θέση να έχει πλήρη γνώση όλων των όρων της σύμβασης. β) Οι συμβάσεις παροχής υπηρεσιών προς τους χρήστες έχουν μορφή σύμβασης προσχώρησης, διέπονται δε και συνάδουν προς τις αντίστοιχες διατάξεις της κείμενης νομοθεσίας και της νομοθεσίας περί προστασίας του καταναλωτή. γ) **ι. Ο πάροχος μεριμνά ώστε οι καταναλωτές να έχουν λάβει γνώση των όρων της σύμβασης, πριν υπογράψουν την αίτηση παροχής υπηρεσιών.** Στον συνδρομητή παραδίδεται αντίγραφο της υπογεγραμμένης σύμβασης με συμπληρωμένη την ημερομηνία υπογραφής της. Ομοίως, στην περίπτωση σύναψης συμβάσεως από απόσταση ή εκτός εμπορικού καταστήματος μεριμνά, ώστε οι καταναλωτές να έχουν λάβει γνώση των όρων της σύμβασης σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία προστασίας του καταναλωτή. **ii. iv. Για τη σύναψη συμβάσεως συμπεριλαμβανομένης της σύμβασης εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος ισχύει ο ν. 2251/1994, όπως εκάστοτε ισχύει.** v.. στ) Με την επιφύλαξη του ν. 2251/1994, όπως ισχύει, η σύμβαση, που συνάπτεται μεταξύ συνδρομητή ή τελικού χρήστη και προσώπου παροχής σύνδεσης ή/και πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο ή μεταξύ καταναλωτή ή τελικού χρήστη και άλλων φορέων παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, περιλαμβάνει τουλάχιστον τα εξής: **i. τα πλήρη εταιρικά στοιχεία και τη διεύθυνση του φορέα παροχής, ii. τις παρεχόμενες υπηρεσίες, το επίπεδο ποιότητας αυτών, καθώς και το χρονικό διάστημα της αρχικής σύνδεσης....., iv. τις λεπτομέρειες σχετικά με τις τιμές και τα τιμολόγια, καθώς επίσης και τα μέσα με τα οποία δύναται να αποκτώνται ενημερωμένες πληροφορίες σχετικά με το σύνολο των τιμολογίων και των τελών συντήρησης που ισχύουν, τις επιλογές του συνδρομητή σχετικά με το εάν τα προσωπικά του δεδομένα θα περιληφθούν σε κατάλογο συνδρομητών και το είδος αυτών των δεδομένων, ... Η αρχική διάρκεια της σύμβασης δεν μπορεί να υπερβαίνει τους 24 μήνες, με την επιφύλαξη περιπτώσεων διαπραγμάτευσης μεταξύ παρόχου και συνδρομητή ή ανάθεσης έργων μέσω διαγωνισμών. Σε κάθε περίπτωση, οι πάροχοι υποχρεούνται να προσφέρουν στους χρήστες τη δυνατότητα να συνάπτουν συμβάσεις με μέγιστη διάρκεια 12 μήνες..... 8. Η δυνατότητα επιλογής για μη εμφάνιση του τηλεφωνικού αριθμού του συνδρομητή σε τηλεφωνικούς καταλόγους.9. Η δυνατότητα επιλογής για μη συμμετοχή του τηλεφωνικού αριθμού του συνδρομητή σε προωθητικές ενέργειες (εγγραφή στο Μητρώο του άρθρου 11 του ν. 3471/2006, ως εκάστοτε ισχύει)....».**

3. Νομικό πλαίσιο για την Προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα

-Ο Ν. 2472/1997⁸ (ΦΕΚ Α50/1997) -Προστασία του ατόμου από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα

Το άρθρο 2 του Ν. 2472/1997 ορίζει ότι: «*δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα*» είναι «κάθε πληροφορία που αναφέρεται στο υποκείμενο των δεδομένων». «Υποκείμενο των

⁸ Ο εν λόγω Νόμος έχει καταργηθεί από την 29/08/2019 με το Άρθρο 84 του Ν. 4624/2019, με την επιφύλαξη των διατάξεων που διατηρούνται σε ισχύ.

δεδομένων» είναι «το φυσικό πρόσωπο στο οποίο αναφέρονται τα δεδομένα, και του οποίου η ταυτότητα είναι γνωστή ή μπορεί να εξακριβωθεί, δηλαδή μπορεί να προσδιορισθεί αμέσως ή εμμέσως, ιδίως βάσει αριθμού ταυτότητας ή βάσει ενός ή περισσότερων συγκεκριμένων στοιχείων που χαρακτηρίζουν την υπόστασή του από άποψη φυσική, βιολογική, ψυχική, οικονομική, πολιτιστική, πολιτική ή κοινωνική».

Στο πλαίσιο αυτό, ο αριθμός τηλεφώνου ενός φυσικού προσώπου αποτελεί προσωπικό δεδομένο, αφού μπορεί να λειτουργήσει ως στοιχείο έμμεσης αναγνώρισης του κατόχου του, επιτρέποντας την επικοινωνία με αυτόν. Περαιτέρω, σύμφωνα με το άρθρο 2 στοιχ. ζ) Ν. 2472/1997, ως «υπεύθυνος επεξεργασίας» ορίζεται κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που καθορίζει τον σκοπό και τον τρόπο επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Αντίστοιχοι ορισμοί τόσο για τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα όσο και για τον υπεύθυνο επεξεργασίας προβλέπονται και στο άρθρο 4 παρ. 1 και παρ. 7 του ισχύοντος Κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 (Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων - ΓΚΠΔ), ο οποίος έχει ήδη τεθεί σε εφαρμογή από τις 25/05/2018.

-Ο Ν. 3471/2006 (ΦΕΚ 133 Α/2006) - Προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και τροποποίηση του Ν. 2472/1997 – Η ΑΠΔΠΧ

Η Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα (χάριν συντομίας ΑΔΠΔΠΧ) είναι συνταγματικά κατοχυρωμένη ανεξάρτητη δημόσια Αρχή (άρθρο 9^Α του Συντάγματος) που ιδρύθηκε με τον Νόμο Ν. 2472/1997, ο οποίος είχε ενσωματώσει στο ελληνικό δίκαιο την ευρωπαϊκή Οδηγία 95/46/ΕΚ για την προστασία των φυσικών προσώπων, έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών. Πλέον, από 29/08/2019, ισχύει ο Νόμος Ν. 4624/2019 («Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα, μέτρα εφαρμογής του Κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27^{ης} Απριλίου 2016 για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και ενσωμάτωση στην εθνική νομοθεσία της Οδηγίας (ΕΕ) 2016/680 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27^{ης} Απριλίου 2016 και άλλες διατάξεις»).

Όσον όμως ειδικότερα αφορά στην προστασία των προσωπικών δεδομένων στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, η Αρχή εφαρμόζει τον Νόμο Ν. 3471/2006, ο οποίος αντίστοιχα ενσωματώνει στο εθνικό δίκαιο την ευρωπαϊκή Οδηγία 2002/58/ΕΚ.

Ειδικότερα, στον τομέα των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, σύμφωνα με το **Άρθρο 11 του Ν. 3471/2006** για την προστασία προσωπικών δεδομένων στον εν λόγω τομέα, η πραγματοποίηση μη ζητηθεισών επικοινωνιών με οποιοδήποτε μέσο ηλεκτρονικής επικοινωνίας, χωρίς ανθρώπινη παρέμβαση, **για σκοπούς απευθείας εμπορικής προώθησης προϊόντων ή υπηρεσιών και για κάθε είδους διαφημιστικούς σκοπούς, επιτρέπεται μόνο εφόσον ο συνδρομητής συγκατατεθεί εκ των προτέρων ρητώς.** Όταν τα στοιχεία επαφής ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που αποκτήθηκαν νομίμως, στο πλαίσιο της πώλησης προϊόντων ή υπηρεσιών ή άλλης συναλλαγής, μπορούν να χρησιμοποιούνται για την απευθείας προώθηση παρόμοιων προϊόντων ή υπηρεσιών του προμηθευτή ή για την εξυπηρέτηση παρόμοιων σκοπών, ακόμη και όταν ο αποδέκτης του μηνύματος δεν έχει δώσει εκ των προτέρων τη συγκατάθεση του, **υπό την προϋπόθεση ότι του παρέχεται κατά τρόπο σαφή και ευδιάκριτο η δυνατότητα να αντισταθεί με εύκολο τρόπο και δωρεάν στη συλλογή και χρησιμοποίηση των ηλεκτρονικών του**

στοιχείων και αυτό κατά τη συλλογή των στοιχείων επαφής, καθώς και σε κάθε μήνυμα, σε περίπτωση που ο χρήστης αρχικά δεν είχε διαφωνήσει σε αυτήν τη χρήση.

Σύμφωνα όμως με το **άρθρο 21 παρ. 3** του ΓΚΠΔ: *«όταν τα υποκείμενα των δεδομένων αντιτίθενται στην επεξεργασία για σκοπούς απευθείας εμπορικής προώθησης, τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα δεν υποβάλλονται πλέον σε επεξεργασία για τους σκοπούς αυτούς».*

4. ΔΙΚΑΙΟ ΤΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

I. Νομικό πλαίσιο - Ν. 3959/2011- ΑΡΘΡΟ 102 ΣΛΕΕ

α. Εφαρμοστές διατάξεις Ν. 3959/2011

Οι βασικές προϋποθέσεις για την εφαρμογή της απαγορευτικής διάταξης του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011 είναι: (α) Η κατοχή δεσπόζουσας θέσης από επιχείρηση στο σύνολο ή μέρος της αγοράς, και (β) Η καταχρηστική εκμετάλλευση αυτής. Αντίστοιχες είναι και οι βασικές προϋποθέσεις που τάσσονται από τον Ενωσιακό νομοθέτη για την εφαρμογή του άρθρ. 102 ΣΛΕΕ.

Ειδικότερα, η εφαρμογή του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011 (και αντίστοιχα του άρθρου 102 ΣΛΕΕ), προϋποθέτει την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης, καθώς και την αιτιώδη συνάφεια μεταξύ της εν λόγω δεσπόζουσας θέσης και της όποιας μορφής καταχρηστικής συμπεριφοράς.

β. Έννοια της «επιχείρησης»

Για τους σκοπούς του άρθρ. 2 του Ν. 3959/2011, ως «επιχείρηση» νοείται κάθε Φυσικό Πρόσωπο ή οικονομική ενότητα που ασκεί εμπορική ή άλλη οικονομική δραστηριότητα, ανεξάρτητα από το νομικό καθεστώς του και από τον τρόπο χρηματοδότησής του⁹.

Η ύπαρξη επιχείρησης προϋποθέτει αυτονομία οικονομικής δράσης και, συνακόλουθα, πλήρη ανάληψη των οικονομικών κινδύνων που συνεπάγεται η εκάστοτε οικονομική δραστηριότητα¹⁰. Ως οικονομική δραστηριότητα νοείται κάθε δραστηριότητα προσφοράς αγαθών ή υπηρεσιών σε δεδομένη αγορά¹¹.

Ο λειτουργικός ορισμός της επιχείρησης συνεπάγεται την εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού πάντοτε, όταν ασκείται μία οικονομική δραστηριότητα, ανεξάρτητα από τον τρόπο οργάνωσης και τον χαρακτήρα της επιχείρησης, ως Νομικού Προσώπου

⁹ Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕΕ υπόθ. C-244/94, Federation Francaise des Societes d' Assurance κ.α. κατά Ministere de l' Agriculture et de la Peche., Συλλογή 1995, σελ. I-4013, σκ.14, υπόθ. C-55/96, Job Centre coop.arl., Συλλογή 1997, σελ. I-7119, σκ.21, υπόθ. C-180-184/98, Pavel Pavlov κ.α. κατά Stichting Pensioenfonds Medische Specialisten, Συλλογή 2000, σελ. I-6451, σκ.74.

¹⁰ ΔΕΕ υπόθ. C-180-184/98, Pavel Pavlov κ.α. κατά Stichting Pensioenfonds Medische Specialisten, Συλλογή 2000, σελ. I-6451, σκ.76-77.

¹¹ Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕΕ υπόθ. C-118/85, Επιτροπή κατά Ιταλίας, Συλλογή 1987, σελ.2599, σκ. 7, υπόθ. C-35/96, Επιτροπή κατά Ιταλίας (CNSD), Συλλογή 1998, σελ. 3851, σκ.36.

Δημοσίου ή Ιδιωτικού Δικαίου¹². Ακόμη και μία διεύθυνση ταχυδρομείου, η οποία δεν διαθέτει νομική προσωπικότητα και είναι μέρος της γενικής κρατικής διοίκησης, συνιστά επιχείρηση με την έννοια των κανόνων ανταγωνισμού¹³.

Ενόψει των παραπάνω, οι καταγγελλόμενες εταιρείες ΟΤΕ/COSMOTE, διεξάγουν οικονομική δραστηριότητα και, ως εκ τούτου, συνιστούν επιχείρηση, κατά την έννοια των διατάξεων περί ελεύθερου ανταγωνισμού.

γ. Η έννοια της δεσπόζουσας θέσης επιχείρησης

Κατά την έννοια του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011 (καθώς και του άρθρου 102 ΣΛΕΕ), μία επιχείρηση θεωρείται ότι έχει δεσπόζουσα θέση, όταν κατέχει θέση οικονομικής ισχύος η οποία της παρέχει τη δυνατότητα να εμποδίσει τη διατήρηση αποτελεσματικού ανταγωνισμού επί της σχετικής αγοράς, και της επιτρέπει να συμπεριφέρεται, σε σημαντικό βαθμό, ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές της και τους πελάτες της και, εν τέλει, από τους καταναλωτές¹⁴. Σημασία δεν έχει η **πραγματική παρακώλυση του ανταγωνισμού, αλλά η αντικειμενική δυνατότητα μίας τέτοιας παρακώλυσης**. Περαιτέρω, η έννοια της ανεξάρτητης συμπεριφοράς συνδέεται με τον βαθμό της ανταγωνιστικής πίεσης που ασκείται στη συγκεκριμένη επιχείρηση. Η δεσπόζουσα θέση υποδηλώνει ότι οι ανταγωνιστικές αυτές πιέσεις δεν είναι επαρκώς αποτελεσματικές και, κατά συνέπεια, η σχετική επιχείρηση διαθέτει σημαντική ισχύ στην αγορά, κατά τρόπο που οι αποφάσεις της δεν επηρεάζονται αισθητά από τις ενέργειες ή/και τις αντιδράσεις των ανταγωνιστών, των πελατών και, σε τελική ανάλυση, των καταναλωτών.

Μια δεσπόζουσα θέση είναι αποτέλεσμα του συνδυασμού διαφόρων παραγόντων, οι οποίοι, εάν εξετασθούν χωριστά, μπορεί να μην έχουν αναγκαστικά καθοριστική σημασία¹⁵. Για την εκτίμηση της δεσπόζουσας θέσης, λαμβάνεται υπόψη η ανταγωνιστική διάρθρωση της σχετικής αγοράς, και, ιδίως, οι ακόλουθοι παράγοντες: (α) τυχόν περιορισμοί, ως προς τους πραγματικούς ανταγωνιστές και τη θέση τους στην αγορά (θέση στην αγορά της δεσπόζουσας επιχείρησης και των ανταγωνιστών της), (β) τυχόν περιορισμοί που επιβάλλονται, λόγω πειστικής απειλής μελλοντικής επέκτασης των πραγματικών ανταγωνιστών ή της εισόδου δυνητικών ανταγωνιστών (εμπόδια εισόδου, επέκταση και είσοδος ανταγωνιστών) και (γ) τυχόν περιορισμοί που επιβάλλονται, λόγω της διαπραγματευτικής ισχύος των πελατών της επιχείρησης (αντισταθμιστική ισχύς αγοραστών). Θα πρέπει να επισημανθεί, ωστόσο, ότι, αντιθέτως, η οικονομική ισχύς των επιχειρήσεων δεν υπολογίζεται, βάσει της αποδοτικότητας ή της

¹² ΔΕΕ υπόθ. C-41/90, Höfner und Elser, Συλλογή 1991, σελ.Ι-1979, σκ.21, Ευρ. Επιτροπή απόφ. της 20^{ης}.03.2001 (COMP/35.141) ΕΕ, αριθμ. L 125 της 05^{ης}.05.2001, σελ.27, αριθμ. 25 – UPS und Deutsche Post AG.

¹³ Ευρ. Επιτροπή απόφ. της 01^{ης}.08.1990 (90/456/ΕΟΚ) ΕΕ, αριθμ. L 233 της 28^{ης}.08.1990, σελ.19, αριθμ. 5 επ. – Internationale Eilkurierdienstleistungen in Spanien.

¹⁴ Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕΕ 27/76, United Brands κατά Επιτροπής, Συλλογή 1978, σελ. 207 σκ. 65, ΔΕΕ 85/76, Hoffmann – La Roche κατά Επιτροπής, Συλλογή 1979, σελ. 461, σκ. 38-39 και ΔΕΕ 322/81, Michelin κατά Επιτροπής (Michelin I), Συλλογή 1983, σελ. 3461, σκ.57.

¹⁵ Βλ. ενδεικτικά ΔΕφαθ 2265/2010, σκ. 29-30 και ΔΕφαθ 2116/2004, σκ.7, καθώς και αποφάσεις ΔΕΕ 27/76, United Brands κατά Επιτροπής, Συλλογή 1978, σελ. 207, σκ.65-66, ΔΕΕ C-250/92, Gottrup – Klim κατά Dansk Landbrugs Grovareselskab, Συλλογή 1994, σελ. Ι-5641, σκ.47, και ΓενΔΕΕ T-30/89, Hilti κατά Επιτροπής, Συλλογή 1991, σελ. ΙΙ-1439, σκ.90.

κερδοφορίας τους. Κατ' επέκταση, τυχόν μειωμένα περιθώρια κέρδους ή ακόμη και παροδικές ζημιές δεν είναι ασυμβίβαστες με την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης¹⁶.

Κατά πάγια νομολογία, πολύ υψηλά μερίδια αγοράς αποτελούν αυτοτελώς, με την εξαίρεση εκτάκτων περιστάσεων, απόδειξη ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης¹⁷. Για παράδειγμα, έχει κριθεί ότι μερίδια αγοράς που υπερβαίνουν το εβδομήντα πέντε τοις εκατό (75%), για χρονικό διάστημα τριών (3) ετών, είναι τόσο υψηλά, ώστε να συνιστούν, καθ' εαυτά, τεκμήριο για την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης¹⁸. Συναφώς, μερίδιο αγοράς ανώτερο του πενήντα τοις εκατό (50%), για διάστημα τριών (3) ετών, αποτελεί, μαχητό τεκμήριο για την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης στην οικεία αγορά¹⁹. Εξάλλου, μεταξύ των ενδείξεων που συνεκτιμώνται ιδιαίτερη σημασία αποδίδεται στο τμήμα της αγοράς που κατέχουν οι ανταγωνιστές της επιχείρησης, διότι τούτο επιτρέπει την εκτίμηση της ανταγωνιστικής τους ικανότητας και συνακόλουθα των πιέσεων που αυτή δέχεται στην αγορά. Κατά πάγια νομολογία, στην περίπτωση που το μερίδιο αγοράς μιας επιχείρησης είναι κατά πολύ μεγαλύτερο, είτε σε σχέση με το επιμέρους μερίδιο του πλησιέστερου των ανταγωνιστών της, είτε σε σχέση με τα μερίδια των πλησιέστερων ανταγωνιστών της αθροιζόμενα, τότε οι μεγάλες αυτές αποκλίσεις αποτελούν ένδειξη κατοχής δεσπόζουσας θέσης, ακόμη και όταν η επιχείρηση που ελέγχεται δεν διαθέτει συντριπτικά μερίδια αγοράς. Σε αντίθετη περίπτωση, δεν υφίστανται επαρκείς ενδείξεις για την πιθανολόγηση κατοχής δεσπόζουσας θέσης.

δ. Η ιδιαίτερη ευθύνη της κατέχουσας δεσπόζουσα θέση επιχείρησης

Η διαπίστωση της ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης, αυτή καθ' εαυτή, δεν συνιστά μομφή εναντίον της επιχείρησης αυτής και, εν προκειμένω, της καταγγέλλουσας εταιρείας²⁰. Συγκεκριμένα, το άρθρ. 2 του Ν. 3959/2011 (καθώς και το άρθρο 102 ΣΛΕΕ) ουδόλως αποσκοπεί στο να εμποδίσει μια επιχείρηση να κατακτά με τις δικές της ικανότητες, δεσπόζουσα θέση σε μια αγορά²¹. Η διάταξη αυτή, ομοίως, **δεν αποσκοπεί, στο να εξασφαλίσει ότι θα παραμείνουν στην αγορά οι λιγότερο αποτελεσματικοί ανταγωνιστές της επιχειρήσεως που κατέχει δεσπόζουσα θέση.**

Η κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρησης, ανεξάρτητα από τα αίτια δημιουργίας τέτοιας θέσης, σύμφωνα με πάγια νομολογία, φέρει ιδιαίτερη ευθύνη να μην βλάπτει, με τη

¹⁶ Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕΕ 27/76, United Brands κατά Επιτροπής, Συλλογή 1978, σελ. 207, σκ. 126, ΔΕΕ 322/81, Michelin κατά Επιτροπής (Michelin I), Συλλογή 1983, σελ. 3461, σκ. 59 και ΓενΔΕΕ T-228/97, Irish Sugar Plc κατά Επιτροπής, Συλλογή 1999, σελ. II-2969, σκ. 102-103.

¹⁷ Βλ. ενδεικτικά ΔΕφΑθ 2265/2010, σκ. 29-30 και ΔΕφΑθ 2116/2004, σκ.7, καθώς και αποφάσεις ΔΕΕ 85/76, Hoffmann – La Roche κατά Επιτροπής, συλλογή 1979, σελ. 461, σκ. 41, ΓενΔΕΕ T-228/97, Irish Sugar Plc κατά Επιτροπής, Συλλογή 1999, σελ. II- 2969, σκ. 70, ΓενΔΕΕ T-83/91, Tetra Pak κατά Επιτροπής (Tetra Pak II), Συλλογή 1994, σελ. II-755, σκ. 109 και ΓενΔΕΕ T-30/89, Hilti κατά Επιτροπής, Συλλογή 1991, σελ. II-1439, σκ.91.

¹⁸ Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΕ 85/76, Hoffmann – La Roche κατά Επιτροπής, Συλλογή 1979, σελ. 461, σκ. 56 και 60, καθώς και ΓενΔΕΕ T-30/89, Hilti κατά Επιτροπής, Συλλογή 1991, σελ. II-1439, σκ.89.

¹⁹ Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΕ C-62/86, AKZO κατά Επιτροπής, Συλλογή 1991, σελ. I-3359, σκ. 60.

²⁰ Βλ. απόφαση της 09^{ης}.11.1983 υπόθ. 322/81, Nederlandsche Banden – Industrie – Michelin κατά Επιτροπής, Συλλογή 1983, σελ. 341, σκ.7, καθώς και της 16^{ης}.03.2000 C-395/96P, C-396/96P, Compagnie maritime belge transports κ.τ.λ. κατά Επιτροπής, Συλλογή 2000, σελ. I-1365, σκ.37.

²¹ Βλ., ιδίως, απόφαση TeliaSonera, προπαρατεθείσα σκ. 24.

συμπεριφορά της, την ύπαρξη πραγματικού και ανόθευτου ανταγωνισμού στη σχετική αγορά²².

Όταν η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης αποτελεί συνέπεια πρώην νόμιμου μονοπωλίου, το γεγονός αυτό, πρέπει να λαμβάνεται ιδιαιτέρως υπόψη²³.

Περαιτέρω, όπως προκύπτει από τη φύση των επιβαλλομένων με το άρθρο 2 του Ν. 3959/2011 (καθώς και το άρθρο 102 ΣΛΕΕ) υποχρεώσεων, οι κατέχουσες δεσπόζουσα θέση επιχειρήσεις, ενδέχεται να στερηθούν του δικαιώματος υιοθέτησης συμπεριφοράς ή λήψης μέτρων που τυχόν αποτελούν τρέχουσα (συνήθη) πρακτική εντός της σχετικής αγοράς ή μέτρων μη συνεπαγομένων, αφ' εαυτών, κατάχρηση, ακόμη δε και μη καταδικαστέων, εάν είχαν υιοθετηθεί ή ληφθεί από επιχειρήσεις που δεν κατέχουν δεσπόζουσα θέση. Συναφώς, η σύναψη σύμβασης ή η κτήση δικαιώματος δύναται, επίσης, να συνιστούν κατάχρηση, κατά την έννοια του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011 (καθώς και του άρθρου 102 ΣΛΕΕ), εάν προέρχονται από επιχείρηση κατέχουσα δεσπόζουσα θέση²⁴.

ε. Η έννοια της καταχρηστικής εκμετάλλευσης δεσπόζουσας θέσης

Οι διατάξεις του άρθρ. 2 του Ν. 3959/2011 (καθώς και του άρθρου 102 ΣΛΕΕ), δεν απαγορεύουν την κατοχή ή απόκτηση της δεσπόζουσας θέσης, αλλά την καταχρηστική εκμετάλλευση αυτής. Η έννοια της τελευταίας δεν ορίζεται στις ως άνω διατάξεις, οι οποίες περιορίζονται στην ενδεικτική απαρίθμηση ορισμένων μορφών κατάχρησης από επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση, η οποία απαγορεύεται ρητώς από τον νόμο. Σκοπός, όμως, των διατάξεων αυτών είναι, αφενός, η προστασία του συστήματος της ελεύθερης αγοράς και αφετέρου, η προστασία της οικονομικής ελευθερίας των τρίτων²⁵. Ειδικότερα, οι σχετικές διατάξεις δεν στοχεύουν μόνον στην πρόληψη πρακτικών οι οποίες δύναται να προκαλέσουν βλάβη σε πελάτες, κατά άμεσο τρόπο, αλλά και στην πρόληψη πρακτικών που είναι επιζήμιες για αυτούς, λόγω των επιπτώσεών τους στην ανταγωνιστική διάρθρωση της αγοράς, και οι οποίες, βραχυπρόθεσμα, μπορεί ακόμη και να εμφανίζεται ότι συνεπάγονται ορισμένα πλεονεκτήματα για τους πελάτες. Πρακτικές αποκλεισμού οι οποίες αποσκοπούν στο να εμποδίσουν την πρόσβαση σε πελάτες και να παρεμποδίσουν, κατ' αυτόν τον τρόπο, τον υφιστάμενο ανταγωνισμό ή την ανάπτυξη νέου ανταγωνισμού, έχουν πολλαπλώς χαρακτηριστεί, ως κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης, από τα ευρωπαϊκά δικαστήρια²⁶.

²² Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕΕ C-322/81, Michelin κατά Επιτροπής, Συλλογή 1983, σελ. 3461, σκ.70, ΓενΔΕΕ T-65/89, BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής, Συλλογή 1993, σελ. II-389, σκ. 67, ΓενΔΕΕ T-83/91, Tetra Pak κατά Επιτροπής (Tetra Pak II), Συλλογή 1994, σελ. II-755, σκ. 113-114, ΓενΔΕΕ T-219/99, British Airways plc κατά Επιτροπής, Συλλογή 2003, σελ. II-5917, σκ. 242, C-202/07 P France Telecom κατά Επιτροπής, Συλλογή 2009, σελ. I-2369, σκ. 105.

²³ ΔΕΕ απόφ. της 27^{ης}.03.2012 C-209/10, Post Danmark A/S κατά Konkurrenceradet, αδημ., σκ.23.

²⁴ Βλ. σχετικά αποφάσεις ΓενΔΕΕ T-111/96 ITT, Promedia κατά Επιτροπής, Συλλογή 1998, σελ. II-2937, σκ.139, ΓενΔΕΕ T-65/98, Van den Bergh Foods κατά Επιτροπής, Συλλογή 2003, σελ. II-4653, σκ.159, ΓενΔΕΕ T-191/98, Atlantic Container Line (TACA), Συλλογή 2003, σελ. II-3275, σκ. 1124-1125 και ΔΕΕ C-322/81, Michelin κατά Επιτροπής Συλλογή 1983, σελ. 3461, σκ. 57.

²⁵ Βλ. ενδεικτικά ΔΕφαΘ 2116/2004, σκ. 8 και νομολογία στην οποία παραπέμπει.

²⁶ Βλ. ΔΕΕ απόφ. της 17^{ης}.02.2011, υπόθ. C-52/09, TeliaSonera, Συλλογή 2011, σελ. I-527, σκ.24 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία.

Η έννοια της καταχρηστικής εκμετάλλευσης έχει αντικειμενικό χαρακτήρα, καταλαμβάνει δε τη συμπεριφορά δεσπόζουσας επιχείρησης η οποία είναι σε θέση να επηρεάσει τη δομή μιας αγοράς, όπου, λόγω ακριβώς της ύπαρξης της συγκεκριμένης επιχείρησης, ο βαθμός του ανταγωνισμού είναι ήδη μειωμένος και η οποία έχει, ως συνέπεια, την παρεμπόδιση της διατήρησης του, υφισταμένου ακόμη στην αγορά, επιπέδου ανταγωνισμού ή της ανάπτυξής του, με την προσφυγή σε μέσα διαφορετικά εκείνων που διέπουν τον φυσιολογικό ανταγωνισμό επί των προϊόντων ή υπηρεσιών, βάσει των παροχών των επιχειρηματιών²⁷.

Ως εκ τούτου, η συμπεριφορά μιας επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση δύναται να θεωρηθεί καταχρηστική, ανεξάρτητα από την υπαιτιότητα ή μη της δεσπόζουσας επιχείρησης²⁸.

Θα πρέπει να επισημανθεί ότι αρκεί η συμπεριφορά αυτή να τείνει να **περιορίσει τον ανταγωνισμό, ή, με άλλα λόγια, να είναι ικανή ή να ενδέχεται να φέρει τέτοιο αποτέλεσμα. Στο πλαίσιο αυτό, για τη στοιχειοθέτηση της παράβασης του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011 (καθώς και του άρθρου 102 ΣΛΕΕ) δεν είναι αναγκαίο να αποδειχθεί ότι η καταχρηστική εκμετάλλευση της δεσπόζουσας θέσης επιχείρησης επέφερε συγκεκριμένο αποτέλεσμα (ή ζημία) στις οικείες αγορές, αλλά αρκεί να αποδειχθεί ότι η καταχρηστική συμπεριφορά της τείνει να περιορίσει τον ανταγωνισμό, δηλαδή, ότι αυτή ενδέχεται να έχει τέτοιο αποτέλεσμα, ανεξαρτήτως του εάν αυτό δεν επήλθε τελικά²⁹.**

Το άρθρο 2 του Ν. 3959/2011 (καθώς και το άρθρο 102 ΣΛΕΕ) καλύπτει, ειδικότερα, τη συμπεριφορά επιχειρήσεων που κατέχει δεσπόζουσα θέση η οποία έχει, ως αποτέλεσμα, επί ζημία των καταναλωτών, την παρακώλυση της διατήρησης του υφισταμένου στην αγορά ανταγωνισμού ή την ανάπτυξή του, λόγω της χρησιμοποίησης διαφορετικών μέσων από εκείνα που διέπουν τον κανονικό ανταγωνισμό, μεταξύ των προσφερομένων από τους επιχειρηματίες προϊόντων ή υπηρεσιών³⁰.

Κατά συνέπεια, το άρθρο 2 του Ν. 3959/2011 απαγορεύει, μεταξύ άλλων, σε κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση να εφαρμόζει πολιτική που οδηγεί σε εκτόπιση των εξίσου αποτελεσματικών με αυτήν ανταγωνιστών της, και να ενισχύει, κατ' αυτόν τον τρόπο, τη δεσπόζουσα θέση της, καταφεύγοντας σε άλλα μέσα, εκτός από εκείνα που εντάσσονται στο πλαίσιο του υγιούς ανταγωνισμού. Υπό την προοπτική αυτή, δεν δύναται, επομένως, να θεωρηθεί θεμιτός κάθε ανταγωνισμός μέσω των τιμών³¹. Οι ως άνω παραδοχές

²⁷ Βλ. ενδεικτικά ΔΕφαΘ 2265/2010, σκ. 34 και ΔΕφαΘ 2116/2004, σκ. 8, καθώς και αποφάσεις ΔΕΕ C-85/76, Hoffmann – La Roche κατά Επιτροπής, Συλλογή 1979, σελ. 461, σκ. 91, ΔΕΕ C-322/81, Michelin κατά Επιτροπής, Συλλογή 1983, σελ. 3461, σκ. 70, ΔΕΕ C-62/86, AKZO κατά Επιτροπής, Συλλογή 1991, σελ. I-3359, σκ. 69, ΓενΔΕΕ T – 65/89, BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής, Συλλογή 1993, σελ. II-389, σκ. 67, ΓενΔΕΕ T – 219/99, British Airways plc κατά Επιτροπής, Συλλογή 2003, σελ. II-5917, σκ. 241.

²⁸ Βλ. αποφάσεις, ΓενΔΕΕ T – 219/99, British Airways plc κατά Επιτροπής, Συλλογή 2003, σελ. II-5917, σκ. 243, ΓενΔΕΕ T – 65/89 BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής Συλλογή 1993, σελ. II-389, σκ. 69-70.

²⁹ Βλ. ενδεικτικά ΔΕφαΘ 2116/2004, σκ.8, καθώς και αποφάσεις ΓενΔΕΕ T-203/01, Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), Συλλογή 2003, σελ. II-4071, σκ. 239 και ΓενΔΕΕ T-219/99, British Airways plc κατά Επιτροπής, Συλλογή 2003, σελ. II-5917, σκ. 250, 293, 297.

³⁰ Βλ., συναφώς, προπαρατεθείσες αποφάσεις, AKZO κατά Επιτροπής, σκέψη 69, France Télécom κατά Επιτροπής, σκέψεις 104 και 105, και απόφαση της 14^{ης} Οκτωβρίου 2010, C-280/08 P, Deutsche Telekom κατά Επιτροπής, Συλλογή 2010, σ. I-9555, σκέψεις 174, 176 και 180, καθώς και εκεί παρατιθέμενη νομολογία.

³¹ Βλ., συναφώς, προπαρατεθείσες αποφάσεις, AKZO κατά Επιτροπής, σκέψεις 70 και 72, France Télécom κατά Επιτροπής, σκέψη 106, και Deutsche Telekom κατά Επιτροπής, σκέψη 177.

επιβεβαιώνονται και από τις «Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις»³².

στ. Παρεμποδιστικές πρακτικές – κατάχρησης της επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση

Οι πρακτικές κατάχρησης μπορούν να διακριθούν σε **παρεμποδιστικές** και **εκμεταλλευτικές πρακτικές** και περαιτέρω σε **τιμολογιακής και μη τιμολογιακής φύσεως πρακτικές**. Εντούτοις, η περιπτώσιολογία του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011 (καθώς και αυτή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ) δεν είναι εξαντλητική, αλλά ενδεικτική, αφού υπάρχουν και άλλες περιπτώσεις καταχρήσεων, οι οποίες μπορούν να ενταχθούν στο απαγορευτικό πεδίο των αντι-ανταγωνιστικών πρακτικών του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011³³.

Οι παρεμποδιστικές πρακτικές μπορεί να έχουν τη μορφή των πρακτικών «αποκλειστικότητας», οι οποίες σε κάθε περίπτωση οδηγούν σε **διπλή βλάβη** στην αγορά, ήτοι **αφενός αποκλείουν τους ανταγωνιστές της επιχείρησης από το ν' ανταγωνιστούν άμεσα την δεσπόζουσα επιχείρηση στο να έχουν πρόσβαση με τους καταναλωτές του αποκλεισμένου τμήματος της αγοράς, ενώ ταυτόχρονα δημιουργούν και βλάβη στους καταναλωτές**, αφού τους αποκλείουν επίσης από τις επιλογές τους να επιλέξουν από το «αποκλεισμένο τμήμα» της αγοράς, χάνοντας έτσι τις όποιες υφιστάμενες ευνοϊκές ή μη δυνατότητες. Αντίθετα, οι **εκμεταλλευτικές πρακτικές**, οι οποίες συνίστανται στην επιβολή από δεσπόζουσα επιχείρηση μη δίκαιων ή επαχθών όρων στα συναλλασσόμενα μέρη, και δη στους ανταγωνιστές της.

Σε κάθε περίπτωση, σε μια αγορά με ήδη εξασθενημένο ανταγωνισμό λόγω της δεσπόζουσας θέσης της εκάστοτε επιχείρησης, ακόμη και ο ελάχιστος από αυτήν περιορισμός του ανταγωνισμού θεωρείται «παραβατικός», κι' αυτό δεδομένου ότι λόγω της θέσης της υπέχει την «ειδική ευθύνη» να μην εξασθενεί με τη συμπεριφορά και τις «πρακτικές» της τον ήδη εξασθενημένο ανταγωνισμό.

ζ. Αιτιώδης συνάφεια

Κρίσιμο βεβαίως στοιχείο της αξιολόγησης και του αντι-ανταγωνιστικού αποτελέσματος μιας πρακτικής δεσπόζουσας επιχείρησης είναι ν' αποδειχθεί και η άμεση **αιτιώδης συνάφεια της αντι-ανταγωνιστικής πρακτικής με το όποιο ενδεχόμενο αποτέλεσμα στην αγορά**, καθώς έτσι μόνο διαφαίνεται ουσιαδώς και η βαρύτητα και οι ουσιαδεις περαιτέρω συνέπειες αυτής. Θα πρέπει ιδανικά να λαμβάνει χώρα μια «τύποις» σύγκριση της κατάστασης της αγοράς «πριν» και «μετά» την εκδήλωση της εξεταζόμενης πρακτικής, προκειμένου να αποτυπωθεί ο πραγματικός της αντίκτυπος.

II. Οριοθέτηση σχετικών αγορών

α. Σχετική αγορά-ές υπηρεσιών

Με τον ορισμό της σχετικής αγοράς προσδιορίζονται τα όρια, εντός των οποίων ασκείται ο ανταγωνισμός μεταξύ επιχειρήσεων. Ο ορισμός αυτός επιτρέπει τον καθορισμό του πλαισίου, εντός του οποίου εφαρμόζεται η εθνική και ενωσιακή πολιτική του

³² ΕΕ της 24^{ης}.02.2009 αριθμ. C45/7.

³³ Βλ. Απόφαση ΕΑ 516/2011.

ανταγωνισμού. Βασικός στόχος είναι ο συστηματικός εντοπισμός των περιορισμών εκείνων που υφίσταται ο ανταγωνισμός, στον οποίο υπόκεινται οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις. Ο ορισμός μίας αγοράς, τόσο όσον αφορά στα προϊόντα (υπηρεσίες), όσο και τη γεωγραφική διάστασή της, έχει, ως στόχο, τον προσδιορισμό των πραγματικών ανταγωνιστών, οι οποίοι είναι σε θέση να επηρεάσουν τη συμπεριφορά των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων και να τις εμποδίσουν να ενεργούν ανεξάρτητα από τις πιέσεις που επιβάλλει ο πραγματικός ανταγωνισμός.

Κατά πάγια πρακτική και νομολογία, η σχετική αγορά προϊόντων περιλαμβάνει το σύνολο των προϊόντων ή υπηρεσιών που θεωρούνται από τον καταναλωτή εναλλάξιμα ή δυνάμενα να υποκατασταθούν μεταξύ τους, λόγω των χαρακτηριστικών τους, της τιμής τους ή της σκοπούμενης χρήσης τους³⁴.

Από οικονομική άποψη, για τον καθορισμό της αγοράς του σχετικού προϊόντος (υπηρεσίας), η υποκατάσταση, από την πλευρά της ζήτησης, αποτελεί το πλέον άμεσο και αποτελεσματικό μέσο ελέγχου των προμηθευτών ενός δεδομένου προϊόντος (υπηρεσίας), ιδίως, όσον αφορά στις αποφάσεις τους για τον καθορισμό των τιμών. Από την άλλη πλευρά, οι περιορισμοί που προκύπτουν, αναφορικά με τη δυνατότητα υποκατάστασης, από την πλευρά της προσφοράς, είναι, κατά κανόνα, λιγότερο άμεσοι και απαιτούν την ανάλυση και άλλων παραγόντων και, ως εκ τούτου, λαμβάνονται πρωτίστως υπόψη σε μεταγενέστερο στάδιο (δηλαδή, στο στάδιο της ουσιαστικής αξιολόγησης, από την άποψη του ανταγωνισμού)³⁵. Είναι προφανές λοιπόν ότι οι καταναλωτές είναι πιο πιθανό να στραφούν, ως εναλλακτική επιλογή, σε εκείνα τα προϊόντα που εμφανίζουν τις περισσότερες ομοιότητες με την αρχική τους επιλογή. Ως εκ τούτου, τα αντικειμενικά χαρακτηριστικά έχουν βαρύνουσα σημασία κατά την εξέταση του βαθμού υποκατάστασης από την πλευρά της ζήτησης, αλλά και της πραγματικής οικονομικής δύναμης της οικείας επιχείρησης στην αγορά. Για το λόγο αυτό, άλλωστε, συνιστούν βασικό παράγοντα στο πλαίσιο οριοθέτησης της σχετικής αγοράς, κατά πάγια πρακτική και νομολογία [βλ. ενδεικτικά ΔΕΕ C-333/94 P, Tetra Pak κατά Επιτροπής, Συλλ. [1996], σελ. I-5951, σκ. 10, καθώς και Ανακοίνωση της Επιτροπής για τον ορισμό της σχετικής αγοράς (97/C 372/03), σημ. 7 και σχετική νομοθεσία στην οποία παραπέμπει]. (βλ. σελ. 34 απόφαση ΕΠΑΝΤ 520/2011 Τσακίρης).

Κατά πάγια πρακτική και νομολογία, η οριοθέτηση της σχετικής αγοράς κάθε υπόθεσης βασίζεται σε μια πολύπλευρη προσέγγιση, λαμβανομένων υπόψη όλων των διαθέσιμων στοιχείων και αποδεικτικών μέσων που μπορεί να είναι χρήσιμα για την εκτίμηση της συγκεκριμένης περίπτωσης. Το ευρύ αυτό φάσμα στοιχείων δεν είναι ούτε προκαθορισμένο, ούτε εξαντλητικό, ούτε και δεσμευτικό. Σε κάποιες περιπτώσεις, ορισμένα στοιχεία μπορεί να έχουν καθοριστική σημασία για τον προσδιορισμό του βαθμού υποκατάστασης από την πλευρά της ζήτησης και της προσφοράς, λαμβανομένων ιδίως υπόψη των χαρακτηριστικών και των ιδιομορφιών του υπό εξέταση τομέα και

³⁴ Βλ. ενδεικτικά Ανακοίνωση της Επιτροπής για τον ορισμό της σχετικής αγοράς (97/C 372/03), σημ. 7 και σχετική νομοθεσία στην οποία παραπέμπει.

³⁵ Βλπ. ενδεικτικά Ανακοίνωση της Επιτροπής για τον ορισμό της σχετικής αγοράς (97/C 372/03) σημ. 13-14, καθώς και ΓενΔΕΕ T-177/04, EasyJet κατά Επιτροπής, Συλλογή 2006, σελ. II-1931, σκ.99.

προϊόντων ή υπηρεσιών · ωστόσο, σε άλλες περιπτώσεις, τα ίδια αυτά στοιχεία μπορεί να μην αξιολογούνται ως σημαντικά. Επομένως, η εκάστοτε αρχή ανταγωνισμού δεν χρησιμοποιεί, ούτε και δεσμεύεται να χρησιμοποιεί, αυστηρά μια σειρά πηγών πληροφοριών ή αποδεικτικών στοιχείων προκειμένου να προσδιορίσει τη σχετική αγορά [βλ. ενδεικτικά Ανακοίνωση της Επιτροπής για τον ορισμό της σχετικής αγοράς (97/C 372/03), σημ. 25]. Συναφώς, η εκάστοτε αρχή ανταγωνισμού δεν οφείλει να ακολουθεί προκαθορισμένη ή/και πάγια ιεράρχηση, ούτε και να διεξάγει κάθε φορά συγκεκριμένη ποιοτική, ποσοτική, τεχνική ή μη τεχνική ανάλυση, αλλά εκτιμά στο σύνολό τους τις διαπιστώσεις που προκύπτουν από το φάσμα των στοιχείων που έχει στη διάθεσή της, λαμβανομένου υπόψη του όλου οικονομικού πλαισίου [βλ. ενδεικτικά ΔΕΕ C- 333/94 P, Tetra Pak κατά Επιτροπής, Συλλ. [1996], σελ. I-5951, σκ. 10, ΓενΔΕΕ T-342/99 Airtours κατά Επιτροπής, Συλλ. [2002], σελ. II-2585, σκ. 20, καθώς και Εφετειακό Δικαστήριο Ανταγωνισμού Ηνωμένου Βασιλείου 1005/1/1/01, Aberdeen Journals κατά OFT [2002], σκ. 96-97]. Εν τέλει, η σχετική εκτίμηση της Επιτροπής και η παρατιθέμενη αιτιολόγησή της αποτελούν αντικείμενο του ασκούμενου από τα διοικητικά δικαστήρια ελέγχου των αποφάσεών της (βλ. επίσης και σελ. 34 απόφαση ΕΠΑΝΤ 520/2011). Εν προκειμένω, ο ορισμός της σχετικής αγοράς βασίζεται σε πληθώρα ποιοτικών και ποσοτικών στοιχείων, που εκτιμώνται από την αρχή ανταγωνισμού στο σύνολό τους.

Στην υπό εξέταση περίπτωση, καθώς και σύμφωνα με το Ελληνικό καθώς και το Ευρωπαϊκό ρυθμιστικό πλαίσιο των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, την πρακτική της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σε προηγούμενες αποφάσεις της καθώς και την νομολογία του ΔΕΚ και ΠΕΚ, **οι αγορές των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, μπορούν γενικά να χωριστούν σε αγορές χονδρικής και σε αγορές λιανικής**³⁶. Οι αγορές χονδρικής κατά κανόνα περιλαμβάνουν την παροχή πρόσβασης σε δίκτυα (ή σε στοιχεία δικτύων) και στην παροχή υπηρεσιών δικτύου σε φορείς εκμετάλλευσης δικτύων και υπηρεσιών, ενώ οι αγορές λιανικής περιλαμβάνουν την παροχή τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών σε τελικούς χρήστες. Εντός αυτών των δύο γενικών κατηγοριών, είναι δυνατό να οροθετηθούν μικρότερες αγορές, όχι μόνο με βάση τα χαρακτηριστικά της εκάστοτε υπηρεσίας και τον βαθμό στον οποίο μπορεί να υποκατασταθεί από άλλες υπηρεσίες εξαιτίας της τιμής, των συνθηκών και των προτιμήσεων των καταναλωτών, αλλά και με βάση την εξέταση των όρων του ανταγωνισμού και της διάρθρωσης της προσφοράς και της ζήτησης. Λόγω των πλεονεκτημάτων της κινητικότητας και της υψηλότερης τιμής που καταβάλλεται για την ευκολία αυτή, οι υπηρεσίες κινητών επικοινωνιών εν γένει δεν μπορούν να υποκατασταθούν από τις υπηρεσίες σταθερών επικοινωνιών. Οι υπηρεσίες κινητών και σταθερών φωνητικών υπηρεσιών ανήκουν, συνεπώς, σε διαφορετικές αγορές υπηρεσιών, όπως έχει κρίνει η Επιτροπή σε διάφορες αποφάσεις της³⁷.

β. Σχετική Γεωγραφική αγορά

³⁶ Βλ. σχετικά Υπόθεση COMP/C1/N.38.369 — T-Mobile Deutschland/O2 Germany: Κοινή χρήση δικτύου Rahmenvertrag (παρ.45).

³⁷ Βλέπε απόφαση 98/2001/ΕΚ της Επιτροπής στην υπόθεση COMP/M.1439 — Telia/Telenor, ΕΕ L 40 της 9.2.2001, σ. 1· απόφαση της Επιτροπής της 12ης Απριλίου 2000 στην υπόθεση COMP/M.1795 — Vodafone Airtouch/Mannesmann, ΕΕ L 40 της 9.2.2001, σ. 1· απόφαση της Επιτροπής της 20ής Σεπτεμβρίου 2001 στην υπόθεση COMP/M.2574 — Pirelli/Edizione/Olivetti/Telecom Italia, ΕΕ C 325 της 21.11.2001, σ. 12· απόφαση της Επιτροπής, της 10ης Ιουλίου 2002, υπόθεση COMP/M.2803 — Telia/Sonera, ΕΕ C 201 της 24.8.2002, σ. 19.

Η σχετική γεωγραφική αγορά περιλαμβάνει την περιοχή στην οποία οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις παρέχουν τις σχετικές υπηρεσίες υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού και η οποία μπορεί να διακριθεί από άλλες γειτονικές γεωγραφικές περιοχές, ιδίως, λόγω των αισθητά διαφορετικών συνθηκών ανταγωνισμού που επικρατούν σε αυτές. Η σχετική γεωγραφική αγορά ταυτίζεται με την περιοχή, εντός των ορίων της οποίας δραστηριοποιούνται και ανταγωνίζονται (ή τουλάχιστον έχουν τη δυνατότητα αυτή) οι επιχειρήσεις, ως πωλητές, των σχετικών υπηρεσιών.

Στην υπό εξέταση περίπτωση, η σχετική γεωγραφική αγορά είναι η Ελληνική επικράτεια, δεδομένου ότι η υπό εξέταση πρακτική των εταιρειών ΟΤΕ/COSMOTE, έχει εθνική διάσταση και εκτείνεται σε όλη την επικράτεια της χώρας και όχι σε τμήμα αυτής. Συγκεκριμένα, τόσο η εταιρεία ΟΤΕ όσο και η εταιρεία COSMOTE (στη λιανική όσο και στη χονδρική αγορά), αλλά και οι υπόλοιποι καταγγέλλοντες φορείς (στη λιανική αγορά) δρουν με ενιαίο τρόπο (ήτοι εφαρμόζοντας ίδια τιμή, ίδιους όροι και προϋποθέσεις) στο σύνολο της περιοχής που καταλαμβάνει το δίκτυό τους. Μάλιστα, ο ορισμός αυτός της αγοράς είναι σύμφωνος και με την προηγούμενη πρακτική των αποφάσεων της Διεύθυνσης Ανταγωνισμού της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στον τομέα των τηλεπικοινωνιών (βλέπε ενδεικτικά αποφάσεις ΕΕ Deutsche Telekom, Telefónica, Telekomunikacja Polska, κ.α.).

γ. Επηρεασμός ενδοενοσιακού εμπορίου και εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ

Το κριτήριο του επηρεασμού του ενδοενοσιακού εμπορίου προσδιορίζει το πεδίο εφαρμογής του άρθρου 3 του **Κανονισμού 1/2003** του Συμβουλίου για την εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού, που προβλέπονται στα άρθρα 81 και 82 της Συνθήκης³⁸. Σύμφωνα με το άρθρο 3 παρ. 1 του ως άνω Κανονισμού, οσάκις οι αρχές ανταγωνισμού των κρατών μελών ή τα εθνικά δικαστήρια εφαρμόζουν την εθνική νομοθεσία ανταγωνισμού σε συμφωνίες, αποφάσεις ενώσεων επιχειρήσεων ή εναρμονισμένες πρακτικές, κατά την έννοια του άρθρου 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ, οι οποίες είναι πιθανόν να επηρεάσουν το εμπόριο, μεταξύ κρατών μελών, κατά την έννοια της διάταξης αυτής, εφαρμόζουν, επίσης και το άρθρο 101 ΣΛΕΕ, στις συγκεκριμένες συμφωνίες, αποφάσεις ή εναρμονισμένες πρακτικές. Το κριτήριο του επηρεασμού του ενδοενοσιακού εμπορίου είναι αυτόνομο κριτήριο της ευρωπαϊκής νομοθεσίας, το οποίο εκτιμάται ad hoc, και οριοθετεί το πεδίο εφαρμογής του ευρωπαϊκού δικαίου του ανταγωνισμού. Η έννοια της επίδρασης στα εμπορικά ρεύματα δεν προϋποθέτει μόνον τον περιορισμό ή τη μείωση του εμπορίου, αλλά οποιαδήποτε διαφοροποίηση των εμπορικών ρευμάτων, αρκεί αυτή να είναι αισθητή. Το κριτήριο αυτό πληρούται, επομένως, όταν η υπό εξέταση κάθε φορά συμπεριφορά δύναται να έχει ένα ελάχιστο επίπεδο διασυνοριακών επιπτώσεων στο εσωτερικό της Ένωσης³⁹.

Συναφώς, για να είναι σε θέση μια συμφωνία ή κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης να επηρεάσει το εμπόριο, μεταξύ κρατών μελών, θα πρέπει, βάσει ενός συνόλου νομικών

³⁸ Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1/2003 του Συμβουλίου, της 16^{ης} Δεκεμβρίου 2002, για την εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού που προβλέπονται στα άρθρα 81 και 82 της συνθήκης, ΕΕ L 1/1, της 04^{ης}.01.2003.

³⁹ Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης, ΕΕ C101/81, της 27^{ης}.04.2004, σημ. 8 επ., 34, 77.

και πραγματικών στοιχείων, να δύναται να πιθανολογηθεί, επαρκώς, ότι είναι σε θέση να ασκήσει, άμεση ή έμμεση, πραγματική ή δυναμική, επίδραση στα εμπορικά ρεύματα, μεταξύ κρατών μελών, τούτο δε κατά τρόπο που να προκαλείται φόβος ότι θα ήταν ικανή να εμποδίσει την πραγματοποίηση της ενιαίας αγοράς, μεταξύ κρατών μελών⁴⁰.

Περαιτέρω, στις περιπτώσεις εφαρμογής του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, «... η κατάχρηση είναι εκείνη που πρέπει να επηρεάζει το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών, χωρίς όμως αυτό να συνεπάγεται ότι πρέπει να εκτιμάται μεμονωμένα κάθε στοιχείο της συμπεριφοράς αυτής.». Πράγματι, μια συμπεριφορά που εντάσσεται στη γενικότερη στρατηγική της δεσπόζουσας επιχείρησης πρέπει να εκτιμάται, ως προς το συνολικό της αποτέλεσμα. Εάν, κατά την επιδίωξη του ίδιου σκοπού, η δεσπόζουσα επιχείρηση υιοθετεί διάφορες πρακτικές, όπως ιδίως πρακτικές που αποσκοπούν στον παραγκωνισμό ή τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών, το άρθρο 82 (νυν 102 ΣΛΕΕ) εφαρμόζεται σε όλες τις πρακτικές που εντάσσονται στη γενική αυτή στρατηγική, εάν μία τουλάχιστον από τις εν λόγω πρακτικές είναι ικανή να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών...»⁴¹. Η δυνατότητα επηρεασμού του ενδοενοσιακού εμπορίου, δύναται να προκύπτει από τη συνδρομή πολλών παραγόντων, οι οποίοι, εάν λαμβάνονταν υπόψη μεμονωμένα, δεν θα ήταν κατ' ανάγκη αποφασιστικοί⁴².

Κατά παγία νομολογία, οι περιοριστικές του ανταγωνισμού πρακτικές, οι οποίες καλύπτουν ολόκληρο το έδαφος ενός εκ των κρατών μελών, ζωτικό, δηλαδή, τμήμα της κοινής αγοράς, έχουν, εξ ορισμού ως αποτέλεσμα, την παρακώλυση της οικονομικής αλληλοδιδασίας η οποία επιδιώκεται με τη Συνθήκη και, ως εκ τούτου, πληρούται το κριτήριο επηρεασμού του ενδοενοσιακού εμπορίου, για τους σκοπούς εφαρμογής των άρθρων 101 και 102 ΣΛΕΕ⁴³.

Ωστόσο, έχει γίνει δεκτό ότι συμφωνίες οι οποίες αφορούν σε υπηρεσίες, οι οποίες δεν αποτελούν αντικείμενο διασυνοριακής δραστηριότητας και οι οποίες δύσκολα θα χρησιμοποιηθούν από αλλοδαπή πελατεία, δεν επηρεάζουν, κατά κανόνα, το ενδοενοσιακό εμπόριο, έστω και εάν καλύπτουν ολόκληρο το έδαφος κράτους μέλους⁴⁴. Επίσης, γίνεται δεκτό ότι συμφωνίες οι οποίες έχουν τοπικό χαρακτήρα δεν δύναται, αυτές καθ' εαυτές, να επηρεάσουν αισθητά το εμπόριο, μεταξύ κρατών μελών. Αυτό συμβαίνει, ακόμη και εάν η τοπική αγορά βρίσκεται σε συνοριακή περιοχή⁴⁵. Αντίστοιχα

⁴⁰ Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕΕ C-209/78, Van Landewyck κατά Επιτροπής, Συλλογή 1980, σελ. 3125, σκ. 170, και ΔΕΕ C-219/95P, Ferriere Nord κατά Επιτροπής, Συλλογή 1997, σελ. I-4411, σκ. 20.

⁴¹ Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης, ό.π., σημ. 17, καθώς και απόφαση ΔΕΕ 85/76, Hoffmann – La Roche κατά Επιτροπής, Συλλογή 1979, σελ. 461, σκ. 126.

⁴² Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΕ C-250/92, Gottrup – Klim Grovwareforening Dansk Landbrugs Grovvareselskab AmbA (DLG), Συλλογή 1994, σελ. I-5641, σκ.54.

⁴³ Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕφαθ 1001/2006, ΔΕφαθ 2891/2009 και ΔΕφαθ 559/2010, καθώς και αποφάσεις ΔΕΕ 8/72, Vereniging van Cementhandelaren κατά Επιτροπής, Συλλογή 1972-1973, σελ. 221, σκ. 29, ΔΕΕ 42/84, Remia και λοιποί κατά Επιτροπής, Συλλογή 1985, σελ. 2545, σκ. 22, ΔΕΕ C-35/96, Επιτροπή κατά Ιταλίας, Συλλογή 1998, σελ. I-3851, σκ.48 και ΔΕΕ C-309/99, Wouters και λοιποί, Συλλογή 2002, σελ. I-1577, σκ. 95, βλ., επίσης, Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης ό.π., σημ. 86-88.

⁴⁴ Βλ. απόφαση ΔΕΕ υπόθ. C-215/96, 216/96, Carlo Bagnasco κ.λ.π. κατά Banca Popolare di Novara και Casa di Risparmio di Genova e Imperia, Συλλογή 1999, σελ. I-135, σκ.51-53.

⁴⁵ Βλ. Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρ. 81 και 82 της Συνθήκης, ΕΕ 2004 C101/81 παρ.91.

για την κατάχρηση γίνεται δεκτό ότι, εάν η κατάχρηση έχει καθαρά τοπικό χαρακτήρα ή αφορά σε αμελητέο μόνον τμήμα των πωλήσεων της δεσπόζουσας επιχείρησης, εντός του σχετικού κράτους μέλους, το εμπόριο δεν μπορεί να επηρεασθεί αισθητά⁴⁶. Εντούτοις, επειδή η εν λόγω πρακτική καλύπτει το σύνολο της Ελληνικής Επικράτειας και η φύση της παρεμποδιστικής πρακτικής είναι τέτοια που δυνητικά θα μπορούσε να επηρεάσει τη διασυνοριακή δραστηριότητα, τεκμαίρεται και η διακοινοτική της διάσταση.

Ε. ΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ – ΔΙΚΑΙΟ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ

- 44) Η εξετασθείσα πρακτική των δυο (2) εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE εξ' απόψεως της τήρησης των διατάξεων του δικαίου των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, ερευνάται ως προς τον τρόπο με τον οποίο οι δύο (2) εταιρείες τήρησαν ή όχι τις κείμενες αδειοδοτικές υποχρεώσεις τους, με βάση το κείμενο νομοθετικό πλαίσιο και συγκεκριμένα τις υποχρεώσεις τους ως αδειοδοτημένοι πάροχοι της εν λόγω αγοράς.
- 45) Ως προαναφέρθηκε ανωτέρω, με βάση τις προβλέψεις του Κανονισμού Γενικών Αδειών, όλοι οι αδειοδοτημένοι πάροχοι, πέρα από τις υποχρεώσεις τους στην αγορά των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, **δεσμεύονται να τηρούν και τις διατάξεις του υπολοίπου νομικού πλαισίου που προστατεύει έτερα έννομα αγαθά**, όπως π.χ. τις διατάξεις της νομοθεσίας περί απορρήτου, **του νόμου περί προστασίας των προσωπικών δεδομένων**, κ.α. Εν προκειμένω, την ίδια υποχρέωση είχαν και οι 2 καταγγελλόμενες εταιρείες ως προς την τήρηση των διατάξεων του Ν. 3471/2006 της αρμόδιας αρχής ΑΠΔΠΧ, αναφορικά με την προσήκουσα ενημέρωση των συνδρομητών για την ένταξή τους ή μη, στο Μητρώο του Άρθρου 11 και συνεπώς για την αποδοχή εμπορικών επικοινωνιών για προώθηση προϊόντων/υπηρεσιών από τρίτους, εν προκειμένω από παρόχους Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών για την προώθηση των εμπορικών προϊόντων/υπηρεσιών τους. Ως ανωτέρω αναφέρθηκε, η αρμόδια για την εφαρμογή του εν λόγω νόμου Αρχή, διεπίστωσε την μη προσήκουσα τήρηση της διάταξης του Άρ. 11 του Ν. 3471/2006 και άρα την παράβαση αυτής, καταλήγοντας στην επιβολή της κύρωσης της Σύστασης προς τις 2 ανωτέρω εταιρείες.
- 46) Επισημαίνεται εν πρώτοις, ότι η **επιβολή πλειόνων κυρώσεων στο ίδιο πρόσωπο, που πηγάζουν από την ίδια συμπεριφορά δεν επιτρέπεται και προσκρούει στην αρχή «ουχί δις εν τω αυτό»** (άλλως αρχή «non bis in idem»), την οποία αναγνωρίζει ως γενική αρχή του διοικητικού δικαίου το Συμβούλιο της Επικρατείας και κατοχυρώνει και η ΕΣΔΑ (άρθρο 4 του Έβδομου Πρόσθετου Πρωτοκόλλου) και το ΕΔΔΑ. Πλην, όμως, η εν λόγω αρχή δεν εφαρμόζεται, όταν οι κείμενες διατάξεις προστατεύουν διαφορετικά αγαθά (π.χ. προστασία δεδομένων προσωπ. χαρακτήρα του καταναλωτή και παροχή ποιοτικών, διαφανών και αξιόπιστων Τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών/προϊόντων) και κατά

⁴⁶ Βλ. Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρ. 81 και 82 της Συνθήκης, ΕΕ 2004 C101/81 παρ.96.

συνέπεια δεν μπορεί να τύχει εφαρμογής, **ελλείψει της προϋπόθεσης της προστασίας του ίδιου έννομου αγαθού**, η οποία απαιτείται να συντρέχει αθροιστικά. Εν προκειμένω, ο Κανονισμός Γενικών Αδειών της ΕΕΤΤ για τους παρόχους, προβλέπει διατάξεις και υποχρεώσεις για την Άδεια λειτουργίας που η ΕΕΤΤ χορήγησε στις 2 καταγγελλόμενες εταιρείες, ως μόνη αρμόδια τόσο για τη χορήγηση, όσο και για την ανάκληση τους. Επομένως, ακόμη και αν τα πραγματικά περιστατικά που λαμβάνονται υπόψη είναι τα ίδια, θα πρέπει και οι οποιεσδήποτε επιβληθείσες κυρώσεις ν' αφορούν και στην ίδια αιτία, και όχι ν' αποσκοπούν στον κολασμό διαφορετικού τύπου παραπτώματων και άρα να μην εξυπηρετούν διαφορετικούς σκοπούς. Π.χ. το συνταγματικά κατοχυρωμένο δικαίωμα της **διασφάλισης της προστασίας των προσωπικών δεδομένων και της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των επικοινωνιών** αποτελεί ένα ξεχωριστό έννομο αγαθό, ενώ η διασφάλιση της **ορθής εγκατάστασης, ασφαλούς λειτουργίας και εκμετάλλευσης του δημόσιου τηλεπικοινωνιακού δικτύου** που προστατεύει ο κανονισμός Γενικών Αδειών της ΕΕΤΤ, αποτελεί ένα εντελώς διαφορετικό έννομο αγαθό: (βλ. ΔΕΚ C-308/2004, C-397/2003, ΣτΕ 3545/2002, 1013/1999). Λογικώς και εμμέσως μάλιστα συνάγεται ότι μόνο διά της ορθής, ασφαλούς και σύννομης ανάπτυξης του δικτύου, δύναται να διασφαλίζονται, μεταξύ άλλων, και τα σχετικά δικαιώματα **προστασίας των προσωπικών δεδομένων, καθώς και επίσης και το απόρρητο των επικοινωνιών**. Σύμφωνα μάλιστα με την απόφαση ΔΕΚ της 7ης Ιανουαρίου 2004, Aalborg Portland A/S κ.ά. κατά Επιτροπής, κρίθηκε (σκέψη 338) ότι: «*Όσον αφορά την τήρηση της αρχής non bis in idem, πρέπει να υπομνησθεί ότι η εφαρμογή της αρχής αυτής εξαρτάται από την τριπλή προϋπόθεση της ταυτότητας των πραγματικών περιστατικών, της ταυτότητας του παραβάτη και της ταυτότητας του προστατευόμενου εννόμου συμφέροντος. Συνεπώς, η αρχή αυτή απαγορεύει την επιβολή πλειόνων κυρώσεων στο ίδιο πρόσωπο για την ίδια παράνομη συμπεριφορά προς την προστασία του ακριβώς ίδιου εννόμου αγαθού...*».

- 47) Εν προκειμένω, η ΑΠΔΠΧ, στο πλαίσιο της δικής της αρμοδιότητας, και άρα αποκλειστικής εφαρμογής του νόμου Ν. 3471/2006 για την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και την προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, εξέτασε την πρακτική της εφαρμογής του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006 μέσω της εφαρμογής του Μητρώου του εν λόγω άρθρου, από τις εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE, καταλήγοντας στη διαπίστωση της μη προσήκουσας εφαρμογής της εν λόγω διάταξης (βλ. αναλυτικά ανωτέρω απόφαση 18/2016) και στην επιβολή της ήπιας κύρωσης της Σύστασης με συγκεκριμένη εντολή.
- 48) Σε διαφορετικό όμως πλαίσιο, ίσχυε τόσο ο τότε Νόμος 4070/2012 με τίτλο «Ρυθμίσεις Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, Μεταφορών, Δημοσίων Έργων και άλλες διατάξεις» και συγκεκριμένα το άρθρο 65 αυτού με τίτλο «Περιεχόμενο συμβάσεων που συνάπτουν τελικοί χρήστες». Ο εν λόγω Νόμος, είχε στο πεδίο του την προστασία διαφορετικών εννόμων αγαθών. Συγκεκριμένα, καθόριζε το πλαίσιο παροχής δικτύων και υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, συναφών ευκολιών και συναφών υπηρεσιών εντός της Ελληνικής Επικράτειας, στόχευε στην ελεύθερη παροχή δικτύων και υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, με την ταυτόχρονη διασφάλιση της δημόσιας τάξης, της ασφάλειας και της υγείας, την εξασφάλιση σε κάθε επιχείρηση του δικαιώματος παροχής υπηρεσιών

ηλεκτρονικών επικοινωνιών, εγκατάστασης, επέκτασης, λειτουργίας, ελέγχου και διάθεσης δικτύων ηλεκτρονικών επικοινωνιών, στην τήρηση, κατά το μέτρο του δυνατού, της τεχνολογικής ουδετερότητας και βεβαίως στην προστασία και προαγωγή του ανταγωνισμού στην παροχή δικτύων ή/και υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών και συναφών ευκολιών και υπηρεσιών, καθώς και των πολιτικών διασφάλισης του δημόσιου συμφέροντος, κ.α. Σύμφωνα με το **άρθρο 65** αυτού προβλέπεται ειδικώς ότι: *«Όταν οι καταναλωτές και άλλοι τελικοί χρήστες είναι συνδρομητές υπηρεσιών παροχής σύνδεσης σε δημόσιο δίκτυο επικοινωνιών ή / και διαθέσιμων στο κοινό υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, εφόσον το ζητήσουν, δικαιούνται να συνάπτουν σύμβαση με επιχείρηση ή επιχειρήσεις που παρέχουν τη σύνδεση ή/και τις υπηρεσίες αυτές. Με την επιφύλαξη του ν. 2251/1994 (Α' 191), η σύμβαση που συνάπτεται μεταξύ συνδρομητή ή τελικού χρήστη και επιχείρησης παροχής σύνδεσης ή / και πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο ή μεταξύ καταναλωτή ή τελικού χρήστη και άλλων παρόχων υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών περιλαμβάνει, με σαφή, συνολική και ευκόλως προσβάσιμη μορφή, τουλάχιστον τα εξής: α) Τα στοιχεία και τη διεύθυνση της επιχείρησης. β) Τις παρεχόμενες υπηρεσίες, όπου περιλαμβάνονται ειδικότερα: το αν παρέχεται πρόσβαση σε υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης και σε πληροφορίες για τον εντοπισμό του καλούντος, καθώς και τυχόν περιορισμούς αναφορικά με την παροχή υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης...γ) Τις επιλογές του συνδρομητή σχετικά με το εάν τα προσωπικά του δεδομένα θα περιληφθούν σε κατάλογο συνδρομητών και το είδος αυτών των δεδομένων...».*

- 49) Στο αυτό πλαίσιο και σκοπό νομοθετήθηκαν και οι επιμέρους σχετικές διατάξεις του **Κανονισμού Γενικών Αδειών της ΕΕΤΤ**, σκοπός του οποίου είναι να ρυθμίσει την επιμέρους διαδικασία, τις προϋποθέσεις και τις υποχρεώσεις των παρόχων, για την παροχή δικτύων ή/και υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών υπό καθεστώς Γενικών Αδειών, μέσω σχετικών διατάξεων για την επιβολή των τελών, την παροχή δικτύων, την παροχή υπηρεσιών, την αριθμοδότηση, την συντήρηση και την ακεραιότητα των δικτύων, την ποιότητα των υπηρεσιών, την ορθή ενημέρωση των χρηστών, την προσήκουσα χρήση των ραδιοσυχνοτήτων κ.α. Ως προαναφέρθηκε ανωτέρω (βλ. ειδικότερα ανωτέρω στο Νομικό πλαίσιο των Ηλεκτρ. Επικοινωνιών), ο Κανονισμός Γενικών Αδειών της ΕΕΤΤ προβλέπει στ' Άρθρα 1.2.2 α), 2.1.2 α), 2.1.15 του Παραρτήματος Β' του Κανονισμού Γενικών Αδειών της ΕΕΤΤ (ΑΠ.ΕΕΤΤ 676/41/2013), και ιδίως στ' άρθρα 1.2.2., και 2.1.2 αυτού, σαφείς υποχρεώσεις για του όλους τους παρόχους στην τήρηση της νομοθεσίας των προσωπικών δεδομένων, καθώς και των αποφάσεων των αρχών, μεταξύ των οποίων και της ΑΠΔΠΧ.
- 50) Με βάση τ' ανωτέρω, εν προκειμένω η ΕΕΤΤ, **δύναται να ελέγξει κατά πόσον η συμπεριφορά των καταγγελλόμενων εταιρειών συνιστά παράβαση ελεγχόμενη υπό το πρίσμα των κανόνων που διέπουν τη δραστηριότητά τους ως τηλεπικοινωνιακές επιχειρήσεις, την τήρηση των οποίων ο νομοθέτης ρητώς ανέθεσε στην αρμοδιότητά της και όχι στην ΑΠΔΠΧ**, η οποία αντιθέτως έχει οριστεί ως η αρμόδια αρχή για την προστασία των προσωπικών δεδομένων και της ιδιωτικότητας, διαπιστώνοντας για το εκεί προστατευόμενο αγαθό παράβαση, βάσει της απόφασής της με ΑΡ. 18/2016. Η καταγγελλθείσα πρακτική των αδειοδοτημένων παρόχων ΟΤΕ και COSMOTE επί του Άρθρου 11, βάσει των διατάξεων του Ν. 4070/2012 και επίσης του Κανονισμού Γενικών Αδειών της

ΕΕΤΤ, διαπιστώνεται, πως παραβαίνει τις προηγουμένως αναφερόμενες διατάξεις, ως προς τις ρητώς αναφερόμενες υποχρεώσεις που προβλέπονται για τους 2 παρόχους, οι οποίοι όμως δεν φαίνεται να ήταν συνεπείς ως προς την τήρησή τους, παραβαίνοντας έτσι και το άρθρο 65 του Ν. 4070/2012, όσο και τις ανωτέρω επιμέρους διατάξεις του Κανονισμού Γενικών Αδειών της ΕΕΤΤ, ιδίως ως προς την τήρηση της νομοθεσίας περί προσωπικών δεδομένων, τις οποίες ωστόσο υποχρεούνται να τηρούν.

- 51) Συνεπώς, ως εξηγήθηκε ανωτέρω, **η ΕΕΤΤ, για τις ανωτέρω αναφερόμενες παραβάσεις, δύναται, στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων της, επί τη βάση των ανωτέρω διατάξεων, να διαπιστώσει ξεχωριστή παράβαση και να προχωρήσει και η ίδια στην επιβολή των κατά την κρίση της κυρώσεων**, δεδομένου ότι στοιχειοθετούνται να μεν επί της ίδιας συμπεριφοράς, αλλά επί τη βάσει διαφορετικών διατάξεων και διαφορετικών νομοθετημάτων, και άρα για την προστασία έτερων εννόμων αγαθών (προστασία προσωπ. δεδομένων και απορρήτου του καταναλωτή, ασφάλεια και καλή ποιότητα του τηλεπικοινωνιακού δικτύου και των σχετικών υπηρεσιών/προϊόντων, κ.λπ.).

ΣΤ. ΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ - ΔΙΚΑΙΟ ΤΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ
-(ΑΡΘΡΟ 2 Ν.3959/2011- ΑΡΘΡΟ 102 ΣΛΕΕ) – ΑΡΧΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΝΑΛΥΣΗΣ

α) Επί των σχετικών Αγορών που αφορούν στην εξεταζόμενη/ες καταγγελία/ες

44) Η εφαρμογή του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011 καθώς και του άρθρου 102 της ΣΛΕΕ προϋποθέτει την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης η οποία εξετάζεται σε συνάρτηση με μια συγκεκριμένη αγορά, εφεξής σχετική αγορά. Με τον ορισμό της σχετικής αγοράς προσδιορίζονται τα όρια εντός των οποίων ασκείται ο ανταγωνισμός μεταξύ επιχειρήσεων. Βασικός στόχος είναι ο συστηματικός εντοπισμός των περιορισμών εκείνων που υφίσταται ο ανταγωνισμός στον οποίο υπόκεινται οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις. Ο ορισμός μιας αγοράς αφορά στα προϊόντα και στη γεωγραφική διάστασή της. Από την άποψη αυτή, ο ορισμός της αγοράς καθιστά δυνατό, μεταξύ άλλων, να υπολογιστούν τα μερίδια αγοράς, τα οποία προσφέρουν χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με τη δύναμη στην αγορά για την αξιολόγηση μιας δεσπόζουσας θέσης⁴⁷. Η σχετική αγορά προϊόντων περιλαμβάνει το σύνολο των προϊόντων ή υπηρεσιών που θεωρούνται από τον καταναλωτή εναλλάξιμα ή δυνάμενα να υποκατασταθούν μεταξύ τους, λόγω των χαρακτηριστικών τους, της τιμής τους ή της σκοπούμενης χρήσης τους.

45) Η αγορά του σχετικού προϊόντος περιλαμβάνει όλα τα προϊόντα ή και τις υπηρεσίες που είναι δυνατόν να εναλλάσσονται ή να υποκαθίστανται αμοιβαία από τον καταναλωτή, λόγω των χαρακτηριστικών, των τιμών και της χρήσης για την οποία προορίζονται. Η σχετική γεωγραφική αγορά περιλαμβάνει την περιοχή, όπου οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις συμμετέχουν στην προμήθεια προϊόντων ή υπηρεσιών και οι όροι του ανταγωνισμού είναι επαρκώς ομοιογενείς και η οποία μπορεί να διακριθεί από γειτονικές κυρίως περιοχές, διότι στις εν λόγω περιοχές οι όροι του ανταγωνισμού διαφέρουν

⁴⁷ Ανακοίνωση της Επιτροπής για τον ορισμό της σχετικής αγοράς (97/C 372/03), σημ. 2.

σημαντικά. Η σχετική αγορά στο πλαίσιο της οποίας πρέπει να εξετάζεται ένα συγκεκριμένο πρόβλημα όσον αφορά τον ανταγωνισμό προσδιορίζεται, συνεπώς, με τον συνδυασμό της αγοράς του σχετικού προϊόντος και της γεωγραφικής αγοράς⁴⁸.

46) Τρεις είναι κυρίως οι περιορισμοί στους οποίους υπόκεινται οι επιχειρήσεις λόγω του ανταγωνισμού: δυνατότητα υποκατάστασης από την πλευρά της ζήτησης, δυνατότητα υποκατάστασης στο επίπεδο της προσφοράς και δυνητικός ανταγωνισμός. Από οικονομική άποψη, για τον καθορισμό της αγοράς του σχετικού προϊόντος, η υποκατάσταση από την πλευρά της ζήτησης αποτελεί το πλέον άμεσο και αποτελεσματικό μέσο ελέγχου των προμηθευτών ενός δεδομένου προϊόντος, ιδίως όσον αφορά τις αποφάσεις τους για τον καθορισμό των τιμών. Βασικά, ο καθορισμός της αγοράς συνίσταται στον εντοπισμό των πραγματικών εναλλακτικών πηγών προμήθειας για τους πελάτες των εν λόγω επιχειρήσεων, τόσο από την άποψη των προϊόντων ή των υπηρεσιών όσο και από την άποψη της γεωγραφικής θέσης των προμηθευτών. Οι περιορισμοί που προκύπτουν αναφορικά με τη δυνατότητα υποκατάστασης από την πλευρά της προσφοράς είναι, κατά κανόνα, λιγότερο άμεσοι και απαιτούν την ανάλυση και άλλων παραγόντων. Ως εκ τούτου, οι περιορισμοί αυτοί λαμβάνονται υπόψη στο στάδιο αξιολόγησης της ανάλυσης από την άποψη του ανταγωνισμού⁴⁹.

β. Η υποκατάσταση από την πλευρά της ζήτησης (Demand side substitutability)

47) Η εκτίμηση της υποκατάστασης από την πλευρά της ζήτησης συνεπάγεται τον καθορισμό του φάσματος των προϊόντων που ο καταναλωτής θεωρεί ως υποκατάστατα. Ένας τρόπος πραγματοποίησης του καθορισμού αυτού, μπορεί να θεωρηθεί ως ένα διανοητικό πείραμα, στο πλαίσιο του οποίου υποθέτουμε μια μικρή, αλλά διαρκή διακύμανση των σχετικών τιμών και αξιολογούμε τις πιθανές αντιδράσεις των πελατών. Ο ορισμός της αγοράς γίνεται κυρίως βάσει των τιμών για πρακτικούς λόγους και, πιο συγκεκριμένα, βάσει της υποκατάστασης από την πλευρά της ζήτησης, την οποία ενδέχεται να επιφέρουν οι μικρές, αλλά διαρκείς μεταβολές των σχετικών τιμών. Η μέθοδος αυτή εξασφαλίζει σαφείς ενδείξεις όσον αφορά στα στοιχεία που είναι χρήσιμα για τον ορισμό των αγορών. Η προσέγγιση αυτή επιτρέπει, αρχής γενομένης από το είδος των προϊόντων που οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις πωλούν και την περιοχή στην οποία πωλούν τα προϊόντα αυτά, να συμπεριληφθούν στον ορισμό της αγοράς ή να αποκλεισθούν και άλλα προϊόντα και περιοχές, ανάλογα με το αν ο ανταγωνισμός που ασκείται από τα άλλα αυτά προϊόντα και περιοχές επηρεάζει ή περιορίζει αισθητά τη στρατηγική των μερών, όσον αφορά τον καθορισμό των τιμών βραχυπρόθεσμα. Το ερώτημα που τίθεται είναι κατά πόσο οι πελάτες των μερών θα στραφούν σε προϊόντα υποκατάστασης ή σε προμηθευτές που είναι εγκατεστημένοι αλλού, σε περίπτωση μικρής αλλά διαρκούς αύξησης (5%-10%), των σχετικών τιμών των προϊόντων στις υπό εξέταση περιοχές. Αν η υποκατάσταση καθιστά ανώφελη την αύξηση των τιμών, λόγω της μείωσης των πωλήσεων που αυτή συνεπάγεται, τα πρόσθετα προϊόντα υποκατάστασης και οι πρόσθετες περιοχές ενσωματώνονται στη σχετική αγορά μέχρις ότου το σύνολο προϊόντων και η γεωγραφική ζώνη είναι τέτοια που να καθιστούν αποδοτικές τις μικρές αλλά διαρκείς αυξήσεις των σχετικών τιμών. Ανάλογη είναι και η ανάλυση στις

⁴⁸ οπ.π., σημ. 7-9.

⁴⁹ οπ.π., σημ. 7-9.

περιπτώσεις που αφορούν την συγκέντρωση της αγοραστικής δύναμης, στις οποίες το σημείο εκκίνησης είναι ο προμηθευτής, και ο δοκιμαστικός έλεγχος των τιμών επιτρέπει τον προσδιορισμό των εναλλακτικών δικτύων διανομής ή σημείων πώλησης για τα προϊόντα του προμηθευτή⁵⁰.

γ. Η υποκατάσταση από την πλευρά της Προσφοράς (Supply side substitutability)

48) Η δυνατότητα υποκατάστασης από την πλευρά της προσφοράς μπορεί να λαμβάνεται επίσης υπόψη για τον καθορισμό των αγορών στις περιπτώσεις στις οποίες τα αποτελέσματα είναι ανάλογα με τα αποτελέσματα της υποκατάστασης από την πλευρά της ζήτησης όσον αφορά την αποτελεσματικότητα και την αμεσότητα. Αυτό προϋποθέτει ότι οι προμηθευτές είναι σε θέση να μετατοπίζουν την παραγωγή τους στα σχετικά προϊόντα και να τα εμπορεύονται βραχυπρόθεσμα χωρίς σημαντικό πρόσθετο κόστος και χωρίς να διατρέχουν σημαντικό επιπλέον κίνδυνο, λόγω των μικρών αλλά διαρκών μεταβολών των σχετικών τιμών. Όταν οι προϋποθέσεις αυτές πληρούνται, η πρόσθετη παραγωγή που διατίθεται στην αγορά θα επηρεάσει την ανταγωνιστική συμπεριφορά των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων. Οι επιπτώσεις αυτές ισοδυναμούν, λόγω της αμεσότητας και της αποτελεσματικότητάς τους με τα αποτελέσματα της υποκατάστασης από την πλευρά της ζήτησης. Αυτό συμβαίνει συχνά όταν οι επιχειρήσεις προσφέρουν μεγάλη ποιοτική ποικιλία για το ίδιο προϊόν. Ακόμη και αν για συγκεκριμένο τελικό καταναλωτή ή ομάδα καταναλωτών, δεν υπάρχει δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ των διαφόρων ποιοτήτων, οι διάφορες αυτές ποιότητες συγκεντρώνονται σε μια αγορά προϊόντων, υπό την προϋπόθεση ότι οι περισσότεροι προμηθευτές είναι σε θέση να παράγουν και να πωλούν τις διάφορες ποιότητες άμεσα και χωρίς να αυξάνεται σημαντικά το κόστος τους. Στις περιπτώσεις αυτές, η αγορά του σχετικού προϊόντος περιλαμβάνει όλα τα προϊόντα που είναι δυνατόν να υποκαθίστανται αμοιβαία, τόσο από την άποψη της ζήτησης όσο και της προσφοράς, και οι πωλήσεις των προϊόντων αυτών κατά τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου προστίθενται προκειμένου να υπολογιστεί η συνολική αξία ή ο συνολικός όγκος της αγοράς. Ο ίδιος συλλογισμός μπορεί να οδηγήσει στη συνάθροιση διαφόρων γεωγραφικών ζωνών. Όταν η δυνατότητα υποκατάστασης από την πλευρά της προσφοράς προϋποθέτει σημαντική προσαρμογή των υφιστάμενων ενσώματων και άυλων στοιχείων του ενεργητικού, πρόσθετες επενδύσεις, στρατηγικές αποφάσεις ή καθυστερήσεις, δεν λαμβάνεται υπόψη για την οριοθέτηση της αγοράς⁵¹.

Παρότι η υποκατάσταση από πλευράς προσφοράς θεωρείται εν γένει λιγότερο αποτελεσματική μορφή υποκατάστασης, υπό συνθήκες μπορεί να είναι εξίσου σημαντική με την υποκατάσταση από την πλευρά της ζήτησης. Η περίπτωση αυτή είναι συνήθης στις αγορές τηλεπικοινωνιών, όπου η ίδια βασική φυσική υποδομή χρησιμοποιείται για την παροχή διαφόρων προϊόντων/υπηρεσιών στους τελικούς χρήστες. Στην ουσία, δύο προϊόντα είναι υποκατάστατα από πλευράς προσφοράς εφόσον ο πάροχος του ενός έχει στη διάθεσή του ήδη όλα τα κρίσιμα περιουσιακά στοιχεία που χρειάζονται για την παραγωγή του άλλου προϊόντος. Η δυνατότητα υποκατάστασης της προσφοράς ενδέχεται υπό κατάλληλες συνθήκες να χρησιμοποιείται ως συμπληρωματικό στοιχείο για τον ορισμό των σχετικών αγορών. Στην πράξη, δεν μπορεί να διακριθεί ευκρινώς από το

⁵⁰ ο.π., σημ. 15-17

⁵¹ ο.π., σημ. 20-23

δυναμικό ανταγωνισμό. Η δυνατότητα υποκατάστασης και ο δυναμικός ανταγωνισμός χρησιμοποιούνται για τον καθορισμό του κατά πόσον μια επιχείρηση έχει δεσπόζουσα θέση ή κατά πόσον υπάρχει σημαντικός περιορισμός του ανταγωνισμού⁵².

δ. Ο δυναμικός ανταγωνισμός (Potential competition)

49) Η τρίτη πηγή περιορισμών, ο δυναμικός ανταγωνισμός, δεν λαμβάνεται υπόψη στον ορισμό των αγορών, εφόσον οι συνθήκες κάτω από τις οποίες ο δυναμικός ανταγωνισμός μπορεί να αποτελέσει πραγματικό περιορισμό, εξαρτώνται από την ανάλυση ορισμένων παραγόντων και περιστάσεων που συνδέονται με τις συνθήκες εισόδου στην αγορά. Η ανάλυση αυτή, ανάλογα με την περίπτωση, διεξάγεται σε μεταγενέστερο στάδιο, κατά κανόνα αφού προσδιοριστεί η θέση των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων στη σχετική αγορά και φανεί ότι δημιουργούνται προβλήματα από την άποψη του ανταγωνισμού⁵³.

ε. Επί του ορισμού της σχετικής αγοράς προϊόντος

50) Υπάρχει μια σειρά στοιχείων που επιτρέπουν να προσδιοριστεί ο βαθμός στον οποίο είναι δυνατόν να επιτευχθεί υποκατάσταση. Η οριοθέτηση της σχετικής αγοράς κάθε υπόθεσης βασίζεται σε μια πολύπλευρη προσέγγιση, λαμβανομένων υπόψη όλων των διαθέσιμων στοιχείων και αποδεικτικών μέσων που μπορεί να είναι χρήσιμα για την εκτίμηση της συγκεκριμένης περίπτωσης. Το ευρύ αυτό φάσμα στοιχείων δεν είναι ούτε προκαθορισμένο, ούτε εξαντλητικό, ούτε και δεσμευτικό. Σε συγκεκριμένη περίπτωση, ορισμένα στοιχεία έχουν καθοριστική σημασία, λαμβανομένων ιδίως υπόψη των χαρακτηριστικών και των ιδιομορφιών του υπό εξέταση τομέα και προϊόντων ή υπηρεσιών. Σε άλλες περιπτώσεις, τα ίδια στοιχεία μπορεί να μην παρουσιάζουν κανένα ενδιαφέρον. Στις περισσότερες περιπτώσεις, η απόφαση πρέπει να ληφθεί βάσει ορισμένων κριτηρίων και διαφόρων στοιχείων αξιολόγησης. Η Επιτροπή στηρίζεται σε εμπειρικά στοιχεία και χρησιμοποιεί όλα τα διαθέσιμα στοιχεία που μπορεί να είναι χρήσιμα για την εκτίμηση συγκεκριμένης περίπτωσης. Η Επιτροπή, δεν χρησιμοποιεί αυστηρά μια σειρά πηγών πληροφοριών ή αποδεικτικών στοιχείων. Η διαδικασία που ακολουθείται για τον ορισμό των σχετικών αγορών μπορεί να συνοψιστεί ως εξής: βασιζόμενη στις πρώτες διαθέσιμες πληροφορίες ή σε πληροφορίες που της κοινοποιούν οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις, η Επιτροπή είναι συνήθως σε θέση να προσδιορίσει, σε γενικές γραμμές, τις πιθανές σχετικές αγορές εντός των οποίων θα πρέπει να εκτιμήσει, για παράδειγμα, μια συγκέντρωση ή ένα περιορισμό του ανταγωνισμού. Κατά κανόνα, και για πρακτικούς λόγους, όταν εξετάζει μεμονωμένες περιπτώσεις, πρέπει να αποφασίσει μεταξύ ενός μικρού αριθμού πιθανών σχετικών αγορών. Για παράδειγμα, το ερώτημα που τίθεται συχνά όσον αφορά τον ορισμό μιας αγοράς σχετικών προϊόντων είναι κατά πόσο ένα προϊόν Α και ένα προϊόν Β ανήκουν ή όχι ίδια αγορά σχετικού προϊόντος. Συχνά, αρκεί να συμπεριληφθεί το προϊόν Β στον ορισμό της αγοράς για να επιλυθεί κάθε πρόβλημα από την άποψη του ανταγωνισμού. Στις περιπτώσεις αυτές δεν

⁵² Ανακοίνωση για την εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού σε συμφωνίες πρόσβασης στον τομέα των τηλεπικοινωνιών - Πλαίσιο, σχετικές αγορές και αρχές, σημ. 41.

⁵³ Ανακοίνωση της Επιτροπής για τον ορισμό της σχετικής αγοράς (97/C 372/03), σημ. 24.

είναι απαραίτητο να εξεταστεί κατά πόσο η αγορά περιλαμβάνει επίσης άλλα προϊόντα και να οριοθετηθεί οριστικά η αγορά σχετικού προϊόντος. Αν, λαμβάνοντας υπόψη όλους τους δυνατούς ορισμούς της αγοράς, η εν λόγω πράξη δεν δημιουργεί κανένα πρόβλημα από την άποψη του ανταγωνισμού, το θέμα του ορισμού της αγοράς μένει εκκρεμές, περιορίζοντας έτσι τον αριθμό των πληροφοριών που οφείλουν να παράσχουν οι επιχειρήσεις⁵⁴.

στ. Επί της οριοθέτησης της σχετικής γεωγραφικής αγοράς

51) Η προσέγγιση που ακολουθείται για τον ορισμό της γεωγραφικής αγοράς, εκκινεί από την εκτίμηση της έκτασης της γεωγραφικής αγοράς, βασιζόμενη σε διάφορες ενδείξεις όσον αφορά στην κατανομή των μεριδίων αγοράς που κατέχουν τα μέρη και οι ανταγωνιστές τους, καθώς και σε μια προκαταρκτική ανάλυση του καθορισμού των τιμών και των διαφορών μεταξύ των τιμών σε εθνικό επίπεδο. Η αρχική αυτή εικόνα χρησιμοποιείται κατά βάση ως υπόθεση εργασίας η οποία επιτρέπει την περαιτέρω διερεύνηση προκειμένου να διαμορφωθεί ένας ακριβής ορισμός της γεωγραφικής αγοράς. Η αρχική υπόθεση εργασίας πρέπει, συνεπώς, να επαληθεύεται βάσει μιας ανάλυσης των χαρακτηριστικών της ζήτησης (σημασία των εθνικών ή τοπικών προτιμήσεων, αγοραστικές συνήθειες των πελατών, διαφοροποίηση των προϊόντων, εμπορικά σήματα, κ.λπ.), προκειμένου να προσδιοριστεί κατά πόσο εταιρείες εγκατεστημένες σε άλλες περιοχές αποτελούν πράγματι εναλλακτική πηγή εφοδιασμού για τους καταναλωτές. Και στην περίπτωση αυτή, το κριτήριο που εφαρμόζεται είναι η υποκατάσταση στην οποία μπορεί να οδηγήσει η μεταβολή των σχετικών τιμών και το ερώτημα που τίθεται είναι και πάλι κατά πόσο οι πελάτες των μερών μπορούν να στραφούν σε εταιρείες που είναι εγκατεστημένες αλλού, βραχυπρόθεσμα και με αμελητέο κόστος. Ανάλογα με την περίπτωση, εξετάζονται επίσης οι παράγοντες που συνδέονται με την προσφορά, προκειμένου να διασφαλισθεί ότι οι εταιρείες που είναι εγκατεστημένες σε διαφορετικές περιοχές, δεν αντιμετωπίζουν εμπόδια στην περίπτωση που επιθυμούν να αναπτύξουν τις πωλήσεις τους, με ανταγωνιστικούς όρους, στο σύνολο της γεωγραφικής αγοράς. Η ανάλυση αυτή περιλαμβάνει εξέταση όλων των απαιτούμενων προϋποθέσεων για την εγκατάσταση στην περιοχή, με στόχο την πραγματοποίηση πωλήσεων στην περιοχή αυτή, των όρων πρόσβασης στα δίκτυα διανομής, του κόστους δημιουργίας δικτύου διανομής και της ύπαρξης ή απουσίας κανονιστικών φραγμών που συνδέονται με τις δημόσιες συμβάσεις, ρυθμίσεων όσον αφορά τις τιμές, ποσοστώσεων και δασμών που περιορίζουν το εμπόριο ή την παραγωγή, τεχνικών προτύπων, μονοπωλίων, της ελευθερίας εγκατάστασης, των απαιτήσεων για τη χορήγηση αδειών, των ρυθμίσεων σχετικά με τη συσκευασία, κ.λπ.⁵⁵.

52) Ειδικότερα στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, η γεωγραφική εμβέλεια της σχετικής αγοράς ορίζεται παραδοσιακά με αναφορά σε δύο (2) κριτήρια:

- την περιοχή που καλύπτει ένα δίκτυο,
- την ύπαρξη νομικών και άλλων κανονιστικών μέτρων.

⁵⁴ ο.π., σημ. 25.

⁵⁵ ο.π., σημ. 28-30.

Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι σχετική γεωγραφική αγορά είναι η περιοχή στην οποία οι αντικειμενικοί όροι ανταγωνισμού που ισχύουν για τους φορείς παροχής υπηρεσιών είναι παρόμοιοι, και οι ανταγωνιστές είναι σε θέση να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους. Κατά συνέπεια, σε κάθε περίπτωση είναι απαραίτητο να εξεταστεί η δυνατότητα των φορέων αυτών να παρέχουν πρόσβαση προς τελικό χρήστη σε οποιοδήποτε τμήμα της περιοχής, υπό αντίστοιχους και οικονομικά βιώσιμους όρους.

ζ. Η σχέση της Ex ante ρύθμισης με την Ex post εφαρμογή των διατάξεων του δικαίου του ανταγωνισμού

53) Όπως παρουσιάστηκε εκτενώς και στην απόφαση της ΕΕΤΤ με ΑΡ. ΑΠ. ΕΕΤΤ 903/15/19-07-19:

«..Η εφαρμογή των ανωτέρω κανόνων στην περίπτωση των αγορών ηλεκτρονικών επικοινωνιών έχει αναπτυχθεί στο πλαίσιο της διαδικασίας ex ante ανάλυσης αγορών και εκτίμησης Σημαντικής Ισχύος, βάσει του Ευρωπαϊκού Κοινοτικού Κανονιστικού πλαισίου για τα δίκτυα και τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών»⁵⁶.

54) Όπως αναφέρεται ομοίως στις Κατευθυντήριες Γραμμές της Επιτροπής: «24. Βάσει του πλαισίου κανονιστικών ρυθμίσεων, ο προσδιορισμός των αγορών και η αξιολόγηση της ΣΙΑ θα πραγματοποιούνται με τις ίδιες μεθόδους που ισχύουν στο δίκαιο περί ανταγωνισμού. Κατά συνέπεια, ο ορισμός του γεωγραφικού φάσματος των αγορών που έχουν διαπιστωθεί στη Σύσταση, ο ορισμός, όπου είναι αναγκαίο, των σχετικών αγορών προϊόντων/υπηρεσιών εκτός της σύστασης και η εκτίμηση της ύπαρξης αποτελεσματικού ανταγωνισμού εκ μέρους των ΕΡΑ πρέπει να συνάδουν με την νομολογία και πρακτική περί ανταγωνισμού. Προκειμένου να διασφαλιστεί μία συνεκτική προσέγγιση, οι παρούσες κατευθυντήριες γραμμές βασίζονται στην υπάρχουσα νομολογία του Πρωτοδικείου και του Δικαστηρίου των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων για τον ορισμό της αγοράς και την έννοια της δεσπόζουσας θέσης βάσει του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ και του άρθρου 2 του Κανονισμού για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων (11), (2) στις κατευθυντήριες γραμμές για την εφαρμογή των κοινοτικών κανόνων ανταγωνισμού στον τομέα των τηλεπικοινωνιών (12), (3) στην ανακοίνωση της Επιτροπής όσον αφορά τον ορισμό της σχετικής αγοράς για τους σκοπούς του κοινοτικού δικαίου περί ανταγωνισμού (13), εφεξής η ανακοίνωση για τον ορισμό της σχετικής αγοράς και (4) στην ανακοίνωση για την εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού σε συμφωνίες πρόσβασης στον τομέα των τηλεπικοινωνιών (14), εφεξής η ανακοίνωση για την πρόσβαση.» «Ο ορισμός των αγορών βάσει των άρθρων 81 και 82 της συνθήκης ΕΚ πραγματοποιείται γενικά σε εκ των υστέρων βάση. Στις περιπτώσεις αυτές, η ανάλυση εξετάζει γεγονότα τα οποία έχουν ήδη λάβει χώρα στην αγορά και δεν θα επηρεάζεται από πιθανές μελλοντικές «εξελίξεις. Το σημείο εκκίνησης αποτελεί η εικαζόμενη κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης βάσει του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ (άρθρο 2 Ν.3959/2011).»

55) Και ναι μεν, σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (παρ. 25): «..Ορισμένες φορές, και για τους λόγους που αναφέρονται στο τμήμα 2 των εν λόγω κατευθυντήριων γραμμών,

⁵⁶ Κατευθυντήριες Γραμμές της Ευρ. Επιτροπής για την ανάλυση αγοράς και την εκτίμηση της σημαντικής ισχύος στην αγορά βάσει του κοινοτικού πλαισίου κανονιστικών ρυθμίσεων για τα δίκτυα και τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών, ΕΕ της 11.7.2002 αριθ. C165/6.

οι αγορές που ορίζονται από την Επιτροπή και τις αρμόδιες αρχές ανταγωνισμού σε υποθέσεις ανταγωνισμού είναι δυνατόν να διαφέρουν από εκείνες που έχουν οριστεί στη σύσταση και την απόφαση, ή/και από τις αγορές που ορίστηκαν από τις ΕΡΑ σύμφωνα με το άρθρο 15 παράγραφος 3 της οδηγίας πλαίσιο, εντούτοις, η χρήση της ίδιας μεθοδολογίας εξασφαλίζει ότι η σχετική αγορά που ορίζεται για τους σκοπούς της ειδικής τομεακής ρύθμισης θα αντιστοιχεί στις περισσότερες περιπτώσεις στους ορισμούς της αγοράς οι οποίοι ισχύουν σύμφωνα με το δίκαιο του ανταγωνισμού...». Η Επιτροπή τονίζει επιπλέον ότι: «...οι ΕΡΑ και οι αρχές ανταγωνισμού, κατά την εξέταση ίδιων θεμάτων κάτω από τις ίδιες περιστάσεις και με τους ίδιους στόχους, πρέπει καταρχήν να καταλήγουν στα ίδια συμπεράσματα» (παρ. 27). Σύμφωνα με την πρακτική της Ευρωπαϊκής Επιτροπής αλλά και την Επιτροπής Ανταγωνισμού, κατά τον ορισμό σχετικών αγορών για την *ex post* εφαρμογή των διατάξεων περί ελεύθερου ανταγωνισμού, ο προσδιορισμός της σχετικής αγοράς για την εκτίμηση ενός περιορισμού του ανταγωνισμού, βασίζεται σε όλες τις διαθέσιμες πληροφορίες καθώς και εμπειρικά στοιχεία, βάσει των οποίων προσδιορίζονται σε γενικές γραμμές οι πιθανές αγορές (αρχική υπόθεση εργασίας), η οποία υπόθεση εργασίας επιβεβαιώνεται εν συνεχεία με την ανάλυση των χαρακτηριστικών της ζήτησης και της προσφοράς...».

η. Ως προς τα ερωτήματα της ΕΕΤΤ προς τα συμμετέχοντα στην ακρόαση μέρη αναφορικά με τον ορισμό της αγοράς

56) Εκκινώντας από τον ακριβή ορισμό της αγοράς, η ΕΕΤΤ αιτήθηκε από τις εμπλεκόμενες επιχειρήσεις τις απάνψεις τους, όσον αφορά στον ορισμό και στα όρια της αγοράς του σχετικού προϊόντος, καθώς και της γεωγραφικής αγοράς, προκειμένου να τα επεξεργαστεί και να συγκεντρώσει τα στοιχεία που της είναι απαραίτητα για να καταλήξει σε ένα συμπέρασμα. Κρίθηκε απαραίτητο, οι σχετικές πληροφορίες να ζητηθούν εγγράφως από τους προαναφερθέντες παράγοντες της αγοράς. Στα εκτενή ερωτηματολόγια που εστάλησαν στα συμμετέχοντα στην ακρόαση μέρη, ζητήθηκε επίσης και ένα αριθμός επιμέρους στοιχείων, τα οποία κρίθηκαν απαραίτητα προκειμένου η ΕΕΤΤ να καταλήξει σε συμπέρασμα, όσον αφορά στην έκταση της σχετικής αγοράς⁵⁷.

57) Με σειρά επιστολών, καθώς επίσης και στο πλαίσιο της από 21ης Φεβρουαρίου 2017 πρώτης Ακρόασης (καθώς και στο πλαίσιο της επαναληπτικής ακρόασης της 18ης Ιουλίου 2018), ζητήθηκαν στοιχεία από όλα τα μέρη, τα οποία, μεταξύ άλλων αφορούσαν στον ορισμό των επιμέρους αγορών της/των καταγγελίας-ων από την άποψη του προϊόντος, με έμφαση και στους προβαλλόμενους τεχνητούς φραγμούς που αφορούν στη δυνατότητα μετατόπισης της ζήτησης σε ανταγωνιστικές λύσεις ή σε δυνητικά υποκατάστατα. Στο πλαίσιο της από 21ης Φεβρουαρίου 2017 Ακρόασης των εμπλεκόμενων μερών ενώπιον της συσταθείσας για την εξέτασης της παρούσας καταγγελίας Επιτροπής Ακρόασης, απευθύνθηκε στα μέρη το ερώτημα να υποδείξουν ποιές είναι οι σχετικές αγορές που επηρεάζονται από την εξεταζόμενη πρακτική (της (μη) ένταξης των συνδρομητών) των καταγγελλόμενων εταιρειών ΟΤΕ ΑΕ και COSMOTE ΑΕ. Στο πλαίσιο αυτό, αποτυπώθηκε η άποψη των μερών και για τις διάφορες κατηγορίες

⁵⁷ Ανακοίνωση της Επιτροπής για τον ορισμό της σχετικής αγοράς (97/C 372/03), σημ. 33-51.

πελατών, συνοδευόμενη από τη σχετική τεκμηρίωση. Συγκεκριμένα, όπως αναλυτικά παρατίθεται κάτωθι:

θ. Οι ισχυρισμοί των μερών

- **Η εταιρεία «WIND ΕΛΛΑΣ Τηλεπικοινωνίες ΑΕΒΕ»**

58) Η εταιρεία WIND ΕΛΛΑΣ Τηλεπικοινωνίες ΑΕΒΕ (εφεξής WIND) διατύπωσε στην ΕΕΤΤ με την με Αρ. Πρωτ. 5251/Φ.960/16-04-2014 επιστολή της ειδικότερα ότι: (σελ. 2):

«...Τα ως άνω στοιχεία και δεδομένα αποτυπώνονται στα επισυναπτόμενα στην παρούσα διαγράμματα και στους σχετικούς πίνακες στους οποίους αναγράφονται, ο αριθμός των συνδρομητών που συμπεριελήφθησαν στο μητρώο του άρθρου 11, από το σύνολο των παρόχων, σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, ανά μήνα, με χρονικό σημείο εκκίνησης τον Απρίλιο του 2013...Επισημαίνεται ότι τα στοιχεία που αφορούν στη συνδρομητική βάση των ως άνω εταιρειών (...), αποτυπώνονται στους πίνακες ανά τρίμηνο και δεδομένου ότι για το πρώτο τρίμηνο του 2014 για τις εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE δεν υπάρχουν ακόμη διαθέσιμες σχετικές αναφορές, λαμβάνεται ως εκτιμώμενη συνδρομητική βάση, αυτή του αμέσως προηγούμενου χρονικού διαστήματος, ήτοι του μηνός Δεκεμβρίου του 2013...».

Επισημάνθηκε ότι τα προσκομισθέντα από την εταιρεία στοιχεία, αφορούσαν στους συνδρομητές της σταθερής και της κινητής τηλεφωνίας. Ειδικότερα, η εταιρεία με την με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 6261/Φ.960/22-07-2016 επιστολή της και σε συνέχεια της απόφασης και της συναφούς γνωμοδότησης της ΑΠΔΠΧ για τη μη ορθή εφαρμογή του Άρ. 11 παρ.2 του Ν. 3471/2006, ενημερώνει την ΕΕΤΤ ότι η καταγγελλόμενη παράβαση των κανόνων του ελεύθερου ανταγωνισμού (άρθρο 2 Ν.3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ) αφορά:

«..στην αυτόματη καταχώριση των αριθμών των τηλεφωνικών συνδέσεων των συνδρομητών τους στο Μητρώο του Άρ. 11 χωρίς να ληφθεί υπόψη, όπως προβλέπει ο νόμος, η βούληση αυτών, ..., δεδομένης της δεσπόζουσας θέσης του ΟΤΕ στην αγορά σταθερής τηλεφωνίας και του ιδιαίτερα υψηλού μεριδίου της COSMOTE στην αγορά κινητής τηλεφωνίας (μερίδιο αγοράς 46% για το 2014), καθώς με την επίφαση εφαρμογής του Μητρώου του Άρ. 11 δημιουργεί φαινόμενα αποκλεισμού (foreclosure effect) και κάμψης της ελαστικότητας/κινητικότητας της αγοράς» (σελ.3).

Στην ίδια επιστολή, η εταιρεία παρουσιάζει τη δική της «εκτίμηση της ζημίας» που υπέστη, από την παραβίαση του Μητρώου του Άρ. 11. Εκεί καταγράφεται συγκεκριμένα ότι: «Από την καταγραφή και μελέτη των στατιστικών στοιχείων, τα οποία προκύπτουν από τους παρόχους σε σχέση και με τη συνδρομητική βάση του κάθε παρόχου (...) διαπιστώσαμε αναφορικά με την κινητή τηλεφωνία στην Ελλάδα ότι από τον Ιανουάριο του 2014 έως το Δεκέμβριο του 2015 (...) το ποσοστό της συνδρομητικής βάσης που ήταν καταχωρημένη στο Μητρώο του Άρ. 11 της εταιρείας COSMOTE είναι πολύ μεγαλύτερο από τον αντίστοιχο μέσο όρο της εταιρείας WIND όσο και της εταιρείας VODAFONE. Το ποσοστό της βάσης των εταιρειών WIND και VODAFONE που ήταν καταχωρημένο στο Μητρώο του Άρ. 11

κυμαινόταν από το 2% στο 7% της συνολικής συνδρομητικής τους βάσης, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό της εταιρείας COSMOTE έφθανε στο 50% της συνολικής συνδρομητικής βάσης της τελευταίας, Εάν υποθέσουμε ότι σε αυτήν την περίοδο των δυο (2) ετών η WIND και η VODAFONE θα καλούσαν αυτήν την βάση της COSMOTE τουλάχιστον μια φορά με 1% ποσοστό επιτυχίας/αποδοχής από τους υποψήφιους συνδρομητές, τότε στο τέλος του 2015 η WIND θα είχε 19Κ επιπλέον συνδρομητές στη βάση της. Εάν δεχτούμε ότι αυτό το σύνολο ουσιαστικά θα αναπαρήγαγε το προφίλ των συνδρομητών της WIND (...) και θα διαμοιραζόταν στις αντίστοιχες κατηγορίες αυτών (οικιακοί, εταιρικοί και προπληρωμένοι χρόνου συνδρομητές) με το ίδιο μοτίβο που υπάρχει στις υπάρχουσες αιτήσεις φορητότητας από την COSMOTE, τότε προκύπτει ότι από την παράνομη, ..., καταχώριση συνδρομητών της COSMOTE στο Μητρώο του Άρ. 11, η WIND έχει ήδη απολέσει περίπου €3,8Μ έσοδα από Ιανουάριο του 2014 μέχρι και τον Ιούνιο του 2016..Αντίστοιχες είναι και οι τιμές στη σταθερή τηλεφωνία, που το αποτέλεσμα της σχετικής ανάλυσης καταλήγει στο ότι η WIND έχει απολέσει από τον Ιανουάριο του 2014 έως και τον Ιούνιο του 2016 περίπου €440Κ έσοδα...Προς επίρρωση των ανωτέρω, επισυνάπτονται ως Σχετ. 4 τα δεδομένα με βάση τα οποία προέκυψαν οι τιμές για την κινητή τηλεφωνία και ως Σχετ. 5 οι τιμές που αφορούν την σταθερή τηλεφωνία ».

59) Επισημαίνεται ότι στα υποβληθέντα (στην ΕΕΤΤ) στοιχεία με τα προαναφερθέντα σχετικά, **μόνο στην κινητή τηλεφωνία** γίνεται προσπάθεια επιμερισμού μεταξύ οικιακών, εταιρικών και προπληρωμένου χρόνου συνδρομητών.

60) Περαιτέρω, με το με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 6594/Φ.960/28-04-2017 υπόμνημά της, η εταιρεία αναφέρει ότι: «ο ΟΤΕ έχει κριθεί με αποφάσεις της ΕΕΤΤ ως επιχείρηση με ΣΙΑ στις εξής αγορές:

- Στις αγορές λιανικής για την πρόσβαση στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση μέσω γραμμών πρόσβασης PSTN, ISDN BRA και managed VoIP αλλά και ISDN PRA στην Ελλάδα για οικιακούς και μη οικιακούς πελάτες (ΑΠ ΕΕΤΤ 614/11/2011, ΦΕΚ 1907/Β/30-08-2011)
- Στην αγορά λιανικής για την εκκίνηση δημοσίως διαθέσιμων αστικών και υπεραστικών κλήσεων, που παρέχονται σε οικιακούς και μη οικιακούς πελάτες σε σταθερή θέση (ΑΠ ΕΕΤΤ 595/013/10.03.2011, ΦΕΚ 533/Β/06-04-2011)
- Στην αγορά λιανικής για την εκκίνηση δημοσίως διαθέσιμων κλήσεων προς μη γεωγραφικούς αριθμούς (κλήσεις από σταθερή προς κινητό και κλήσεις σε παρόχους υπηρεσιών μέσω μη γεωγραφικών αριθμών), που παρέχονται σε οικιακούς και μη οικιακούς πελάτες σε σταθερή θέση (ΑΠ ΕΕΤΤ 595/013/10.03.2011, ΦΕΚ 533/Β/06-04-2011)

Ως εκ τούτου, αποδεικνύεται η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης της ΟΤΕ ΑΕ στις παραπάνω αγορές. Παράλληλα, η ΟΤΕ ΑΕ κατέχει ηγετική/κυρίαρχη θέση στις λιανικές αγορές σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, όπου κατέχει μερίδια 52,4% όπως προκύπτει από στοιχεία 31.12.2012 βάσει στοιχείων δημόσιων διαβουλεύσεων ΕΕΤΤ και 52%, όπως προκύπτει από τη σχετική αρθρογραφία.....»(σελ. 16).

61) Εν συνεχεία, στη σελίδα 30 του υπομνήματός της, η εταιρεία, σημειώνει για τις σχετικές αγορές ότι:

- «Οι σχετικές αγορές που επηρεάζονται από την εξεταζόμενη παράνομη και καταχρηστική πρακτική των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE για τον αποκλεισμό της WIND Ελλάς, πρέπει να κριθεί ότι περιλαμβάνουν το σύνολο των αγορών λιανικής για την παροχή υπηρεσιών σταθερής τηλεφωνίας, κινητής τηλεφωνίας και πρόσβασης στο διαδίκτυο, όπως ενδεικτικά και των ακόλουθων σχετικών αγορών:
 - Πρόσβαση στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση για οικιακούς πελάτες
 - Πρόσβαση στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση για μη οικιακούς πελάτες
 - Δημοσίως διαθέσιμες τοπικές ή και εθνικές τηλεφωνικές υπηρεσίες που παρέχονται σε σταθερή θέση για οικιακούς πελάτες
 - Δημοσίως διαθέσιμες διεθνείς τηλεφωνικές υπηρεσίες που παρέχονται σε σταθερή θέση για μη οικιακούς πελάτες (σελ.30)
 - Πρόσβαση στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε κινητή θέση για οικιακούς πελάτες
 - Πρόσβαση στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε κινητή θέση για μη οικιακούς πελάτες
 - Εκκίνηση δημοσίως διαθέσιμων αστικών και υπεραστικών κλήσεων, που παρέχονται σε σταθερή θέση
 - Εκκίνηση δημοσίως διαθέσιμων αστικών και υπεραστικών κλήσεων, που παρέχονται σε κινητή θέση
 - Πρόσβαση στο Διαδίκτυο για οικιακούς και μη οικιακούς πελάτες».
- **Η εταιρεία «FORTHNET ΑΕ»**

62) Με το με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 6593/Φ.960/28-04-2017 υποβληθέν υπόμνημά της, η εταιρεία FORTHNET ΑΕ (εφεξής FORTHNET), αναφέρει τα κάτωθι:

«Η πρακτική των εταιρειών ΟΤΕ ΑΕ. και COSMOTE ΑΕ. (στο εξής "ο Όμιλος ΟΤΕ") να εντάσσουν στο μητρώο του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006 τους συνδρομητές τους, παρότι οι τελευταίοι δεν το έχουν ζητήσει, αποτελεί παράβαση της περίπτωσης β' του άρθρου 2 του Ν.3959/2011 περί Προστασίας του Ελεύθερου Ανταγωνισμού (ΦΕΚ Α' 93/20.04.2011) ως τροποποιηθείς ισχύει (στο εξής "ο Ν.3959/2011") και της περίπτωσης β' του άρθρου 102 της Συνθήκης για την Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (στο εξής "ΣΛΕΕ"). Ειδικότερα, οι ανωτέρω διατάξεις ορίζουν ότι συνιστά κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης οποιαδήποτε πρακτική κατατείνει στον περιορισμό της παραγωγής, της διάθεσης ή της τεχνολογικής ανάπτυξης με ζημία των καταναλωτών. Η εφαρμοζόμενη πρακτική του Ομίλου ΟΤΕ περιορίζει την δυνατότητα των ανταγωνιστών του να αυξήσουν τις πωλήσεις τους ή/και να εισέλθουν σε νέες αγορές, αφαιρώντας τους την δυνατότητα να προσεγγίσουν τους πελάτες του προκειμένου να τους προσφέρουν τις υπηρεσίες τους (...). Αποτέλεσμα της εν λόγω πρακτικής είναι να καθίσταται αδύνατο στους ανταγωνιστές του Ομίλου ΟΤΕ να αποσπάσουν πελάτες από την δεσπόζουσα επιχείρηση, καθώς η ένταξη των συνδρομητών του Ομίλου ΟΤΕ στο εν λόγω μητρώο, καθιστά την προσέγγιση τους από τους εναλλακτικούς παρόχους παράνομη επί κινδύνω επιβολής αυστηρών διοικητικών κυρώσεων (άρθρο 21 Ν. 2472/97.).» (σελ. 12).

63) Συμπληρωματικά, ως προς τον ορισμό των αγορών που αφορούν στη εξεταζόμενη καταγγελία, η ως άνω εταιρεία επισήμανε ότι η καταγγελλόμενη «πρακτική του Ομίλου ΟΤΕ» εφαρμόζεται στην αγορά της σταθερής τηλεφωνίας, της ευρυζωνικής σύνδεσης στο διαδίκτυο και της κινητής τηλεφωνίας. Ειδικότερα, στον δικό της ορισμό των σχετικών αγορών, αναφέρει συγκεκριμένα ότι: «α) τη σχετική αγορά παροχής προς οικιακούς και επιχειρηματικούς πελάτες υπηρεσιών αστικών κλήσεων, υπεραστικών κλήσεων και κλήσεων προς μη γεωγραφικούς αριθμούς σε σταθερή βάση, β) την παροχή λιανικών υπηρεσιών ευρυζωνικής σύνδεσης στο διαδίκτυο προς τους καταναλωτές, ανεξάρτητα του τρόπου μετάδοσης, γ) την παροχή υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας προς τελικούς χρήστες και δ) τις συνδυαστικές υπηρεσίες σταθερής τηλεφωνίας, ευρυζωνικού Internet, κινητής τηλεφωνίας και παροχής τηλεοπτικών υπηρεσιών. (σελ. 13-16)...».

• **Η εταιρεία «ΜΕΝΤΙΑΤΕΛ ΥΠΗΡ. ΤΗΛ/ΚΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΑΕ»**

64) Η καταγγελλόμενη παράβαση των διατάξεων του ελεύθερου ανταγωνισμού (άρθρο 2 Ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ) από την εταιρεία «ΜΕΝΤΙΑΤΕΛ ΥΠΗΡ ΤΗΛ/ΚΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΑΕ» (εφεξής ΜΕΔΙΑΤΕΛ), όπως αποτυπώνεται στην με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 18209/05-08-2016 επιστολή της, αφορά σε καταχρηστική εκμετάλλευση της δεσπόζουσας θέσης της εταιρείας ΟΤΕ ΑΕ, στις ακόλουθες σχετικές αγορές:

- Στην αγορά χονδρικής παροχής πρόσβασης σε φυσική υποδομή δικτύου για το σκοπό της παροχής ευρυζωνικών και φωνητικών υπηρεσιών με γεωγραφικό εύρος την ελληνική επικράτεια με μερίδιο 100% (στοιχεία 30/06/2014).
- Στην αγορά χονδρικής εκκίνησης κλήσεων στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο που παρέχεται σε σταθερή θέση και τερματισμού κλήσεων σε μεμονωμένα δίκτυα σε σταθερή θέση, αλλά και στις κατάντη αγορές, ήτοι:
- Στην αγορά της σταθερής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση (μέσω γραμμών πρόσβασης PSTN, ISDN, Managed VoIP) για οικιακούς και μη οικιακούς χρήστες στην Ελλάδα
- Στην αγορά της σταθερής φωνητικής τηλεφωνίας με μερίδιο 49,1% για το έτος 2014, άλλως με κυρίαρχη θέση στην αγορά.

65) Ομοίως, αναφέρεται και στην 100% θυγατρική της εταιρείας, επιχείρηση COSMOTE: «...ως επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά τερματισμού κλήσεων στο δίκτυο της και δεσπόζουσα ή σε κάθε περίπτωση κυρίαρχη θέση στην αγορά κινητής τηλεφωνίας (με μερίδιο 44,6% επί του συνολικού αριθμού συνδέσεων), η οποία ομοίως περιορίζει τον ελεύθερο ανταγωνισμό, καθώς με παράνομο τρόπο, περιορίζει τα μέσα που διαθέτουν οι ανταγωνιστές της, - αναφορικά με την προσέγγιση μιας μερίδας πελατών που είναι συνδρομητές των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, από τις ανταγωνίστριες εταιρείες, ώστε να διατηρήσει τη δεσπόζουσα θέση την οποία έχει και να την επεκτείνει και σε άλλες συνδεδεμένες συναφείς/γειτονικές αγορές στις οποίες έχει παρουσία είτε η ίδια είτε μέσω των θυγατρικών της ή και των συνεργαζόμενων με αυτήν εταιρειών» (σελ. 21-23)..».

66) Η ίδια εταιρεία επαναλαμβάνει τα ανωτέρω και στο με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 11618/28-04-2017 υποβληθέν υπόμνημα της, εκτιμώντας ότι: «..οι σχετικές αγορές που επηρεάζονται από την πρακτική των εταιρειών ΟΤΕ – COSMOTE είναι οι αγορές: α) της λιανικής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση, β) της λιανικής παροχής τηλεφωνικών κλήσεων σε σταθερή θέση, γ) της λιανικής παροχής υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας και δ) της τηλεφωνικής προώθησης υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών και λοιπών υπηρεσιών/προϊόντων σε πελάτες λιανικής και τέλος ε) της παροχής υπηρεσιών συνδρομητικής τηλεόρασης..».

• **Η εταιρεία «VODAFONE ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΕΕΤ»**

67) Η καταγγελλόμενη παράβαση των κανόνων του ελεύθερου ανταγωνισμού (άρθρο 2 Ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ) από την εταιρεία «VODAFONE ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΕΕΤ» (εφεξής VODAFONE), σύμφωνα με τη με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 27705/Φ.960/01-12-2016 επιστολή/καταγγελία της, αφορά στην ευρύτερη αγορά των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών και στις δύο εταιρείες, ήτοι την εταιρεία ΟΤΕ ΑΕ και στη θυγατρική της COSMOTE ΑΕ. (σελ. 10). Συγκεκριμένα αναφέρει ότι: «οι ως άνω εταιρείες «κλείδωσαν» τη συνδρομητική τους βάση, συμβάλλοντας στο να αποτραπεί η μεταστροφή των πελατών τους σε άλλους παρόχους κινητής και σταθερής, ..., δημιουργώντας κατά αυτόν τον τρόπο αντι-ανταγωνιστικό αποκλεισμό». Εστιάζει δε περαιτέρω, στο μερίδιο αγοράς της εταιρείας ΟΤΕ στη λιανική πρόσβαση στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο καθώς και στη λιανική αγορά της κινητής τηλεφωνίας αναφέροντας ειδικότερα ότι: «Επομένως, καταδεικνύεται η εκ μέρους των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης της πρώτης και κυρίαρχης θέσης αντίστοιχα της δεύτερης στις σχετικές αγορές που δραστηριοποιούνται, συμπεριφορά η οποία εντάσσεται σε μια προμελετημένη και προσχεδιασμένη στρατηγική και αποσκοπούσα στον, με κάθε τρόπο, εξοβελισμό των ανταγωνιστών τους από τις σχετικές αγορές και στην επίτευξη του ίδιου παράνομου περιουσιακού οφέλους» (σελ. 11-13).

68) Εν συνεχεία με το με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 6590/Φ. 960/28-04-2017 υποβληθέν υπόμνημα της, η εταιρεία VODAFONE ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΕΕΤ αναφέρει ότι οι αγορές, που κατά την κρίση της επηρεάζονται είναι οι εξής:

Α) οι δυο αγορές λιανικής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση i) μέσω γραμμών PSTN, ISDN BRA και Managed VOIP για οικιακούς και μη οικιακούς χρήστες και ii) μέσω γραμμών ISDN PRA

Β) η λιανική αγορά κινητής (αγορά λιανικής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο μέσω κινητού τηλεφώνου).

69) Μάλιστα ειδικότερα για την αγορά της σταθερής τηλεφωνίας, αναφέρει ότι «..οι αγορές της λιανικής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση μέσω γραμμών πρόσβασης PSTN, ISDN BRA και Managed VoIP για οικιακούς και μη οικιακούς χρήστες καθώς και αυτή της λιανικής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση μέσω γραμμών πρόσβασης ISDN PRA, μπορούν να αποτελέσουν τη βάση της ανάλυσης για τον ορισμό των αγορών που επηρεάζονται από την αντι-ανταγωνιστική

πρακτική των ανωτέρω καταγγελλόμενων εταιρειών. Επίσης, η εταιρεία αναφέρει ως επηρεαζόμενες αγορές και την αγορά τερματισμού κλήσεων σε μεμονωμένα δημόσια τηλεφωνικά δίκτυα που παρέχεται σε σταθερή θέση καθώς και την αγορά τερματισμού φωνητικών κλήσεων σε μεμονωμένα δίκτυα κινητών επικοινωνιών. (σελ.27-30)..».

• **Η εταιρεία «CYTA Ελλάς Τηλεπικοινωνιακή ΑΕ»**

70) Με το υπ. αριθμόν 6596/Φ.960/02-05-2017 υπόμνημά υπόμνημα της, η εταιρεία CYTA Ελλάς Τηλεπικοινωνιακή ΑΕ (εφεξής CYTA) αναφέρει ότι: «η εταιρεία ΟΤΕ ΑΕ έχει δεσπόζουσα θέση στις κάτωθι αγορές:

- ο Στην αγορά χονδρικής πρόσβασης σε φυσική υποδομή δικτύου για το σκοπό της παροχής ευρυζωνικών και φωνητικών υπηρεσιών με γεωγραφικά εύρος την ελληνική επικράτεια, με μερίδιο, σύμφωνα με τα στοιχεία της επιτροπής 100%.
- ο Στην αγορά χονδρικής εκκίνησης κλήσεων στο δημόσιο τηλεφωνικά δίκτυο που παρέχεται σε σταθερή θέση και τερματισμού κλήσεων σε μεμονωμένα δίκτυα σε σταθερή θέση και
- ο Στην αγορά σταθερής πρόσβασης στα δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση με κυρίαρχη θέση στην αγορά σταθερής φωνητικής τηλεφωνίας».

71) Επίσης, αναφέρει ότι η εταιρεία COSMOTE έχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά χονδρικού τερματισμού κλήσεων στο κινητό δίκτυο της, καθώς και κυρίαρχη θέση στην αγορά της κινητής τηλεφωνίας

72) Επεσήμανε δε περαιτέρω ότι η παραπάνω πρακτική των 2 καταγγελλόμενων εταιρειών: «όπως προεκτέθηκε με παράνομο τρόπο, περιορίζει τα μέσα που διαθέτει η υπόλοιπη αγορά για την τηλεφωνική προσέγγιση υποψήφιων πελατών, ώστε να διατηρήσουν τη δεσπόζουσα άλλως κυρίαρχη θέση, την οποία έχουν και να την επεκτείνουν σε συναφείς αγορές» (σελ.8), χωρίς ωστόσο να διαφοροποιείται στα επιχειρήματά της από τις υπόλοιπες καταγγελλουσες εταιρείες.

• **Οι καταγγελλόμενες εταιρείες του Ομίλου ΟΤΕ (πλέον COSMOTE)**

73) Η θέση της καταγγελλόμενης ΟΤΕ Α.Ε. (εφεξής ΟΤΕ) εστιάζει στην αγορά της σταθερής τηλεφωνίας, επιχειρώντας ν' απορρίψει τους ισχυρισμούς των καταγγελλόντων εταιρειών, με το υπ. Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 6591/Φ.960/28-04-2017 (σελ. 6) υπόμνημά της. (βλ. ανωτέρω κεφ. Γ Ισχυρισμοί των καταγγελλομένων εταιρειών)

74) Ομοίως, η θέση της καταγγελλόμενης εταιρείας «COSMOTE Α.Ε» (εφεξής COSMOTE), εστιάζει αντίστοιχα στην αγορά της κινητής τηλεφωνίας, επιχειρώντας ν' απορρίψει τους ισχυρισμούς των καταγγελλόντων εταιρειών, με το υπ. Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 6592/Φ.960/28-04-2017 (σελ. 6) υπόμνημά της. (βλ. ανωτέρω κεφ. Γ Ισχυρισμοί των καταγγελλομένων εταιρειών).

ι) Σύνοψη αναφορικά με τις σχετικές αγορές σύμφωνα με τις απόψεις των καταγγελλουσών εταιρειών

75) Στον Πίνακα 9 συνοψίζονται οι σχετικές αγορές που καταγράφονται σύμφωνα με τους ισχυρισμούς των μερών.

Πίνακας 9: Σύνοψη ισχυρισμών μερών για τις σχετικές και επηρεαζόμενες αγορές

Σχετική αγορά	Μέρος
Αγορά Λιανικής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση για οικιακούς πελάτες	Wind
Αγορά Λιανικής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση για μη οικιακούς πελάτες	Wind
Λιανική Αγορά Δημοσίως διαθέσιμων τοπικών ή και εθνικών τηλεφωνικών υπηρεσιών που παρέχονται σε σταθερή θέση για οικιακούς πελάτες	Wind
Λιανική Αγορά Δημοσίως διαθέσιμων διεθνείς τηλεφωνικών υπηρεσιών που παρέχονται σε σταθερή θέση για μη οικιακούς πελάτες	Wind
Αγορά Λιανικής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε κινητή θέση για οικιακούς πελάτες	Wind
Αγορά Λιανικής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε κινητή θέση για μη οικιακούς πελάτες	Wind
Λιανική Αγορά Εκκίνησης δημοσίως διαθέσιμων αστικών και υπεραστικών κλήσεων, που παρέχονται σε σταθερή θέση για οικιακούς και μη οικιακούς πελάτες	Wind
Λιανική Αγορά Εκκίνησης δημοσίως διαθέσιμων αστικών και υπεραστικών κλήσεων, που παρέχονται σε κινητή θέση	Wind
Λιανική Αγορά Πρόσβασης στο Διαδίκτυο για οικιακούς και μη οικιακούς πελάτες	Wind
Λιανικής Πρόσβασης στο Δημόσιο Τηλεφωνικό Δίκτυο σε Σταθερή θέση	Mediatel
Λιανικής Παροχής Τηλεφωνικών Κλήσεων σε Σταθερή θέση	Mediatel
Λιανικής Παροχής Υπηρεσιών Κινητής Τηλεφωνίας	Mediatel
Λιανική Αγορά Τηλεφωνικής Προώθησης Υπηρεσιών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών και λοιπών Υπηρεσιών/Προϊόντων σε πελάτες λιανικής	Mediatel
Λιανική Αγορά Παροχής Υπηρεσιών Συνδρομητικής Τηλεόρασης	Mediatel
Λιανική Αγορά Παροχής προς οικιακούς και επιχειρηματικούς πελάτες υπηρεσιών αστικών κλήσεων, υπεραστικών κλήσεων και κλήσεων προς	Forthnet

μη γεωγραφικούς αριθμούς σε σταθερή βάση, (Λιανική Αγορά παροχής υπηρεσιών σταθερής τηλεφωνίας σε τελικούς χρήστες)	
Αγορά Παροχής λιανικών υπηρεσιών ευρυζωνικής σύνδεσης στο διαδίκτυο ανεξάρτητα του τρόπου μετάδοσης	Forthnet
Αγορά Παροχής λιανικών υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας	Forthnet
Αγορά Παροχής Συνδυαστικών υπηρεσιών σταθερής τηλεφωνίας, ευρυζωνικού Internet, κινητής τηλεφωνίας και παροχής τηλεοπτικών υπηρεσιών.	Forthnet
Αγορά Λιανικής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση	Vodafone
Λιανική Αγορά Κινητής (Αγορά Λιανικής Πρόσβασης στο Δημόσιο Τηλεφωνικό Δίκτυο μέσω Κινητού Τηλεφώνου	Vodafone
Χονδρική Αγορά Τερματισμού Κλήσεων σε Μεμονωμένα Δημόσια Τηλεφωνικά Δίκτυα που παρέχεται σε Σταθερή Θέση	Vodafone
Χονδρική Αγορά Τερματισμού Φωνητικών Κλήσεων σε Μεμονωμένα Δίκτυα Κινητών Επικοινωνιών	Vodafone
Αγορά χονδρικής πρόσβασης σε φυσική υποδομή δικτύου για το σκοπό της παροχής ευρυζωνικών και φωνητικών υπηρεσιών με γεωγραφικά εύρος την ελληνική επικράτεια	CYTA
Αγορά χονδρικής εκκίνησης κλήσεων στο δημόσιο τηλεφωνικά δίκτυα που παρέχεται σε σταθερή θέση	CYTA
Αγορά χονδρικού τερματισμού κλήσεων σε μεμονωμένα δίκτυα σε σταθερή θέση	CYTA
Λιανική αγορά σταθερής πρόσβασης στα δημόσια τηλεφωνικά δίκτυα σε σταθερή θέση	CYTA
Λιανική αγορά σταθερής φωνητικής τηλεφωνίας	CYTA
Αγορά χονδρικού τερματισμού κλήσεων στο κινητό δίκτυο	CYTA
Λιανική αγορά κινητής τηλεφωνίας	CYTA
Αγορά Σταθερής Τηλεφωνίας	OTE
Αγορά Κινητής Τηλεφωνίας	COSMOTE

ια) Η εκτίμηση της ΕΕΤΤ ως προς τον ορισμό των σχετικών αγορών της/των εξεταζόμενων καταγγελιών

76) Η ύπαρξη διαφόρων ομάδων καταναλωτών, έχει τη δυνατότητα να οδηγήσει σε στενότερο ορισμό της αγοράς του σχετικού προϊόντος-ων. Μια συγκεκριμένη ομάδα πελατών για ένα σχετικό προϊόν, μπορεί να αποτελέσει από μόνη της μια μικρότερη, ξεχωριστή αγορά, αν η ομάδα αυτή αποτελέσει αντικείμενο διακρίσεων όσον αφορά τις τιμές. Αυτό συμβαίνει συχνά όταν πληρούνται δύο προϋποθέσεις: **α) είναι αδύνατον να προσδιοριστεί με σαφήνεια η ομάδα στην οποία ανήκει ένας μεμονωμένος πελάτης κατά τη στιγμή που πωλούνται σ' αυτόν τα σχετικά προϊόντα και β) η διενέργεια συναλλαγών μεταξύ πελατών ή διαιτησίας από τρίτους δεν είναι εφικτή**⁵⁸. Στην Ανακοίνωση της Επιτροπής, περιγράφονται οι διαφορετικοί (και όχι αθροιστικοί) παράγοντες που ενδεχομένως επηρεάζουν τον καθορισμό των αγορών. Αυτό όμως δεν σημαίνει ότι σε κάθε μεμονωμένη περίπτωση είναι υποχρεωτικό, πέρα από το να συγκεντρώνονται αποδεικτικά στοιχεία, να εξετάζεται και κάθε ένας χωριστά από τους παράγοντες αυτούς. Πολύ συχνά στην πρακτική, τα αποδεικτικά στοιχεία που συγκεντρώνονται σχετικά με ορισμένους από τους παράγοντες αυτούς είναι αρκετά για να συναχθεί κάποιο συμπέρασμα⁵⁹.

77) Στο πλαίσιο του ορισμού της σχετικής αγοράς, η ΕΕΤΤ, προχώρησε στη συλλογή και αξιοποίηση των κατάλληλων στοιχείων, προκειμένου να υπολογίσει το συνολικό μέγεθος της αγοράς καθώς και το μερίδιο που ο κάθε προμηθευτής κατέχει στην αγορά, βάσει του κύκλου εργασιών που πραγματοποιεί, όσον αφορά τα σχετικά προϊόντα στη σχετική περιοχή. Η ΕΕΤΤ, συλλέγει στοιχεία πρωτογενώς από τις επιχειρήσεις/προμηθευτές που δραστηριοποιούνται στη σχετική αγορά σε τακτική βάση, ενώ όπου χρειάστηκε, λόγω αναγκών περαιτέρω εξειδικευμένης πληροφόρησης, προχώρησε σε έκτακτη στοχευμένη συλλογή στοιχείων (για τους σκοπούς της παρούσης υπόθεσης), έτσι ώστε να μπορέσει να υπολογίσει το συνολικό μέγεθος της αγοράς και τα μερίδια που κατέχει στην αγορά αυτή κάθε προμηθευτής. Ειδικότερα, η ΕΕΤΤ συγκεντρώνει σε τακτική βάση στοιχεία συνδρομητών, όγκου πωλήσεων και εσόδων για μια σειρά από ζητήματα σε τριμηνιαία, εξαμηνιαία ή ετήσια βάση⁶⁰. Το σχετικό πλαίσιο πηγάζει από τα άρθρα 12 και 38 του Ν. 4070/2012, καθώς και από τον «Κανονισμό διαδικασίας τακτικής συλλογής στοιχείων για την αγορά Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών»⁶¹. Από κεί και πέρα, προχωρά και σε έκτακτες συλλογές στοιχείων, όταν αυτό επιτάσσεται από εξειδικευμένες ανάγκες πληροφόρησης, οι οποίες δεν μπορούν να ικανοποιηθούν από το υφιστάμενο πλαίσιο τακτικών συλλογών. Παρ'όλο που ο υπολογισμός των μεριδίων αγοράς γίνεται συνήθως βάσει των πωλήσεων, υπάρχουν εντούτοις και άλλες ενδείξεις οι οποίες, ανάλογα με τα εκάστοτε προϊόντα ή υπηρεσίες, μπορούν να προσφέρουν χρήσιμες πληροφορίες. Πέραν του κύκλου εργασιών, τα στοιχεία αφορούν στην έκταση της συνδρομητικής βάσης και στον όγκο των πωλήσεων, αναφερόμενων σε λεπτά ομιλίας και ΜΒ κίνησης. Κατά γενικό κανόνα, τόσο ο όγκος, όσο και η αξία που αντιπροσωπεύουν οι πωλήσεις αποτελούν χρήσιμες πληροφορίες. Στην περίπτωση διαφοροποιημένων προϊόντων, θεωρείται ότι οι πωλήσεις

⁵⁸ Βλ. Ανακοίνωση της Επιτροπής για τον ορισμό της σχετικής αγοράς (97/C 372/03), σημ. 42-43.

⁵⁹ οπ.π., σημ. 52.

⁶⁰ https://www.eett.gr/opencms/opencms/EETT/Electronic_Communications/TelecomMarket/QuestionnairesTimetb12_021.html.

⁶¹ Βλ. ΑΠ. ΕΕΤΤ 786/03B/2016.

σε αξία και το αντίστοιχο μερίδιο αγοράς αντικατοπτρίζουν καλύτερα τη σχετική θέση και δύναμη κάθε προμηθευτή⁶².

78) Οι ενδεχόμενες λιανικές αγορές που καταγράφονται από τα ενδιαφερόμενα μέρη, μπορούν να διαχωριστούν επιμέρους σε: **αγορές πρόσβασης** και σε **αγορές υπηρεσιών**. Με βάση τον Πίνακα 9 καταγράφονται οι επόμενες διακριτές προτάσεις των μερών στον Πίνακα 10.

Πίνακας 10 Σύνοψη ισχυρισμών μερών για τις σχετικές και επηρεαζόμενες λιανικές αγορές

Αγορά Πρόσβασης	Αγορά Υπηρεσιών
Αγορά Λιανικής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση για οικιακούς πελάτες	Λιανική Αγορά Δημοσίως διαθέσιμων τοπικών ή και εθνικών τηλεφωνικών υπηρεσιών που παρέχονται σε σταθερή θέση για οικιακούς πελάτες
Αγορά Λιανικής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση για μη οικιακούς πελάτες	Λιανική Αγορά Δημοσίως διαθέσιμων διεθνών τηλεφωνικών υπηρεσιών που παρέχονται σε σταθερή θέση για μη οικιακούς πελάτες
Αγορά Λιανικής Πρόσβασης στο Δημόσιο Τηλεφωνικό Δίκτυο σε Σταθερή θέση	Λιανική Αγορά Εκκίνησης δημοσίως διαθέσιμων αστικών και υπεραστικών κλήσεων, που παρέχονται σε σταθερή θέση
Αγορά Λιανικής Πρόσβασης στο Δημόσιο Τηλεφωνικό Δίκτυο μέσω Κινητού Τηλεφώνου	Λιανική Αγορά Εκκίνησης δημοσίως διαθέσιμων αστικών και υπεραστικών κλήσεων, που παρέχονται σε κινητή θέση
Αγορά Λιανικής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε κινητή θέση για μη οικιακούς πελάτες	Λιανική Αγορά παροχής υπηρεσιών σταθερής τηλεφωνίας σε τελικούς χρήστες
Αγορά Λιανικής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε κινητή θέση για οικιακούς πελάτες	Λιανικής Παροχής Υπηρεσιών Κινητής Τηλεφωνίας
Αγορά Λιανικής Πρόσβασης στο Διαδίκτυο για οικιακούς και μη οικιακούς πελάτες	Λιανική Αγορά Τηλεφωνικής Προώθησης Υπηρεσιών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών και λοιπών Υπηρεσιών/Προϊόντων σε πελάτες λιανικής

⁶² ο.π., σημ. 53-55.

Αγορά Παροχής λιανικών υπηρεσιών ευρυζωνικής σύνδεσης στο διαδίκτυο ανεξάρτητα του τρόπου μετάδοσης	Λιανική Αγορά Παροχής Υπηρεσιών Συνδρομητικής Τηλεόρασης
	Αγορά Παροχής Συνδυαστικών υπηρεσιών σταθερής τηλεφωνίας, ευρυζωνικού Internet, κινητής τηλεφωνίας και παροχής τηλεοπτικών υπηρεσιών.

79) Η εξεταζόμενη καταγγελία εμφανίζει στην πρακτική των εταιρειών του ομίλου ΟΤΕ, ήτοι των εταιρειών ΟΤΕ ΑΕ και COSMOTE ΑΕ, για τον τρόπο που προέβαιναν στην εγγραφή των συνδρομητών τους στον ειδικό κατάλογο των συνδρομητών (Μητρώο), που προβλέπεται στο Άρθρο 11 παρ. 2 του Ν. 3471/2006, όπως τροποποιήθηκε και ισχύει. Σύμφωνα με τη ανωτέρω διάταξη, στο Μητρώο αυτό, καταχωρίζονται οι δηλώσεις των συνδρομητών που δεν επιθυμούν γενικώς να λαμβάνουν κλήσεις με ανθρώπινη παρέμβαση για σκοπούς απευθείας εμπορικής προώθησης προϊόντων ή υπηρεσιών και κάθε είδους διαφημιστικούς σκοπούς. Η υπόθεση που εξετάζεται, σε συνέχεια της σχετικής Απόφασης με ΑΡ. 18/2016 της Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα (εφεξής ΑΠΔΠΧ), αφορά στο αν η πρακτική που εφαρμόστηκε από τις δυο εταιρείες, για την εφαρμογή της ανωτέρω διάταξης από το Σεπτέμβριο του 2013, και για την οποία διαπιστώθηκε παραβίαση του Άρθρου 11 παρ. 2 του Ν. 3471/2006, σύμφωνα με την ανωτέρω απόφαση, δύναται να στρεβλώσει αντίστοιχα και τον ανταγωνισμό στις σχετικές αγορές των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, μέσω της κατάχρησης της δεσπόζουσας θέσης των 2 καταγγελλομένων εταιρειών σε αυτές.

- **Αναφορικά με την αγορά της Λιανικής Πρόσβασης στο Δημόσιο Τηλεφωνικό Δίκτυο σε Σταθερή Θέση**

80) Η ΕΕΤΤ με την υπ' αριθ. 733-047/18-09-2014 προηγουμένως εκδοθείσα απόφασή της περί ανάλυσης και ορισμού αγορών με βάση των Ευρωπαϊκό ρυθμιστικό πλαίσιο, κατέγραψε ότι η αγορά παροχής υπηρεσιών σταθερής πρόσβασης περιλαμβάνει την πρόσβαση στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση, για το σκοπό πραγματοποίησης ή/ και λήψης τηλεφωνικών κλήσεων ή και σχετικών υπηρεσιών για οικιακούς - και μη οικιακούς πελάτες. Μεταξύ της χρονικής περιόδου 2014-2016, μειώθηκαν κατά έναν αριθμό, ήτοι από έξι σε πέντε, οι αδειοδοτημένοι πάροχοι στην Ελληνική αγορά των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών⁶³. Αν και στις περισσότερες περιπτώσεις οι συνδρομητές προμηθεύονται πρόσβαση και κλήσεις από τον ίδιο πάροχο, η ΕΕΤΤ θεωρεί πως, δεδομένου ότι υπάρχει ένας αριθμός συνδρομητών, που χρησιμοποιούν την υπηρεσία επιλογής/προεπιλογής φορέα, για να προμηθεύονται τις κλήσεις από πάροχο διαφορετικό της εταιρείας ΟΤΕ που τους προμηθεύει την πρόσβαση, ο διαχωρισμός των αγορών των δύο υπηρεσιών μπορεί να διατηρηθεί για τους σκοπούς της παρούσας εξέτασης.

⁶³ Οι πάροχοι με πολύ μικρό αριθμό γραμμών δεν έχουν ληφθεί υπόψη.

81) Τη συγκεκριμένη μάλιστα πρακτική ακολούθησε η ΕΕΤΤ και σε παλαιότερες αποφάσεις της (π.χ. ενδεικτικά στην Υπόθεση VODAFONE –ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΕΕΤ και Hellas On Line ΑΕ καθώς και στην υπόθεση VODAFONE –ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΕΕΤ και CYTA ΑΕ)⁶⁴. Επιπλέον, αναφορικά με τον πιθανό διαχωρισμό της εν λόγω αγοράς σε οικιακούς/μη-οικιακούς πελάτες, η ΕΕΤΤ σημειώνει ότι δεν απαιτείται τέτοιος διαχωρισμός στο πλαίσιο της συγκεκριμένης ανάλυσης, αφού αφενός δεν θα διαφοροποιούσε τα σχετικά συμπεράσματα της ΕΕΤΤ στην παρούσα υπόθεση, ενώ αφετέρου δεν έχει προβεί στο παρελθόν σε τέτοιο σχετικό διαχωρισμό της αγοράς σε οικιακούς/μη-οικιακούς πελάτες. Κατά την επεξεργασία του υλικού που απέστειλαν τα καταγγέλλοντα μέρη, προ και μετά τη διαδικασία ακρόασης, δεν καταγράφηκε σχετική επιχειρηματολογία υπέρ του διαχωρισμού της συνδρομητικής βάσης σε οικιακούς ή μη οικιακούς πελάτες για την πρόσβαση στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση. Επιπλέον, δεν υπεβλήθησαν SSNIP τεστ, ή τεστ συνολοκλήρωσης χρονοσειρών (co-integration test), ούτε τεστ συσχέτισης τιμών (price correlation test), προκειμένου έτσι να επιχειρηθεί ένας πιο στενός ορισμός της αγοράς. Έτι περαιτέρω, μια προσεκτική επεξεργασία της παρ. 2 του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006, δεν καταδεικνύει κάποιον διαχωρισμό, προκειμένου να συναχθεί ότι αφορά σε συγκεκριμένη ομάδα συνδρομητών, όπως οικιακούς ή μη οικιακούς, χωρίς ωστόσο το γεγονός αυτό να δεσμεύει την ΕΕΤΤ στον ορισμό των δικών της αγορών.

82) Τέλος, η ΕΕΤΤ εκτιμά ότι το γεωγραφικό εύρος της εν λόγω αγοράς αφορά σε ολόκληρη την Ελληνική επικράτεια, δεδομένου ότι εντός αυτής δεν παρατηρείται ουσιώδης διαφοροποίηση των όρων του ανταγωνισμού ή των συνθηκών της αγοράς. Σε αντίστοιχο σχετικό συμπέρασμα έχει καταλήξει και σε παλιότερες σχετικές αποφάσεις της⁶⁵.

• **Αναφορικά με την Αγορά της Λιανικής Πρόσβασης στο Διαδίκτυο**

83) Η αγορά της λιανικής πρόσβασης στο διαδίκτυο, περιλαμβάνει τις υπηρεσίες σταθερής ευρυζωνικής πρόσβασης καθώς και τις υπηρεσίες πρόσβασης στο Διαδίκτυο, τις οποίες οι καταναλωτές προμηθεύονται πλέον ως μία ενιαία υπηρεσία. Μεταξύ της χρονικής περιόδου 2014-2016 μειώθηκαν κατά ένα αριθμό, από έξι σε πέντε, οι αδειοδοτημένοι πάροχοι στην αγορά⁶⁶. Σημειώνεται ότι η ίδια η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει εξετάσει προηγουμένως την πιθανή τμηματοποίηση της εν λόγω αγοράς, αλλά τελικά δεν προχώρησε σε πιο «στενό» ορισμό της αγοράς με βάση: (α) τον τύπο του προϊόντος (μεταξύ ευρυζωνικών, στενοζωνικών και γραμμών αποκλειστικής πρόσβασης) και (β) τον τρόπο διανομής (μεταξύ xDSL, οπτική ίνα, cable, και κινητής ευρυζωνικής

⁶⁴ Βλ. i) Απ. ΕΕΤΤ 733-047/18-09-2014 «Λήψη απόφασης επί της γνωστοποίησης συγκέντρωσης κατ' άρθρο 6 παρ. 1 του ν. 3959/2011 για τις αγορές που εμπίπτουν στο πεδίο αρμοδιοτήτων της ΕΕΤΤ σύμφωνα με το Ν. 4070/2012 της Ανώνυμης Εταιρείας «VODAFONE ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Α.Ε.» σε σχέση με την απόκτηση του αποκλειστικού ελέγχου επί της εταιρείας «Hellas OnLine Α.Ε.», ii) Απ. ΕΕΤΤ 857/7/28-06-2018 «Λήψη απόφασης επί της γνωστοποίησης συγκέντρωσης κατ' άρθρο 6 παρ. 1 του ν. 3959/2011 της ανώνυμης εταιρείας «VODAFONE ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Α.Ε.» σε σχέση με την απόκτηση του αποκλειστικού ελέγχου επί της εταιρείας επί της εταιρείας «CYTA ΕΛΛΑΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ Α.Ε.».

⁶⁵ Οπ.π..

⁶⁶ Οι πάροχοι με πολύ μικρό αριθμό γραμμών δεν έχουν ληφθεί υπόψη.

πρόσβασης)⁶⁷. Επίσης, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει καταλήξει ότι δεν είναι δικαιολογημένος ο διαχωρισμός της αγοράς παροχής υπηρεσιών σταθερής διαδικτυακής πρόσβασης με βάση την ταχύτητα καταβίβασης ή την τεχνολογία και μόνο. Επιπροσθέτως, πρόσφατα, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή κατέληξε ότι η σχετική αγορά είναι η συνολική λιανική αγορά για την παροχή των υπηρεσιών σταθερής διαδικτυακής πρόσβασης⁶⁸. Κατά την επεξεργασία του υλικού που απέστειλαν τα καταγγέλλοντα μέρη, προ και μετά τη διαδικασία ακρόασης, δεν καταγράφηκε καμία επιχειρηματολογία υπέρ της διάκρισης μιας επιμέρους, πιο στενής, αγοράς παροχής λιανικών υπηρεσιών ευρυζωνικής σύνδεσης στο διαδίκτυο. Ομοίως, δεν υπεβλήθησαν για το σκοπό αυτό SSNIP τεστ, ή τεστ συνολοκλήρωσης χρονοσειρών (co- integration test) ή έστω τεστ συσχέτισης τιμών (price correlation test), προκειμένου να επιχειρηθεί ένας πιο στενός ορισμός της σχετικής αγοράς. Αντίστοιχη προσέγγιση ακολούθησε η ΕΕΤΤ και σε πρόσφατες αποφάσεις της⁶⁹. Ως σχετική γεωγραφική αγορά πρέπει να θεωρηθεί το σύνολο της Ελληνικής Επικράτειας, δεδομένου ότι, εντός αυτής δεν παρατηρείται ουσιώδης διαφοροποίηση των όρων των ανταγωνισμού ή των συνθηκών της αγοράς, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία.

• **Αναφορικά με την Λιανική Παροχή Υπηρεσιών Κινητής Τηλεφωνίας**

84) Η λιανική παροχή υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας περιλαμβάνει τις ακόλουθες υπηρεσίες⁷⁰:

- Εθνικές και διεθνείς φωνητικές κλήσεις
- Μηνύματα τύπου SMS καιMMS.
- Υπηρεσίες δεδομένων μέσω δικτύου κινητής (διαδικτυακή πρόσβαση)
- Λιανικές υπηρεσίες διεθνούς περιαγωγής.

85) Την επίμαχη περίοδο των καταγγελιών, δραστηριοποιούνται στην παροχή σχετικών υπηρεσιών τέσσερις (4) πάροχοι δικτύου κινητής, εκ των οποίων ένας ως εικονικός τηλεπικοινωνιακός πάροχος δικτύου κινητής (MVNO).

86) Σε παλαιότερες αποφάσεις της, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, εξέτασε πιθανά τμήματα ή υπο-αγορές της συνολικής λιανικής αγοράς παροχής υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας, όπως για παράδειγμα διακριτές αγορές για συμβολαιακή και προπληρωμένη κινητή τηλεφωνία, διακριτές αγορές για οικιακούς και μη-οικιακούς συνδρομητές. Κατόπιν των

⁶⁷ Βλ. i) Ευρ. Επιτροπή, υπόθεσηCOMP/M.5532, op.cit, παρ.7-21 ii) Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.6990 VODAFONE/Kabel Deutschland, παρ.192-194.

⁶⁸ Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M. 7978, op.cit, παρ. 38.

⁶⁹ Βλ. i) Απ. ΕΕΤΤ 733-047/18-09-2014 «Λήψη απόφασης επί της γνωστοποίησης συγκέντρωσης κατ' άρθρο 6 παρ. 1 του ν. 3959/2011 για τις αγορές που εμπίπτουν στο πεδίο αρμοδιοτήτων της ΕΕΤΤ σύμφωνα με το Ν. 4070/2012 της Ανώνυμης Εταιρείας «VODAFONE ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Α.Ε.» σε σχέση με την απόκτηση του αποκλειστικού ελέγχου επί της εταιρείας «Hellas OnLine Α.Ε.», ii) Απ. ΕΕΤΤ 857/7/28-06-2018 «Λήψη απόφασης επί της γνωστοποίησης συγκέντρωσης κατ' άρθρο 6 παρ. 1 του ν. 3959/2011 της ανώνυμης εταιρείας «VODAFONE ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Α.Ε.» σε σχέση με την απόκτηση του αποκλειστικού ελέγχου επί της εταιρείας επί της εταιρείας «CYTA ΕΛΛΑΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ Α.Ε.»

⁷⁰ Βλ. i) Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M. 7978op.cit, παρ. 70, ii) Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.7000 op.cit, παρ.137.

ανωτέρω ελέγχων, κατέληξε ότι αυτές δε συνιστούν ξεχωριστές προϊόντικές αγορές, παρά αφορούν σε επιμέρους τμήματα της συνολικής λιανικής αγοράς. Επίσης, η Επιτροπή δεν προχώρησε σε περαιτέρω τμηματοποίηση της συνολικής αγοράς, στη βάση του τύπου υπηρεσίας όπως διακριτές αγορές π.χ. για φωνητικές κλήσεις, μηνύματα και διαδικτυακή πρόσβαση, ή ακόμα διακριτές αγορές στη βάση της τεχνολογίας δικτύου (2G, 3G, 4G)⁷¹. Ως εκ τούτου, αυτήν την εναρμονισμένη προσέγγιση επιχειρεί ν' ακολουθήσει και η ΕΕΤΤ στο πλαίσιο της παρούσας εξέτασης. Μάλιστα, σε σειρά προηγούμενων αποφάσεων της, η ΕΕΤΤ κατέληξε σε ανάλογα συμπεράσματα, είτε της μη διαπίστωσης ανάγκης διαχωρισμού σε διακριτές αγορές⁷², είτε της μη διαπίστωσης σαφούς και αξιόπιστου τρόπου διάκρισης μεταξύ οικιακών και μη οικιακών πελατών/συνδρομητών που είναι μικροί ή μικρομεσαίοι επιχειρηματικοί πελάτες. Ομοίως, και κατά, του εν λόγω υλικού, την επεξεργασία, που απέστειλαν τα καταγγέλλοντα μέρη, προ και μετά τη διαδικασία ακρόασης, δεν καταγράφηκε επιχειρηματολογία υπέρ του διαχωρισμού των συνδρομητικής βάσης σε οικιακούς ή μη οικιακούς πελάτες για την πρόσβαση στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο μέσω κινητού τηλεφώνου. Επιπροσθέτως, δεν υπεβλήθησαν SSNIP τεστ, ή τεστ συνολοκλήρωσης χρονοσειρών (co- integration test) ή έστω τεστ συσχέτισης τιμών (price correlation test), προκειμένου να επιχειρηθεί ένας πιο στενός ορισμός της αγοράς. Έτι περαιτέρω, ως προηγουμένως αναφέρθηκε, ούτε στην παρ. 2 του Άρθρου 11, διαπιστώνεται η αναφορά σε συγκεκριμένη ομάδα συνδρομητών, όπως π.χ. οικιακοί ή μη οικιακοί. Ως σχετική γεωγραφική αγορά, θα πρέπει να θεωρηθεί το σύνολο της Ελληνικής Επικράτειας, δεδομένου ότι εντός αυτής δεν παρατηρείται ουσιώδης διαφοροποίηση των όρων των ανταγωνισμού ή των συνθηκών της αγοράς. Ως προαναφέρθηκε, αυτό είναι σύμφωνο και με την τελευταία σχετική απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, όπου η συγκεκριμένη αγορά ορίζεται σε εθνικό επίπεδο⁷³.

⁷¹ Βλ. i) Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.7612 – *Hutchison 3G UK/Telefónica UK*, παρ. 255, 261, 270, 279, 287, ii) Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M. 7018 – *Telefónica Deutschland/E-Plus*, παρ. 31- 55, iii) Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.7000 ορ.cit, παρ. 141, iv) Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.6992 – *Hutchison 3G UK/Telefónica Ireland*, παρ. 141, v) Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.6497 – *Hutchison 3G Austria/Orange Austria*, παρ. 58. vi) Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M. 7978 ορ.cit, παρ. 74.

⁷² Βλ. i) Απ. ΕΕΤΤ 733-047/18-09-2014 «*Λήψη απόφασης επί της γνωστοποίησης συγκέντρωσης κατ' άρθρο 6 παρ. 1 του ν. 3959/2011 για τις αγορές που εμπίπτουν στο πεδίο αρμοδιότητων της ΕΕΤΤ σύμφωνα με το Ν. 4070/2012 της Ανώνυμης Εταιρείας «VODAFONE ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Α.Ε.» σε σχέση με την απόκτηση του αποκλειστικού ελέγχου επί της εταιρείας «Hellas OnLine Α.Ε.»*, ii) Απ. ΕΕΤΤ 857/7/28-06-2018 «*Λήψη απόφασης επί της γνωστοποίησης συγκέντρωσης κατ' άρθρο 6 παρ. 1 του ν. 3959/2011 της ανώνυμης εταιρείας «VODAFONE ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Α.Ε.» σε σχέση με την απόκτηση του αποκλειστικού ελέγχου επί της εταιρείας επί της εταιρείας «CYTA ΕΛΛΑΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ Α.Ε.»*, iii) Απ. ΕΕΤΤ 903/15/19-07-2019 «*Λήψη Απόφασης επί της διαδικασίας Ακρόασης της 17ης Σεπτεμβρίου 2018 των εταιριών «COSMOTE ΚΙΝΗΤΕΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε.»*, «*VODAFONE – PANAFON Α.Ε.» σε συνέχεια της ΕΕΤΤ ΑΠ 861/32/30.07.2018 «Εξέταση της υπ' αρ. πρωτ. ΕΕΤΤ 12073/26.03.2012 Καταγγελίας της εταιρείας «VODAFONE-PANAFON ΑΕ» με θέμα «Παραβίαση των Κανόνων για τον Ελεύθερο Ανταγωνισμό στην Ελληνική Αγορά Προπληρωμένης Κινητής Τηλεφωνίας από την COSMOTE ΑΕ» όπως συμπληρώθηκε με την υπ' αρ. 43244/Φ.391/20.11.2012 Πράξη Διεξαγωγής Ακρόασης» με αντικείμενο την διερεύνηση αυτεπαγγέλτως του κατά πόσον η συμπεριφορά της εταιρείας «COSMOTE ΚΙΝΗΤΕΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε.» όπως αυτή περιγράφεται στην υπ' αρ. πρωτ. ΕΕΤΤ 12073/26.03.2012 Καταγγελία της εταιρείας «VODAFONE – PANAFON Α.Ε.» αντίκειται στις διατάξεις της Τηλεπικοινωνιακής νομοθεσίας (ιδίως δε στις διατάξεις της Απόφασης της ΕΕΤΤ ΑΠ 661/007/19.07.2012), και στις διατάξεις της νομοθεσίας περί Ανταγωνισμού (ιδίως δε του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011 ο οποίος αντικατέστησε το ν. 703/1977 «Περί ελέγχου μονοπωλίων και ολιγοπωλίων και προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού» (ΦΕΚ 278/Α/26.9.1997) και το αντίστοιχο άρθρο 2 αυτού), και την εξέταση περαιτέρω κατά πόσο η συμπεριφορά της εταιρείας «COSMOTE ΚΙΝΗΤΕΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε.» αντίκειται στο άρθρο 102 ΣΛΕΕ (πρώην άρθρο 82 Συνθήκη), καθώς και τις Αποφάσεις ΑΠ ΕΕΤΤ 392/17/22.6.2006 και ΑΠ ΕΕΤΤ 498/046/2008, ως αντικαταστάθηκαν από την Απόφαση ΑΠ ΕΕΤΤ 661/007/19.07.2012.»*

⁷³ Βλ. υπόθεση COMP/M. 7978 Ευρωπαϊκής Επιτροπής, ορ.cit, παρ. 76.

• **Αναφορικά με τη Λιανική Αγορά της Παροχής Υπηρεσιών Σταθερής Τηλεφωνίας**

87) Η αγορά της παροχής των υπηρεσιών της σταθερής τηλεφωνίας, περιλαμβάνει τις δημοσίως διαθέσιμες τηλεφωνικές υπηρεσίες, που παρέχονται σε σταθερή θέση. Συγκεκριμένα, η υπό εξέταση αγορά εμπεριέχει τους ακόλουθους τύπους τηλεφωνικών υπηρεσιών:

- αστικές κλήσεις,
- υπεραστικές κλήσεις,
- διεθνείς κλήσεις,
- κλήσεις προς κινητά,
- κλήσεις προς παρόχους υπηρεσιών,

88) Σημειώνεται επίσης ότι στην εν λόγω αγορά περιλαμβάνονται τόσο οι υπηρεσίες παραδοσιακής τηλεφωνίας (δηλ. μεταγωγής κυκλώματος), όσο και οι υπηρεσίες τηλεφωνίας τεχνολογίας VoIP (Voice over Internet Protocol). Μεταξύ του εξεταζόμενου χρονικού διαστήματος 2014-2016 μειώθηκαν κατά έναν τον αριθμό, σε έξι, οι πάροχοι στην αγορά, οι ΟΤΕ, FORTHNET, CYTA, WIND, VODAFONE-HOL και COSMOLINE⁷⁴.

89) Στο ίδιο συμπέρασμα, σχετικά με τον ορισμό αγοράς, κατάληξε η ΕΕΤΤ και κατά το έτος 2013, κατά την ανάλυση και ορισμό των σχετικών αγορών στο πλαίσιο της εφαρμογής της ρυθμιστικής νομοθεσίας, περιλαμβάνοντας έτσι τόσο τους οικιακούς όσο και τους μη οικιακούς πελάτες στην ίδια αγορά. Σε ανάλογα συμπεράσματα έχει καταλήξει και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή σε πρόσφατη σχετική απόφασή της (Υπόθεση VODAFONE/Liberty Global/Dutch JV⁷⁵), σε συνέπεια και με έτερες παλιότερες αποφάσεις της, στις οποίες είχαν εξεταστεί οι περιπτώσεις διαφορετικών αγορών μεταξύ:

Α) τοπικών, υπεραστικών και διεθνών κλήσεων

Β) οικιακών και μη καταναλωτών

Γ) παραδοσιακής και VoIP τηλεφωνίας

90) Σε όλες τις ανωτέρω περιπτώσεις, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στη «θέση» της, είτε άφησε ανοικτό τον ακριβή ορισμό αγοράς, είτε όρισε μια συνολική λιανική αγορά παροχής υπηρεσιών σταθερής τηλεφωνίας⁷⁶. Τη συγκεκριμένη πρακτική ακολούθησε ως αναφέρθηκε και η ΕΕΤΤ σε παλαιότερες αποφάσεις της (ενδεικτικά Υπόθεση

⁷⁴ Οι πάροχοι με πολύ μικρό αριθμό γραμμών δεν έχουν ληφθεί υπόψη.

⁷⁵ Βλ. υπόθεση COMP/M. 7978- VODAFONE/Liberty Global/Dutch JV Ευρ. Επιτροπή, παρ. 26, σελ. 9.

⁷⁶ Βλ. i) Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.3914 – Tele2/Versatel, παρ. 10, ii) Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.5532 – Carphone Warehouse/Tiscali UK, παρ. 35 και 39, iii) Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.5730 – Telefónica/Hansenet Telekommunikation, παρ. 16 και 17, iv) Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.6990 - VODAFONE/Kabel Deutschland, παρ. 131 v) Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.7000 Liberty Global/Ziggo, παρ.125. vi) Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.7637 Liberty Global/BASE Belgium, παρ.69.

VODAFONE –ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΕΕΤ και HELLAS ON LINE ΑΕ καθώς και στην υπόθεση VODAFONE –ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΕΕΤ και CYTA ΑΕ)⁷⁷. Στο πλαίσιο της παρούσας εξέτασης, η σχετική αγορά είναι η λιανική αγορά παροχής υπηρεσιών σταθερής τηλεφωνίας. Κατά την επεξεργασία του υλικού που απέστειλαν τα καταγγέλλοντα μέρη, προ και μετά τη διαδικασία ακρόασης, δεν καταγράφηκε σχετική επιχειρηματολογία υπέρ της διάκρισης επιμέρους αγορών εθνικών, τοπικών, διεθνών, αστικών ή υπεραστικών κλήσεων ή διάκρισης σε ομάδες οικιακών και εταιρικών συνδρομητών πελάτες. Ομοίως, δεν υπεβλήθησαν SSNIP τεστ, ή τεστ συνολοκλήρωσης χρονοσειρών (co- integration test) ή έστω τεστ συσχέτισης τιμών (price correlation test), προκειμένου να επιχειρηθεί ή να δικαιολογηθεί ένας πιο στενός ορισμός της αγοράς. Ως προαναφέρθηκε, ούτε από το πνεύμα και το λεκτικό της παρ. 2 του Άρθρου 11, δεν προκύπτει η αναφορά σε συγκεκριμένη ομάδα συνδρομητών ή προορισμό κλήσεων. Ως σχετική γεωγραφική αγορά πρέπει να θεωρηθεί το σύνολο της Ελληνικής Επικράτειας, δεδομένου ότι εντός αυτής δεν παρατηρείται ουσιώδης διαφοροποίηση των όρων των ανταγωνισμού ή των συνθηκών της αγοράς.

91) Παράλληλα, αξίζει ν' αναφερθεί ότι στο ζήτημα της υποκατάστασης από την πλευρά της προσφοράς, και σε συνάφεια με την παράγραφο 158 της απόφασης Μ. 7758/2014 της Επιτροπής: *«ένας πάροχος κινητής που εξυπηρετεί μόνο ιδιώτες (οικιακούς) πελάτες θα ήταν δυνατό να ξεκινήσει να εξυπηρετεί και μικρές επιχειρήσεις χωρίς σημαντικές επιπρόσθετες επενδύσεις. Αντίθετα, φαίνεται ότι πολύ πιο σημαντικές επενδύσεις και προσπάθειες απαιτούνται ... για να ξεκινήσει να εξυπηρετεί και μεγάλες επιχειρήσεις»*. Η ανωτέρω διαπίστωση αν και καταγράφεται για τους παρόχους κινητής, μπορεί να επεκταθεί και στους παρόχους σταθερής. Υπενθυμίζεται ότι πέραν από τη χρήση ποσοτικών κριτηρίων είναι σαφές από την Ανακοίνωση της Επιτροπής ότι μπορεί να χρησιμοποιηθεί και η ανάλυση ποιοτικών παραγόντων και στοιχείων, που μπορούν να επηρεάσουν τον ορισμό μιας σχετικής αγοράς. Οι παράγοντες αυτοί περιλαμβάνουν τα επιμέρους φυσικά χαρακτηριστικά του προϊόντος, τη σκοπούμενη χρήση, τις διαφορές τιμών, το μέγεθος του κόστους εναλλαγής από τους καταναλωτές⁷⁸.

• **Αναφορικά με τη Λιανική Αγορά της Παροχής των Υπηρεσιών Συνδρομητικής Τηλεόρασης**

92) Με βάση τον καταργηθέντα νόμο Ν. 4070/2012 (πλην των εξαιρέσεών του), και το προηγούμενο άρθρο 12 αυτού, η ΕΕΤΤ έχει αρμοδιότητες ως προς την τήρηση της νομοθεσίας περί ηλεκτρονικών επικοινωνιών και ταχυδρομικών υπηρεσιών και εφαρμόζει τις διατάξεις του Ν. 3959/2011 (Α'93), σε σχέση με την άσκηση των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων ηλεκτρονικών επικοινωνιών, καθώς και τις διατάξεις

⁷⁷ Βλ. i) Απ. ΕΕΤΤ 733-047/18-09-2014 «Λήψη απόφασης επί της γνωστοποίησης συγκέντρωσης κατ' άρθρο 6 παρ. 1 του ν. 3959/2011 για τις αγορές που εμπίπτουν στο πεδίο αρμοδιοτήτων της ΕΕΤΤ σύμφωνα με το Ν. 4070/2012 της Ανώνυμης Εταιρείας «VODAFONE ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Α.Ε.» σε σχέση με την απόκτηση του αποκλειστικού ελέγχου επί της εταιρείας «Hellas OnLine Α.Ε.», ii) Απ. ΕΕΤΤ 857/7/28-06-2018 «Λήψη απόφασης επί της γνωστοποίησης συγκέντρωσης κατ' άρθρο 6 παρ. 1 του ν. 3959/2011 της ανώνυμης εταιρείας «VODAFONE ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Α.Ε.» σε σχέση με την απόκτηση του αποκλειστικού ελέγχου επί της εταιρείας επί της εταιρείας «CYTA ΕΛΛΑΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ Α.Ε.».

⁷⁸ Βλ. Κατσουλάκο Γ., εις Τζουγανάτο Δ. (επιμ.), Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού, Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη, 2013, παρ. 2, 155 επ.

των άρθρων 101 και 102 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ενοποιημένη Απόδοση), καθώς και τον Κανονισμό 1/2003/ΕΚ (L 001). Με τον νέο εν ισχύ νόμο Ν. 4727/2020 και το άρθρο 113 αυτού, η ΕΕΤΤ διατηρεί ακριβώς τις ίδιες αρμοδιότητες. Συνεπώς, η εν λόγω αγορά της συνδρομητικής τηλεόρασης βρίσκεται εκτός της αρμοδιότητας της ΕΕΤΤ και εντάσσεται στο πλαίσιο αρμοδιοτήτων της Ελληνικής Επιτροπής Ανταγωνισμού. Εντούτοις, η εν λόγω αγορά **δεν φαίνεται να έχει κάποιον αντίκτυπο στην εξέταση της παρούσης καταγγελίας, ενώ ομοίως δεν αποδεικνύεται ότι έχει κάποια αξιοσημείωτη επιρροή στ' αποτελέσματα της παρούσης αξιολόγησης, ώστε να εξεταστεί ενδελεχώς.**

- **Αναφορικά με τη Λιανική Αγορά της Τηλεφωνικής Προώθησης Υπηρεσιών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών και λοιπών Υπηρεσιών/Προϊόντων σε πελάτες λιανικής**

93) Με βάση τον πλέον καταργηθέντα νόμο Ν. 4070/2012 (πλην των εκεί αναφερόμενων εξαιρησιών διατάξεων) και το άρθρο 12 αυτού, η ΕΕΤΤ έχει αρμοδιότητες ως προς την τήρηση της νομοθεσίας περί Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών και ταχυδρομικών υπηρεσιών και εφαρμόζει τις διατάξεις του Ν. 3959/2011 (Α'93), σε σχέση με την άσκηση των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων ηλεκτρονικών επικοινωνιών, καθώς και τις διατάξεις των άρθρων 101 και 102 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ενοποιημένη Απόδοση), καθώς και τον Κανονισμό 1/2003/ΕΚ (L 001). Με τον νέο εν ισχύ νόμο Ν. 4727/2020 και το άρθρο 113 αυτού, η ΕΕΤΤ διατηρεί ακριβώς τις ίδιες αρμοδιότητες. Η εν λόγω αγορά βρίσκεται εκτός της αρμοδιότητας της ΕΕΤΤ και εντάσσεται στο πλαίσιο αρμοδιοτήτων της Ελληνικής Επιτροπής Ανταγωνισμού, δεδομένου ότι δύναται να περιλαμβάνει έναν μεγάλο αριθμό διαφορετικών προϊόντων και υπηρεσιών που δύνανται να προωθηθούν τηλεφωνικά και αφορούν και σε πλήθος άλλων αγορών, πλην των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών ή/και των Ταχυδρομείων. Σημειώνεται εντούτοις, πως αφενός ενώπιον της ΕΕΤΤ δεν υπεβλήθη ουδεμία τέτοιας μορφής καταγγελία από τρίτες εταιρείες που ν' αφορά ειδικότερα σε παρόχους Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών και στο άρθρο 11 γι' άλλες αγορές, αφετέρου δε είναι αδιάφορη η ανάλυση της ευρείας αυτής αγοράς, ως προς το συγκεκριμένο αντικείμενο της υπό εξέταση καταγγελίας.

- **Αναφορικά με τη Λιανική Αγορά της Παροχής Συνδυαστικών υπηρεσιών σταθερής τηλεφωνίας, ευρυζωνικού Internet, κινητής τηλεφωνίας και παροχής τηλεοπτικών υπηρεσιών (bundled products/services)**

94) Η ΕΕΤΤ, ήδη από το έτος 2014, και ενδεικτικά στο πλαίσιο της εξέτασης της συγκέντρωσης VODAFONE –ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΕΕΤ με την εταιρεία HELLAS ON LINE ΑΕ⁷⁹, είχε σαφώς επισημάνει την «τάση να συνδυάζονται διαφορετικού τύπου υπηρεσίες και να προσφέρονται στους τελικούς χρήστες είτε ως ένα σύνολο σε καθορισμένες αναλογίες και σε καθορισμένη τιμή, είτε με τη μορφή έκπτωσης στις επιμέρους υπηρεσίες.». Κάθε

⁷⁹ Βλ. Απ. ΕΕΤΤ 733-047/18-09-2014 op.cit

δυνατός συνδυασμός, αφορά τουλάχιστον σε δυο από τις επόμενες υπηρεσίες: υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας, υπηρεσίες σταθερής τηλεφωνίας, υπηρεσίες σταθερής ευρυζωνικής πρόσβασης και υπηρεσίες τηλεοπτικού περιεχομένου (πχ συνδρομητική τηλεόραση, Video on Demand). Ανάλογα με το πλήθος των υπηρεσιών που συνδυάζονται διακρίνονται οι εξής περιπτώσεις: double play (“2P”) σε περίπτωση συνδυασμού δυο υπηρεσιών, triple play (“3P”) σε περίπτωση συνδυασμού τριών υπηρεσιών, quad play (“4P”) σε περίπτωση συνδυασμού τεσσάρων υπηρεσιών. Για τους σκοπούς της παρούσης εξέτασης χρησιμοποιείται ο όρος single play (“1P”) σε περίπτωση μη συνδυασμού υπηρεσιών.

95) Σχετικά με τις συνδυαστικές υπηρεσίες (bundled products/services), η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στην πρόσφατη εξέταση της συγκέντρωσης *VODAFONE/Liberty Global/Dutch JV*, ακολούθησε την εξής προσέγγιση: «Συνδυαστικές υπηρεσίες» που προσφέρονται μόνο μέσα από σταθερά δίκτυα χαρακτηρίστηκαν ως «Fixed multiple play». Παράλληλα, συνδυαστικές υπηρεσίες που προσφέρονται από σταθερά και κινητά δίκτυα χαρακτηρίστηκαν ως «Fixed – Mobile multiple play». Οι τελευταίες δύνανται να αφορούν σε μια ή περισσότερες συνδρομές κινητής τηλεφωνίας που συνδυάζονται με μια συνδρομή σταθερών, συνδυαστικών ή μη, υπηρεσιών⁸⁰.

96) Στη θεωρία, κατά τον συνδυασμό προϊόντων/υπηρεσιών διακρίνονται οι ακόλουθες περιπτώσεις:

α) αμιγείς συνδυασμοί υπηρεσιών, δηλαδή συνδυασμοί υπηρεσιών οι οποίες δεν είναι διαθέσιμες ξεχωριστά,

β) συνδυασμοί δεσμευμένων (tied) και δεσμευσών (tying) υπηρεσιών, δηλ. συνδυασμοί όπου η μία υπηρεσία (η δεσμεύουσα υπηρεσία) μπορεί να αγοραστεί μόνο σε συνδυασμό με άλλη υπηρεσία (την δεσμευμένη υπηρεσία) και η αγορά της πρώτης εξαρτάται από την αγορά της δεύτερης, ενώ το αντίστροφο δεν ισχύει.

γ) μεικτοί συνδυασμοί υπηρεσιών, που αφορούν υπηρεσίες που διατίθενται και σε συνδυασμό και ξεχωριστά και όπου ο(οι) πάροχος(-οι) παρέχει(-ουν) κάποιο κίνητρο για την συνδυαστική (από κοινού) αγορά αυτών των υπηρεσιών, χορηγώντας στον πελάτη κάποιους «μόνιμους ευνοϊκούς όρους» (δηλ. ευνοϊκούς όρους καθ' όλη την διάρκεια της από κοινού αγοράς), οι οποίοι όροι δεν μπορούν να ληφθούν στην περίπτωση που οι εν λόγω υπηρεσίες αγοράζονται ξεχωριστά (δηλ. όχι συνδυαστικά). Οι «μόνιμοι ευνοϊκοί όροι» μπορεί να αφορούν εκπτώσεις (π.χ. μια ενιαία έκπτωση σε ένα σύνολο υπηρεσιών, μία έκπτωση σε μια συγκεκριμένη υπηρεσία υπό την προϋπόθεση αγοράς μίας άλλης υπηρεσίας, κ.λπ.) ή/και μη χρηματικές παροχές (π.χ. την παροχή επιπλέον ενσωματωμένου όγκου δεδομένων). Τα δώρα και οι προσωρινές εκπτώσεις ή προσφορές δεν πρέπει να θεωρηθούν «μόνιμοι ευνοϊκοί όροι».

97) Στην Ελλάδα, υπάρχει μεγάλη διείσδυση των συνδυαστικών πακέτων, δηλαδή των διακριτών συνδυασμών πολλαπλών υπηρεσιών και προϊόντων. Συγκεκριμένα, με βάση σχετικά στοιχεία που διατηρεί η ΕΕΤΤ από τα τέλη του έτους 2018, **περίπου ποσοστό 83% των συνδρομών σταθερής τηλεφωνίας εντάσσεται σε κάποιο**

⁸⁰ Βλ. Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M. 7978, ορ.cit, παρ.77-78.

συνδυασμό πολλαπλών υπηρεσιών. Η εξέλιξη του συγκεκριμένου μεγέθους κατά τα τελευταία 8 εξάμηνα αποτυπώνεται στον Πίνακα 11. Οι μεμονωμένες συνδρομές σταθερής τηλεφωνίας μειώνονται με μέσο ρυθμό 7,7% σε εξαμηνιαία βάση μεταξύ του πρώτου εξαμήνου του 2015 και του δεύτερου εξαμήνου του 2018. Η επιλογή της σταθερής τηλεφωνίας ως υπηρεσία αναφοράς στην ανάλυση των συνδυαστικών πακέτων αντί, πχ. της κινητής τηλεφωνίας, οφείλεται στην πραγματικότητα της ελληνικής αγοράς, όπου το ποσοστό των ενεργών συνδρομών κινητής τηλεφωνίας σε συνδυαστικά πακέτα δεν ξεπερνά το 11% του συνόλου των ενεργών συνδρομών κινητής τηλεφωνίας, έναντι ποσοστού 77% στα αντίστοιχα μεγέθη στη σταθερή τηλεφωνία. Επομένως, μέχρι σήμερα μόλις ένα μικρό ποσοστό των συνδέσεων κινητής τηλεφωνίας, ήτοι περί του 11%, εντάσσεται σε κάποιον τύπο συνδυαστικού πακέτου της κατηγορίας «Fixed – Mobile multiple play».

Πίνακας 11: Εξέλιξη Συμμετοχής Συνδρομών Σταθερής Τηλεφωνίας εντός και εκτός συνδυαστικών πακέτων

	30/06/2015	31/12/2015	30/06/2016	31/12/2016	30/06/2017	31/12/2017	30/06/2018	31/12/2018
Αδεσμοποίητες συνδρομές σταθερής τηλεφωνίας	1.439.225	1.332.434	1.247.055	1.139.629	1.070.804	1.023.330	912.694	820.763
Συνδρομές συνδυαστικών πακέτων με σταθερή τηλεφωνία	3.271.166	3.367.851	3.453.950	3.572.789	3.634.270	3.693.150	3.830.238	3.926.941
Σύνολο Συνδρομών Σταθερής Τηλεφωνίας	4.710.391	4.700.285	4.701.005	4.712.418	4.705.074	4.716.480	4.742.932	4.747.704
% Συνδυαστικών συνδρομών στο σύνολο	69,45%	71,65%	73,47%	75,82%	77,24%	78,30%	80,76%	82,71%

Πηγή: ΕΕΤΤ από απολογιστικά στοιχεία που υποβάλλουν σε εξαμηνιαία βάση οι πάροχοι.

98) Συμπερασματικά, η διάθεση συνδυαστικών πακέτων υπηρεσιών είναι αρκετά διαδεδομένη εμπορική πρακτική και στην Ελλάδα, με περισσότερο δημοφιλές το **συνδυαστικό πακέτο σταθερής τηλεφωνίας και σταθερής ευρυζωνικής πρόσβασης, όπου συγκεντρώνονται περί το 61% των συνδυαστικών πακέτων.** Δυναμική ανάπτυξης παρουσιάζουν και τα συνδυαστικά πακέτα που ενσωματώνουν, εκτός από τις παραπάνω δυο υπηρεσίες, την κινητή τηλεφωνία ή/και τις υπηρεσίες τηλεοπτικού

περιεχομένου. Επίσης, **σημειώνεται ότι είναι ελάχιστο το χρονικό διάστημα που διατίθενται στην αγορά συνδυασμοί τεσσάρων υπηρεσιών.** Αν και, όπως προκύπτει από τα ανωτέρω στοιχεία η παροχή υπηρεσιών συνδυαστικά είναι δημοφιλής, ο μεγάλος αριθμός πιθανών συνδυασμών⁸¹, ο ορισμός προς εξέταση των σχετικών αγορών-βάσης ήτοι των λιανικών αγορών παροχής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση και στο διαδίκτυο, των λιανικών αγορών παροχής υπηρεσιών τηλεφωνίας σε σταθερή θέση και μέσω κινητού, καθώς και κυρίως η πρακτική της Ευρωπαϊκής Επιτροπής κατά την εξέταση σχετικών υποθέσεων⁸², οδηγούν την ΕΕΤΤ στο αρχικό συμπέρασμα, **ότι δεν απαιτείται να οριστεί στο πλαίσιο της παρούσας εξέτασης διακριτή αγορά για τις περιπτώσεις συνδυασμού υπηρεσιών.** Άλλωστε το Μητρώο του Άρθρου 11 αναφέρεται διακριτά και ουχί συνδυαστικά σε υπηρεσίες σταθερής και υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας. Η ΕΕΤΤ εκτιμά ότι μπορούν να θεωρηθούν στο πλαίσιο της παρούσας ως πιθανές, οι αγορές συνδυασμού υπηρεσιών, κατ' αναλογία με την πρακτική που ακολούθησε στην εξέταση της προηγούμενης υπόθεσης συγκέντρωσης μεταξύ των εταιρειών «VODAFONE –ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΕΕΤ» και «CYTA ΑΕ». Οι συγκεκριμένες υπηρεσίες βασίζονται στον συνδυασμό υπηρεσιών σταθερής τηλεφωνίας ή και σταθερής ευρυζωνικής πρόσβασης ή και κινητών επικοινωνιών ή και συνδρομητικής τηλεόρασης, οι οποίες και ορίστηκαν σε εθνικό επίπεδο. Ως εκ τούτου και οι συγκεκριμένες υπηρεσίες προσφέρονται σε εθνικό επίπεδο.

99) Και για την αγορά αυτή, και κατά την επεξεργασία του σχετικού υλικού που απέστειλαν τα καταγγέλλοντα μέρη, προ και μετά τη διαδικασία ακρόασης, δεν υπεβλήθησαν SSNIP τεστ, ή τεστ συνολοκλήρωσης χρονοσειρών (co- integration test) ή έστω τεστ συσχέτισης τιμών (price correlation test), προκειμένου να επιχειρηθεί ένας πιο στενός ορισμός της αγοράς στη βάση των συνδυαστικών πακέτων, ενώ η συνολική επιχειρηματολογία συμπερίληψης της αγοράς αφορούσε σε αποσπασματική παράθεση δημοσιευμένων αριθμητικών στοιχείων από την Έκθεση Επισκόπησης της Αγοράς που δημοσίευσε η ΕΕΤΤ για το έτος 2015, χωρίς κάποια τεκμηρίωση ως προς τη συνάφεια με την εξεταζόμενη υπόθεση, καθώς και στις διαπιστώσεις ότι: *«Δεδομένου ότι η μεγάλη πλειοψηφία των πελατών του Ομίλου ΟΤΕ που έχουν καταστεί απροσπέλαστοι στους ανταγωνιστές του Ομίλου ΟΤΕ λαμβάνουν υπηρεσίες σε συνδυαστικά πακέτα, τα αποτελέσματα της εν λόγω πρακτικής επηρεάζουν την αγορά της σταθερής τηλεφωνίας, του ευρυζωνικού Internet, της κινητής τηλεφωνίας, καθώς και της παροχής τηλεοπτικών υπηρεσιών. Περαιτέρω, ο αποκλεισμός που δημιουργεί η κρινόμενη πρακτική αφορά το σύνολο των προϊόντων που προσφέρουν οι ανταγωνιστές του Ομίλου ΟΤΕ σε οποιαδήποτε σχετική αγορά κι αν αυτά ανήκουν, δεδομένου ότι το μητρώο του άρθρου 11 Ν. 3471/2006 δε διακρίνει ως προς το είδος του προϊόντος ή υπηρεσίας, αλλά καλύπτει οποιαδήποτε*

⁸¹ Τέτοιοι συνδυασμοί είναι οι ακόλουθοι: Σταθερή Τηλεφωνία με Σταθερή Ευρυζωνική Πρόσβαση, Σταθερή Τηλεφωνία με Συνδρομητική Τηλεόραση, Σταθερή Τηλεφωνία με Κινητή Τηλεφωνία, Σταθερή Τηλεφωνία με Σταθερή Ευρυζωνική Πρόσβαση και Συνδρομητική Τηλεόραση, Σταθερή Τηλεφωνία με Σταθερή Ευρυζωνική Πρόσβαση και Κινητή Τηλεφωνία, Σταθερή Τηλεφωνία με Κινητή Τηλεφωνία και Συνδρομητική Τηλεόραση, Σταθερή Τηλεφωνία με Κινητή Τηλεφωνία, Σταθερή Ευρυζωνική Πρόσβαση και Συνδρομητική Τηλεόραση.

⁸² Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στο ερώτημα κατά πόσο υπάρχουν μια ή περισσότερες αγορές συνδυαστικών υπηρεσιών, διακρίτες από τις υποκείμενες αγορές μοναδικών τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών καταλήγει ότι μπορεί να παραμείνει ανοικτό (βλ. i) Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.7421, *op.cit.*, παρ.86-91, ii) Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.6990*op.cit.*, παρ. 261, iii) Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.6584 – VODAFONE/Cable & Wireless, Παρ 102-104, iv) Ευρωπαϊκή Επιτροπή, υπόθεση COMP/M. 7637, *op.cit.*, παρ. 96, v) Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M. 7978, *op.cit.*, παρ.100.

προσφορά τυχόν θελήσει κανείς να κάνει προς τους συνδρομητές αυτούς » (σελ.16 Υπομνήματος FORTHNET).

100) Όπως ήδη αναφέρθηκε, ένα μικρό ποσοστό των συνδέσεων κινητής τηλεφωνίας, περί του ποσοστού 11%, εντάσσεται σε κάποιον τύπο συνδυαστικού πακέτου. Παράλληλα, με βάση τα δημοσιευμένα στοιχεία στην Έκθεση Επισκόπησης της Αγοράς⁸³, η εταιρεία COSMOTE από το έτος 2009 και εφεξής μέχρι και το έτος 2017, έχει μερίδιο υπέρτερο του [..%] στις ενεργές συνδέσεις κινητής, σε σύνολο [...] το 2017 περίπου. Όπως επίσης αποτυπώνεται και στον Πίνακα 12, το μερίδιο της COSMOTE σε συνδυαστικά πακέτα που προσφέρουν υπηρεσία κινητής τηλεφωνίας κυμαίνεται μεταξύ του ποσοστού των [..%]-[..%], την περίοδο 2015-2017 και πάνω από ποσοστό [..%] το έτος 2018. Ανάλογη είναι η κατάσταση και για το μερίδιο της εταιρείας ΟΤΕ ΑΕ σε συνδυαστικά πακέτα που προσφέρουν υπηρεσία σταθερής τηλεφωνίας, όπως φαίνεται στον Πίνακα 13. Παράλληλα, με βάση και τα στοιχεία που υπέβαλλε η καταγγέλλουσα WIND, στα τέλη του έτους 2016⁸⁴, πραγματοποιείται μια ραγδαία αναπροσαρμογή, εν είδει εκκαθάρισης, των συνδρομητών των εταιρειών ΟΤΕ-COSMOTE, που είναι εγγεγραμμένοι στο Μητρώο του Άρθρου 11. Συγκεκριμένα, μεταξύ των μηνών Νοεμβρίου-Δεκεμβρίου, οι εγγεγραμμένοι συνδρομητές της εταιρείας COSMOTE στο Μητρώο, μεταβάλλονται από [...] σε [...], μεταβολή που καταγράφεται ως -ποσοστό [..%]. Παρόμοια, τη ίδια περίοδο οι εγγεγραμμένοι συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ στο Μητρώο μεταβάλλονται από [...] σε [...], μεταβολή που καταγράφεται ως -ποσοστό [..%]. Εντούτοις, παρά τις προαναφερθείσες μεταβολές στους εγγεγραμμένους του Μητρώου του Άρθρου 11, οι εταιρείες ΟΤΕ ΑΕ και COSMOTE ΑΕ, διατηρούν και αυξάνουν τη δυναμική τους στις συνδρομές σε συνδυαστικά πακέτα. Ως εκ τούτου, παρά το γεγονός ότι: «η μεγάλη πλειοψηφία των πελατών του Ομίλου ΟΤΕ» έχει πάψει να είναι «απροσπέλαστη στους ανταγωνιστές του Ομίλου ΟΤΕ» από τα τέλη του 2016, ο ανταγωνισμός δε φαίνεται να βελτιώνει σε βάρος των εταιρειών του Ομίλου τα μερίδια του, ακόμη και σε «αγορές» που αναπτύσσονται. Αντίθετα, το 2018 φαίνεται να συμβαίνει το αντίθετο. Έτι περαιτέρω, το ακροτελεύτιο επιχείρημα ότι: «η κρινόμενη πρακτική αφορά το σύνολο των προϊόντων που προσφέρουν οι ανταγωνιστές του Ομίλου ΟΤΕ σε οποιαδήποτε σχετική αγορά κι αν αυτά ανήκουν», δημιουργεί μια σημαντική ασάφεια που αφορά στη δυναμική δημιουργία ενός τεράστιου πλήθους αγορών συνδυαστικού πακέτων που προσφέρονται από έναν ή περισσότερους παρόχους, στο πλαίσιο κάποιας εμπορικής συμφωνίας, όπου ένα ή περισσότερα σκέλη τους αποτελούν τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες. Με άλλα λόγια, αν ακολουθηθούν αυτοί οι ισχυρισμοί τότε, οποιαδήποτε συνδυαστική προσφορά τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών, π.χ. ένα πακέτο σταθερο-κινητής τηλεφωνίας, μαζί με κάποια άλλη υπηρεσία, π.χ. παροχής ηλεκτρικής ενέργειας, μπορεί να θεωρηθεί ως διακριτή σχετική αγορά. Από την άλλη πλευρά, μια άλλη ανάγνωση του ανωτέρω επιχειρήματος είναι ότι οι τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες ως συστατικά του συνδυαστικού πακέτου είναι οι βασικές τηλεπικοινωνιακές αγορές, στις οποίες οφείλουμε να εστιάσουμε και πρέπει να εξεταστούν, καθώς τις αφορά η κρινόμενη πρακτική.

⁸³ Πίνακας 1.8, σελ. 30 Έκθεση Επισκόπησης των Αγορών.

⁸⁴ Πίνακας σελ. 10 του με αρ. πρωτ. ΕΕΤΤ 6594/Φ.960/28-04-2017 υπομνήματος της εταιρείας WIND.

Πίνακας 12: Εξέλιξη Μεριδίων Αγοράς Συνδυαστικών Πακέτων που περιέχουν υπηρεσία κινητής

	31/12/2015	31/12/2016	31/12/2017	31/12/2018
CYTA	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]
HOL-VODAFONE	[25-35%]			
OTE-COSMOTE	[35-45%]	[35-45%]	[35-45%]	[45-55%]
VODAFONE	[0-5%]			
VODAFONE (μετά την εξαγορά της HOL)		[35-45%]	[35-45%]	[15-25%]
WIND	[25-35%]	[25-35%]	[25-35%]	[15-25%]
Γενικό Άθροισμα	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: EETT από απολογιστικά στοιχεία που υποβάλλουν σε εξαμηνιαία βάση οι πάροχοι.

Πίνακας 13: Εξέλιξη Μεριδίων Αγοράς Συνδυαστικών Πακέτων που περιέχουν υπηρεσία σταθερής

	31/12/2015	31/12/2016	31/12/2017	31/12/2018
CYTA	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]
FORTHNET	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]
HOL-VODAFONE	[15-25%]			
OTE-COSMOTE	[35-45%]	[35-45%]	[35-45%]	[45-55%]
VODAFONE	[0-5%]			
VODAFONE (μετά την εξαγορά της HOL)		[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]
WIND	[10-15%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]
Γενικό Άθροισμα	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: EETT από απολογιστικά στοιχεία που υποβάλλουν σε εξαμηνιαία βάση οι πάροχοι

- **Αναφορικά με την Αγορά Χονδρικού Τερματισμού κλήσεων σε Δίκτυα Κινητής**

101) Η καταγγέλλουσα εταιρεία VODAFONE προτείνει την εξέταση του ενδεχόμενου επηρεασμού της εν λόγω αγοράς, υποστηρίζοντας ότι είναι εύλογο να θεωρηθεί ότι έχει επηρεαστεί, λόγω του γεγονότος ότι η διαμόρφωση του μεριδίου αγοράς στη λιανική αγορά της κινητής ως αποτέλεσμα της αντι-ανταγωνιστικής πρακτικής των καταγγελλομένων εταιρειών οδηγεί και σε ανάλογη διαμόρφωση του όγκου των κλήσεων

που τερματίζουν στα μεμονωμένα δίκτυα των παρόχων⁸⁵. Η εν λόγω αγορά, περιλαμβάνει συγκεκριμένα υπηρεσίες οι οποίες επιτρέπουν στους συνδρομητές διαφορετικών δικτύων να επικοινωνούν μεταξύ τους και ορίζεται ανά δίκτυο, αφού δεν υφίσταται υποκατάστατο για τον τερματισμό κλήσεων σε κάποιο μεμονωμένο δίκτυο κινητής. Η εν λόγω αγορά υπόκειται σε ex ante ρύθμιση από την ΕΕΤΤ⁸⁶. Η ΕΕΤΤ θεωρεί, ότι ο ορισμός στον οποίο έχει καταλήξει στην ex ante εξέταση της για την ανάλυση και τον ορισμό τη σχετικής αγοράς χονδρικής είναι ο πλέον κατάλληλος για την υπό κρίση υπόθεση. Στον εν λόγω ορισμό αγοράς τερματισμού κλήσεων ανά μεμονωμένο δίκτυο κινητής, έχει ομοίως προβεί και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή σε αντίστοιχες υποθέσεις της⁸⁷. Συγκεκριμένα, στην Απόφαση της ΕΕΤΤ με ΑΡ. ΑΠ.815/2/2017, η ΕΕΤΤ πρότεινε τον ορισμό μιας διακριτής αγοράς τερματισμού κλήσεων στο δίκτυο κινητής της εταιρίας COSMOTE, μιας διακριτής αγοράς τερματισμού κλήσεων στο δίκτυο κινητής της εταιρίας VODAFONE, μιας διακριτής αγοράς τερματισμού κλήσεων στο δίκτυο κινητής της εταιρίας WIND και μιας διακριτής αγοράς τερματισμού κλήσεων στο δίκτυο κινητής της εταιρείας CYTA και η κάθε εταιρία ορίστηκε ως κατέχουσα σημαντική ισχύ στις ορισθείσες σχετικές αγορές. Με την εν λόγω απόφασή της, η ΕΕΤΤ, διατήρησε με τροποποιήσεις και προσθήκες τις κανονιστικές υποχρεώσεις που επεβλήθησαν στην προηγούμενη της ex ante ανάλυση της σχετικής αγοράς (ΑΡ. ΑΠ ΕΕΤΤ 661/07/19-07-2012) και επέβαλε, στις τρεις (3) επιχειρήσεις ηλεκτρονικών επικοινωνιών COSMOTE, VODAFONE, WIND - κατόπιν διαπίστωσης ότι κατέχουν ΣΙΑ στην αγορά τερματισμού φωνητικών κλήσεων στο δίκτυο της κινητής τους-, τις εξής υποχρεώσεις: 1) Υποχρέωση Παροχής Πρόσβασης και Χρήσης Ειδικών Ευκολιών Δικτύου, 2) Υποχρέωση Αμεροληψίας (μη διακριτικής μεταχείρισης, 3) Υποχρέωση Διαφάνειας, συμπεριλαμβανομένης της υποχρέωσης δημοσίευσης Προσφοράς Αναφοράς Διασύνδεσης με ορισμένο ελάχιστο περιεχόμενο, 4) Υποχρέωση Λογιστικού Διαχωρισμού (εξαιρουμένης της περίπτωσης της εταιρίας CYTA) καθώς και 5) Υποχρέωση Ελέγχου Τιμών και Κοστολόγησης.

102) Από την ανωτέρω ανάλυση προκύπτει ότι: η εν λόγω αγορά ορίζεται ανά μεμονωμένο δίκτυο. Συγκεκριμένα, η αγορά της χονδρικής που θα εξεταστεί στην παρούσα υπόθεση είναι η χονδρική αγορά τερματισμού κλήσεων στο δίκτυο της εταιρείας COSMOTE. Η σχετική γεωγραφική αγορά για τις υπηρεσίες τερματισμού φωνητικών κλήσεων συμπίπτει με το σύνολο της Ελληνικής επικράτειας, ιδίως διότι η χορήγηση δικαιωμάτων χρήσης φάσματος για την κατασκευή και λειτουργία των δικτύων και την παροχή των υπηρεσιών αφορά το σύνολο της Ελληνικής επικράτειας, και τα υπάρχοντα δίκτυα κινητής καλύπτουν ομοειδώς όλη την Ελληνική επικράτεια, ενώ ομοίως και η

⁸⁵ Βλ. σελ. 29 του με αρ. πρωτ. ΕΕΤΤ 6590/Φ.960/28-04-2017 υπομνήματος της εταιρείας VODAFONE-ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΕ

⁸⁶ Βλ. Απόφαση ΕΕΤΤ 815/002/2017 “Ορισμός χονδρικής αγοράς τερματισμού φωνητικών κλήσεων σε μεμονωμένα κινητά δίκτυα, Καθορισμός Επιχειρήσεων με Σημαντική Ισχύ και Κανονιστικές Υποχρεώσεις αυτών (4ος Γύρος Ανάλυσης) [ΑΓΟΡΑ 2 Σύστασης Ευρωπαϊκής Επιτροπής]. (ΦΕΚ Β' 2530/20-07-2017)”

⁸⁷ Βλ. Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.7978 -VODAFONE/Liberty Global/Dutch JV παρ. 191-196, Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.6584 – VODAFONE/Cable & Wireless, παρ. 47, Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.5650 – T-Mobile/Orange UK, παρ. 36, 37, Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.1493 – Telia/Telenor, Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.2803 Telia/Sonera και Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.3806 – Telefonica/Cesky /Σύσταση της ΕΕ αναφορικά με σχετικές αγορές προϊόντων και υπηρεσιών στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, οι οποίες επιδέχονται εκ των προτέρων κανονιστική ρύθμιση, σύμφωνα με την οδηγία 2002/21/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με κοινό κανονιστικό πλαίσιο για δίκτυα και υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών 2007/879/EK.

τιμολογιακή πολιτική των 3 εταιριών δεν διαφοροποιείται από περιοχή σε περιοχή μέσα στην Ελληνική επικράτεια, παρά είναι ενιαία.

• **Αναφορικά με την αγορά Χονδρικού Τερματισμού κλήσεων σε Σταθερά Δίκτυα**

103) Η καταγγέλλουσα εταιρεία VODAFONE χρησιμοποιεί αντίστοιχη επιχειρηματολογία με αυτή που πρότεινε για την αγορά χονδρικού τερματισμού κλήσεων σε δίκτυα κινητής, για να προτείνει την εξέταση του ενδεχόμενου επηρεασμού της εν λόγω αγοράς, υποστηρίζοντας ειδικότερα ότι είναι εύλογο να θεωρηθεί ότι έχει επηρεαστεί, λόγω του γεγονότος ότι η διαμόρφωση του μεριδίου αγοράς στη λιανική αγορά της σταθερής τηλεφωνίας ως αποτέλεσμα της αντι-ανταγωνιστικής πρακτικής των εν προκειμένω καταγγελλομένων εταιρειών, οδηγεί και σε ανάλογη διαμόρφωση του όγκου των κλήσεων που τερματίζουν στα μεμονωμένα δίκτυα των παρόχων⁸⁸. Η εν λόγω αγορά συνίσταται ουσιαστικά στις χονδρικές υπηρεσίες που παρέχονται μεταξύ των διαφορετικών παρόχων, προκειμένου οι συνδρομητές τους να επικοινωνούν μεταξύ τους. Όπως αναφέρεται και στην απόφαση της ΕΕΤΤ με ΑΡ. ΑΠ.733-047/18-09-2014, η συγκεκριμένη αγορά ορίζεται ανά δίκτυο, αφού δεν υφίσταται υποκατάστατο για τον τερματισμό κλήσεων σε κάποιο μεμονωμένο σταθερό δίκτυο και ο κάθε πάροχος διαθέτει μονοπωλιακή θέση στην αγορά του δικού του δικτύου. Μάλιστα, η αγορά αυτή υπόκειται σε ex ante ρύθμιση από την ΕΕΤΤ. Στο πλαίσιο της ex ante ανάλυσης και του ορισμού της αγοράς⁸⁹, η ΕΕΤΤ έχει ορίσει αγορές **ανά δίκτυο** για την παροχή υπηρεσιών χονδρικού τερματισμού κλήσεων. Κανένας δηλαδή πάροχος, εκτός του παρόχου που ελέγχει το σημείο τερματισμού του δικτύου σε έναν συγκεκριμένο τελικό χρήστη και γεωγραφικό αριθμό, δεν μπορεί να τερματίσει κλήσεις σε αυτόν. Συνεπώς, κάθε πάροχος σταθερού δικτύου κατέχει μερίδιο 100% στον χονδρικό τερματισμό κλήσεων σε τελικούς χρήστες του δικτύου του. Επίσης, στο ίδιο συμπέρασμα κατέληξε και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή κατά την εξέταση ανάλογων υποθέσεων συγκεντρώσεων⁹⁰. Ως σχετική γεωγραφική αγορά θεωρείται το σύνολο της Ελληνικής Επικράτειας, όπως εξάλλου και στην σχετική απόφαση της Ανάλυσης Αγοράς.

104) Αναφορικά με τις υπόλοιπες 2 αγορές χονδρικής που παρουσιάζει η εταιρεία CYTA στο υπόμνημα της⁹¹, ήτοι των κάτωθι αγορών:

- Αγορά χονδρικής πρόσβασης σε φυσική υποδομή δικτύου για το σκοπό της παροχής ευρυζωνικών και φωνητικών υπηρεσιών με γεωγραφικά εύρος την ελληνική επικράτεια

⁸⁸ Σελ. 29 του με αρ. πρωτ. ΕΕΤΤ 6590/Φ.960/28-04-2017 υπομνήματος της εταιρείας VODAFONE-ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΕ

⁸⁹ Απόφαση ΕΕΤΤ 714/09/2014 ΦΕΚ 1049/Β/2014 «Ορισμός των Αγορών (χονδρικής) Εκκίνησης Κλήσεων στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο που παρέχεται σε σταθερή θέση και Τερματισμού Κλήσεων σε μεμονωμένα δίκτυα σε σταθερή θέση, Καθορισμός Επιχειρήσεων με Σημαντική Ισχύ στις εν λόγω Αγορές και Υποχρεώσεις αυτών (3ος Γύρος Ανάλυσης). (β) Απορρύθμιση της Αγοράς Διαβιβαστικών Υπηρεσιών στο σταθερό δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο».

⁹⁰ Βλ. υπόθεση COMP/M.7978 -VODAFONE/Liberty Global/Dutch JV παρ. 203-210, Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.7637 - Liberty Global/BASE Belgium, παρ. 126, Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.6584 - VODAFONE/Cable & Wireless, παρ. 23, Ευρ. Επιτροπή, υπόθεση COMP/M.5650 - T-Mobile/Orange, παρ. 37.

⁹¹ Βλ. σελ. 8 του με αριθμ. πρωτ. ΕΕΤΤ 6596/Φ.960/02-05-2017 Υπομνήματος της Εταιρείας CYTA ΑΕ.

- Αγορά χονδρικής εκκίνησης κλήσεων στο δημόσιο τηλεφωνικά δίκτυο που παρέχεται σε σταθερή θέση,

δεν καταγράφεται κάποιος συγκεκριμένος λόγος περί συμπερίληψης τους στο πλαίσιο της παρούσας εξέτασης, από το γεγονός και μόνο η εταιρεία ΟΤΕ κατέχει δεσπόζουσα θέση σε αυτές.

ιβ) Εξέταση κατοχής δεσπόζουσας θέσης στις ανωτέρω αναφερόμενες αγορές στο πλαίσιο της/των εξεταζόμενων καταγγελίας/-ών

105) Με βάση το άρθρο 2 του Ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ, μία επιχείρηση θεωρείται ότι έχει δεσπόζουσα θέση, όταν κατέχει μια θέση οικονομικής ισχύος που της παρέχει τη δυνατότητα να εμποδίσει τη διατήρηση αποτελεσματικού ανταγωνισμού επί της σχετικής αγοράς, και της επιτρέπει να συμπεριφέρεται σε σημαντικό βαθμό ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές της και τους πελάτες της και, εν τέλει, από τους καταναλωτές⁹².

106) Σύμφωνα με τη νομολογία, δεν είναι αυτό καθ' εαυτό παράνομο μια επιχείρηση να κατέχει δεσπόζουσα θέση, και μια δεσπόζουσα επιχείρηση δικαιούται ν' ασκεί την εμπορική της πολιτική και ν' ανταγωνίζεται άλλες επιχειρήσεις σε αξιοκρατική βάση. Ωστόσο, μια δεσπόζουσα επιχείρηση φέρει «ιδιαιτέρη ευθύνη» να μην παρεμποδίζει με τη συμπεριφορά της την άσκηση πραγματικά ανόθευτου ανταγωνισμού στην κοινή αγορά⁹³. Το αντικείμενο εξέτασης είναι η αντικειμενική **δυνατότητα παρακώλυσης** του ανταγωνισμού και όχι το γεγονός της πραγματικής παρακώλυσης. Η έννοια της ανεξάρτητης συμπεριφοράς εστιάζει στο βαθμό της ανταγωνιστικής πίεσης που ασκείται στην εν λόγω επιχείρηση. Η δεσπόζουσα θέση υποδηλώνει ότι οι εν λόγω ανταγωνιστικές πιέσεις δεν είναι επαρκώς αποτελεσματικές και, συνεπώς, η σχετική επιχείρηση διαθέτει σημαντική ισχύ στην αγορά, κατά τρόπο που οι αποφάσεις της δεν επηρεάζονται αισθητά από τις ενέργειες ή/και τις αντιδράσεις των ανταγωνιστών της, των πελατών και, σε τελική ανάλυση, των καταναλωτών. Η εκτίμηση της δεσπόζουσας θέσης, απαιτεί την εξέταση της ανταγωνιστικής διάρθρωσης της σχετικής αγοράς, καθώς και διαφόρων παραγόντων, με έμφαση στην έκταση των τυχόν περιορισμών που προέρχονται από:

- τους πραγματικούς ανταγωνιστές και τη θέση τους στην αγορά (θέση στην αγορά της δεσπόζουσας επιχείρησης και των ανταγωνιστών της)
- την πειστική απειλή λόγω της μελλοντικής επέκτασης των πραγματικών ανταγωνιστών ή λόγω της εισόδου δυνητικών ανταγωνιστών (εμπόδια εισόδου, επέκταση και είσοδος ανταγωνιστών)
- τη διαπραγματευτική ισχύ των πελατών της επιχείρησης (αντισταθμιστική ισχύς αγοραστών)

⁹² Βλ. I) Deutsche Télécom κατά Επιτροπής, σκ. 170, ΔΕΕ C-52/09, ii) Konkurrensverket κατά TeliaSonera Sverige AB, σκ. 23.

⁹³ Βλ. Ανακοίνωση της Επιτροπής — Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις COM/ 2009/C 45/02 της 24.2.2009, παρ. 1.

Ειδικότερα:

- Η θέση στην αγορά των πραγματικών ανταγωνιστών: Τα μερίδια αγοράς παρέχουν ένα χρήσιμο πρώτο δείκτη για την μια αρχή ανταγωνισμού (εν προκειμένω την ΕΕΤΤ) σχετικά με τη διάρθρωση της αγοράς και τη σχετική σπουδαιότητα των διαφόρων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην αγορά. Ωστόσο, η αρχή θα ερμηνεύει τα μερίδια αγοράς με βάση τις συνθήκες που επικρατούν στη σχετική αγορά, και ιδίως τη δυναμική της αγοράς και το βαθμό στον οποίο διαφοροποιούνται τα προϊόντα. Η διαχρονική τάση ή εξέλιξη των μεριδίων αγοράς, πρέπει επίσης να λαμβάνονται υπόψη σε ασταθείς αγορές ή αγορές που λειτουργούν βάσει προσκλήσεων υποβολής προσφορών. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θεωρεί ότι τα μικρά μερίδια αγοράς αποτελούν εν γένει μια αξιόπιστη ένδειξη για την απουσία σημαντικής ισχύος στην αγορά. Σύμφωνα με την πείρα που έχει αποκτήσει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης δεν θεωρείται πιθανή, εάν το μερίδιο αγοράς είναι χαμηλότερο από το ποσοστό του 40 % στη σχετική αγορά. Ωστόσο, μπορεί να υπάρχουν ειδικές περιπτώσεις κάτω από αυτό το όριο, στις οποίες οι ανταγωνιστές δεν είναι σε θέση να περιορίσουν αποτελεσματικά τη συμπεριφορά δεσπόζουσας επιχείρησης, για παράδειγμα όταν αντιμετωπίζουν σοβαρούς περιορισμούς παραγωγικής ικανότητας. Τέτοιου είδους περιπτώσεις, ενδέχεται επίσης να εξετασθούν από την Επιτροπή και την εκάστοτε αρχή ανταγωνισμού⁹⁴. Πολύ υψηλά μερίδια αγοράς αποτελούν αυτοτελώς, με την εξαίρεση εκτάκτων περιστάσεων, απόδειξη ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης. Επομένως, μερίδιο αγοράς ανώτερο του 50% για διάστημα τριών (3) ετών αποτελεί, αυτό καθαυτό, απόδειξη της ύπαρξης της δεσπόζουσας θέσης στην οικεία αγορά⁹⁵. Εντούτοις, η οικονομική ισχύς των επιχειρήσεων, δεν υπολογίζεται βάσει της αποδοτικότητας ή της κερδοφορίας τους και, συναφώς, τυχόν μειωμένα περιθώρια κέρδους ή ακόμη και παροδικές ζημίες δεν είναι ασυμβίβαστες με την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης. Σύμφωνα με την «Ανακοίνωση της Επιτροπής όσον αφορά τον ορισμό της σχετικής αγοράς για τους σκοπούς του κοινοτικού δικαίου ανταγωνισμού»⁹⁶: «54. Παρόλο που ο υπολογισμός των μεριδίων αγοράς γίνεται συνήθως βάσει των πωλήσεων, υπάρχουν εντούτοις και άλλες ενδείξεις οι οποίες, ανάλογα με τα εκάστοτε προϊόντα ή τομείς, μπορούν να προσφέρουν χρήσιμες πληροφορίες όπως είναι η παραγωγική ικανότητα, ο αριθμός των υποψηφίων στους διαγωνισμούς, οι μονάδες στόλου στις αεροπορικές μεταφορές, ή τα αποθέματα στην περίπτωση τομέων όπως η εξορυκτική βιομηχανία. 55. Κατά γενικό κανόνα, τόσο ο όγκος όσο και η αξία που αντιπροσωπεύουν οι πωλήσεις αποτελούν χρήσιμες πληροφορίες. Στην περίπτωση διαφοροποιημένων προϊόντων, θεωρείται ότι οι πωλήσεις σε αξία και το αντίστοιχο μερίδιο αγοράς αντικατοπτρίζουν καλύτερα τη σχετική θέση και δύναμη κάθε προμηθευτή.» Όπως αναφέρεται στις Κατευθυντήριες γραμμές της Επιτροπής για την ανάλυση αγοράς και την εκτίμηση της σημαντικής ισχύος στην αγορά βάσει του κοινοτικού πλαισίου κανονιστικών ρυθμίσεων για τα δίκτυα και τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών⁹⁷,

⁹⁴ Βλ. Ανακοίνωση της Επιτροπής — Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις COM/ 2009/C 45/02 της 24.2.2009, παρ. 13-14.

⁹⁵ Βλ. Απόφαση ΔΕΕ C-62/86 AKZO κατά Επιτροπής, Συλλ. 1991, σελ. I-3359, σκ. 60.

⁹⁶ Βλ. Επίσημη Εφημερίδα αρ. C 372 της 09/12/1997 σ. 0005 – 0013, παρ. 54-55.

⁹⁷ Βλ. (2002/C 165/03) παρ. 77 εδ. 2, 77. «Τα κριτήρια που πρέπει να χρησιμοποιούνται για τη μέτρηση του μεριδίου αγοράς της σχετικής επιχείρησης ή επιχειρήσεων εξαρτώνται από τα χαρακτηριστικά της σχετικής αγοράς. Εναπόκειται στις ΕΡΑ να αποφασίσουν ποια είναι τα καταλληλότερα κριτήρια για τη μέτρηση της παρουσίας στην αγορά.

εναπόκειται στις ΕΡΑ να αποφασίσουν ποια είναι τα καταλληλότερα κριτήρια για τη μέτρηση της παρουσίας στην αγορά. Κατά συνέπεια, στην περίπτωση αγορών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται για τη μέτρηση του μεριδίου αγοράς της σχετικής επιχείρησης ή επιχειρήσεων εξαρτώνται από τα χαρακτηριστικά της σχετικής αγοράς. Τέτοια μπορεί να είναι ο όγκος των πωλήσεων, η αξία των πωλήσεων, η χρησιμοποίηση των εσόδων για απόληξη κλήσεων⁹⁸. Η επέκταση υφιστάμενων ανταγωνιστών ή είσοδος νέων ανταγωνιστών: Ο ανταγωνισμός είναι μια δυναμική διαδικασία και η εκτίμηση των ανταγωνιστικών περιορισμών που υφίσταται μια επιχείρηση δεν μπορεί να στηρίζεται μόνο στην κατάσταση της αγοράς. Οι δυνητικές επιπτώσεις της επέκτασης των υφιστάμενων ανταγωνιστών ή της εισόδου δυνητικών ανταγωνιστών, συμπεριλαμβανομένου του κινδύνου μιας τέτοιας επέκτασης ή εισόδου, είναι επίσης σημαντικοί παράγοντες⁹⁹. Η διαπίστωση δεσπόζουσας θέσης εξαρτάται από την εκτίμηση της ευχέρειας:

- εισόδου δυνητικών, ήτοι νέων, ανταγωνιστών και
- επέκτασης των υφιστάμενων ανταγωνιστών στην αγορά

Εάν δεν πιθανολογηθεί η ευχέρεια σε κάποια από τις δυο περιπτώσεις, μπορεί να διαπιστωθεί η απουσία άσκησης περιορισμών στην ανεξάρτητη αντι-ανταγωνιστική συμπεριφορά μιας επιχείρησης με σημαντικό μερίδιο αγοράς. Επί παραδείγματι, μια επιχείρηση μπορεί να αποθαρρυνθεί να προβεί σε αύξηση τιμών, εάν μια επέκταση ή είσοδος άλλων επιχειρήσεων θεωρείται:

- πιθανή υπό την έννοια ότι είναι επαρκώς επικερδής για τον ανταγωνιστή ή τον νεοεισερχόμενο, παρά το ύψος των λαμβανομένων υπόψη παραγόντων όπως οι φραγμοί επέκτασης ή εισόδου, οι πιθανές αντιδράσεις της εικαζόμενης δεσπόζουσας επιχείρησης και άλλων ανταγωνιστών και οι κίνδυνοι και το κόστος μιας αποτυχίας,
- έγκαιρη, υπό την έννοια ότι πρέπει να είναι επαρκώς ταχεία για να αποτρέψει ή να ματαιώσει την άσκηση σημαντικής ισχύος στην αγορά, και
- Επαρκής, υπό την έννοια ότι δεν πρέπει να είναι μόνο μικρής κλίμακας, όπως για παράδειγμα να περιορίζεται σε μικρό εξειδικευμένο τμήμα της αγοράς, αλλά να έχει τέτοιο μέγεθος, ώστε να είναι σε θέση να αποτρέψει προσπάθεια αύξησης των τιμών από μέρους της επιχείρησης που υποτίθεται ότι κατέχει δεσπόζουσα θέση στη σχετική αγορά.

Π.χ. [...] Όταν η αγορά που ορίζεται είναι εκείνη της διασύνδεσης, μία πιο ρεαλιστική παράμετρος μέτρησης θα ήταν τα έσοδα που πραγματοποιούνται για απόληξη κλήσεων σε πελάτες σταθερών ή κινητών δικτύων. Αυτό συμβαίνει διότι η χρήση των εσόδων, αντί π.χ. των λεπτών κλήσης, λαμβάνει υπόψη το γεγονός ότι τα λεπτά κλήσης έχουν διαφορετικές αξίες (δηλαδή τοπικά, υπεραστικά και διεθνή) και παρέχει ένα μέτρο της παρουσίας στην αγορά που αντανάκλα τόσο τον αριθμό των πελατών όσο και την κάλυψη του δικτύου».

⁹⁸ Βλ. (2002/C 165/03) παρ. 76 και 83.

⁹⁹ Βλ. Ανακοίνωση της Επιτροπής — Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις COM/ 2009/C 45/02 της 24.2.2009, παρ. 16.

Κατά συνέπεια, πρέπει να εξεταστεί η «ύπαρξη φραγμών εισόδου» διαφόρων μορφών, που προέρχονται:

- από το θεσμικό, νομικό και κανονιστικό πλαίσιο,
- από το ύψος των απαιτούμενων επενδύσεων,
- από πλεονεκτήματα που απολαμβάνουν οι εγκατεστημένες επιχειρήσεις σε όρους οικονομίας κλίμακας ή σκοπού,
- από την προνομιακή πρόσβαση σε πόρους, τεχνολογίες ή σε δίκτυο πωλήσεων και διανομής,
- από απώλειες και αρνητικές εξωτερικότητες δικτύου που αντιμετωπίζουν οι πελάτες όταν αλλάζουν προμηθευτή και
- από την ύπαρξη αποκλειστικών συμβάσεων συνεργασίας και άλλες σχετικές εμπορικές συμφωνίες.

– **Η διαπραγματευτική ισχύς των πελατών:** Σύμφωνα με την Ανακοίνωση Προτεραιοτήτων της Επιτροπής¹⁰⁰, ανταγωνιστικοί περιορισμοί μπορεί να επιβάλλονται και από τους πελάτες. Ακόμη και μια επιχείρηση με υψηλό μερίδιο αγοράς μπορεί να μην είναι σε θέση να ενεργεί σε μεγάλο βαθμό ανεξάρτητα από πελάτες με επαρκή διαπραγματευτική δύναμη. Αυτή η αντισταθμιστική ισχύς αγοραστών μπορεί να προκύπτει από το μέγεθος των πελατών ή την εμπορική τους σημασία για την επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση, και την ικανότητά τους να μεταπηδούν γρήγορα σε ανταγωνιζόμενους προμηθευτές, να προωθούν νέες εισόδους ή να ολοκληρωθούν κάθετα, και να απειλούν πειστικά να το πράξουν. Εάν η αντισταθμιστική ισχύς έχει επαρκές μέγεθος, μπορεί να αποτρέψει ή να ματαιώσει απόπειρα της επιχείρησης να αυξήσει επικερδώς τις τιμές. Ωστόσο, η αγοραστική ισχύς μπορεί να μην θεωρηθεί ως επαρκώς αποτελεσματικός περιορισμός, εάν εξασφαλίζει απλώς ότι ένα συγκεκριμένο ή περιορισμένο τμήμα των πελατών προστατεύεται από την ισχύ στην αγορά της δεσπόζουσας επιχείρησης. Η εφαρμογή του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011 (και αντίστοιχα της κοινοτικής διάταξης 102 ΣΛΕΕ), προϋποθέτει εκτός από την ύπαρξη της δεσπόζουσας θέσης της επιχείρησης και την απόδειξη της αιτιώδους συνάφειας μεταξύ της εν λόγω δεσπόζουσας θέσης και της εικαζόμενης καταχρηστικής συμπεριφοράς της επιχείρησης. Η καταχρηστική συμπεριφορά/εκμετάλλευση της δεσπόζουσας θέσης έχει ως αποτέλεσμα την παρεμπόδιση της διατήρησης του επιπέδου ανταγωνισμού που ήδη υπάρχει μειωμένος στην αγορά λόγω της δεσπόζουσας θέσης της επιχείρησης ή την περαιτέρω ανάπτυξη τους εν λόγω ανταγωνισμού. Για τη στοιχειοθέτηση του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011 και 102 της ΣΛΕΕ δεν απαιτείται, ως αναφέρθηκε, η ύπαρξη ούτε η απόδειξη συγκεκριμένου αντι-ανταγωνιστικού αποτελέσματος ή επίπτωσης, αλλά αρκεί να αποδειχθεί ότι η συμπεριφορά της κατέχουσας δεσπόζουσας θέσης επιχείρησης τείνει να περιορίσει τον ανταγωνισμό, δηλαδή ενδέχεται να επιφέρει τέτοιο αποτέλεσμα¹⁰¹. Σε κάθε περίπτωση, ο κατάλογος καταχρήσεων του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011 δεν είναι περιοριστικός, αλλά ενδεικτικός.

¹⁰⁰ Οπ.π., παρ 18.

¹⁰¹ Βλ. Υποθ. Τ-201/04, Microsoft Corp. κατά Επιτροπής, σκ. 867.

γ) Οι ισχυρισμοί των μερών ως προς την πρακτική και τις συνέπειές της

- **Η εταιρεία «WIND»**

107) Η εταιρεία στο με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 6261/Φ.960/22-07-2016 επιστολή της, με την οποία ζητούσε κατεπείγουσα παρέμβαση της ΕΕΤΤ προς άρση της στρέβλωσης του ανταγωνισμού αναφέρει συγκεκριμένα ότι: *«δεδομένης της δεσπόζουσας θέσης του ΟΤΕ στην αγορά σταθερής τηλεφωνίας και του ιδιαίτερα υψηλού μεριδίου της COSMOTE στην αγορά κινητής τηλεφωνίας (μερίδιο 46% για το 2014), καθώς με την επίφαση εφαρμογής του Μητρώου του Αρ. 11 δημιουργεί φαινόμενα αποκλεισμού (foreclosure effect) και κάμψης της ελαστικότητας/κινητικότητας της αγοράς»*, από τον Οκτώβριο του 2013.

108) Πρόσθετα, η εταιρεία σημειώνει ότι αν και στο πλαίσιο ελέγχου των παραβάσεων του δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού, η επέλευση ζημιάς σε ανταγωνιστή δε συνιστά απαραίτητα προϋπόθεση για τη διαπίστωση της παράβασης, καθώς αρκεί και η δυνητική διακινδύνευση, εν προκειμένω, έχει υποστεί τεράστια και πραγματική ζημιά, για την οποία παραθέτει κατά προσέγγιση στοιχεία έως τα μέσα του 2016 και εκτίμηση για έως και το 2020. Παράλληλα, αναφέρουν ότι το μέγεθος της απόκλισης μεταξύ του πλήθους των εγγεγραμμένων συνδρομητών των ΟΤΕ/COSMOTE στο Μητρώο του Άρθρου 11 μεταξύ Νοεμβρίου και Δεκεμβρίου 2016, ήτοι μείωση κατά [..%] στους συνδρομητές ΟΤΕ και [..%] στους συνδρομητές COSMOTE, οφείλεται στο ότι: *«η απόφαση της ΑΠΔΠΧ απαίτησε από τις εταιρείες ΟΤΕ/COSMOTE να επιβεβαιώσουν τις υπάρχουσες δηλώσεις ένταξης των συνδρομητών τους στο Μητρώο του άρθρου 11. Η αδυναμία επιβεβαίωσης της βούλησης των συνδρομητών των ανωτέρω εταιρειών περί ένταξης αυτών στο Μητρώο στα αρχικά επίπεδα, αποδεικνύει με τον πλέον πασιφανή τρόπο την παραβίαση του ν. 3471/2006, όσο και του υγιούς ανταγωνισμού στο χώρο των τηλεπικοινωνιών.»*¹⁰²

109) Περαιτέρω, η εταιρεία στο υποβληθέν με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 6594/Φ.960/28-04-2017 υπόμνημά της, σημειώνει ότι: *«η εν λόγω υπόθεση συνιστά μια από τις σημαντικότερες υποθέσεις του δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού της τελευταίας δεκαετίας στον κλάδο των τηλεπικοινωνιών, δεδομένης της σπουδαιότητας της παράβασης και της διάρκειας της παραβατικής αυτής συμπεριφοράς, που εξακολούθησε ακόμη και μετά την κατάθεση της καταγγελίας»*. Επισημαίνει δε επιπροσθέτως ότι: *«Σήμερα, ο ΟΤΕ, από κοινού με τη θυγατρική του COSMOTE, έχουν κριθεί με αποφάσεις της ΕΕΤΤ ότι είναι επιχειρήσεις με σημαντική ισχύ [ΣΙΑ] σε μια σειρά αγορών χονδρικής και λιανικής, ενώ ηγούνται με διαφορά από τους ανταγωνιστές τους στις λοιπές λιανικές αγορές, στις οποίες δραστηριοποιούνται»*. Η εταιρεία αναφέρει ότι η εταιρεία ΟΤΕ έχει κριθεί ως επιχείρηση με ΣΙΑ στις αγορές λιανικής για την πρόσβαση στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο μέσω γραμμών πρόσβασης PSTN, ISDN BRA & PRA, και managed VoIP στην Ελλάδα και στις αγορές λιανικής για την εκκίνηση δημοσίως διαθέσιμων αστικών, υπεραστικών κλήσεων και σε μη γεωγραφικούς αριθμούς σε οικιακούς και μη οικιακούς πελάτες σε σταθερή θέση¹⁰³. Επίσης, αναφέρει ότι η COSMOTE έχει κριθεί ως επιχείρηση με ΣΙΑ

¹⁰² Επιστολή Wind με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 6470/Φ.960/26-01-2017.

¹⁰³ i) ΑΠ ΕΕΤΤ 614/11/2011, ΦΕΚ 1907/Β/30-08-2011, ii) ΑΠ ΕΕΤΤ 595/13/2011, ΦΕΚ 533/Β/06-04-2011.

στην αγορά τερματισμού φωνητικών κλήσεων στο δίκτυο κινητής¹⁰⁴. Περαιτέρω, επισημαίνει ότι: *«η εταιρεία ΟΤΕ καταχωρώντας παράνομα τους συνδρομητές της στο Μητρώο του Αρ. 11, καταφανώς παραβιάζει το άρθρο 2 του Ν. 3959/2011 και δημιουργεί «αντι-ανταγωνιστικό αποκλεισμό» (foreclosure effect), καταχρώμενη τη δεσπόζουσα θέση της στις ανωτέρω αγορές, προκειμένου να ενισχύσει τόσο την υφιστάμενη δεσπόζουσα θέση της στις αγορές αυτές όσο και την ηγετική θέση της στις λιανικές αγορές σταθερής και κινητής τηλεφωνίας».*

110) Η εταιρεία τονίζει, στο πλαίσιο των ισχυρισμών της την «ειδική (ιδιαίτερη) ευθύνη (special responsibility)» που έχει μια επιχείρηση κατέχουσα δεσπόζουσα θέση να μη βλάπτει με τη συμπεριφορά της την ύπαρξη πραγματικού και ανόθευτου ανταγωνισμού. Επίσης, επιχειρηματολογεί πως η κατάχρηση από μια δεσπόζουσα επιχείρηση μπορεί να λάβει χώρα και σε μια συγγενή αγορά αυτής στην οποία κρατά δεσπόζουσα θέση. Τέλος, μνημονεύει ότι στην Απόφαση 1105/2017 του Διοικητικού Εφετείου Αθηνών παρατίθεται η σκέψη ότι: *«κατά πάγια νομολογία του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου, η συμπεριφορά θυγατρικής εταιρείας μπορεί να καταλογισθεί στη μητρική εταιρεία, ιδίως όταν η θυγατρική, καίτοι έχει χωριστή νομική προσωπικότητα, δεν καθορίζει αυτοτελώς τη συμπεριφορά της στην αγορά, αλλά ουσιαστικά εφαρμόζει τις οδηγίες της μητρικής, λαμβανομένων ιδίως υπόψη των οικονομικών, οργανωτικών και νομικών δεσμών μεταξύ των δυο αυτών νομικών προσώπων».* Αναφέρει, επίσης, ότι όταν δε η θυγατρική εταιρεία ανήκει εξ ολοκλήρου στη μητρική υφίσταται, μαχητό μεν αλλά επί της αρχής, τεκμήριο ότι η δεύτερη ασκεί αποφασιστική επιρροή επί της συμπεριφοράς της πρώτης. Επομένως, κατά την εταιρεία, επειδή η εταιρεία ΟΤΕ είναι μητρική εταιρεία της εταιρείας COSMOTE κατέχοντας το 100% αυτής, η παράνομη συμπεριφορά της, θεωρεί ότι είναι αλληλένδετη με την παράνομη συμπεριφορά της εταιρείας COSMOTE, ως ενιαίας οικονομικής οντότητας, ενώ παράλληλα ο αποκλεισμός της συνδρομητικής βάσης της εταιρείας ΟΤΕ, συμπαράσφρει και την προσέγκυση πελατών της COSMOTE, προκαλώντας αποκλεισμό και της βάσης της τελευταίας. Αναφέρει δε ότι η κρινόμενη πρακτική των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE αφορά στο χρονικό διάστημα του Ιανουαρίου του έτους 2014 και φτάνει έως και τον Οκτώβριο του έτους 2016, εντάσσεται δε σε μια σειρά ενεργειών (πρακτικών αποκλεισμού) της εταιρείας ΟΤΕ που μειώνουν το επίπεδο ανταγωνισμού στην αγορά και αντιστοίχως την κινητικότητα των καταναλωτών και χειραγωγούν/μεταβάλλουν ουσιαστικά τη λειτουργία της αγοράς, επιτυγχάνοντας τη σημαντικότερη μείωση της κινητικότητας των καταναλωτών από την εταιρεία ΟΤΕ προς τους εναλλακτικούς. Σημειώνει, τέλος ότι: *«η χειραγώγηση του άρθρου 11 έφερε τα επιθυμητά αποτελέσματα, καθόσον για το επίδικο διάστημα υπήρξε σαφέστατη μείωση των port outs ΟΤΕ/COSMOTE, κάμψη που αμέσως μετά την απομόχλευση του μητρώου του άρθρου 11 (από τα τέλη του 2016 και εντεύθεν) γύρισε σε αύξηση των port outs».*

- **Η εταιρεία «FORTHNET»**

111) Η εταιρεία FORTHNET, στο υποβληθέν με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 6593/Φ.960/28-04-2017 υπόμνημά της επί της από 21ης Φεβρουαρίου 2017 Ακρόασης της ΕΕΤΤ για την εξεταζόμενη υπόθεση, αναφέρει καταρχήν ότι: *«η κρινόμενη πρακτική των ΟΤΕ και COSMOTE «να εντάσσουν στο μητρώο του άρθρου 11 του ν. 3471/2006 τους συνδρομητές*

¹⁰⁴ ΑΠ ΕΕΤΤ 661/13/2012, ΦΕΚ 2167/Β/19-07-2012.

τους, παρότι οι τελευταίοι δεν το έχουν ζητήσει, αποτελεί παράβαση της περίπτωσης β' του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011 περί Προστασίας του Ελεύθερου Ανταγωνισμού ως τροποποιηθείς ισχύει και της περίπτωσης β' του άρθρου 102 της ΣΛΕΕ» γιατί «περιορίζει τη δυνατότητα των ανταγωνιστών του να αυξήσουν τις πωλήσεις τους ή/και να εισέλθουν σε νέες αγορές, αφαιρώντας τους την δυνατότητα να προσεγγίσουν τους πελάτες τους προκειμένου να τους προσφέρουν τις υπηρεσίες τους...». Αποτέλεσμα της εν λόγω πρακτικής, με βάση την εταιρεία, είναι να καθίσταται αδύνατο στους ανταγωνιστές του Ομίλου ΟΤΕ να αποσπάσουν πελάτες από την δεσπόζουσα επιχείρηση, καθώς η ένταξη των συνδρομητών του Ομίλου ΟΤΕ στο εν λόγω Μητρώο καθιστά την προσέγγιση τους από τους εναλλακτικούς παρόχους παράνομη, επί κινδύνω επιβολής αυστηρών διοικητικών κυρώσεων».

112) Επισημαίνει επίσης ότι η πρακτική δεν αποτελεί ανταγωνισμό επί ίσοις όροις (competition on the merits), καθώς δεν έχει οποιαδήποτε σχέση με την εμπορική δραστηριότητα του ομίλου, το επίπεδο των προσφερόμενων υπηρεσιών, τις τιμές των προϊόντων ή την αποτελεσματικότητα της δεσπόζουσας επιχείρησης. Σημειώνει ότι η εξεταζόμενη πρακτική: «εκφεύγει οποιουδήποτε εμπορικού ανταγωνιστικού πλαισίου και ανάγεται σε μια εξω-εμπορική ενέργεια, η οποία με τρόπο απατηλό και ψευδή αφαιρεί από τους εναλλακτικούς παρόχους τη δυνατότητα να επιχειρήσουν καν να ανταγωνιστούν τη δεσπόζουσα επιχείρηση». Αναφέρει δε ότι πρόκειται για μια κατεξοχήν παρεμποδιστική πρακτική, στην οποία η αποτελεσματική πρόσβαση των πραγματικών ή δυνητικών ανταγωνιστών σε προμήθειες ή αγορές εμποδίζεται ή ματαιώνεται, λόγω της συμπεριφοράς της δεσπόζουσας επιχείρησης¹⁰⁵. Προσθέτει ακόμη, ότι: «η εφαρμοζόμενη πρακτική έχει εξ ορισμού τη δυνατότητα να αποκλείσει τους ανταγωνιστές του Ομίλου ΟΤΕ και είναι εξ ορισμού ικανή να βλάψει τον ανταγωνισμό στην αγορά, καθώς μόνο με την εφαρμογή της συνεπάγεται την πρόσδεση των συνδρομητών του ομίλου ΟΤΕ στο άρμα της δεσπόζουσας επιχείρησης και τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών από τη δυνατότητα να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους». Αυτό συμβαίνει, γιατί η εν λόγω πρακτική αφαιρεί ολοσχερώς μια από τις δυο μόνο διαθέσιμες τεχνικές προσέλκυσης πελατείας για τους ανταγωνιστές του ομίλου, ήτοι την προσέλκυση μέσω τηλεφωνικών πωλήσεων, η οποία είναι και η λιγότερο δαπανηρή και η εναλλακτική είναι η δυσχερής για τους εναλλακτικούς παρόχους έντυπη και τηλεοπτική διαφήμιση. «Συνεπώς, η εφαρμοζόμενη πρακτική του Ομίλου ΟΤΕ καταργεί το πιο αποτελεσματικό και προσιτό μέσο ανταγωνισμού εναντίον του, ενισχύοντας έτι περαιτέρω το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που συνεπάγεται η οικονομική ισχύς του ομίλου ΟΤΕ». Καθώς η εν λόγω πρακτική εφαρμόστηκε στο σύνολο της πελατειακής βάσης του ομίλου, επηρέασε τη μεγαλύτερη πλειοψηφία των υποψηφίων πελατών των εναλλακτικών παρόχων, ήτοι την συνδρομητική βάση του Ομίλου ΟΤΕ. Η εταιρεία παραθέτει στοιχεία επί των τηλεφωνικών πωλήσεων της σε πελάτες της ΟΤΕ προ και κατά τη διάρκεια της κρινόμενης πρακτικής, καθώς και μετά την εκκαθάριση του Μητρώου, προκειμένου να αποδείξει τον παρεμποδιστικό χαρακτήρα της εν λόγω πρακτικής προκειμένου να θωρακίσει τη συνδρομητική βάση του έναντι των προσπαθειών των ανταγωνιστών του. Από τα ανωτέρω συνάγεται ότι η πρακτική του Ομίλου έχει επίπτωση στην ίδια την ανταγωνιστική διαδικασία. Διευκρινίζει τέλος ότι η

¹⁰⁵ Ενότητα IV υπομνήματος, σελ. 10-12.

πρακτική των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE εφαρμόζεται στην αγορά της σταθερής τηλεφωνίας, της ευρυζωνικής σύνδεσης, στο διαδίκτυο και στην κινητή τηλεφωνία.

• **Η εταιρεία «MEDIATEL Α.Ε»**

113) Η ως άνω εταιρεία στο υποβληθέν με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 11618/28-04-2017 υπόμνημά της επί της από 21ης Φεβρουαρίου 2017 Ακροάσεως της ΕΕΤΤ για την εξεταζόμενη υπόθεση αναφέρει τα εξής στη σελίδα 9 αυτού: *«το άρθρο 41 του Ν. 4070/2012 εξομοιώνει την έννοια της σημαντικής ισχύος του τομεακού δικαίου ηλεκτρονικών επικοινωνιών με την έννοια του της δεσπόζουσας θέσης του τομεακού δικαίου περί ελεύθερου ανταγωνισμού, ώστε μια επιχείρηση η οποία έχει κριθεί ότι κατέχει σημαντική ισχύ σε μια σχετική αγορά προϊόντος υπηρεσίας ηλεκτρονικών επικοινωνιών κατέχει, χωρίς αμφιβολία «δεσπόζουσα θέση» στην εν λόγω αγορά. Αυτό επιβεβαιώνεται άλλωστε και από τις διατάξεις της σχετικής ανακοίνωσης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την ανάλυση αγοράς και την εκτίμηση της σημαντικής ισχύος στην αγορά βάσει του κοινοτικού πλαισίου κανονιστικών ρυθμίσεων για τα δίκτυα και τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Εν προκειμένω, η πρακτική των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE να εντάσσουν τους πελάτες τους εν αγνοία τους σε μια ιδιότυπη μορφή του Μητρώου του Άρθρου 11 μέσω ενός προδιατυπωμένου κειμένου, το οποίο προέβλεπε μεν την ένταξη τους στο Μητρώο του Άρθρου 11, αλλά εξαιρούσε από τους περιορισμούς τις 2 εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE και τους συνεργάτες τους, συνιστά παραβίαση των διατάξεων περί ελεύθερου ανταγωνισμού, δεδομένου ότι, με τον τρόπο αυτό οι εταιρείες ΟΤΕ/COSMOTE, κατέχοντας δεσπόζουσα θέση (η μεν ΟΤΕ ΑΕ): α) στην αγορά χονδρικής πρόσβασης σε φυσική υποδομή δικτύου για το σκοπό της παροχής ευρυζωνικών και φωνητικών υπηρεσιών με γεωγραφικό εύρος την ελληνική επικράτεια, με μερίδιο 100% (30/06/2014), β) στην αγορά χονδρικής εκκίνησης κλήσεων στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο που παρέχεται σε σταθερή θέση και τερματισμού κλήσεων σε μεμονωμένα δίκτυα αλλά και στις κατάντη αγορές γ) σταθερής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο, και δ) σταθερής τηλεφωνίας με μερίδιο 49,1 για το 2014, άλλως με κυρίαρχη θέση στην αγορά. Δεσπόζουσα θέση αναφέρει επίσης ότι κατέχει και η εταιρεία COSMOTE ΑΕ στις αγορές: ε) του χονδρικού τερματισμού στο δίκτυο της, και στ) στην αγορά της κινητής τηλεφωνίας, ισχυριζόμενη ότι και οι 2 εταιρείες: «...περιορίζουν τον ελεύθερο ανταγωνισμό καθώς με παράνομο τρόπο περιορίζουν τα μέσα που διαθέτουν οι ανταγωνιστές τους, αναφορικά με την προσέγγιση μιας μερίδας πελατών που είναι συνδρομητές ΟΤΕ/COSMOTE από τις ανταγωνίστριες εταιρείες, ώστε να διατηρήσουν τη δεσπόζουσα θέση την οποία έχουν και να την επεκτείνουν και σε άλλες συνδεδεμένες συναφείς/γειτονικές αγορές στις οποίες έχουν παρουσία είτε οι ίδιες, είτε μέσω των θυγατρικών ή και των συνεργαζόμενων με αυτές εταιρειών...».*

114) Ειδικότερα, είναι προφανές κατά την εταιρεία ότι, η εν λόγω πρακτική συνιστά καταχρηστική άσκηση δικαιώματος των καταγγελλόμενων, για σκοπό που ουσιαστικά αντίκειται, και σε κάθε περίπτωση υπερβαίνει τα όρια που θέτει ο κοινωνικός και οικονομικός σκοπός του εν λόγω δικαιώματος. Συγκεκριμένα, οι καταγγελλόμενες καταστρατηγούν τη διάταξη, χρησιμοποιώντας αυτήν, προκειμένου όχι να προστατευθεί το έννομο συμφέρον του καταναλωτή, αλλά να αποκλειστούν οι ανταγωνίστριες εταιρείες από ένα ουσιαστικό μέσο προώθησης των προϊόντων/υπηρεσιών τους προς

σημαντική μερίδα καταναλωτών και να «κλειδωθούν» οι εν λόγω καταναλωτές στα προϊόντα/υπηρεσίες του ομίλου της καταγγελλόμενης και των συνδεδεμένων ή και συνεργαζόμενων με αυτήν εταιρειών.

115) Δεδομένων δε των μεγεθών, των οικονομιών κλίμακας και σκοπού, της κάθετης ολοκλήρωσης των ιδιαίτερα ανεπτυγμένων δικτύων διανομής και πωλήσεων που διαθέτουν οι καταγγελλόμενες εταιρείες ΟΤΕ/COSMOTE, το δυνητικό αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό είναι τεράστιο, καθώς ένας πολύ μεγάλος αριθμός συνδρομητών του ΟΤΕ/COSMOTE «κλειδώνεται» άθελά του σε ένα περιβάλλον, όπου ενώ προστατεύεται από κάθε επικοινωνία τρίτου, βομβαρδίζεται **ελεύθερα και περιοριστικά** από μηνύματα των εταιρειών ΟΤΕ/COSMOTE. Η σκοπούμενη και προκαλούμενη στρέβλωση είναι προφανής και σοβαρή, σύμφωνα με την εταιρεία, ιδίως εν ιδωθεί υπό το πρίσμα μιας ευρύτερης στρατηγικής εξοβελισμού των ανταγωνιστών από την αγορά. Τέλος, η προφανής παράνομη και καταχρηστική εφαρμογή της διάταξης 11 του Ν. 3471/2006, αλλά και των άρθρων 65 και 66 του Ν. 4070/2012, προκειμένου να αποκλεισθεί η δυνατότητα εμπορικής προσέγγισης των συνδρομητών των εταιρειών ΟΤΕ/COSMOTE από άλλες εταιρείες που δεν ανήκουν στον όμιλο ή τις συνδεδεμένες ή συνεργαζόμενες με αυτές εταιρείες, συνιστά αδιαμφισβήτητη παράβαση της «ειδικής ευθύνης», την οποία έχουν να μην περιορίζουν τον υφιστάμενο στην αγορά ανταγωνισμό, ούτε να εμποδίζουν την ανάπτυξη του...".

116) Επίσης, η εταιρεία στην αρχική με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 18209/05-08-2016 καταγγελία της είχε αναφέρει ότι η κρινόμενη πρακτική των εταιρειών ΟΤΕ/COSMOTE είναι κλασική περίπτωση «μόχλευσης της ισχύος» στην αγορά (leverage of market power) κατά την έννοια που αναπτύχθηκε από τη νομολογία του ΔΕΚ στην υπόθεση Tetra Pak. Σημειώνει δε ότι χάρη στη δεσπόζουσα θέση της στην πρώτη αγορά και την παρουσία της στη συνδεδεμένη δευτερογενή αγορά, μια επιχείρηση είναι σε θέση να εκμεταλλευτεί την ισχύ που έχει στην πρώτη αγορά και να συμπεριφερθεί ανεξάρτητα από τους πελάτες της στη δεύτερη αγορά. Δεδομένου, μάλιστα, όπως σημειώνει η καταγγέλλουσα, ότι οι στενοί δεσμοί της συσχέτισης τις περισσότερες φορές εντοπίζονται σε καθετοποιημένες αγορές, αυτό συμβαίνει συχνά στον τομέα των τηλεπικοινωνιών, όπου ένας φορέας έχει συχνά δεσπόζουσα θέση στην αγορά υποδομής και σημαντική παρουσία στην κατάντη αγορά των υπηρεσιών. Τα ανωτέρω ισχύουν επίσης, σημειώνει η εταιρεία, όσον αφορά σε οριζόντιες αγορές, στις οποίες η ανάλυση της αγοράς επικεντρώνεται στη διαπίστωση ύπαρξης στενών δεσμών σύνδεσης που επιτρέπουν σε επιχείρηση που είναι δεσπόζουσα σε μια αγορά να συμπεριφέρεται ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές της σε γειτονική αγορά. Η εταιρεία MEDIATEL αναφέρει ότι η «ειδική ευθύνη» της δεσπόζουσας επιχείρησης για τη διατήρηση της ανταγωνιστικής διαδικασίας σε μια δεδομένη αγορά, έχει ιδιαίτερη σημασία στην περίπτωση κατά την οποία η επιχείρηση αυτή χρησιμοποιεί την ισχύ της σε αυτήν την αγορά κατά τέτοιο τρόπο ώστε να ενδυναμώνει περαιτέρω τη θέση της και, ταυτόχρονα, να παρεμποδίζει την εμφάνιση του ανταγωνισμού σε μια παραπλήσια, αλλά διαφορετική αγορά. Περαιτέρω, αναφέρει ότι η ΕΕΤΤ έχει διαπιστώσει σε αποφάσεις της ότι η εκάστοτε συμπεριφορά της εταιρείας ΟΤΕ πρέπει να εκτιμάται υπό το πρίσμα της ειδικής ευθύνης με την οποία βαρύνεται, ώστε να μην εξασθενεί ο ανταγωνισμός και να μην επιτρέπεται στον ΟΤΕ να υιοθετήσει συμπεριφορές

ή μέτρα που δε συνεπάγονταν αυτά καθ' αυτά κατάχρηση εάν είχαν υιοθετηθεί ή ληφθεί από εταιρείες μη κατέχουσες δεσπόζουσα θέση.

117) Η εταιρεία MEDIATEL, στην ίδια καταγγελία, επιχειρώντας να τεκμηριώσει τον αντι-ανταγωνιστικό αποκλεισμό των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE στην κρινόμενη πρακτική, αναφέρει ότι, σύμφωνα με την Επιτροπή¹⁰⁶: *«Σε ορισμένες περιπτώσεις, η Επιτροπή ενδέχεται να καταλήξει στο συμπέρασμα ότι η εξεταζόμενη συμπεριφορά είναι πιθανό να οδηγήσει σε ζημία του καταναλωτή, χωρίς να χρειασθεί να διενεργήσει λεπτομερή εκτίμηση. Εάν προκύψει ότι η συμπεριφορά μπορεί να προκαλέσει μόνο εμπόδια για τον ανταγωνισμό και ότι δεν οδηγεί σε βελτιώσεις της αποτελεσματικότητας, τα αντι-ανταγωνιστικά αποτελέσματά της τεκμαίρονται. Αυτό θα μπορούσε να συμβαίνει, για παράδειγμα, εάν η επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση εμποδίζει τους πελάτες της να δοκιμάζουν προϊόντα των ανταγωνιστών ή παρέχει οικονομικά κίνητρα στους πελάτες της με την προϋπόθεση ότι δεν θα δοκιμάζουν τα προϊόντα αυτά, ή πληρώνει διανομέα ή πελάτη να καθυστερήσει την εισαγωγή προϊόντος του ανταγωνιστή»*. Επ' αυτού επιχειρηματολογεί για την άσκηση εκ μέρους των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE της παρεμποδιστικής πρακτικής αποκλειστικότητας που αντίκειται στην περίπτωση β του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011. Η επιχειρηματολογία εκκινεί από τη διαπίστωση ότι, προκειμένου κάποιος να γίνει συνδρομητής των εταιρειών ΟΤΕ/COSMOTE, καλείται να υπογράψει συγκεκριμένη σύμβαση με υποχρεωτικό όρο την παροχή αποκλειστικής πρόσβασης στα προσωπικά δεδομένα του από τις εταιρείες του ομίλου ΟΤΕ, για τους σκοπούς εμπορικής προώθησης προϊόντων και για διαφημιστικούς σκοπούς. Ως ανάλογο παράδειγμα κριθείσας καταχρηστικής παρεμποδιστικής πρακτικής αποκλειστικότητας, μνημονεύεται και η απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού στην υπόθεση Nestle¹⁰⁷. Επικουρικά, η καταγγέλλουσα υποστηρίζει ότι δύναται να διαπιστωθεί παράβαση του άρθρου 2 παρ. 2 περίπτωση γ' του Ν. 3959/2011, υπό την έννοια της εκμεταλλευτικής πρακτικής διακριτικής μεταχείρισης, κατ' αντιστοιχία με την υπόθεση Dimco¹⁰⁸, δηλαδή η πρακτική των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE θέτει άνισους όρους ανταγωνισμού μεταξύ της εταιρείας MEDIATEL και του λιανικού άκρου των καταγγελλόμενων, καθώς και των συνεργατών τους αφετέρου, που προωθούν μέσω τηλεφωνικών κλήσεων υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών.

• **Η εταιρεία «VODAFONE-ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΕΕΤ»**

118) Η εταιρεία VODAFONE ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΕΕΤ στην υποβληθείσα καταγγελία της¹⁰⁹ αναφέρει ότι οι εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE περιόριζαν και πιθανόν εξακολουθούν να περιορίζουν σημαντικά την προσέγγιση των πελατών τους από τον ανταγωνισμό με σκοπό την προώθηση νέων τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών, εν είδει «κλειδώματος» της συνδρομητικής βάσης τους, με σκοπό την αποτροπή της μεταστροφής των πελατών τους σε άλλους τηλεπικοινωνιακούς παρόχους. Η εταιρεία καταγγέλλει τις εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE για ύψωση φραγμών στον ανταγωνισμό, ήτοι για αντι-ανταγωνιστικό

¹⁰⁶ Ανακοίνωση της Επιτροπής — Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις COM/ 2009/C 45/02 της 24.2.2009, παρ. 22.

¹⁰⁷ ΕΑ 434/V/2009, σκ. 59.

¹⁰⁸ ΕΑ 516/VI/2011, σκ. 88.

¹⁰⁹ Αρ. πρωτ. ΕΕΤΤ 27705/Φ.960/01-12-2016, σελ. 10-14.

αποκλεισμό, και για ζημία τελικά του καταναλωτή, καθώς εμποδίζουν τους πελάτες τους να πληροφορηθούν και να δοκιμάσουν νέα και πιο οικονομικά προϊόντα τρίτων παρόχων με την παράνομη, όπως αποδείχτηκε από την ΑΠΔΠΧ, πρακτική. Οι αγορές που αναφέρονται ως μη ανταγωνιστικά αποτελεσματικές, εξαιτίας της υπό εξέταση πρακτικής στην καταγγελία είναι η αγορά λιανικής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο και η αγορά λιανικής πρόσβασης σε δίκτυο κινητής τηλεφωνίας. Στην πρώτη αγορά, καταγγέλλεται η κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης και στη δεύτερη η κατάχρηση της κυρίαρχης θέσης: *«συμπεριφορά η οποία εντάσσεται σε μια προμελετημένη και προσχεδιασμένη στρατηγική και αποσκοπούσα στον, με κάθε τρόπο, εξοβελισμό των ανταγωνιστών τους από τις σχετικές αγορές και στην επίτευξη ίδιου παράνομου περιουσιακού οφέλους..»*.

119) Παράλληλα, με το υπόμνημα που η εταιρεία υπέβαλε¹¹⁰ σε συνέχεια της ακρόασης που διεξήχθη την 21^{ης} Φεβρουαρίου 2016, αναφέρει ότι με την εκκαθάριση των Μητρώων των εταιρειών ΟΤΕ/COSMOTE: *«αποδεικνύεται περίτρανα το μέγεθος της παρανομίας και η έκταση των αντι-ανταγωνιστικών αποτελεσμάτων αυτής, ιδίως ως προς τη στέρηση των συνδρομητών των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE να πληροφορηθούν για εναλλακτικά προϊόντα και υπηρεσίες, περιορίζοντας ως εκ τούτου τις επιλογές τους και εμποδίζοντας τους να δοκιμάσουν τις υπηρεσίες και τα προϊόντα των ανταγωνιστών, γεγονός που αποτελεί ένδειξη ζημίας του καταναλωτή, πρόκλησης εμποδίων στον ανταγωνισμό και ότι δεν οδηγεί σε βελτιώσεις στην αποτελεσματικότητα¹¹¹*. Ως εκ τούτου, η πρακτική των εταιριών ΟΤΕ και COSMOTE, υλοποιούμενη μέσω της, κατά παράβαση του Άρθρου 11 παρ. 2 του Ν. 3471/2006 παράνομης-διαπιστωμένης αυθεντικώς από την καθ' ύλην αρμόδια Αρχή-μαζικής εγγραφής τεράστιου αριθμού συνδρομητών στο Μητρώο, συνιστά παράβαση του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011 περί ελεύθερου ανταγωνισμού». Παράλληλα, θέτει ζήτημα της καθυστέρησης κατά τριών μηνών της εκκαθάρισης του Μητρώου, κατά παράβαση της υποχρέωσης της σχετικής απόφασης της ΑΠΔΠΧ, καθώς και ζήτημα διακριτικής μεταχείρισης υπέρ της συνδεδεμένης επιχείρησης επειδή: *«η εγγραφή ενός συνδρομητή στο Μητρώο της ΟΤΕ δε συνεπάγεται την αδυναμία κλήσης του για προωθητικούς σκοπούς εκ μέρους της COSMOTE, και αντιστοίχως, ότι η εγγραφή ενός συνδρομητή στο Μητρώο της COSMOTE δε συνεπάγεται την αδυναμία κλήσης του για προωθητικούς σκοπούς εκ μέρους της ΟΤΕ»*, γεγονός που επιτείνει τον αντι-ανταγωνιστικό χαρακτήρα της παράνομης συμπεριφοράς των 2 εταιριών ΟΤΕ/COSMOTE.

120) Στο υπόμνημα της¹¹², η εταιρεία σημειώνει επίσης ότι: *«η κατοχή δεσπόζουσας θέσης της ΟΤΕ στην επηρεαζόμενη αγορά λιανικής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση είναι αυταπόδεικτη, με δεδομένο ότι έχει κριθεί από την Επιτροπή σας¹¹³ ότι είναι κάτοχος ΣΙΑ, βάσει δε του άρθρου 41 του Ν.4070/2012, η κατοχή ΣΙΑ ισοδυναμεί με κατοχή δεσπόζουσας θέσης. Άλλωστε, το μερίδιο αγοράς της εταιρείας ΟΤΕ στη συγκεκριμένη αγορά κυμαίνεται κατά την επίμαχη περίοδο (2013-2016) σε ποσοστό περί*

¹¹⁰ Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 6590/Φ.960/28-04-2017, σελ 3-6.

¹¹¹ Ανακοίνωση της Επιτροπής — Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις COM/ 2009/C 45/02 της 24.2.2009, παρ. 22.

¹¹² Σελ.23-29

¹¹³ ΑΠ ΕΕΤΤ 614/11/8.8.2011 (ΦΕΚ 1907/Β/30-08-2011).

του 60%. Εξάλλου, η κατοχή δεσπόζουσας θέσης στην επηρεαζόμενη αγορά κινητής είναι ευχερώς συναγόμενη από τα μερίδια αγοράς που διατηρεί η COSMOTE καθ' όλα τα έτη της επίμαχης περιόδου (2013-2016), αλλά και κατά το προηγούμενο αυτής χρονικό διάστημα. Σε κάθε περίπτωση, ακόμη και αν ήθελε κριθεί, πράγμα που εμείς κατηγορηματικών αρνούμεθα, ότι ειδικά στη λιανική αγορά κινητής η COSMOTE δεν κατέχει δεσπόζουσα θέση, εντούτοις, ο ανταγωνισμός στην αγορά αυτή επηρεάζεται από την εξεταζόμενη πρακτική των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE». Το επιχείρημα που αναπτύσσει η εταιρεία είναι ότι: «ακόμα και «αν ήθελε υποτεθεί ότι η COSMOTE δεν κατέχει δεσπόζουσα θέση στη λιανική αγορά κινητής, ότι η αγορά αυτή είναι επίσης επηρεαζόμενη από την αντι-ανταγωνιστική πρακτική στην οποία συστηματικά και συνδυαστικά επεδόθησαν οι καταγγελλόμενες εταιρείες, μέλη του ίδιου ομίλου εταιρειών, ως προς την εγγραφή των συνδρομητών τους στο Μητρώο, δεδομένου ότι: (α) η εταιρεία ΟΤΕ έχει κριθεί ότι κατέχει ΣΙΑ και συνεπώς δεσπόζουσα θέση στην αγορά λιανικής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση, πράγμα που πληροί την προϋπόθεση που θέτουν οι Κατευθύνσεις ως προς την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης μόνο σε μια από τις δεσμοποιημένες αγορές και (β) οι αγορές (i) λιανικής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση και (ii) λιανική αγορά κινητής, πρέπει να θεωρούνται σε μεγάλο βαθμό «δεσμοποιημένες», δεδομένης της πρακτικής της δεσμοποίησης (συνδυαστικών προσφορών) που εφαρμόζουν από μακρού χρόνου οι τηλεπικοινωνιακοί πάροχοι και ιδίως οι καταγγελλόμενες εταιρείες».

121) Τέλος, η εταιρεία σημειώνει ότι επί του θέματος της καταχρηστικότητας της υπό εξέτασης συμπεριφοράς, οι παράγοντες που καταδεικνύουν την καταχρηστικότητα της συμπεριφοράς της δεσπόζουσας επιχείρησης και συνακόλουθα επιτείνουν τα αποτελέσματα του αντι-ανταγωνιστικού αποκλεισμού, είναι η θέση της επιχείρησης που κατέχει τη δεσπόζουσα θέση, ο βαθμός της εικαζόμενης καταχρηστικής συμπεριφοράς και τα πιθανά αποδεικτικά στοιχεία πραγματικού αποκλεισμού. Επί της θέσης της εταιρείας COSMOTE, γίνεται αναφορά στα μερίδια αγοράς που διαχρονικά κατέχει στη λιανική αγορά κινητής, ενώ επί της θέσης της εταιρείας ΟΤΕ, αναφέρει ότι η δεσπόζουσα θέση της είναι αυταπόδεικτη. Για το βαθμό της αντι-ανταγωνιστικής πρακτικής, η έμφαση δίνεται στην υπερτριετή διάρκεια εφαρμογής της εξεταζόμενης αντι-ανταγωνιστικής πρακτικής, καθώς και η σημαντικότητα του καναλιού των τηλεφωνικών πωλήσεων. Επιπλέον, ως πιθανά αποδεικτικά στοιχεία του πραγματικού αποκλεισμού αναφέρονται ο μηδενικός ρυθμός μείωσης του μεριδίου αγοράς της εταιρείας ΟΤΕ και ότι το μερίδιο αγοράς της εταιρείας COSMOTE αυξήθηκε κατά το έτος 2015, παρά την παροδική ελαφρά μείωση που παρουσίασε το έτος 2014.

• **Η εταιρεία «CYTA»**

122) Η εταιρεία με το με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 6596/Φ.960/02-05-2017 υπόμνημά της, σημειώνει ότι οι εταιρείες ΟΤΕ/ COSMOTE με την κρινόμενη πρακτική τους, περιορίζουν τα μέσα που διαθέτει η υπόλοιπη αγορά για την τηλεφωνική προσέγγιση υποψηφίων πελατών, ώστε να διατηρήσουν τη δεσπόζουσα άλλως κυρίαρχη θέση, την οποία έχουν και να την επεκτείνουν σε συναφείς αγορές. Η εταιρεία αναφέρει ότι ο ΟΤΕ έχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά χονδρικής πρόσβασης σε φυσική υποδομή δικτύου για το σκοπό της παροχής ευρυζωνικών και φωνητικών υπηρεσιών, με γεωγραφικό εύρος την

ελληνική επικράτεια, στην αγορά χονδρικής εκκίνησης κλήσεων στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο που παρέχεται σε σταθερή θέση και τερματισμού κλήσεων σε μεμονωμένα δίκτυα σε σταθερή θέση, στην αγορά σταθερής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση και κυρίαρχη θέση στην αγορά σταθερής φωνητικής τηλεφωνίας. Επίσης, αναφέρει ότι η εταιρεία COSMOTE έχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά χονδρικού τερματισμού κλήσεων στο δίκτυο της και κυρίαρχη θέση στην αγορά της κινητής τηλεφωνίας. Η εταιρεία, επίσης, αναφέρει ότι το δικαίωμα ένταξης στο Μητρώο του Άρ. 11 του καταναλωτή χρησιμοποιήθηκε από τις καταγγελλόμενες για να αποκτηθεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, αποκλείοντας την πελατειακή τους βάση από την προώθηση των υπηρεσιών σε άλλους ανταγωνιστές και διατήρησης για τις ίδιες την αποκλειστική δυνατότητα επικοινωνίας με τους συνδρομητές της για προώθηση των υπηρεσιών τους. Αναφέρεται, επίσης, στα μεγέθη της συνδρομητικής βάση που αφορά η κρινόμενη πρακτική για τη χρονική περίοδο του φθινόπωρου του 2015, επισημαίνοντας ότι ο μονομερής αποκλεισμός της δυνατότητας εμπορικής προσέγγισης τους αποτελεί παράβαση της ειδικής ευθύνης που φέρουν οι επιχειρήσεις με δεσπόζουσα θέση, για τη διατήρηση της ανταγωνιστικής διαδικασίας.

• **Οι καταγγελλόμενες εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE**

123) Οι καταγγελλόμενες εταιρείες με τα με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 6591 και 6592/Φ.960/28-04-2017 υπομνήματά τους, σημειώνουν ότι οι καταγγελίες είναι άνευ αντικειμένου, αφού οι ανταγωνιστές δεν εμπίπτουν στο προστατευτικό πεδίο του Ν. 3471/2006, η προσπάθεια δε των καταγγελλόντων να επικαλεστούν το Ν. 3959/2011 και να συνδέσουν την προστασία της ιδιωτικής σφαιράς με τον ανταγωνισμό, είναι νόμω αβάσιμη. Ακόμη, σημειώνουν ότι: *«προκειμένου να ερευνηθεί τυχόν παράβαση των διατάξεων περί τήρησης του Μητρώου, ως αντι-ανταγωνιστική συμπεριφορά πρέπει να αποδειχθεί καταρχήν κατά πόσο η συγκεκριμένη παράβαση θα μπορούσε να επηρεάσει ουσιαστικά την αγορά σταθερής τηλεφωνίας»*. Οι εταιρείες εκτιμούν ότι αυτό δεν ισχύει και δεν αποδείχτηκε εν προκειμένω. Προς υποστήριξη της ανωτέρω θέσης μάλιστα παραθέτουν τα αποτελέσματα έρευνας αγοράς που διεξήχθη μεταξύ των μηνών Ιανουαρίου-Φεβρουαρίου 2017, όπου αναφέρουν ότι ως κριτήρια επιλογής μιας εταιρείας σταθερής τηλεφωνίας καταγράφονται η οικονομία, το δίκτυο, η εξυπηρέτηση, η εμπειρία του πελάτη και οι συστάσεις του πελάτη μεταξύ άλλων. Επομένως, ως αναφέρουν, η προσέλκυση της πελατείας στη σταθερή τηλεφωνία εξαρτάται από το κατά πόσο πληρούνται τα ανωτέρω κριτήρια επιλογής για κάθε πάροχο και κάθε άλλος ισχυρισμός είναι αβάσιμος, *«καθώς αν ίσχυε ο ισχυρισμός των καταγγελλουσών ότι δήθεν ο κύριος τρόπος προσέλκυσης πελατείας είναι οι απευθείας κλήσεις προς τους συνδρομητές των άλλων παρόχων»* δε θα χρειάζονταν απαιτήσεις στο δίκτυο, εξυπηρέτηση πελατών, δίκτυο καταστημάτων και έντυπες/ηλεκτρονικές/ διαδικτυακές διαφημίσεις. Σημειώνουν δε ότι: *«μόνο σε περίπτωση που δυο ανταγωνιστές θα είχαν το ίδιο ποσοστό πλήρωσης των κριτηρίων επιλογής ενός συνδρομητή, θα μπορούσε να εξεταστεί τυχόν επίδραση της απευθείας κλήσης ενός ανταγωνιστή στην πελατειακή βάση του, κάτι που σε καμία περίπτωση δεν ισχύει στην ελληνική αγορά. Επομένως, δε μπορεί να αποδειχθεί ότι η παράβαση των διατάξεων του Μητρώου έχει τη δυνατότητα να επηρεάσει με οποιονδήποτε τρόπο τον ανταγωνισμό στην αγορά σταθερής τηλεφωνίας στην Ελλάδα»*. Αναφέρουν δε και ότι εν τοις πράγμασι λόγω μεγέθους ζημιάς, οι καταγγελλούσες: *«τόνισαν στην ακροαματική διαδικασία είναι ότι η*

παράβαση του ανταγωνισμού δεν προϋποθέτει απόδειξη της ζημίας και ότι δεν μπορούν να την αποδείξουν».

124) Αναφέρουν ότι οι περί δεσμοποίησης ισχυρισμοί της καταγγέλλουσας VODAFONE, ρητώς αποκλείστηκαν από την εξέταση στα πλαίσια της ακρόασης, καθώς δεν αποτελούν αντικείμενο αυτής. Σημειώνουν μάλιστα ότι δεν υπήρξε ζημία των καταγγελλουσών και ότι συμμορφώθηκαν άμεσα με την απόφαση της ΑΠΔΠΧ, εντός 2 μηνών και 20 ημερών από την κοινοποίηση της, ενώ η όποια καθυστέρηση οφείλεται αποκλειστικά σε τεχνικούς λόγους, γνωστούς στις καταγγέλλουσες από τη δική τους δραστηριοποίηση, όπως η πολυπλοκότητα των συστημάτων και διαδικασιών για τη διαχείριση μεγάλου πλήθους πελατών, η αναμονή για τη λήψη απάντησης και η σχετική ενημέρωση/ συγχρονισμός των συστημάτων. Τέλος, επισημαίνουν ότι η διαγραμματική απεικόνιση: «δεν απεικονίζει την αληθή βούληση των συνδρομητών» και ότι ασφαλές συμπέρασμα θα μπορούσε να εξαχθεί μετά την πάροδο τουλάχιστον 9 μηνών, δεδομένου του τρόπου αντίδρασης των καταναλωτών σε ενημερωτικά μηνύματα και της σχετικής οδηγίες της ΑΠΔΠΧ περί διαγραφής ενός συνδρομητή από το Μητρώο, ελλείψει θετικής ενέργειας εκ μέρους του, μετά την ενημέρωση από τον εταιρεία ΟΤΕ ή και την εταιρεία COSMOTE .

ιδ) Η θέση της ΕΕΤΤ επί της διαπίστωσης και κατοχής δεσπόζουσας θέσης στις αναφερόμενες αγορές

125) Η ΕΕΤΤ, προκειμένου να εξετάσει εάν οι 2 εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE κατέχουν δεσπόζουσα θέση, εκάστη στις ορισθείσες αγορές, εξέτασε την ανταγωνιστική διάρθρωση κάθε σχετικής αγοράς, με έμφαση στην έκταση των τυχόν περιορισμών που προέρχονται από:

- τους πραγματικούς ανταγωνιστές και τη θέση τους στην αγορά (θέση στην αγορά της δεσπόζουσας επιχείρησης και των ανταγωνιστών της)
- την πειστική απειλή λόγω της μελλοντικής επέκτασης των πραγματικών ανταγωνιστών ή λόγω της εισόδου δυνητικών ανταγωνιστών (εμπόδια εισόδου, επέκταση και είσοδος ανταγωνιστών)
- τη διαπραγματευτική ισχύ των πελατών της επιχείρησης (αντισταθμιστική ισχύς αγοραστών)

Με βάση συνεπώς τους ανωτέρω παράγοντες, η ΕΕΤΤ αξιολόγησε χωριστά εκάστη αγορά, καταλήγοντας ως εξής :

- **Για την αγορά της Λιανικής Πρόσβασης στο Δημόσιο Τηλεφωνικό Δίκτυο σε Σταθερή θέση**

126) Στον επόμενο πίνακα (Πίνακας 14) αποτυπώνονται τα μερίδια αγοράς των παρόχων για την αγορά της λιανικής παροχής υπηρεσιών σταθερής πρόσβασης. Τα μεγέθη αφορούν στον αριθμό των συνδέσεων και αποτυπώνονται σε ετήσια βάση μεταξύ του έτους 2012 και 2018, ήτοι 2 έτη προ και 2 έτη μετά την επίδικη περίοδο. Σύμφωνα με τα

εν λόγω στοιχεία, το μερίδιο της εταιρείας ΟΤΕ κυμαίνεται σταθερά σε ποσοστό άνω του [...%], αλλά στην επίδικη περίοδο φαίνεται να μειώνεται κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες, ήτοι από το ποσοστό του [55-65%] στο ποσοστό του [55-65%]. Το μερίδιο της εταιρείας WIND αντίστοιχα αυξάνεται κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες, από το ποσοστό του [5-10%] στο [10-15%] και το μερίδιο της εταιρείας VODAFONE¹¹⁴ αυξάνεται ομοίως κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες από το ποσοστό του [10-15%] στο [10-15%]. Παράλληλα, το μερίδιο της εταιρείας FORTHNET, μειώνεται οριακά από το ποσοστό του [10-15%] στο [10-15%]. Το μερίδιο της εταιρείας CYTA φαίνεται, τελικά να παραμένει σταθερό στο ποσοστό του [5-10%], ενώ εξαυλώνεται το μερίδιο των υπολοίπων παρόχων. Σημειώνεται ότι κατά την ως άνω περίοδο αναφοράς, διέκοψε τη λειτουργία της και η εταιρεία ON TELECOMS και οι συνδρομητές της εταιρείας μετακινήθηκαν στους υπόλοιπους παρόχους.

Πίνακας 14: Μεριδία στην αγορά λιανικής παροχής υπηρεσιών σταθερής πρόσβασης (αριθμός συνδέσεων)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
ΟΤΕ	[55-65%]	[55-65%]	[55-65%]	[55-65%]	[55-65%]	[55-65%]	[55-65%]
WIND	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]
VODAFONE	[5-10%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[15-25%]
FORTHNET	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]
CYTA	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]
ΛΟΙΠΟΙ	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]

Πηγή: EETT

- **Για την αγορά της Λιανικής Πρόσβασης στο Διαδίκτυο**

127) Στον επόμενο πίνακα (Πίνακας 15) αποτυπώνονται τα μερίδια αγοράς των παρόχων για την αγορά της λιανικής παροχής υπηρεσιών σταθερής πρόσβασης. Τα παρατεθέντα μεγέθη αφορούν στον αριθμό των συνδέσεων και αποτυπώνονται σε ετήσια βάση μεταξύ των ετών 2012 έως και 2018, ήτοι 2 έτη προ και 2 έτη μετά την επίδικη εξεταζόμενη περίοδο. Σύμφωνα με τα εν λόγω στοιχεία, το μερίδιο της εταιρείας ΟΤΕ κυμαίνεται σταθερά σε ποσοστό άνω του [...%], ενώ κατά την επίμαχη περίοδο φαίνεται να αυξάνεται κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες, από το ποσοστό του [35-45%] στο [35-45%]. Αντιστοίχως, το μερίδιο της εταιρείας WIND αυξάνεται κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες από το ποσοστό του [10-15%] στο [10-15%]. Το μερίδιο της εταιρείας VODAFONE αυξάνεται επίσης κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες από το ποσοστό του [10-15%] στο [15-

¹¹⁴ Στο μερίδιο της εταιρείας Vodafone έχει συμπεριληφθεί το μερίδιο της εταιρείας HOL.

25%]. Αντίθετα, το μερίδιο της εταιρείας CYTA μειώνεται κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες, από το ποσοστό του [10-15%] στο [5-10%]. Το μερίδιο της εταιρείας FORTHNET μειώνεται σημαντικά κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες από το ποσοστό του [15-25%] στο [15-25%], ενώ εξαυλώνεται το μερίδιο των υπολοίπων παρόχων. Ως αναφέρθηκε, κατά την περίοδο αναφοράς διέκοψε τη λειτουργία της η εταιρεία ON TELECOMS και οι συνδρομητές της μετακινήθηκαν στους υπόλοιπους παρόχους.

Πίνακας 15: Μερίδια στην αγορά λιανικής πρόσβασης στο διαδίκτυο (αριθμός συνδέσεων)

-	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
OTE	[35-45%]	[35-45%]	[35-45%]	[35-45%]	[35-45%]	[45-55%]	[45-55%]
WIND	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]
VODAFONE ¹¹⁵	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]
CYTA	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]
FORTHNET	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]	[10-15%]	[10-15%]
ΛΟΙΠΟΙ	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]

Πηγή: EETT

- **Για την παροχή των Υπηρεσιών της Κινητής Τηλεφωνίας**

128) Ο κάτωθι Πίνακας 16 παρουσιάζει τα μερίδια των τριών εταιρειών της κινητής τηλεφωνίας, βάσει των λιανικών τους εσόδων από την παροχή των κινητών τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών (ευρώ) κατά την περίοδο από το έτος 2012 έως και το έτος 2018, ήτοι 2 έτη προ και 2 έτη μετά την επίδικη εξεταζόμενη περίοδο. Σύμφωνα με τα εν λόγω στοιχεία, το μερίδιο της εταιρείας COSMOTE ξεπερνά το ποσοστό του [...] την περίοδο 2012-2018, με χαμηλότερη τιμή το [45-55%] το έτος 2018 και υψηλότερη τιμή το [45-55%] το έτος 2015, ενώ το έτος 2012 το μερίδιο ανέρχεται στο ποσοστό του [45-55%]. Επισημαίνεται ότι κατά την περίοδο μεταξύ των ετών 2012 έως και 2015, το μερίδιο αυξήθηκε κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες, ενώ το έτος 2016 υποχώρησε κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες, έναντι του έτους 2015. Κατά το χρονικό διάστημα μεταξύ των ετών 2012 έως και 2018 το μερίδιο της εταιρείας VODAFONE αυξήθηκε τελικά κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες από το ποσοστό του [25-35%] σε [25-35%]. Η εξέλιξη αυτή έλαβε χώρα κυρίως κατά το έτος 2016. Αντίστοιχα, κατά το χρονικό διάστημα μεταξύ των ετών 2012 έως και 2018, το μερίδιο της εταιρείας WIND υποχώρησε ελαφρά κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες. Κατά την περίοδο μεταξύ των ετών 2012 έως και 2015, η

¹¹⁵ο.π.π.

μείωση αγγίζει τις [...]εκατοστιαίες μονάδες. Μικρή ανάκαμψη λαμβάνει χώρα από το έτος 2016 και εντεύθεν με αύξηση κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες.

Πίνακας 16: Μερίδια βάσει Λιανικών Εσόδων από την παροχή κινητών τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών (ευρώ)

Μερίδια βάσει λιανικών εσόδων	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
COSMOTE	[45-55%]	[45-55%]	[45-55%]	[45-55%]	[45-55%]	[45-55%]	[45-55%]
VODAFONE	[25-35%]	[25-35%]	[25-35%]	[25-35%]	[25-35%]	[25-35%]	[25-35%]
WIND	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]
Σύνολο ¹¹⁶	100%	100%	100%	100 %	100%	100%	100%

Πηγή: EETT

129) Αντίστοιχα, ο κάτωθι Πίνακας 17, παρουσιάζει τα μερίδια των τριών εταιρειών της κινητής τηλεφωνίας, βάσει των ενεργών τους συνδέσεων¹¹⁷ κατά την περίοδο μεταξύ των ετών 2012-2018. Το μερίδιο της εταιρείας COSMOTE βάσει των ενεργών συνδέσεων, υπερβαίνει το ποσοστό του [...] με χαμηλότερη τιμή το ποσοστό του [45-55%] το έτος 2017 και ανώτερη τιμή το ποσοστό του [45-55%] το έτος 2012. Κατά την περίοδο μεταξύ των ετών 2013-2016 ακολουθεί μια αυξητική, τελικά, πορεία κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες. Η σημαντικότερη μείωση φαίνεται να λαμβάνει χώρα κατά το έτος 2017, κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες. Το μερίδιο της εταιρείας VODAFONE ακολουθεί μια συνεπή αυξητική πορεία από το ποσοστό του [25-35%] στο [25-35%], μεταξύ των ετών 2012 έως και 2017 και μειώνεται κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες κατά το έτος 2018. Κατά την επίδικη περίοδο, αυξήθηκε από το ποσοστό του [25-35%] στο [25-35%], κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες. Αντίθετα, το μερίδιο της εταιρείας WIND μειώνεται, τελικά, κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες από το ποσοστό του [15-25%] στο [15-25%]. Την επίδικη περίοδο, μειώθηκε από το ποσοστό του [15-25%] στο [15-25%], κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες. Το μερίδιο της εταιρείας CYTA κυμάνθηκε σε πολύ χαμηλά επίπεδα, ήτοι κάτω από το ποσοστό του [0-5%].

Πίνακας 17: Μερίδια εταιρειών βάσει ενεργών συνδέσεων (τέλος έτους)

Αριθμός Ενεργών Συνδέσεων	Δεκ-12	Δεκ-13	Δεκ-14	Δεκ-15	Δεκ-16	Δεκ-17	Δεκ-18
COSMOTE	[45-55%]	[45-55%]	[45-55%]	[45-55%]	[45-55%]	[45-55%]	[45-55%]

¹¹⁶ Το μερίδιο εσόδων της CYTA είναι πολύ μικρό για να συμπεριληφθεί.

¹¹⁷ Ως «ενεργές συνδέσεις» ή «ενεργές συνδρομές» ορίζονται οι συνδέσεις/συνδρομές που έχουν προκαλέσει τη δημιουργία λιανικού ή χονδρικού εσόδου εντός του τελευταίου τριμήνου.

VODAFONE	[25-35%]	[25-35%]	[25-35%]	[25-35%]	[25-35%]	[25-35%]	[25-35%]
WIND	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]
CYTA			[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Πηγή: EETT

130) Επιπροσθέτως, ο κάτωθι Πίνακας 18 παρουσιάζει τα μερίδια των τριών εταιρειών της κινητής τηλεφωνίας, βάσει των συνολικών τους συνδέσεων, για την περίοδο μεταξύ των ετών 2006 έως και το έτος 2013. Το μερίδιο της εταιρείας COSMOTE βάσει των συνολικών τους συνδέσεων, ακολουθεί μια πτωτική πορεία κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες μεταξύ των ετών 2012 έως και 2014 και μια αυξητική πορεία μεταξύ των ετών 2014 έως και 2018 κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες. Κατά την επίδικη περίοδο, λαμβάνει χώρα η αντιστροφή της μείωσης του μεριδίου. Το μερίδιο της εταιρείας VODAFONE, ακολουθεί μια αυξητική πορεία κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες, μεταξύ των ετών 2012-2016 από το ποσοστό του [25-35%] στο [35-45%], η οποία όμως αναστρέφεται και τελικά το έτος 2018 το μερίδιο της υποχωρεί κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες στο ποσοστό του [25-35%]. Κατά την επίδικη περίοδο, λαμβάνει χώρα αύξηση κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες του μεριδίου της. Το μερίδιο της εταιρείας WIND, που βρισκόταν στο ποσοστό του [15-25%] στο τέλος του έτους 2012, ακολουθεί πορεία μείωσης, με εξαίρεση το έτος 2013 και καταλήγει στο ποσοστό του [15-25%] το έτος 2016, μειωμένο κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες. Την τελευταία διετία, η τάση φαίνεται να έχει αντιστραφεί, καθώς η εταιρεία αυξάνει τα μερίδια της κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες. Το μερίδιο της εταιρείας CYTA κυμάνθηκε σε πολύ χαμηλά επίπεδα, ήτοι κάτω από το ποσοστό του [0-5%].

Πίνακας 18: Μερίδια εταιρειών βάσει συνολικών συνδέσεων (τέλος έτους)

Μερίδια Συνολικές Συνδέσεις	Δεκ-12	Δεκ-13	Δεκ-14	Δεκ-15	Δεκ-16	Δεκ-17	Δεκ-18
COSMOTE	[45-55%]	[45-55%]	[35-45%]	[45-55%]	[45-55%]	[45-55%]	[45-55%]
VODAFONE	[25-35%]	[25-35%]	[25-35%]	[35-45%]	[35-45%]	[25-35%]	[25-35%]
WIND	[15-25%]	[25-35%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]
CYTA			[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]
Σύνολο	100%	100 %	100%	100%	100%	100%	100%

Πηγή: EETT

• **Για την λιανική Αγορά της Παροχής Υπηρεσιών Σταθερής Τηλεφωνίας**

131) Στον πίνακα (Πίνακας 19) που ακολουθεί, αποτυπώνονται τα μερίδια αγοράς των παρόχων για την αγορά της λιανικής παροχής υπηρεσιών σταθερής τηλεφωνίας. Τα μεγέθη αφορούν στον όγκο των κλήσεων, δηλαδή στο πλήθος των λεπτών ομιλίας, καθώς στα έσοδα τηλεφωνίας, τα οποία αν και διαθέσιμα, περιέχουν υποθέσεις διαχωρισμού μεταξύ εσόδων πρόσβασης και εσόδων κίνησης. Για την εταιρεία ΟΤΕ, από το έτος 2012 μέχρι και το έτος 2016, καταγράφεται μια πτωτική τάση από το ποσοστό του [45-55%] στο [35-45%], δηλαδή κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες. Έκτοτε διαμορφώνεται μια εικόνα αντιστροφής και έτσι στα τέλη του έτους 2018 ανακτά [...] εκατοστιαία μονάδα μεριδίου. Το μερίδιο της εταιρείας WIND αυξάνεται σε ετήσια βάση, εκκινώντας από το ποσοστό του [5-10%] και φτάνοντας το [15-25%] στα τέλη του έτους 2018, δηλαδή κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες. Αντίστοιχα, και για την εταιρεία VODAFONE διαπιστώνεται αντίστοιχη αύξηση του μεριδίου κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες μεταξύ των ετών 2012 έως και το έτος 2018. Επισημαίνεται ότι κατά την τριετία μεταξύ των ετών 2012-2014, το μερίδιο της εταιρείας κυμαίνεται σταθερά στην περιοχή του ποσοστού των [10-15%]. Παράλληλα, το μερίδιο της εταιρείας FORTHNET παρουσιάζει αυξητική τάση, αλλά μεταξύ των ετών 2015 έως και 2017, καταγράφεται μείωση κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες. Σημειώνεται ότι κατά την επίδικη περίοδο, το μερίδιο της εταιρείας αυξάνεται, με εξαίρεση το έτος 2016, όπου καταγράφει πτώση κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες. Τέλος, το μερίδιο της CYTA μειώνεται, τελικά, κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες μεταξύ των ετών 2012 έως και 2018, παρά την αύξηση του κατά [...] εκατοστιαία μονάδα μεταξύ των ετών 2012-2013. Η μεγαλύτερη πτώση, ύψους [...] εκατοστιαίων μονάδων λαμβάνει χώρα κατά την επίδικη περίοδο. Τέλος, εξυπλώνεται το μερίδιο των υπολοίπων παρόχων γιατί την περίοδο αναφοράς, ενώ διακόπτει τη λειτουργία της η εταιρεία ON TELECOMS και οι συνδρομητές της μετακινούνται στους υπόλοιπους παρόχους.

Πίνακας 19: Μερίδια στην αγορά λιανικής παροχής υπηρεσιών σταθερής τηλεφωνίας (λεπτά ομιλίας)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
ΟΤΕ	[45-55%]	[45-55%]	[45-55%]	[45-55%]	[35-45%]	[45-55%]	[45-55%]
WIND	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[10-15%]	[10-15%]	[15-25%]	[15-25%]
VODAFONE ¹¹⁸	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]
FORTHNET	[10-15%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]
CYTA	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[0-5%]
ΛΟΙΠΟΙ	[5-10%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]

¹¹⁸ Στο μερίδιο της εταιρείας VODAFONE έχει συμπεριληφθεί το μερίδιο της εταιρείας HOL.

Πηγή: ΕΕΤΤ

- **Για τη λιανική Αγορά της Παροχής Συνδυαστικών υπηρεσιών σταθερής τηλεφωνίας, ευρυζωνικού Internet, κινητής τηλεφωνίας και παροχής τηλεοπτικών υπηρεσιών**

132) Στη συνέχεια, στους κάτωθι πίνακες Πίνακας 21 και Πίνακας 22), αποτυπώνονται τα μερίδια αγοράς των παρόχων για την πιθανή αγορά της λιανικής παροχής συνδυαστικών υπηρεσιών. Διακρίνονται ειδικότερα δύο (2) περιπτώσεις: Στον πρώτο (Πίνακας 21) συγκεντρώνονται τα μερίδια των παρόχων που προσφέρουν συνδυαστικές υπηρεσίες, μια εκ των οποίων είναι πάντα η υπηρεσία σταθερής τηλεφωνίας, η οποία και συνδυάζεται με μια ή περισσότερες από τις ακόλουθες υπηρεσίες: τη σταθερή ευρυζωνική πρόσβαση, την κινητή τηλεφωνία ή/και τη συνδρομητική τηλεόραση. Στο δεύτερο, (Πίνακας 22) συγκεντρώνονται τα μερίδια των παρόχων που προσφέρουν συνδυαστικές υπηρεσίες, μια εκ των οποίων είναι πάντα η υπηρεσία της κινητής τηλεφωνίας, η οποία και συνδυάζεται με μια ή περισσότερες από τις ακόλουθες υπηρεσίες: τη σταθερή τηλεφωνία, τη σταθερή ευρυζωνική πρόσβαση ή/και τη συνδρομητική τηλεόραση. Τα στοιχεία αφορούν στην περίοδο μεταξύ των ετών 2015 έως και 2018, περίοδο για την οποία η ΕΕΤΤ διατηρεί αναλυτική πληροφόρηση. Τα μεγέθη αφορούν στο πλήθος των συνδρομών σε κάθε μια από τις δυο παραπάνω κατηγορίες. Στην πρώτη κατηγορία, περιλαμβάνονται όλες οι συνδυαστικές συνδρομές που περιλαμβάνουν την υπηρεσία σταθερής τηλεφωνίας. Επομένως, περιλαμβάνονται συνδυασμοί της υπηρεσίας σταθερής τηλεφωνίας με μια (2-play), δυο (3-play) ή και τρεις (4-play) εκ των προαναφερθεισών υπηρεσιών. Η δεύτερη κατηγορία δομείται ανάλογα, αλλά έχει ως πυρήνα της, την υπηρεσία της κινητής τηλεφωνίας. Τα παραπάνω συγκεντρώνονται στον ακόλουθο Πίνακα (Πίνακας 20), από όπου φαίνεται ότι υπάρχουν συνδυασμοί με συμμετοχή και στις 2 κατηγορίες, δηλαδή δεν διαπιστώνονται αμοιβαία αποκλειόμενα σύνολα συνδυασμών.

Πίνακας 20: Ταξινόμηση Συνδυαστικών Υπηρεσιών Ανά Κατηγορία

Παροχή Συνδυαστικών Υπηρεσιών	Μέλος 1ης κατηγορίας	Μέλος 2ης κατηγορίας
FT & FBB [Σταθερή Τηλεφωνία και Σταθερή Ευρυζωνική Πρόσβαση]	ΝΑΙ	ΌΧΙ
FT & TV [Σταθερή Τηλεφωνία και Συνδρομητική Τηλεόραση]	ΝΑΙ	ΌΧΙ
FT & MOB [Σταθερή Τηλεφωνία και Κινητή Τηλεφωνία]	ΝΑΙ	ΝΑΙ

FT & FBB & TV [Σταθερή Τηλεφωνία, Σταθερή Ευρυζωνική Πρόσβαση και Συνδρομητική Τηλεόραση]	ΝΑΙ	ΌΧΙ
FT & FBB & MOB [Σταθερή Τηλεφωνία, Σταθερή Ευρυζωνική Πρόσβαση και Κινητή Τηλεφωνία]	ΝΑΙ	ΝΑΙ
FT & TV & MOB [Σταθερή Τηλεφωνία, Συνδρομητική Τηλεόραση και Κινητή Τηλεφωνία]	ΝΑΙ	ΝΑΙ
FT & FBB & TV & MOB [Σταθερή Τηλεφωνία, Σταθερή Ευρυζωνική Πρόσβαση, Συνδρομητική Τηλεόραση και Κινητή Τηλεφωνία]	ΝΑΙ	ΝΑΙ

133) Στην πρώτη κατηγορία των συνδυαστικών υπηρεσιών, η εξέλιξη των μεριδίων των παρόχων οδηγεί στις ακόλουθες διαπιστώσεις, ως διαφαίνεται και στον Πίνακα 21. Οι εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE καταγράφουν μια συνεπή ανοδική πορεία μεταξύ των ετών 2015-2018, που προσεγγίζει τις [...] εκατοστιαίες μονάδες, εκκινώντας από το [35-45%] και καταλήγει στο ποσοστό του [45-55%]¹¹⁹. Για το χρονικό διάστημα μεταξύ των ετών 2015-2016 που εντάσσεται στην επίδικη εξεταζόμενη περίοδο, η αύξηση προσεγγίζει [...] εκατοστιαίες μονάδες, στο ποσοστό του [35-45%]. Αυξητικές τάσεις στα μερίδια καταγράφονται, όμως και για την εταιρεία WIND και την εταιρεία VODAFONE, κατά την περίοδο μεταξύ των ετών 2015-2016 κατά [...] [15-25%] και κατά [...] [15-25%] εκατοστιαίες μονάδες αντίστοιχα. Έκτοτε, το μερίδιο της εταιρείας WIND σταθεροποιείται, αλλά της εταιρείας VODAFONE αυξάνεται οριακά κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες. Αντίθετα, οι εταιρείες FORTHNET και CYTA είναι οι εταιρείες που «χάνουν μερίδιο», η μεν πρώτη κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες από το ποσοστό του [15-25%] στο [10-15%] εκ των οποίων [...] εκατοστιαίες μονάδες, μέχρι το τέλος του έτους 2016 και η δεύτερη κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες από το ποσοστό του [5-10%] στο [5-10%], εκ των οποίων περί τη [...] μέχρι το τέλος του έτους 2016.

134) Στη δεύτερη κατηγορία των συνδυαστικών υπηρεσιών, η κατάσταση είναι πιο σταθερή μέχρι και το τέλος του έτους 2017, ως φαίνεται και στον Πίνακα 22. Συγκεκριμένα, οι εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE κινούνται μεταξύ των ποσοστών του [35-45%] και [35-45%] εντός της τριετίας μεταξύ των ετών 2015-2017, ενώ στο τέλος του έτους 2018 εκτινάσσονται στο ποσοστό του [45-55%], γεγονός που σηματοδοτεί αύξηση κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες. Αντίστοιχα, η εταιρεία VODAFONE κινείται μεταξύ του ποσοστού των [25-35%] και [25-35%], εντός της τριετίας μεταξύ των ετών 2015-2017, ενώ στο τέλος του έτους 2018 προσγειώνεται στο ποσοστό του [15-25%], γεγονός που σηματοδοτεί μείωση κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες. Σταθερά πτωτική πορεία ακολουθεί το μερίδιο της εταιρείας WIND μειούμενο κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες μεταξύ των ετών 2015 και 2018. Κατά την τριετία 2015 έως και 2017, το μερίδιο της μειώνεται κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες. Αντίθετα, η εταιρεία CYTA ενώ καταρχάς, την τριετία μεταξύ των ετών 2015-2017, διαγράφει μικρή άνοδο κατά 1,2

¹¹⁹ Η αναφορά στις εταιρείες ΟΤΕ/COSMOTE γίνεται γιατί στους εν λόγω συνδυασμούς, η κινητή υπηρεσία παρέχεται από την εταιρεία COSMOTE ενώ όλες οι υπόλοιπες από την εταιρεία ΟΤΕ.

εκατοστιαίες μονάδες από το ποσοστό του [0-5%] στο [0-5%], το έτος 2018 συρρικνώνεται στο [0-5%], καταγράφοντας μείωση κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες.

Πίνακας 21: Μεριδία ως προς το σύνολο των συνδυαστικών υπηρεσιών που περιλαμβάνουν την σταθερή τηλεφωνία

	Δεκ-15	Δεκ-16	Δεκ-17	Δεκ-18
ΟΤΕ-COSMOTE	[35-45%]	[35-45%]	[35-45%]	[45-55%]
WIND	[10-15%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]
VODAFONE ¹²⁰	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]	[15-25%]
FORTHNET	[15-25%]	[15-25%]	[10-15%]	[10-15%]
CYTA	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10]

Πηγή: EETT

Πίνακας 22: Μεριδία ως προς το σύνολο των συνδυαστικών υπηρεσιών που περιλαμβάνουν την κινητή τηλεφωνία

	Δεκ-15	Δεκ-16	Δεκ-17	Δεκ-18
ΟΤΕ-COSMOTE	[35-45%]	[35-45%]	[35-45%]	[45-55%]
WIND	[25-35%]	[25-35%]	[25-35%]	[15-25%]
VODAFONE	[25-35%]	[25-35%]	[25-35%]	[15-25%]
CYTA	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]

Πηγή: EETT

ιε) Οι φραγμοί εισόδου και ο δυνητικός ανταγωνισμός

135) Ένας πάροχος τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών λιανικής ενδέχεται, στη θεωρία, να αντιμετωπίσει ανταγωνιστικές πιέσεις, εάν είναι εφικτή η είσοδος νέων παρόχων στην αγορά, ανεξάρτητα από το μερίδιό του. Εφικτή καθίσταται η είσοδος εάν είναι πιθανή, έγκαιρη, ουσιαστική και όχι υποθετική. Η απειλή εισόδου στην αγορά, είτε μακροπρόθεσμα είτε για ένα σύντομο χρονικό διάστημα, είναι ένας από τους βασικούς ανταγωνιστικούς περιορισμούς. Κάθε υπό εξέταση αγορά υπόκειται, θεωρητικά, σε κάποιον αποτελεσματικό ανταγωνιστικό περιορισμό, εάν οι φραγμοί εισόδου είναι επαρκώς χαμηλοί. Οι φραγμοί εισόδου δύνανται να ανήκουν σε μία από τις ακόλουθες δύο κατηγορίες:

¹²⁰ ο.π.π.

- διαρθρωτικοί φραγμοί εισόδου και
- νομοθετικοί-κανονιστικοί φραγμοί εισόδου.

136) Διαρθρωτικοί φραγμοί εισόδου υφίστανται σε περιπτώσεις όπου η φύση της τεχνολογίας σε συνδυασμό με τα σχετικά κόστη που συνεπάγεται η εφαρμογή της ή το επίπεδο της ζήτησης υπηρεσιών είναι τέτοια που οδηγούν σε διαφορετικές συνθήκες ή, ακόμη και, σε ασύμμετρους όρους μεταξύ υφιστάμενων και νεοεισερχόμενων φορέων, παρεμποδίζοντας ή αποκλείοντας την είσοδο των τελευταίων στην αγορά. Οι νομοθετικοί-κανονιστικοί φραγμοί εισόδου απορρέουν από νομοθετικά, διοικητικά ή άλλου είδους κρατικά μέτρα τα οποία έχουν άμεσο αντίκτυπο στους όρους εισόδου ή/και τοποθέτησης φορέων εκμετάλλευσης στη σχετική αγορά.

137) Ο πιο σημαντικός διαρθρωτικός φραγμός εισόδου στις λιανικές αγορές τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών των ενοτήτων 2.2.1 – 2.2.5 σχετίζεται με το ύψος των επενδύσεων που απαιτούνται από έναν υποψήφιο νέο πάροχο, ώστε να εισέλθει σε κάποια από τις σχετικές αυτές αγορές και συνεπώς να τους ανταγωνιστεί. Επισημαίνεται ότι το ύψος των απαιτούμενων επενδύσεων διαφέρει σε κάθε μια από αυτές.

138) Στην αγορά της λιανικής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση, και συγκεκριμένα εντός της απόφασης¹²¹ με την οποία η ΕΕΤΤ προέβη στην απορρύθμισή της, καταγράφηκε για το εν λόγω ζήτημα ότι: «Αναφορικά με το πρώτο κριτήριο ύπαρξης υψηλών και μη παροδικών φραγμών εισόδου και ανταγωνισμού, η ΕΕΤΤ υιοθέτησε την άποψη ότι υπάρχουν διαρθρωτικοί φραγμοί στην υπό εξέταση αγορά. Οι κυριότεροι φραγμοί εισόδου που εξέτασε η ΕΕΤΤ αποτελούν: (α) το σημαντικό μη ανακτήσιμο κόστος με το οποίο θα πρέπει να επιβαρυνθεί ένας νεοεισερχόμενος πάροχος μέσω ΑΠΤΒ με εθνική κάλυψη προκειμένου να αποκτήσει τις αναγκαίες συνεγκαταστάσεις στα αστικά κέντρα του ΟΤΕ, (β) τα πλεονεκτήματα κόστους του ΟΤΕ έναντι των νεοεισερχόμενων παρόχων στην αγορά λιανικής πρόσβασης (ακόμα και όταν γίνονται οι ίδιες επενδύσεις) καθώς και οι ευκαιρίες οικονομικών κλίμακος που προέρχονται από τις επενδύσεις του ΟΤΕ σε εξοπλισμό δικτύου που δεν είναι απαραίτητο να προκύψουν και για τους νεοεισερχόμενους παρόχους, (γ) το σημαντικό πλεονέκτημα αναγνωρισιμότητας σήματος του ΟΤΕ στο επίπεδο των λιανικών υπηρεσιών, (δ) οι περιορισμένες δυνατότητες των εναλλακτικών παρόχων να είναι κερδοφόροι, να δημιουργήσουν οικονομίες κλίμακος και να επενδύσουν σε ανάπτυξη δικτύων νέας γενιάς λόγω της οικονομικής κρίσης, και (ε) η δυσκολία των εναλλακτικών παρόχων να παρέχουν σημαντικές εκπτώσεις ώστε να ενθαρρύνουν τη μεταστροφή των πελατών δεδομένου ότι οι νεοεισερχόμενοι εξαρτώνται από τα χονδρικά προϊόντα του κοινοποιημένου φορέα για να παράσχουν υπηρεσίες λιανικής». Επί της παρούσης, δε διαπιστώνεται λόγος διαφοροποίησης από την ανωτέρω σκέψη. Δεδομένου ότι για την παροχή τόσο των υπηρεσιών πρόσβασης στο διαδίκτυο, όσο και υπηρεσιών πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο χρησιμοποιείται το ίδιο δίκτυο, η ανωτέρω ανάλυση ισχύει και για τη αγορά της λιανικής πρόσβασης στο

¹²¹ ΑΠ ΕΕΤΤ 792/08/22-12-2016 με τίτλο «Απορρύθμιση των αγορών Λιανικής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση στην Ελλάδα μέσω γραμμών πρόσβασης: (α) PSTN, ISDN BRA και managed VOIP, για οικιακούς και μη οικιακούς χρήστες, και (β) ISDN PRA, καθώς και άρση των εκεί επιβληθεισών κανονιστικών υποχρεώσεων, σύμφωνα με τα άρθρα 16 παρ. 3 της Οδηγίας 2002/21/EK, και 43 παρ. 1 (β) και 44 παρ. 4 του Ν. 4070/2012 (ΦΕΚ 82/Α/10.04.2012), ως ισχύουν.», σκ. 3-3, σελ. 11.

Διαδίκτυο. Παράλληλα, **καθώς η συντριπτική πλειοψηφία των καταναλωτών προμηθεύεται υπηρεσίες σταθερής πρόσβασης μαζί (σε συνδυασμό) με υπηρεσίες σταθερής τηλεφωνίας**, η ανωτέρω ανάλυση ισχύει και για τη λιανική αγορά της παροχής των Υπηρεσιών Σταθερής Τηλεφωνίας. Άλλωστε στη σχετική απόφαση της¹²², η ΕΕΤΤ κατέληξε ότι: «Αναφορικά με το πρώτο κριτήριο ύπαρξης υψηλών και μη παραδοικών φραγμών εισόδου και ανταγωνισμού, η ΕΕΤΤ υιοθέτησε την άποψη ότι υπάρχουν διαθρωτικοί φραγμοί στην υπό εξέταση αγορά. Ενδεικτικοί διαθρωτικοί φραγμοί που εξέτασε η ΕΕΤΤ αποτελούν (α) το πλεονέκτημα κόστους που διαθέτει ο κοινοποιημένος φορέας το οποίο προέρχεται από τις οικονομίες σκοπού που δύναται να επιτύχει από τη χρήση κοινών στοιχείων για την παροχή διαφορετικών υπηρεσιών, (β) η ορισμένη ελάχιστη διάρκεια των συμβάσεων μεταξύ συνδρομητών και παρόχων, (γ) η περιορισμένη δυνατότητα του εναλλακτικού παρόχου να αντλήσει επαρκή έσοδα ώστε να μπορέσει να καλύψει το κόστος εισόδου και να χρηματοδοτήσει οποιαδήποτε καινοτομία σε σχέση με τις υπηρεσίες ή τους πελάτες ή πρόσθετες υπηρεσίες». Στην αγορά των λιανικών υπηρεσιών της κινητής¹²³ τηλεφωνίας, το ύψος των απαιτούμενων επενδύσεων είναι πολύ μεγάλο, δεδομένου ότι κάποιος ενδιαφερόμενος θα έπρεπε να καλύψει το τεράστιο κόστος για την αγορά φάσματος μέσω πλειστηριασμού, την αδειοδότηση, την ανάπτυξη δικτύου εθνικής εμβέλειας, κτλ. Συνεπώς, η αναγκαία υποδομή δεν αναπαράγεται διόλου εύκολα, ειδικά αν ληφθεί υπόψη η ιδιαίτερη γεωμορφολογία της Ελλάδας (με τις οροσειρές και τα νησιά), η οποία καθιστά την εγκατάσταση σταθμών βάσης για ικανοποίηση των αναγκών κάλυψης, αντικειμενικά δύσκολη.

139) Ταυτόχρονα, ο κάθε νεοεισερχόμενος θα πρέπει να ανταγωνιστεί τους υφιστάμενους παρόχους κινητής, οι οποίοι: (α) πλεονεκτούν σαφώς σε θέματα τεχνογνωσίας, δεδομένου ότι λειτουργούν εδώ και χρόνια τα σχετικά δίκτυα και (β) παρέχουν εκ μακρού χρόνου τις σχετικές υπηρεσίες διατηρώντας σταθερή πελατειακή βάση και μηνιαία έσοδα, που επιτρέπουν τη συνέχιση της λειτουργίας τους. Αντίθετα, ένας νέος πάροχος ξεκινάει με μηδενικά έσοδα ελλείπει συνδρομητικής βάσης, μικρή τεχνογνωσία ως λειτουργούσα εταιρεία στη σχετική αγορά, αρκετά αυξημένα εμπορικά κόστη για να προσελκύσει πελάτες από τους υφιστάμενους παρόχους και να τους ανταγωνιστεί, αφού ο υψηλός βαθμός διείδυσης της κινητής τηλεφωνίας σημαίνει ότι κύρια πηγή συνδρομητών αποτελούν σχεδόν αποκλειστικά οι άλλοι πάροχοι. Τα ήδη ανεπτυγμένα εμπορικά δίκτυα πωλήσεων των παρόχων της κινητής τηλεφωνίας, ενισχύουν ακόμα περισσότερο τους φραγμούς εισόδου στην αγορά. Παράλληλα, υπάρχει και ο σημαντικός νομικός – κανονιστικός φραγμός εισόδου, ο οποίος είναι η διάθεση/απόκτηση φάσματος μέσω της διαδικασίας του πλειστηριασμού και απαιτεί σημαντικό χρόνο υλοποίησης, μετά τη λήψη της σχετικής πολιτικής απόφασης. Εναλλακτικά, οι εικονικοί πάροχοι μπορούν να εισέλθουν στην αγορά χωρίς να αντιμετωπίσουν τέτοιους φραγμούς εισόδου, που

¹²² ΑΠ ΕΕΤΤ 696/125/11-7-13 με τίτλο: «Μερική κατάργηση της απόφασης της ΕΕΤΤ ΑΠ 595/013/10.03.2011 (ΦΕΚ 533/Β/06.04.2011), στο πλαίσιο του 3ου κύκλου ανάλυσης της αγοράς εθνικών κλήσεων που παρέχονται σε οικιακούς και μη οικιακούς πελάτες σε σταθερή θέση στην Ελλάδα (κλήσεις προς γεωγραφικούς και μη γεωγραφικούς αριθμούς στην Ελλάδα), [σύμφωνα με το σημείο 6 της υπ' αριθ. 2008/850/ΕΚ Σύστασης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σχετικά με τις κοινοποιήσεις, τις προθεσμίες και τις διαβουλεύσεις, το Άρθρο 7 της Οδηγίας 2002/21/ΕΚ, όπως ισχύει τροποποιηθείσα και το άρθρο 16 του Ν.4070/2012, (ΦΕΚ 82/Α/10.04.2012), όπως ισχύει], σκ. 2.4.1, ΦΕΚ(1865/Β/30-07-2013).

¹²³ ΑΠ ΕΕΤΤ 903/15/19-07-19.

αφορούν στην ανάπτυξη πανελλαδικού δικτύου και στην απόκτηση φάσματος. Από την άλλη, θα αντιμετωπίσουν όλους τους υπόλοιπους προαναφερθέντες φραγμούς, καθώς και την άμεση εξάρτηση από τον πάροχο δικτύου, με τους συνεπακόλουθους περιορισμούς στη διαφοροποίηση των προσφερόμενων υπηρεσιών. Το γεγονός αυτό αποτυπώνεται και στη δραστηριοποίηση μόνο της εταιρείας CYTA το έτος 2014 ως εικονικού παρόχου η οποία και διεκόπη στο τέλος του έτους 2018 μετά την εξαγορά της από τη εταιρεία VODAFONE, ενώ αναμένεται η αντίστοιχη δραστηριοποίηση από την εταιρεία FORTHNET. Συγκεκριμένα, στην με ΑΡ. ΑΠ 903/15/19-07-19 απόφαση της ΕΕΤΤ καταγράφεται ότι, το γεγονός αυτό συνέβη: *«σε αντίθεση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες όπου παρατηρείται υψηλός αριθμός MVNO – καταδεικνύει την ύπαρξη φραγμών εισόδου που ενδεχομένως να οφείλονται και στην διαφοροποίηση των on-net/off-net τιμών που εφόρμωζαν και οι τρεις ΕΚΤ. Εξαιτίας της εν λόγω διαφοροποίησης, σε συνδυασμό με το ύψος των τελών τερματισμού που ίσχυε μέχρι τα μέσα του 2012, μία εταιρεία με μηδενική συνδρομητική βάση, δεν θα ήταν σε θέση να προσελκύσει συνδρομητές. Η είσοδος της CYTA υλοποιήθηκε μέσα στο έτος 2014, χρονιά στην οποία τα τέλη τερματισμού είχαν ήδη μειωθεί αρκετά στο επίπεδο του pure-LRIC κόστους.»*

140) Τέλος, στην πιθανή αγορά της λιανικής παροχής συνδυαστικών υπηρεσιών συντρέχουν όλοι οι παραπάνω φραγμοί εισόδου/επέκτασης που αφορούν στην παροχή πρόσβασης στο τηλεφωνικό δίκτυο σταθερής, καθώς και στην παροχή υπηρεσιών σταθερής τηλεφωνίας. Παράλληλα, όταν ο εμπορικά διαθέσιμος συνδυασμός περιλαμβάνει και υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας, ισχύουν και οι αντίστοιχοι φραγμοί που περιεγράφηκαν ανωτέρω για τις σχετικές υπηρεσίες. Έτι περαιτέρω, πιθανολογούνται και φραγμοί για τις υπηρεσίες συνδρομητικής τηλεόρασης, που εκφεύγουν την παρούσα εξέταση, αφού εξαιρούνται της περιορισμένης τομεακής αρμοδιότητας της ΕΕΤΤ σε θέματα ανταγωνισμού (βλ. ανωτέρω Κεφ. Ορισμού αγορών). Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα ανωτέρω, η ΕΕΤΤ θεωρεί ότι υπάρχουν πράγματι **επιβεβαιωμένοι υψηλοί και μη παροδικοί φραγμοί εισόδου/επέκτασης** στις υπό εξέταση αγορές.

ιστ) Η διαπραγματευτική Ισχύς των Πελατών

141) Η διαπραγματευτική ισχύς των πελατών, ήτοι η ύπαρξη της αντισταθμιστικής αγοραστικής δύναμης, διαπιστώνεται ότι ένας συγκεκριμένος αγοραστής ενός προϊόντος ή υπηρεσίας, δύναται να επηρεάσει την τιμή που χρεώνεται για το προϊόν ή την υπηρεσία αυτή από τον προμηθευτή του. Η πίεση στον προμηθευτή μπορεί να ασκηθεί εάν ο αγοραστής μπορεί να θέσει μια αξιόπιστη απειλή ως προς την αγορά των υπηρεσιών, εν όψει μιας απόφασης αύξησης των τιμών ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας που πωλείται. Στις υπό εξέταση λιανικές αγορές παροχής υπηρεσιών πρόσβασης και τηλεφωνίας, ο μόνος αποτελεσματικός τρόπος άσκησης ανταγωνιστικής πίεσης στους παρόχους, αναφορικά με τις παρεχόμενες υπηρεσίες μπορεί να προέλθει από τους ίδιους τους συνδρομητές τους, σε περίπτωση που οι τελευταίοι μπορούν να θεμελιώσουν απειλή μαζικής αποχώρησης από έναν πάροχο προς κάποιον ανταγωνιστή του, στην περίπτωση που ο πρώτος αυξήσει τις τιμές του. Δηλαδή, η μόνη περίπτωση που πρέπει να αξιολογηθεί είναι η συλλογική αντίδραση των συνδρομητών, καθώς μεμονωμένες αντιδράσεις συνδρομητών πιθανώς να επιφέρουν, αντίστοιχα, μεμονωμένες προσφορές

των παρόχων, οι οποίες όμως δεν επεκτείνονται σε όλη τη συνδρομητική βάση τους, η οποία χρησιμοποιεί το προϊόν στο οποίο μεταβάλλονται αυξητικά οι τιμές. Έως και σήμερα, η πρακτική, έχει αποδείξει ότι οι συνδρομητές μαζικά δεν έχουν επιδείξει επαρκή διαπραγματευτική ισχύ, ούτε έχουν διαμορφώσει πειστική απειλή αποχώρησης, ώστε να οδηγήσουν τους παρόχους να ανασχέσουν την εφαρμογή αυξήσεων στις τιμές λιανικής. Συνεπώς, βάσει των ανωτέρω, η ΕΕΤΤ θεωρεί ότι η αντισταθμιστική αγοραστική ισχύς των συνδρομητών δεν είναι αρκετή για να θέσει περιορισμούς στους παρόχους υπηρεσιών πρόσβασης και τηλεφωνίας των υπό εξέταση αγορών.

ιζ) Συμπέρασμα της ΕΕΤΤ αναφορικά με την κατοχή δεσπόζουσας θέσης

142) Επί του θέματος της κατοχής δεσπόζουσας θέσης της εταιρείας ΟΤΕ στην ορισθείσα σχετική λιανική αγορά πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση στην Ελληνική Επικράτεια, σημειώνεται ότι η ΕΕΤΤ προχώρησε σε απορρύθμιση της μόλις το έτος 2016, με την ΑΠ ΕΕΤΤ 792/08/22-12-2016 απόφασή της¹²⁴. Έως τότε, η εταιρεία ΟΤΕ είχε οριστεί ως πάροχος με Σημαντική Ισχύ Αγοράς (ΣΙΑ). Με βάση μάλιστα την παράγραφο 1 του άρθρου 41 του Ν. 4070/2012: «Μια επιχείρηση θεωρείται ότι κατέχει σημαντική ισχύ σε μια αγορά, εφόσον, ατομικά ή σε συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις, βρίσκεται σε θέση ισοδύναμη προς δεσπόζουσα, δηλαδή βρίσκεται σε θέση οικονομικής ισχύος που της επιτρέπει να συμπεριφέρεται, σε σημαντικό βαθμό, ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές, τους πελάτες και τους καταναλωτές». Επομένως, η εταιρεία ΟΤΕ κατείχε ισοδύναμη προς τη δεσπόζουσα θέση κατά την επίδικη περίοδο, ήτοι και κατά το έτος 2016, ως αναφέρεται και στο διατακτικό της ως άνω απόφασης της ΕΕΤΤ. Άλλωστε, όπως αναλύθηκε διεξοδικά ανωτέρω, το μερίδιο της εταιρείας ΟΤΕ μέχρι και το τέλος του έτους 2016, βρίσκεται σε ποσοστό άνω του [..%], και ως διαπιστώνεται υπάρχουν υψηλοί και μη παροδικοί φραγμοί εισόδου/επέκτασης και ελάχιστη αντισταθμιστική αγοραστική δύναμη.

143) Επί του θέματος της κατοχής δεσπόζουσας θέσης της εταιρείας ΟΤΕ στην ορισθείσα σχετική λιανική αγορά της πρόσβασης στο διαδίκτυο στην Ελληνική Επικράτεια, σημειώνεται ότι το μερίδιο της εταιρείας ΟΤΕ είναι πάντα μεγαλύτερο του ποσοστού των **[35-45%] και έως [35-45%] την επίδικη περίοδο**. Κατά την τριετία μεταξύ των ετών 2012-2014, το μερίδιο της εταιρείας ΟΤΕ υποχωρεί ελαφρά από το ποσοστό του [35-45%] στο [35-45%]. Από το έτος 2014 έως και το έτος 2018 το μερίδιο της εταιρείας ΟΤΕ ακολουθεί μια συνεπή ανοδική πορεία. Το μερίδιο αγοράς της εταιρείας ΟΤΕ κατά την περίοδο μεταξύ των ετών 2012-2018, αποτελεί **ένδειξη δεσπόζουσας θέσης**. Η κατοχή μεριδίου άνω του ποσοστού του [..%] στη σχετική αγορά, και μάλιστα σε συνδυασμό με τη διαχρονική αύξησή του, ενδεικνύει κατ' αρχήν την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης, συνεκτιμώμενη με όλα τα υπόλοιπα κριτήρια που αναφέρθηκαν ανωτέρω. Μεταξύ αυτών προφανώς εξετάζεται και εξετάστηκε εν προκειμένω και το

¹²⁴ ΕΕΤΤ ΑΠ 792/08/22-12-2016 (ΦΕΚ 4284/Β/30-12-2016) «Απορρύθμιση των αγορών Λιανικής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση στην Ελλάδα μέσω γραμμών πρόσβασης: (α) PSTN, ISDN-BRA και managed VOIP, για οικιακούς και μη οικιακούς χρήστες και (β) ISDN PRA, καθώς και άρση των εκεί επιβληθεισών κανονιστικών υποχρεώσεων, σύμφωνα με τα άρθρα 16 παρ. 3 της Οδηγίας 2002/21/ΕΚ, και παρ. 1 (β) και 44 παρ. 4 του ν. 4070/2012 (ΦΕΚ 82/Α/10-04-2012), ως ισχύουν.

μερίδιο των ανταγωνιστών καθώς και η διαχρονική εξέλιξη αυτού. Εντούτοις, **και τα μερίδια των εταιρειών WIND και VODAFONE αυξάνονται σε όλη τη διάρκεια της περιόδου μεταξύ των ετών 2012-2018, περί του ίδιου μεγέθους εκατοστιαίων μονάδων, όπως και τα μερίδια της εταιρείας ΟΤΕ.** Αυτό φαίνεται να λαμβάνει χώρα κυρίως σε βάρος των υπολοίπων παρόχων, **αν και η εταιρεία FORTHNET αυξάνει, αρχικά, περί των [...] εκατοστιαίων μονάδων το μερίδιο της, κατά την τριετία μεταξύ των ετών 2012-2014.** Δεδομένου ότι για την παροχή τόσο των υπηρεσιών πρόσβασης στο διαδίκτυο όσο και των υπηρεσιών πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο χρησιμοποιείται το ίδιο δίκτυο, υπάρχουν υψηλοί και μη παροδικοί φραγμοί εισόδου/επέκτασης και ελάχιστη αντισταθμιστική αγοραστική δύναμη και στη συγκεκριμένη αγορά, ως αναλύθηκε νωρίτερα. Παράλληλα, η εταιρεία ΟΤΕ διακρίνεται από πλήρη καθετοποιημένη δομή και έχει κριθεί ως πάροχος με Σημαντική Ισχύ Αγορά (ΣΙΑ) στις ανάντη χονδρικές αγορές¹²⁵. Καθώς δε διαπιστώνεται συνεπής και σταθερή αύξηση των μεριδίων της εταιρείας ΟΤΕ μέχρι το έτος 2016, αντίθετα της τριετούς μείωσης, ακολουθεί αύξηση το έτος 2015, και παράλληλα, είτε αύξηση μεριδίων 2 ανταγωνιστών, των εταιρειών VODAFONE και WIND, είτε αυξομείωση στην περίπτωση της εταιρείας FORTHNET, **δε φαίνεται ότι στη συγκεκριμένη λιανική αγορά η εταιρεία ΟΤΕ είχε την απρόσκοπτη δυνατότητα να λειτουργήσει απόλυτα ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές της και τους πελάτες της και να εμποδίσει έτσι τη διατήρηση αποτελεσματικού ανταγωνισμού επί της σχετικής αγοράς, τουλάχιστον μέχρι και το έτος 2014.**

144) Επί του θέματος της κατοχής δεσπόζουσας θέσης της εταιρείας **COSMOTE στην ορισθείσα σχετική λιανική αγορά των υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας** στην Ελληνική Επικράτεια, η ΕΕΤΤ έχει αποφανθεί θετικά με την με ΑΡ. ΑΠ. ΕΕΤΤ 903/15/19-07-19 απόφασή της για το χρονικό διάστημα μεταξύ του μηνός Ιανουαρίου του έτους 2010 και του μηνός Δεκεμβρίου του έτους 2016, επομένως και στο επίδικο εξεταζόμενο χρονικό διάστημα. Η σχετική επιχειρηματολογία στηρίζεται, μεταξύ άλλων, στα παρακάτω στοιχεία, τα οποία αναλύθηκαν ανωτέρω, εκτιμώμενα συνολικά και συνδυαζόμενα μεταξύ τους:

- i. Στα Μερίδια αγοράς άνω του ποσοστού των [..%] τόσο σε έσοδα, όσο και σε αριθμό ενεργών
- ii. Στη σταθερή διαχρονική αύξηση των μεριδίων αυτών με βάση τα έσοδα μέχρι και το έτος 2013

¹²⁵ Βλ. α) ΑΠ ΕΕΤΤ 614/12/28-07-2011 «Ορισμός Εθνικής Αγοράς Χονδρικής Ευρυζωνικής Πρόσβασης, Καθορισμός Επιχειρήσεων με Σημαντική Ισχύ στην εν λόγω Αγορά και Υποχρεώσεις αυτών (3ος Γύρος Ανάλυσης)» (ΦΕΚ 1983/Β/07-09-2011). β) ΑΠ ΕΕΤΤ 614/13/28-07-2011 «Ορισμός Εθνικής Αγοράς Χονδρικής Παροχής (Φυσικής) Πρόσβασης σε Υποδομή Δικτύου (συμπεριλαμβανομένης μεριζώμενης και πλήρως αποδεσμοποιημένης πρόσβασης) σε σταθερή θέση, Καθορισμός Επιχειρήσεων με Σημαντική Ισχύ στην εν λόγω Αγορά και Υποχρεώσεις αυτών (3ος Γύρος Ανάλυσης).» (ΦΕΚ 1908/Β/30-08-2011). γ) Βλ. ΑΠ ΕΕΤΤ 792/07/22-12-2016 «Ορισμός Εθνικής αγοράς χονδρικής τοπικής πρόσβασης σε σταθερή θέση, καθορισμός επιχειρήσεων με σημαντική ισχύ στην εν λόγω αγορά και υποχρεώσεις αυτών (4ος Κύκλος Ανάλυσης)» (ΦΕΚ 4505/Β/30-12-2016). δ) Βλ. ΑΠ ΕΕΤΤ 792/09/22-12-2016 «Ορισμός Εθνικής Αγοράς Χονδρικής Κεντρικής Πρόσβασης σε σταθερή θέση για προϊόντα μαζικής κατανάλωσης, Καθορισμός Επιχειρήσεων με Σημαντική Ισχύ στην εν λόγω Αγορά και Υποχρεώσεις αυτών (4ος Κύκλος Ανάλυσης)» (ΦΕΚ 4501/Β/30-12-2016).

- iii. Στην πτώση των μεριδίων των δύο άλλων εταιρειών ΠΔΚ¹²⁶ κατά το ίδιο διάστημα
- iv. Στην πλήρη Καθετοποιημένη Δομή
- v. Στο εκτεταμένο δίκτυο διανομής και σχέση θυγατρικής /μητρικής με τον πρώην μονοπωλιακό πάροχο σταθερών τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών και δικτύου στην Ελλάδα
- vi. Στην απουσία αντισταθμιστικής αγοραστικής ισχύος ικανής να αντισταθμίσει τη διαπιστωθείσα θέση οικονομικής ισχύος της COSMOTE για το επίμαχο χρονικό διάστημα
- vii. Στους σημαντικούς Φραγμούς Εισόδου ή/και Επέκτασης στην αγορά λιανικών υπηρεσιών κινητής και ιδίως:
 - στο ύψος των επενδύσεων που θα ήταν αναγκασμένος ένας νέος πάροχος να καταβάλει ώστε να είναι σε θέση να εισέλθει στη σχετική αγορά,
 - στο συγκριτικό πλεονέκτημα που απορρέει από την αποκτηθείσα τεχνογνωσία αναφορικά με την παροχή υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας, λόγω της μακροχρόνιας δραστηριοποίησης στη συγκεκριμένη αγορά και τα ήδη ανεπτυγμένα εμπορικά δίκτυα
 - στο γεγονός ότι η διείσδυση της κινητής τηλεφωνίας έχει ξεπεράσει κατά το κρίσιμο χρονικό διάστημα το ποσοστό του 100%, με συνέπεια την απουσία νέας συνδρομητικής βάσης και την ύπαρξη αυξημένου εμπορικού κόστους προσέλκυσης πελατών από τους υφιστάμενους παρόχους, αφού ο υψηλός βαθμός διείσδυσης της κινητής τηλεφωνίας σημαίνει ότι κύρια πηγή συνδρομητών αποτελούν σχεδόν αποκλειστικά οι άλλοι πάροχοι.
 - στο γεγονός ότι ήδη από το τέλος του έτους 2009 η μεγάλη συνδρομητική βάση της εταιρείας Cosmote (...) σε συνδυασμό με το ύψος των τελών τερματισμού κινητής μέχρι και το έτος 2012 δημιούργησε υψηλούς φραγμούς εισόδου στην αγορά και επέκτεινε τους υφιστάμενους. Η ύπαρξη φραγμών εισόδου προκύπτει και από το γεγονός ότι για το ως άνω διάστημα δεν υπήρξε είσοδος και δραστηριοποίηση στην αγορά εικονικού παρόχου κινητού δικτύου (MVNO). Οι φραγμοί εισόδου λόγω αποτελεσμάτων δικτύου περιορίζονται από το έτος 2013 και έπειτα, κυρίως λόγω της πτώσης των τελών τερματισμού κινητής στο επίπεδο του καθαρού επαυξητικού κόστους (pure LRIC). Η εν λόγω πτώση δίνει τη δυνατότητα στις εταιρίες κινητής τηλεφωνίας να λανσάρουν πακέτα που προσφέρουν οικονομικές χρεώσεις προς όλους (όπως και έγινε από όλες τις εταιρίες). Επισημαίνεται ότι το έτος 2014 ήταν η πρώτη χρονιά που δραστηριοποιήθηκε κάποιος MVNO στην ελληνική αγορά της κινητής τηλεφωνίας.»

¹²⁶ ΠΔΚ: Πάροχος Δικτύου Κινητής.

145) Σημειώνεται ότι εκ των παραπάνω επτά παραγόντων, **διαπιστώνονται πολύ μικρές διαφοροποιήσεις για τη διείσδυση μεταξύ των ετών 2017-2018**. Ειδικότερα, το μερίδιο της εταιρείας COSMOTE παραμένει σταθερά πάνω από το ποσοστό του [...%], αλλά διαπιστώνεται μια μικρή πτωτική πορεία του από το έτος 2016 και εντεύθεν που δεν ξεπερνά τις [...] εκατοστιαίες μονάδες, δηλαδή από το ποσοστό του [45-55%] στο [45-55%]. Ακόμη, το μερίδιο της εταιρείας VODAFONE, κυρίως αυτό των ενεργών συνδέσεων, καταγράφει ανοδική πορεία, η οποία οφείλεται περισσότερο σε μείωση των αντίστοιχων μεριδίων της εταιρείας WIND, παρά στην εταιρεία COSMOTE. Ως εκ τούτου, **η διαπίστωση της δεσπόζουσας θέσης της εταιρείας COSMOTE, μπορεί να επεκταθεί και στην περίοδο μεταξύ των ετών 2017-2018, αν και ενδεχομένως παρέλκει στο πλαίσιο της παρούσας υπόθεσης.**

146) Επί του θέματος της **κατοχής δεσπόζουσας θέσης της εταιρείας ΟΤΕ** στην ορισθείσα σχετική **λιανική αγορά της παροχής υπηρεσιών σταθερής τηλεφωνίας** στην Ελληνική Επικράτεια, σημειώνεται ότι το μερίδιο της εταιρείας ΟΤΕ, αν και μεγαλύτερο του ποσοστού [...], κατά την περίοδο μεταξύ των ετών 2012-2018, υποχωρεί συνεχώς από το έτος 2012 μέχρι και το τέλος του έτους 2016 από το ποσοστό του **[45-55%]** στο **[35-45%]**, δηλαδή κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες. Κατά το ίδιο διάστημα, τα μερίδια της εταιρείας WIND αυξάνονται κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες, από το ποσοστό του [5-10%] στο [10-15%], περαιτέρω της εταιρείας VODAFONE κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες από το ποσοστό του [10-15%] στο [15-25%] και της εταιρείας FORTHNET κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες από το ποσοστό του [10-15%] στο [15-25%]. **Ως εκ τούτου, παρά το γεγονός ότι το μερίδιο της εταιρείας ΟΤΕ αποτελεί μεν ένδειξη δεσπόζουσας θέσης, εντούτοις δεν αυξάνεται διαχρονικά.** Αντίθετα, το μερίδιο μειώνεται έως και το τέλος του έτους 2016, ήτοι της επίδικης περιόδου, ενώ αυξάνονται τα μερίδια τριών εκ των βασικών ανταγωνιστών της. Επομένως, **δε φαίνεται ότι η εταιρεία ΟΤΕ είχε την απρόσκοπτη δυνατότητα να λειτουργήσει ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές της και τους πελάτες της και να εμποδίσει έτσι τη διατήρηση αποτελεσματικού ανταγωνισμού στη συγκεκριμένη λιανική αγορά, τουλάχιστον μέχρι και το έτος 2016.**

147) Ανάλογη είναι η κατάσταση και στις πιθανές **αγορές των συνδυαστικών υπηρεσιών**. Στην πρώτη κατηγορία, ήτοι στα πακέτα των συνδυαστικών υπηρεσιών, μια εκ των οποίων είναι πάντα η υπηρεσία σταθερής τηλεφωνίας, τα μερίδια των τριών παρόχων, ήτοι των εταιρειών ΟΤΕ/COSMOTE, VODAFONE και WIND αυξάνονται συνεχώς κατά την τριετία μεταξύ των ετών 2015-2017, των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες, της εταιρείας WIND κατά 1,1 εκατοστιαίες μονάδες και της εταιρείας VODAFONE κατά [...] εκατοστιαίες μονάδες, σε βάρος των εταιρειών FORTHNET και CYTA. Στη συγκεκριμένη κατηγορία, διαπιστώνονται επτά- (7) εναλλακτικοί συνδυασμοί υπηρεσιών, σε τέσσερις εκ των οποίων δε συμμετέχει η κινητή υπηρεσία (Πίνακας 20). Στη δεύτερη κατηγορία, ήτοι στα πακέτα συνδυαστικών υπηρεσιών, μια εκ των οποίων είναι πάντα η υπηρεσία της κινητής τηλεφωνίας, το μερίδιο των εταιρειών ΟΤΕ/COSMOTE μέχρι και το τέλος του έτους 2017, βρίσκεται κάτω από το ποσοστό του [...%]. Στη συγκεκριμένη κατηγορία, διαπιστώνονται τέσσερις (4) εναλλακτικοί συνδυασμοί υπηρεσιών. Και στις δυο κατηγορίες που σχηματοποιούν τη συγκεκριμένη πιθανή αγορά, η εξέλιξη των μεριδίων των εταιρειών ΟΤΕ/COSMOTE, VODAFONE και WIND κατά την τριετία μεταξύ των ετών 2015-2017, **δεν υποδεικνύει**

ότι οι εταιρείες ΟΤΕ/COSMOTE είχαν την απρόσκοπτη δυνατότητα να λειτουργήσουν ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές και τους πελάτες τους και να εμποδίσουν έτσι τη διατήρηση αποτελεσματικού ανταγωνισμού.

148) Επί του θέματος της κατοχής δεσπόζουσας θέσης της εταιρείας COSMOTE στην ορισθείσα σχετική αγορά του χονδρικού τερματισμού κλήσεων σε Δίκτυα Κινητής στην Ελληνική Επικράτεια, κατά την επίδικη περίοδο, αναφέρεται ότι αυτή έχει ήδη κριθεί με την με ΑΡ. ΑΠ ΕΕΤΤ 661/07/19-07-2012, όπου διεπιστώθη η κατοχή ΣΙΑ στην αγορά τερματισμού φωνητικών κλήσεων στο ιδιόκτητο δίκτυο της κινητής της και της επιβλήθησαν οι σχετικές ρυθμιστικές υποχρεώσεις. Αντίστοιχα ισχύουν, και επί του θέματος της κατοχής δεσπόζουσας θέσης της εταιρείας ΟΤΕ στην ορισθείσα σχετική αγορά του χονδρικού τερματισμού κλήσεων σε Σταθερά Δίκτυα στην Ελληνική Επικράτεια, καθώς έχει κριθεί με την με ΑΡ. ΑΠ ΕΕΤΤ 733/047/18-09-2014 απόφαση, όπου διεπιστώθη η εκεί κατοχή ΣΙΑ στην αγορά τερματισμού φωνητικών κλήσεων στο σταθερό δίκτυο της και της επιβλήθησαν ομοίως οι σχετικές ρυθμιστικές υποχρεώσεις.

η) Η αποτύπωση της κατάστασης ως προς την παροχή υπηρεσιών στις επηρεαζόμενες αγορές

149) Αναφορικά με την λιανική αγορά πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση, κατά την υπό εξέταση περίοδο, η υπηρεσία σταθερής πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο παρέχεται στην Ελλάδα με τους εξής τρόπους:

α) Μέσω γραμμών PSTN, οι οποίες παρέχουν ένα κανάλι φωνής ή/και δεδομένων. Αποτελούν την κυρίαρχη μορφή πρόσβασης που ήταν αρχικά σχεδιασμένη για κίνηση φωνής, αλλά μπορούν να υποστηρίξουν fax και μεταφορά δεδομένων μέσω modem με ταχύτητες έως και 56 Kbps.

β) Μέσω ψηφιακών γραμμών ISDN με τις εξής μορφές: Basic Rate Access (εφεξής 'BRA') – η οποία υποστηρίζει δύο (2) κανάλια για χρήση φωνής ή/και δεδομένων, και Primary Rate Access (εφεξής 'PRA') – η οποία υποστηρίζει τριάντα (30) κανάλια για χρήση φωνής ή δεδομένων.

γ) Μέσω γραμμών ευρυζωνικής πρόσβασης που υποστηρίζουν τεχνολογία Internet Protocol (εφεξής IP) και παρέχουν πρόσβαση σε υπηρεσίες φωνητικής τηλεφωνίας μέσω ενός ή περισσότερων καναλιών φωνής στις περιπτώσεις όπου, τόσο η γραμμή πρόσβασης, όσο και οι υπηρεσίες τηλεφωνίας παρέχονται από τον ίδιο πάροχο δικτύου (εφεξής γραμμές πρόσβασης managed VoIP).

Οι δύο πρώτοι τρόποι αφορούν στην παροχή πρόσβασης με μεταγωγή κυκλώματος (circuit switched), ενώ ο τρίτος τρόπος με μεταγωγή πακέτων (packet switched).

Το σύνολο των γραμμών πρόσβασης της εταιρείας ΟΤΕ και των εναλλακτικών παρόχων, από το τέλος του έτους 2007 έως και τα μέσα του έτους 2018, παρουσιάζεται στον Πίνακα 23. Οι γραμμές πρόσβασης της εταιρείας ΟΤΕ ακολουθούν μια πτωτική πορεία, με το μέσο ρυθμό μεταβολής (MEPM- CAGR) να ανέρχεται στο [...] μεταξύ του μηνός Δεκεμβρίου του έτους 2007 και Δεκεμβρίου του έτους 2018 και στο [...] μεταξύ του

μηνός Δεκεμβρίου του έτους 2010 και Δεκεμβρίου του έτους 2018, όπου έχει στον πυρήνα της την υπό κρίση εξεταζόμενη περίοδο. Κατά την ίδια περίοδο, μεταξύ του μηνός Δεκεμβρίου του έτους 2010 έως το μήνα Δεκέμβριο του έτους 2018, οι γραμμές τηλεφωνικής πρόσβασης των ανταγωνιστών, αυξάνονται με μέσο ρυθμό μεταβολής (MEPM- CAGR) [...] σε ετήσια βάση. Η διαφορά οφείλεται στην κατά ποσοστό [...] κατά μέσο όρο μείωση των γραμμών πρόσβασης σε εθνικό επίπεδο. Σημειώνεται ότι κατά το έτος 2018, καταγράφεται αντιστροφή της πτωτικής τάσης του μεριδίου της εταιρείας ΟΤΕ.

Πίνακας 23: Εξέλιξη τηλεφωνικών γραμμών

	Γραμμές ΟΤΕ					Γραμμές ανταγωνιστών					Σύνολο γραμμών
	PSTN	ISDN BRA	Managed VoIP	ISDN PRA	Σύνολο	PSTN και ISDN BRA-χωρίς ΧΕΓ	PSTN και ISDN BRA-μέσω ΧΕΓ	Managed VoIP	ISDN PRA	Σύνολο	
Δεκ. 2007	[...]	[...]		[...]	[...]	[...]		[...]	[...]	[...]	[...]
Δεκ. 2008	[...]	[...]		[...]	[...]	[...]		[...]	[...]	[...]	[...]
Δεκ. 2009	[...]	[...]		[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Δεκ. 2010	[...]	[...]		[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Δεκ. 2011	[...]	[...]		[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Δεκ. 2012	[...]	[...]		[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Δεκ. 2013	[...]	[...]		[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Δεκ. 2014	[...]	[...]		[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Δεκ. 2015	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Δεκ. 2016	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Δεκ. 2017	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Δεκ. 2018	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: EETT

150) Αναφορικά με την λιανική αγορά των υπηρεσιών της κινητής τηλεφωνίας, σημειώνεται ότι οι 3 πάροχοι δικτύου κινητής (ήτοι οι εταιρείες COSMOTE, VODAFONE, WIND) και ο εικονικός πάροχος δικτύου κινητής CYTA, προσφέρουν ένα μεγάλο αριθμό προγραμμάτων κινητής τηλεφωνίας, προκειμένου οι χρήστες να επιλέξουν

αυτό που ταιριάζει περισσότερο στις ανάγκες τους. Τα διαθέσιμα προγράμματα χωρίζονται κατά βάση σε προγράμματα συμβολαίου και σε προγράμματα καρτοκινητής. Παράλληλα, διαπιστώνονται και τα υβριδικά προγράμματα (καρτοσυμβόλαιο). Αυτά είναι κατά βάση προγράμματα συμβολαίου για τα οποία απαιτείται - εάν χρειαστεί πριν τη λήξη του τιμολογιακού μήνα - ανανέωση υπολοίπου (όπως στα καρτοκινητά), μετά την κατανάλωση των ενσωματωμένων υπηρεσιών. Η εξέλιξη των συνδρομητών της κινητής τηλεφωνίας από το έτος 2007 έως και το έτος 2018 αποτυπώνεται στον Πίνακα 24.

151) Οι συνδρομητές συμβολαίου έναντι σύμβασης με τον εκάστοτε πάροχο κινητής τηλεφωνίας έχουν πρόσβαση, μέσω δικτύων δεύτερης (2G), τρίτης (3G) και τέταρτης γενιάς (4G), σε πακέτα υπηρεσιών, τα οποία περιλαμβάνουν πρόσβαση στο δίκτυο κινητής και στις βασικές υπηρεσίες (τηλεφωνικές κλήσεις, σύντομα μηνύματα, πρόσβαση στο διαδίκτυο, μηνύματα πολυμέσων, κ.ά.). Η χρονική δέσμευση της σύμβασης επιτρέπει στον συνδρομητή συμβολαίου να έχει είτε επιδότηση συσκευής, είτε κάποια έκπτωση στο πάγιο του. Οι παραπάνω επιλογές είναι στη διακριτική ευχέρεια του κάθε συνδρομητή, οπότε σε περίπτωση που δεν κάνει χρήση αυτών, δεν θα έχει παρά την ελάχιστη δέσμευση που ορίζει κάθε πάροχος. Οι συνδρομητές με συμβόλαιο λαμβάνουν σε μηνιαία βάση έναν λογαριασμό, τον οποίο και υποχρεούνται να εξοφλούν μέχρι την καθορισμένη ημερομηνία. Οι συνδρομητές συμβολαίου πληρώνουν κάθε μήνα ένα ποσό που περιλαμβάνει το πάγιο του προγράμματος που έχουν επιλέξει, συν ένα ποσό στην περίπτωση που καταναλώσουν επιπλέον υπηρεσίες από αυτές που περιλαμβάνονται στο πάγιο του προγράμματος που έχουν επιλέξει. Σε αντίθεση με τους συνδρομητές συμβολαίου, οι συνδρομητές καρτοκινητής δεν δεσμεύονται με σύμβαση με τις εταιρείες κινητής τηλεφωνίας. Έχουν τη δυνατότητα με την αγορά προπληρωμένων καρτών από κάποιο σημείο πώλησης, στο οποίο είναι δυνατή η ταυτοποίησή τους (ενδεικτικά κατάσταση παρόχου κινητής) να αποκτούν πρόσβαση, μέσω δικτύων δεύτερης (2G), τρίτης (3G) και τέταρτης γενιάς (4G), σε πακέτα υπηρεσιών, τα οποία περιλαμβάνουν πρόσβαση στο δίκτυο της κινητής και στις βασικές υπηρεσίες (τηλεφωνικές κλήσεις, σύντομα μηνύματα, πρόσβαση στο διαδίκτυο, μηνύματα πολυμέσων, κ.ά.), αλλά και να ανανεώνουν το υπόλοιπο τους (προκειμένου να μπορούν να αγοράζουν/καταναλώνουν υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας).

Πίνακας 24: Εξέλιξη συνδρομητικής βάσης εταιρειών κινητής

-	Συμβόλαιο	Καρτοκινητή	Ενεργοί Καρτοκινητής	Συνδρομητική Βάση	Ενεργή Συνδρομητική Βάση
2007	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2008	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2009	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2010	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2011	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2012	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

2013	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2014	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2015	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2016	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2017	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2018	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: EETT

10) Αποτύπωση της εξέλιξης της συνδρομητικής βάσης

152) Με χρονικό σημείο έναρξης το τέλος του μηνός Ιουνίου του 2013 στους παρακάτω πίνακες (Πίνακας 25, Πίνακας 26, Πίνακας 27, Πίνακας 28) και τα διαγράμματα ([...])

Διάγραμμα 9, [...]

Διάγραμμα 10), αποτυπώνεται η εξέλιξη σε απόλυτα και ποσοστιαία μεγέθη ως προς την εκάστοτε συνδρομητική βάση του παρόχου, καθώς και η διαχρονική εξέλιξη της συμμετοχής των συνδρομητών στη σταθερή και στην κινητή τηλεφωνία στα Μητρώα του Άρθρου 11 του Ν.3471/2006, που τηρούν οι πάροχοι. Με βάση τα στοιχεία των πινάκων, αποτυπώνεται ότι μέχρι και το μήνα Δεκέμβριο του έτους 2016, έχουν λάβει χώρα τα ακόλουθα γεγονότα:

- Στη σταθερή τηλεφωνία, οι συνδρομητές που καταγράφονται εντός του Μητρώου κυμαίνονται σε υψηλά επίπεδα για όλους τους παρόχους. Ως αποτέλεσμα, ήδη εντός του πρώτου τριμήνου του 2014, διαπιστώνεται ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] των συνδρομητών σταθερής να έχουν ενταχθεί στο Μητρώο. Εντός του τρίτου τριμήνου του ίδιου έτους, το ποσοστό αυτό έχει ήδη διπλασιαστεί, εντός του πρώτου τριμήνου του 2015 έχει τριπλασιαστεί και εντός του τετάρτου τριμήνου του 2015 έχει τετραπλασιαστεί. Στο τέλος του πρώτου τριμήνου του 2016 έχει πενταπλασιαστεί και φαίνεται να κορυφώνεται στο τέλος του τρίτου τριμήνου του 2016 με ποσοστό [..%]. Στο τέλος τους αμέσως επόμενου τρίμηνου, διαπιστώνεται πτώση στο ποσοστό του [..%] ή στα επίπεδα προς 18 μηνών (Μάρτιος 2015). Εντός του πρώτου εξαμήνου του έτους 2017, η αυξητική τάση διατηρείται, με επιπλέον [...] χιλιάδες συνδρομητές στο Μητρώο.
- Οι εταιρείες FORTHNET, CYTA, VODAFONE και WIND παρουσιάζουν μια συνεπή ανοδική τάση των εγγεγραμμένων συνδρομητών τους, στα Μητρώα του Άρθρου 11 που τηρούν. Η εταιρεία CYTA ήδη από τα τέλη του μηνός Ιουνίου 2013 καταγράφει ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] στο Μητρώο και στο τέλος του έτους 2016, το μέγεθος έχει ξεπεράσει το ποσοστό του [..%]. Το πλήθος των

εγγεγραμμένων συνδρομητών της στο Μητρώο, δεν μεταβάλλεται ουσιαστικά εντός του πρώτου εξαμήνου του έτους 2017. Για την εταιρεία VODAFONE, το τρίμηνο που καταγράφει ουσιαστική μεταβολή στο πλήθος των εγγεγραμμένων συνδρομητών της στο Μητρώο είναι το τέταρτο του έτους 2014 με ποσοστό [..%] έναντι ποσοστού [..%] στο τέλος του προηγούμενου τριμήνου. Έκτοτε, ανά τρίμηνο αυξάνεται το ποσοστό εγγεγραμμένων συνδρομητών φτάνοντας το [..%] στο τέλος του έτους 2016. Εντός του πρώτου εξαμήνου του έτους 2017 η αυξητική τάση διατηρείται, καταγράφονται επιπλέον περί των [...] χιλιάδων συνδρομητών της στο Μητρώο. Το τελευταίο τρίμηνο του έτους 2014 με εγγραφές [...] χιλιάδων συνδρομητών στο Μητρώο είναι η περίοδος που διαπιστώνεται η μεγαλύτερη καθαρή μεταβολή για την εταιρεία. Η εταιρεία WIND ξεπερνά το φράγμα του ποσοστού [..%] εγγεγραμμένων συνδρομητών στο Μητρώο στο τρίτο τρίμηνο του έτους 2014. Μετά από 9 τρίμηνα, η εταιρεία καταγράφει περί του ποσοστού του [..%] των συνδρομητών της εντός Μητρώου στο τέλος Δεκεμβρίου του 2016. Το πρώτο τρίμηνο του έτους 2016 με εγγραφές [...] χιλιάδων συνδρομητών στο Μητρώο και το τέταρτο τρίμηνο του 2016 με εγγραφές [..] χιλιάδων συνδρομητών στο Μητρώο, είναι οι περίοδοι που διαπιστώνονται οι μεγαλύτερες καθαρές μεταβολές για την εταιρεία. Εντός του πρώτου εξαμήνου του έτους 2017 η αυξητική τάση διατηρείται, καταγράφονται επιπλέον περί των [..] χιλιάδων συνδρομητών της στο Μητρώο. **Η δε εταιρεία FORTHNET ξεπερνά το φράγμα του [..%] εγγεγραμμένων συνδρομητών στο Μητρώο στο πρώτο τρίμηνο του έτους 2016!** Εντούτοις, στο τέλος του έτους, διατηρεί ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] των συνδρομητών της εντός Μητρώου. Ειδικότερα, τα τέσσερα τρίμηνα του έτους 2016 η εταιρεία καταγράφει περί των [...] χιλιάδων συνδρομητών της στο Μητρώο. Εντός του πρώτου εξαμήνου του έτους 2017, καταγράφονται επιπλέον [...] χιλιάδες συνδρομητές της στο Μητρώο.

- **Η εταιρεία ΟΤΕ καταγράφει ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] στο Μητρώο, ήδη εντός του πρώτου τριμήνου του έτους 2014 και στο τέλος του έτους 2016.** Για 7 συνεχόμενα τρίμηνα, ήτοι από το τελευταίο του έτους 2013 έως και το δεύτερο του έτους 2015, καταγράφεται αύξηση των εγγεγραμμένων συνδρομητών του στο Μητρώο μεγαλύτερη των [...] χιλιάδων ανά τρίμηνο. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την καταγραφή περί του [...] εκατομμυρίων συνδρομητών τους στο Μητρώο του Αρ. 11. Μάλιστα το δεύτερο τρίμηνο του έτους 2014, η εν λόγω αύξηση ξεπερνά τις [...] χιλιάδες συνδρομητών και το τελευταίο τρίμηνο του ίδιου έτους τις [...] χιλιάδες. Αντίθετα, στο τέλος του έτους 2016 διαπιστώνεται μείωση των εγγεγραμμένων συνδρομητών κατά [...] εκατομμύρια. Η εν λόγω μείωση λαμβάνει χώρα το μήνα Δεκέμβριο του έτους 2016, καθώς το μήνα Νοέμβριο, όπου οι εγγεγραμμένοι συνδρομητές τους στο Μητρώο ξεπερνούν τα [...] εκατομμύρια και στο τέλος του μηνός Δεκεμβρίου

ανέρχονται στον αριθμό των [...] χιλιάδων. Το πλήθος των εγγεγραμμένων συνδρομητών της στο Μητρώο δε μεταβάλλεται ουσιαστικά, εντός του πρώτου εξαμήνου του έτους 2017.

- **Στην κινητή τηλεφωνία αντίστοιχα, οι συνδρομητές που καταγράφονται εντός του Μητρώου κυμαίνονται σε χαμηλότερα επίπεδα. Πράγματι, στο τέλος του μηνός Σεπτεμβρίου του έτους 2014, διαπιστώνεται ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] των συνδρομητών κινητής να έχουν ενταχθεί στο Μητρώο.** Έκτοτε ακολουθεί μια αυξητική πορεία έως και το τέλος Μαρτίου του έτους 2016, όπου το ποσοστό του [..%] των συνδρομητών κινητής είναι εντός Μητρώου. Έκτοτε, διαπιστώνεται πτωτική τάση μέχρι και το έτος 2016, ενώ στο τέλος του μηνός Δεκεμβρίου του 2016, το ποσοστό συνδρομητών κινητής εγγεγραμμένο στα Μητρώα των παρόχων σταθερής επιστρέφει στο επίπεδο του [..%]¹²⁷. Εντός του πρώτου εξαμήνου του έτους 2017, η τάση αναστρέφεται, με επιπλέον [...] χιλιάδες συνδρομητές στο Μητρώο.
- **Οι εταιρείες VODAFONE και WIND καταγράφουν μια αργή, αλλά συνεπή αύξηση των εγγεγραμμένων συνδρομητών τους στα Μητρώα του Άρθρου 11 που τηρούν.** Συγκεκριμένα, έως και τα τέλη του μηνός Δεκεμβρίου του μηνός 2016, δε διαπιστώνεται ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] των συνδρομητών κινητής της εταιρείας VODAFONE να έχουν ενταχθεί στο Μητρώο. Στα μέσα του έτους 2017, οι εγγεγραμμένοι συνδρομητές της εταιρείας στο Μητρώο αυξάνονται κατά [...] χιλιάδες. Αντίστοιχα, στα τέλη του μηνός Μαρτίου του έτους 2016, διαπιστώνεται ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] των συνδρομητών κινητής της WIND να έχουν ενταχθεί στο Μητρώο, ενώ στα τέλη του μηνός Δεκεμβρίου το έτους 2016, το μέγεθος ανέρχεται στο επίπεδο του [..%]. Στα μέσα του έτους 2017, οι εγγεγραμμένοι συνδρομητές της εταιρείας στο Μητρώο αυξάνονται κατά [...] χιλιάδες .
- **Αντίθετα, για την εταιρεία COSMOTE, διαπιστώνεται ότι ήδη από τα τέλη του μηνός Σεπτεμβρίου του έτους 2014, έχει καταγεγραμμένο ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] στο Μητρώο της.** Στα τέλη του μηνός Δεκεμβρίου του 2015, το σχετικό ποσοστό υπερβαίνει το [..%]. Έκτοτε ακολουθεί πτωτική πορεία, καταρχάς μειωμένης έντασης, αλλά και στο τελευταίο τρίμηνο καταγράφεται πτώση από το [..%] στο [..%]. Τα τρίμηνα που διαπιστώνονται οι μεγαλύτερες καθαρές μεταβολές είναι το τρίτο τρίμηνο του έτους 2014, με προσθήκη [...] χιλιάδων συνδρομητών στο Μητρώο, το τέταρτο τρίμηνο του έτους 2014, με προσθήκη [...] χιλιάδων συνδρομητών στο Μητρώο, το πρώτο τρίμηνο του έτους 2015 με προσθήκη [...] χιλιάδων συνδρομητών στο Μητρώο, το δεύτερο τρίμηνο του έτους 2015 με προσθήκη [...] χιλιάδων συνδρομητών και το τέταρτο τρίμηνο του έτους 2016 με αφαίρεση [...] εκατομμυρίων συνδρομητών

¹²⁷ Λόγω του συγκριτικά πολύ μικρού μεγέθους συνδρομητικής βάσης δεν αναφέρονται στοιχεία για τη CYTA.

από το μητρώο. Δηλαδή εντός 4 συνεχόμενων τριμήνων, η εταιρεία κατέγραψε [...] εκατομμύρια συνδρομητές στο Μητρώο και εντός ενός τριμήνου φαίνεται να τους έχει διαγράψει από το Μητρώο. Στα μέσα του έτους 2017, οι εγγεγραμμένοι συνδρομητές της εταιρείας στο Μητρώο αυξάνονται κατά [...] χιλιάδες.

Πίνακας 25: Εξέλιξη Συμμετοχής Συνδρομητών εταιρειών σταθερής στα αντίστοιχα Μητρώα του άρθρου 11 του Ν. 3471/2006

-	Σταθερή	OTE	Forthnet	CYTA	VODAFONE/HOL	ON Telecoms	Wind
Ιουν-13	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Σεπ-13	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Δεκ-13	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Μαρ-14	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Ιουν-14	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Σεπ-14	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Δεκ-14	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Μαρ-15	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Ιουν-15	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Σεπ-15	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Δεκ-15	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Μαρ-16	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Ιουν-16	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Σεπ-16	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Δεκ-16	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή WIND

Πίνακας 26 Εξέλιξη συμμετοχής Συνδρομητών εταιρειών κινητής στα αντίστοιχα Μητρώα του άρθρου 11 του Ν. 3471/2006

-	Κινητή	Vodafone	Cosmote	Wind
Ιουν-13	[...]	[...]	[...]	[...]
Σεπ-13	[...]	[...]	[...]	[...]
Δεκ-13	[...]	[...]	[...]	[...]
Μαρ-14	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή WIND

Πίνακας 28: Εξέλιξη % συμμετοχής Συνδρομητών εταιρειών κινητής στα αντίστοιχα Μητρώα του άρθρου 11 του Ν. 3471/2006

-	Κινητή	Vodafone	Cosmote	Wind
Ιουν-13	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Σεπ-13	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Δεκ-13	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Μαρ-14	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Ιουν-14	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Σεπ-14	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Δεκ-14	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Μαρ-15	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Ιουν-15	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Σεπ-15	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Δεκ-15	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Μαρ-16	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Ιουν-16	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Σεπ-16	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Δεκ-16	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]

Πηγή WIND

[...]

Διάγραμμα 9: Εξέλιξη Συνδρομητών Σταθερής στο Μητρώο του αρ. 11

[...]

Διάγραμμα 10: Εξέλιξη Συνδρομητών Κινητής στο Μητρώο του αρ. 11

153) Η εξέλιξη εκκαθάρισης του Μητρώου από τις εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE, αποτυπώνεται ευκρινώς στα 2 προηγούμενα διαγράμματα. Συγκεκριμένα, παρά το γεγονός ότι σε όλους τους υπόλοιπους παρόχους διαπιστώνονται αυξητικές, εν γένει,

τάσεις στο μέγεθος των Μητρώων που τηρούν, η μείωση του μεγέθους των Μητρώων των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE συμπαρασύρει δραστικά το σύνολο των συνδρομητών που διαπιστώνονται εγγεγραμμένοι εντός Μητρώου. Ειδικότερα, στη σταθερή τηλεφωνία διαπιστώνονται [...] συνδρομητές στο τέλος του μηνός Δεκεμβρίου του έτους 2016, έναντι [...] συνδρομητών στο τέλος του μηνός Νοεμβρίου 2016, ήτοι μείωση κατά [...] συνδρομητές. Αντίστοιχα, στην κινητή τηλεφωνία διαπιστώνονται [...] συνδρομητές στο τέλος του μηνός Δεκεμβρίου του έτους 2016, έναντι [...] συνδρομητών στο τέλος Νοεμβρίου 2016, ήτοι μείωση κατά [...] συνδρομητές.

ι) Η βαρύτητα της εξεταζόμενης πρακτικής των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE ως προς την δυνατότητα πρόκλησης αντι-ανταγωνιστικού αποκλεισμού

154) Ο έλεγχος της εφαρμογής σε σχέση με τη συμπεριφορά αποκλεισμού είναι να διασφαλίσει ότι οι επιχειρήσεις που κατέχουν δεσπόζουσα θέση **δεν προκαλούν στρέβλωση του αποτελεσματικού ανταγωνισμού, αποκλείοντας τους ανταγωνιστές τους κατά αντι-ανταγωνιστικό τρόπο, γεγονός που έχει αρνητικό αντίκτυπο στην ευημερία του καταναλωτή, είτε με τη μορφή υψηλότερου επιπέδου τιμών σε σχέση με εκείνο που θα επικρατούσε διαφορετικά ή με κάποια άλλη μορφή, όπως είναι η κατώτερη ποιότητα ή/και ο περιορισμός των επιλογών του καταναλωτή.** Ο όρος «αντι-ανταγωνιστικός αποκλεισμός» χρησιμοποιείται για να περιγράψει μια κατάσταση στην οποία η αποτελεσματική πρόσβαση των πραγματικών ή δυνητικών ανταγωνιστών σε προμήθειες ή αγορές εμποδίζεται ή ματαιώνεται λόγω της συμπεριφοράς της δεσπόζουσας επιχείρησης, με την οποία η επιχείρηση είναι πιθανό να είναι σε θέση να αυξήσει επικερδώς τις τιμές εις βάρος των καταναλωτών. Ο προσδιορισμός της πιθανής ζημίας του καταναλωτή θα στηρίζεται σε ποιοτικά και, όταν αυτό είναι δυνατό και πρόσφορο, σε ποσοτικά αποδεικτικά στοιχεία. **Ο αντι-ανταγωνιστικός αποκλεισμός κρίνεται είτε στο ενδιάμεσο επίπεδο, είτε στο επίπεδο των τελικών καταναλωτών ή και στα δύο επίπεδα**¹²⁸. Εν ολίγοις, στον αντίκτυπο που δύναται να έχει αφενός προς τους ανταγωνιστές και αφετέρου προς τους καταναλωτές.

155) Στο πλαίσιο της εκτίμησης, είναι σκόπιμο να λαμβάνονται υπόψη οι ακόλουθοι παράγοντες¹²⁹:

- *η θέση της επιχείρησης που κατέχει δεσπόζουσα θέση:* εν γένει, όσο ισχυρότερη είναι η δεσπόζουσα θέση μιας επιχείρησης, τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα η συμπεριφορά για την προστασία της θέσης αυτής, να οδηγεί σε αντι-ανταγωνιστικό αποκλεισμό,
- *οι συνθήκες που επικρατούν στη σχετική αγορά:* στο κριτήριο αυτό περιλαμβάνονται οι συνθήκες εισόδου και επέκτασης, όπως η ύπαρξη οικονομιών κλίμακας ή/και φάσματος και τα αποτελέσματα δικτύου,

¹²⁸ Βλ. Ανακοίνωση της Επιτροπής - Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις, COM(2008)/ 832/5-12-2008 παρ. 19.

¹²⁹ Βλ. Ο.π.π παρ.20.

- *η θέση των ανταγωνιστών της επιχείρησης που κατέχει δεσπόζουσα θέση:* στο κριτήριο αυτό περιλαμβάνεται η σημασία των ανταγωνιστών για τη διατήρηση του αποτελεσματικού ανταγωνισμού,
- *η θέση των πελατών ή των προμηθευτών εισροών:* το κριτήριο αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τον πιθανό επιλεκτικό χαρακτήρα της εξεταζόμενης συμπεριφοράς. Η επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση μπορεί να εφαρμόζει την πρακτική σε επιλεγμένους μόνο πελάτες ή προμηθευτές εισροών που μπορεί να έχουν ιδιαίτερη σημασία για την είσοδο ή την επέκταση των ανταγωνιστών, αυξάνοντας έτσι την πιθανότητα αντι-ανταγωνιστικού αποκλεισμού,
- *ο βαθμός της εικαζόμενης καταχρηστικής συμπεριφοράς:* εν γένει, όσο υψηλότερο είναι το ποσοστό των συνολικών πωλήσεων στη σχετική αγορά που επηρεάζεται από τη συμπεριφορά, όσο μεγαλύτερη είναι η διάρκειά της, και όσο τακτικότερα έχει εφαρμοστεί, τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα αποτελέσματος αποκλεισμού,
- *πιθανά αποδεικτικά στοιχεία πραγματικού αποκλεισμού:* εάν η συμπεριφορά εφαρμόζεται για επαρκώς μεγάλη χρονική περίοδο, οι επιδόσεις στην αγορά της επιχείρησης που κατέχει δεσπόζουσα θέση και των ανταγωνιστών της είναι πιθανό να αποτελούν άμεσα αποδεικτικά στοιχεία σχετικά με την ύπαρξη αντι-ανταγωνιστικού αποκλεισμού· για λόγους που μπορούν να αποδοθούν στην εικαζόμενη καταχρηστική συμπεριφορά, το μερίδιο αγοράς της δεσπόζουσας επιχείρησης μπορεί να έχει αυξηθεί ή η μείωσή του να έχει επιβραδυνθεί· για παρόμοιους λόγους, οι πραγματικοί ανταγωνιστές μπορεί να έχουν περιθωριοποιηθεί ή να έχουν αποχωρήσει, ή οι δυνητικοί ανταγωνιστές μπορεί να έχουν επιχειρήσει να εισέλθουν και να απέτυχαν,
- *άμεσα αποδεικτικά στοιχεία στρατηγικής αποκλεισμού:* στο κριτήριο αυτό περιλαμβάνονται εσωτερικά έγγραφα που περιέχουν άμεσα αποδεικτικά στοιχεία στρατηγικής αποκλεισμού των ανταγωνιστών, όπως λεπτομερές σχέδιο για την υιοθέτηση μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς για να αποκλειστεί ένας αντίπαλος, να παρεμποδιστεί η είσοδος ή να προληφθεί η ανάπτυξη μιας αγοράς, ή στοιχεία συγκεκριμένων απειλών για ενέργειες αποκλεισμού.

156) Κατά την εξέταση μιας υπόθεσης, αναλύονται οι ανωτέρω παράγοντες σε συνδυασμό με πιο συγκεκριμένους παράγοντες που περιγράφονται στα τμήματα που αφορούν ορισμένα είδη συμπεριφορών αποκλεισμού, καθώς και με κάθε άλλο παράγοντα που ενδέχεται να θεωρηθεί κατάλληλος. Για την εκτίμηση αυτή, **συγκρίνεται συνήθως η πραγματική ή η πιθανή μελλοντική κατάσταση στη σχετική αγορά (υπό την επήρεια της συμπεριφοράς της επιχείρησης που κατέχει δεσπόζουσα θέση) με κατάλληλα αντιπαραδείγματα, όπως η απλή απουσία της σχετικής συμπεριφοράς, ή με άλλο ρεαλιστικό εναλλακτικό σενάριο, λαμβάνοντας υπόψη τις καθιερωμένες επιχειρηματικές πρακτικές.** Σε ορισμένες περιπτώσεις, ενδέχεται να εξαχθεί το συμπέρασμα ότι η εξεταζόμενη συμπεριφορά είναι πιθανό να οδηγήσει σε ζημία του καταναλωτή, χωρίς τη διενέργεια λεπτομερούς εκτίμησης. **Εάν προκύψει ότι η συμπεριφορά μπορεί να προκαλέσει μόνο εμπόδια για τον ανταγωνισμό και ότι δεν**

οδηγεί σε βελτιώσεις της αποτελεσματικότητας, τα αντι-ανταγωνιστικά αποτελέσματά της τεκμαίρονται. Αυτό θα μπορούσε να συμβαίνει, για παράδειγμα, εάν η επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση εμποδίζει τους πελάτες της να δοκιμάζουν προϊόντα των ανταγωνιστών ή παρέχει οικονομικά κίνητρα στους πελάτες της με την προϋπόθεση ότι δεν θα δοκιμάζουν τα προϊόντα αυτά, ή πληρώνει διανομέα ή πελάτη να καθυστερήσει την εισαγωγή προϊόντος του ανταγωνιστή¹³⁰.

Διευκρινίζεται πως ο υπολογισμός ή η ακριβής ποσοτικοποίηση του ύψους της οικονομικής ζημίας της καταγγέλλουσας εταιρείας, δεν αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για την στοιχειοθέτηση της πρακτικής της καταχρηστικής εκμετάλλευσης δεσπόζουσας θέσης του άρθρου 2 Ν. 3959/2011 (και 102 ΣΛΕΕ αντίστοιχα). Λαμβάνεται πάντως υπόψη για την γενικότερη εκτίμηση-αξιολόγηση της βαρύτητας της ενδεχόμενης παράβασης.

Ειδικότερα:

- **Η θέση της εταιρείας WIND ως προς τον αντίκτυπο (αποκλεισμού) της πρακτικής**

157) Η εταιρεία WIND Ελλάς Τηλεπικοινωνίες ΑΕΒΕ στην με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 5251/Φ.960/16-04-2014 επιστολή της, θέτει υπόψη της ΕΕΤΤ ότι κατά το χρονικό διάστημα από τον Απρίλιο του 2013 έως την ημέρα αποστολής της επιστολής, παρατηρείται ένα φαινόμενο αύξησης του αριθμού συνδρομητών των εταιρειών CYTA, ΟΤΕ, COSMOTE στο Μητρώο του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006. Κατά την εταιρεία, το φαινόμενο αυτό δημιουργεί εύλογα ερωτήματα ως προς τον σκοπό και τον τρόπο εφαρμογής της διάταξης που περιγράφεται στην ανωτέρω διάταξη. Ειδικότερα, για τις καταγγελλόμενες αναφέρει ότι αναφορικά με την εταιρεία ΟΤΕ, ο αριθμός των εγγεγραμμένων συνδρομητών στο Μητρώο του Άρθρου 11 ανέρχεται σε [...], ήτοι σε ποσοστό [..%] επί της συνδρομητικής βάση του, που απαριθμεί [...] συνδρομητές, ενώ ο αντίστοιχος αριθμός συνδρομητών της εταιρείας COSMOTE ανέρχεται σε [...] επί συνδρομητικής βάσης [...], ήτοι ποσοστό [..%] «με μια εκθετική άνοδο κατά από τους τελευταίους μήνες του 2013 και εντεύθεν». Για το σκοπό αυτό, η εταιρεία παραθέτει σχετική πληροφόρηση, με σημείο εκκίνησης το μήνα Απρίλιο του έτους 2013 έως και το μήνα Μάρτιο του έτους 2014 και αιτείται διερεύνηση «ευρύτερα σε επίπεδο ανταγωνισμού (lock in effect)». Η ΕΕΤΤ προώθησε τη σχετική επιστολή για περαιτέρω διερεύνηση λόγω αρμοδιότητας, στην Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα (ΑΠΔΠΧ) με το με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 5461/01-08-2014 διαβιβαστικό έγγραφο της.

158) Με την με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 6261/Φ.960/22-07-2016 επιστολή, η εταιρεία αιτήθηκε κατεπείγουσα παρέμβαση της ΕΕΤΤ προς άρση της στρέβλωσης του ανταγωνισμού ως αποτέλεσμα και των υπ' Αρ. 18/2016 Απόφασης της ΑΠΔΠΧ και της υπ' Αρ. 1/2016 Γνωμοδότησης της Αρχής, επί της μη ορθής εφαρμογής του Άρθ. 11 παρ. 2 του Ν. 3471/2006 από τις εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE. Εκεί αναφέρει ότι η διαπιστωμένη και αποδεδειγμένη παράνομη πρακτικών των ΟΤΕ και COSMOTE, η οποία συνίστατο σε αυτόματη καταχώρηση των αριθμών των τηλεφωνικών συνδέσεων των συνδρομητών

¹³⁰ Ο.π.π παρ.21-22

τους στο Μητρώο του Άρ. 11, χωρίς να ληφθεί υπόψη, όπως προβλέπει ο νόμος, η βούληση αυτών, συνιστά πέρα από κανονιστική παράβαση και ευθεία παράβαση του δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού, δεδομένης της δεσπόζουσας θέσης της εταιρείας ΟΤΕ, στην αγορά της σταθερής τηλεφωνίας και του ιδιαίτερα υψηλού μεριδίου στην αγορά κινητής τηλεφωνίας, καθώς με την επίφαση εφαρμογής του Μητρώου του Άρ. 11 δημιούργησε φαινόμενα αποκλεισμού και κάμψης της ελαστικότητας/κινητικότητας της αγοράς. Η εν λόγω πρακτική των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE είχε, κατά την εταιρεία, ως άμεση συνέπεια να «κλειδώσει» τη συνδρομητική βάση τους σε επίπεδο [...%], ώστε να καθιστά πρακτικά αδύνατη την προσέγγιση της από οιονδήποτε ανταγωνιστή. Ειδικότερα, ως αναφέρουν, το ποσοστό της συνδρομητικής βάσης στην κινητή τηλεφωνία των εταιρειών WIND και VODAFONE, που ήταν καταχωρημένο στο Μητρώο του Άρ. 11, κυμαινόταν από το ποσοστό του [...%] έως το [...%] της συνολικής συνδρομητικής βάσης του, σε αντιδιαστολή με το αντίστοιχο ποσοστό της εταιρείας COSMOTE που ανερχόταν στο ποσοστό του [...%], ήτοι σε [...] εκατομμύρια συνδρομητές για το έτος 2014 και [...] εκατομμύρια συνδρομητές για το έτος 2015 (Πίνακας 31, Πίνακας 32). Η εταιρεία, προχώρησε ακολούθως σε μια πιθανολόγηση των επιπρόσθετων συνδρομητών που θα είχε αποκτήσει, ελλείψει της κρινόμενης πρακτικής. Συγκεκριμένα, αναφέρει ότι αν οι εταιρείες WIND και VODAFONE είχαν πρόσβαση σε αυτή τη βάση της εταιρείας COSMOTE και την προσέγγιζαν με ποσοστό επιτυχίας/αποδοχής από τους υποψηφίους συνδρομητές περί του ποσοστού [...%], τότε η εταιρεία WIND θα είχε επιπλέον [...] χιλιάδες συνδρομητές κινητής στη βάση της. Υποθέτοντας ότι αυτό το σύνολο ουσιαστικά θα αναπαρήγαγε το προφίλ των συνδρομητών της WIND (ποσοστό απενεργοποίησης-churn rates, μέσο μηνιαίο έσοδο – ARPU και καθαρό κέρδος – Gross Margin) και θα διαμοιράζονταν στις αντίστοιχες κατηγορίες αυτών (οικιακοί, εταιρικοί και προπληρωμένου χρόνου συνδρομητές) με το ίδιο μοτίβο που παρουσιάζεται στις υπάρχουσες αιτήσεις φορητότητας από την εταιρεία COSMOTE, τότε η εταιρεία εκτιμά μια απώλεια εσόδου ύψους περί των €[...] εκατομμυρίων για το διάστημα από τον Ιανουάριο του έτους 2014- έως και τον Ιούνιο του 2016 και άλλα €[...] εκατομμύρια για το διάστημα από τον Ιούλιο του έτους 2016-και τον Δεκέμβριο του 2020. Κατ' αναλογία, εκτιμά στο ύψος των [...] χιλιάδων ευρώ τα απολεσθέντα έσοδα στη σταθερή, για το διάστημα του μηνός Ιανουαρίου 2014 έως και τον Ιούνιο του 2016 και άλλων [...] χιλιάδων ευρώ, για το διάστημα του μηνός Ιουλίου 2016 έως και το Δεκέμβριο του 2020. Συμπερασματικά, εκτιμά ότι η συνολική απώλεια εσόδων, αποθετική ζημία, της εταιρείας ανέρχεται στο ύψος των €[...] εκατομμυρίων για το διάστημα του μηνός Ιανουαρίου του 2015 έως και του μηνός Ιουνίου του 2016 ή σε €[...] εκατομμύρια για το διάστημα μεταξύ του μηνός Ιανουαρίου 2014, έως και το μήνα Δεκέμβριο του 2020.

159) Η εταιρεία σημειώνει ότι η συλλογιστική που ακολούθησε προκειμένου να προχωρήσει στην ανωτέρω εκτίμηση εμπεριέχει τα επόμενα στοιχεία. Καταρχάς, επιχείρησε να υπολογίσει την επιπρόσθετη συνδρομητική βάση που διατηρούν οι εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE εντός Μητρώου του Άρ. 11, κατά παράβαση του ισχύοντος νομικού και κανονιστικού πλαισίου, όπως αποδείχθηκε από την Απόφαση της ΑΠΔΠΧ. Για το σκοπό αυτό, επισημαίνει ότι ενώ οι εταιρείες WIND και VODAFONE έχουν καταχωρίσει το ποσοστό του [...%] και [...%] της συνδρομητικής βάσης τους κατά το έτος 2014 και το έτος 2015 αντίστοιχα στο Μητρώο του Άρ. 11, η εταιρεία COSMOTE

έχει καταχωρίσει το ποσοστό του [..%] τον Ιανουάριο του 2014, το ποσοστό του [..%] του Δεκεμβρίου του έτους 2014 και το ποσοστό του [..%] το Δεκέμβριο του έτους 2015. Τα αντίστοιχα μεγέθη για τη σταθερή τηλεφωνία ανέρχονται σε ποσοστά [..%] (2014) και [..%] (2015) για τις εταιρείες WIND, VODAFONE, FORTHNET, CYTA έναντι [..%] το μήνα Ιανουάριο του έτους 2014, [..%] του Δεκεμβρίου του 2014 και [..%] το Δεκέμβριο του 2015 για την εταιρεία ΟΤΕ. Σε απόλυτα μεγέθη, οι ενταγμένοι συνδρομητές των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE στο Μητρώο του Άρ. 11, χωρίς την υλοποίηση της διαδικασίας ορθής ένταξης, αντιστοιχούν σε [...] εκατομμύρια συνδρομητές κινητής και [...] χιλιάδες συνδρομητές σταθερής, στο τέλος του μηνός Δεκεμβρίου του έτους 2014 και σε [...] εκατομμύρια συνδρομητές κινητής και [...] χιλιάδες συνδρομητές σταθερής στο τέλος του μηνός Δεκεμβρίου του έτους 2015. Κατόπιν, οι συνδρομητές της κινητής διαχωρίζονται σε συνδρομητές συμβολαιακής και προπληρωμένης κινητής, στα πρότυπα των υπολοίπων πελατών, που έχουν ενταχθεί στην εταιρεία, με βάση τα στοιχεία της φορητότητας. Προκειμένου, δε να υπολογιστούν τα διαφυγόντα κέρδη, η εταιρεία αναφέρει ότι χρησιμοποιεί τα επίσημα ARPU και τα περιθώρια κέρδους που έχει ανακοινώσει στα αντίστοιχα διαστήματα, θεωρώντας ότι οι πρόσθετοι πελάτες που θα κατέληγαν στην εταιρεία WIND, θα είχαν τους ίδιους βασικούς οικονομικούς δείκτες με τους υπόλοιπους πελάτες της εταιρείας (Πίνακας 33).

160) Σύμφωνα με τις παραδοχές της εταιρείας:

- Έχει τη δυνατότητα πραγματοποίησης [...] εκατομμυρίων κλήσεων σε μηνιαία βάση μέσω τηλεφωνικών κέντρων, με ποσοστό επιτυχίας περί του [..%]. Εκτιμά δε ότι αντίστοιχες δυνατότητες έχει και ο ανταγωνισμός. Ως εκ τούτου, θεωρεί ότι θα είχε τη δυνατότητα να καλέσει την πρόσθετη και μη προσβάσιμη συνδρομητική βάση των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE απρόσκοπτα, ήτοι χωρίς να περιορίσει τις δυνατότητες της να καλέσει και την προσβάσιμη συνδρομητική βάση όλων των παρόχων, προσφέροντας σε όλους ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα σε χρονικό διάστημα δύο (2) ετών. Εντούτοις, η εταιρεία αναφέρει ότι οι αριθμοί κλήσεων που χρησιμοποιεί είναι ενδεικτικοί και ανταποκρίνονται σε μια συντηρητική προσέγγιση, καθώς δεν υπάρχει υποστηρικτικό υλικό για την επαλήθευση των αριθμών αυτών και αποτελεί εκτίμηση της εταιρείας, με δεδομένη τη δυνατότητα πραγματοποίησης [...] εκατομμυρίων κλήσεων σε μηνιαία βάση, μέσω τηλεφωνικών κέντρων. Τέλος, εκτιμά ότι αντίστοιχες με τις δικές της δυνατότητες προσέγγισης των συνδρομητών των εταιρειών ΟΤΕ/και COSMOTE έχουν και οι υπόλοιπες εταιρείες, γι' αυτό και συνυπολογίζει τη δράση τους στο μοντέλο που αναπτύσσει.
- Για να υπολογιστεί η βάση των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE που έχει ενταχθεί κατά παράβαση του νόμου στο Μητρώο του Άρ. 11, προχωρά στην εκτίμηση ότι προέρχεται από την απόκλιση από τη μέση τιμή που καθορίζεται από τους υπόλοιπους παρόχους. Για παράδειγμα στην κινητή τηλεφωνία, το μήνα Ιανουάριο του 2014 οι εταιρείες WIND και VODAFONE είχαν περί του ποσοστού του [..%] της συνολικής βάσης τους ενταγμένη στο Μητρώο του Άρ. 11. Το αντίστοιχο ποσοστό της εταιρείας COSMOTE για τον ίδιο μήνα ανέρχεται στο ποσοστό του [..%]. Η διαφορά της τάξης του [..%] πολλαπλασιάζεται με τη

συνολική βάση της εταιρείας COSMOTE για να εξαχθεί η πρόσθετη και μη προσβάσιμη συνδρομητική βάση που είχε καταχωρηθεί στο Μητρώο, κατά παράβαση του κειμένου πλαισίου.

- Με βάση, δε, ποσοστό επιτυχίας [..%] στην κινητή και [..%] στη σταθερή, προχωρά σε πιθανολόγηση προσθήκης περί των [...] χιλιάδων συνδρομητών για το έτος 2014 και [...] χιλιάδων συνδρομητών για το έτος 2015, μέγεθος που εκτιμά σε ποσοστό [..%] της συνδρομητικής βάσης της εταιρείας COSMOTE, και σε [...] συνδρομητές για το έτος 2014 και 1006 συνδρομητές σταθερής, ήτοι περί του ποσοστού [..%] της συνδρομητικής βάσης της εταιρείας ΟΤΕ. Το ποσοστό επιτυχίας προκύπτει από το συνολικό αριθμό επιτυχημένων κλήσεων, ήτοι κλήσεων που καταλήγουν σε σύναψη σύμβασης παροχής υπηρεσιών της εταιρείας, επί του συνόλου των πραγματοποιηθεισών κλήσεων από τις συνεργαζόμενες εταιρείες.
- Για να υπολογιστεί η βάση των εταιρειών COSMOTE και ΟΤΕ που έχει ενταχθεί στο Μητρώο του Άρ.11, χωρίς την υλοποίηση της διαδικασίας ορθής ένταξης, η εταιρεία χρησιμοποιεί την απόκλιση από τη μέση τιμή εγγραφών που καθορίζουν οι υπόλοιποι πάροχοι στην κινητή και στη σταθερή τηλεφωνία αντίστοιχα. Η διαφορά που προκύπτει ανά μήνα μελέτης, πολλαπλασιάζεται με τη συνολική βάση των εταιρειών COSMOTE και ΟΤΕ, προκειμένου τελικά να εκτιμηθεί η πελατειακή βάση τους, που καταχωρήθηκε στο Μητρώο, κατά παράβαση του κειμένου πλαισίου.

161) Η εταιρεία σημειώνει ότι οι [...] χιλιάδες δυνητικοί πελάτες συνιστούν το ποσοστό του [..%] ως προς την πραγματική πελατειακή βάση της για το έτος 2014, την οποία εκτιμά σε [...] συνδρομητές στην κινητή τηλεφωνία. Αντίστοιχα, εκτιμά αυτό το πρόσθετο μέγεθος σε ποσοστό [..%] ως προς την πραγματική πελατειακή βάση της για το έτος 2015, την οποία εκτιμά σε [...] συνδρομητές στην κινητή τηλεφωνία. Κατ' αναλογία, εκτιμά ότι η συνεισφορά του εσόδου που δημιουργούν αυτοί οι δυνητικοί πελάτες αντιστοιχεί σε €[...] ή στο [..%] των συνολικών εσόδων για το έτος 2014 και σε €[...] ή στο [..%] των συνολικών εσόδων για το έτος 2015.

162) Για την τεκμηρίωση της σημαντικότητας των τηλεφωνικών πωλήσεων, η εταιρεία παραθέτει στοιχεία πωλήσεων για το έτος 2014, το έτος 2015 και το πρώτο εννεάμηνο του έτους 2016. Σύμφωνα με αυτά, η συνεισφορά του εν λόγω καναλιού αφορά στις συνολικές πωλήσεις σε νέους συνδρομητές και εκφράζεται σε ποσοστό [..%], με ποσοστό [..%] στην κινητή και σε ποσοστό [..%]-[..%] στη σταθερή (Πίνακας 29, Πίνακας 30).

Πίνακας 29: Συνεισφορά καναλιού τηλεφωνικών πωλήσεων στο σύνολο των νέων συνδρομητών κινητής

Νέοι Συνδρομητές Κινητής	2014	2015	2016 Ιαν-Σεπ
Σύνολο	[...]	[...]	[...]
εκ των οποίων Τηλεφωνικές Πωλήσεις	[...]	[...]	[...]

εκ των οποίων D2D	[...]	[...]	[...]
εκ των οποίων τηλεφωνικά κέντρα	[...]	[...]	[...]
% τηλεφωνικών κέντρων στο σύνολο	[..%]	[..%]	[..%]

Πηγή WIND

Πίνακας 30: Συνεισφορά καναλιού τηλεφωνικών πωλήσεων στο σύνολο των νέων συνδρομητών σταθερής

Νέοι Συνδρομητές Σταθερής	2014	2015	2016 Ιαν-Σεπ
Σύνολο	[...]	[...]	[...]
εκ των οποίων Τηλεφωνικές Πωλήσεις	[...]	[...]	[...]
εκ των οποίων D2D	[...]	[...]	[...]
εκ των οποίων τηλεφωνικά κέντρα	[...]	[...]	[...]
% τηλεφωνικών κέντρων στο σύνολο	[..%]	[..%]	[..%]

Πηγή WIND

163) Η εταιρεία, με το με ΑΡ. ΠΡ. 6702/Φ.960/07-08-2017 έγγραφό της, προσκομίζει στοιχεία για την εξέλιξη του Μητρώου του Άρ. 11 για τους συνδρομητές της σταθερής και της κινητής τηλεφωνίας, με περίοδο αναφοράς από το μήνα Ιανουάριο του 2014 έως και το μήνα Ιούνιο 2017 ([....])

Διάγραμμα 11, [....]

Διάγραμμα 12), από τους οποίους, σημειώνει ότι: «προκύπτει σαφώς πως μετά τη διόρθωση που επήλθε τον Δεκέμβριο του 2016, κατόπιν της καταγγελίας της και της συναφούς Απόφασης της Αρχής Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων, οι καταχωρήσεις των συνδρομητών των εταιρειών ΟΤΕ/COSMOTE στο Μητρώο του Άρ. 11 παρέμειναν σταθερές και ανάλογες με την υπόλοιπη αγορά τόσο της σταθερής όσο και της κινητής τηλεφωνίας, αποδεικνύοντας το μέγεθος της στρέβλωσης του ανταγωνισμού από τις ανωτέρω δυο εταιρείες κατά τα προηγούμενα έτη και την καταγγελλόμενη χρονική περίοδο».

164) Σημειώνεται, όμως, ότι τα μεγέθη που προσφέρει η εταιρεία αφορούν σε απόλυτα μεγέθη και, επομένως, η αναλογία που επικαλείται αφορά σε αυτά και όχι σε εκείνη που θα πρόκυπτε, εάν συνυπολογιζόταν η συνδρομητική βάση της εταιρείας. Δηλαδή, κατά την εταιρεία, η αναλογία φαίνεται να έγκειται στο ότι το πλήθος των εγγεγραμμένων συνδρομητών της εταιρείας ΟΤΕ ([...] χιλιάδες) κείται εντός των αντίστοιχων μεγεθών της εταιρείας FORTHNET ([...] χιλιάδες) και της εταιρείας WIND ([...] χιλιάδες) από

τη μια και της εταιρείας VODAFONE ([...] χιλιάδες) και της εταιρείας CYTA ([...] χιλιάδες) από την άλλη. Εντούτοις, η συνδρομητική βάση της εταιρείας ΟΤΕ είναι πολλαπλάσια από αυτές του ανταγωνισμού, ήτοι πάνω από [...] φορές μεγαλύτερη από αυτή των εταιρειών VODAFONE, FORTHNET και WIND και πάνω από [...] φορές μεγαλύτερη από τη βάση της εταιρείας CYTA, με βάση τα στοιχεία που έστειλε η εταιρεία WIND. Ως εκ τούτου, με βάση τη συγκεκριμένη οπτική, στο τέλος του έτους 2016 καταγράφεται το ποσοστό του [..%] των συνδρομητών της εταιρείας ΟΤΕ να είναι εγγεγραμμένοι στο Μητρώο, έναντι του ποσοστού [..%] της εταιρείας VODAFONE, του [..%] της εταιρείας WIND, του [..%] της εταιρείας FORTHNET και του [..%] της εταιρείας CYTA. Αν συνυπολογιστεί επίσης, ότι στο τέλος του πρώτου εξαμήνου του έτους 2017 οι εταιρείες VODAFONE, FORTHNET και WIND καταγράφουν ακόμη μεγαλύτερο πλήθος συνδρομητών εντός του Μητρώου, οι εταιρείες CYTA και ΟΤΕ καταγράφουν το ίδιο πλήθος με το τέλος του έτους 2016, καθώς και η εξέλιξη των μεριδίων στην αγορά λιανικής παροχής υπηρεσιών σταθερής πρόσβασης στο δίκτυο που παρουσιάστηκαν στον (Πίνακας 14: Μεριδία στην αγορά λιανικής παροχής υπηρεσιών σταθερής πρόσβασης (αριθμός συνδέσεων)), προκύπτει ότι στο πρώτο εξάμηνο του έτους 2017, δεν υφίσταται αναλογικότητα στις καταχωρήσεις των συνδρομητών της εταιρείας ΟΤΕ με τον ανταγωνισμό, αφού υπολείπεται, ως φάνηκε με τα ανωτέρω ποσοστά.

Η εταιρεία σημειώνει ότι η οικονομική ανάλυση της ζημίας που παραθέτει είναι άκρως συντηρητική και όλες οι παράμετροι έχουν τεθεί υπέρ των καταγγελλόμενων εταιρειών, ήτοι όλες οι εκτιμήσεις είναι οι πλέον επιεικείς και υπέρ των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE. Παράλληλα, εκτιμά ότι η εταιρεία COSMOTE με τη συγκεκριμένη πρακτική κατάφερε να διατηρήσει [...] συνδρομητές κατά τα έτη 2014-2015, ήτοι το ποσοστό του [..%] των ετήσιων αιτημάτων port-out, της έναντι της εταιρείας WIND. Αντίστοιχα, η εταιρεία ΟΤΕ στη σταθερή τηλεφωνία κατάφερε να διατηρήσει [...] συνδρομητές κατά το ίδιο χρονικό διάστημα έναντι της εταιρείας WIND, ήτοι το ποσοστό του [..%] των ετήσιων αιτημάτων Port-out της εταιρείας. Καθώς ο περιορισμός της κινητικότητας επηρεάζει τα μερίδια των παρόχων, ο περιορισμός της κινητικότητας [...] συνδρομητών ετησίως, που αφορά στο [..%] της αγοράς, συνιστά σημαντικότερη μεριδιακή αλλαγή, κατά την εταιρεία.

Πίνακας 31: Εξέλιξη Συνδρομητών Κινητής εντός Μητρώου αρ. 11

	A. Συνολική Συνδρομητική Βάση Κινητής	Vodafone	Cosmote	Wind	B. Συνδρομητική Βάση στο Μητρώο του αρ. 11	Vodafone	Cosmote	Wind	CYTA	% Β στο Α	VDF	CSMT	WND
Ιαν-14	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		[..%]	[..%]	[..%]	2%
Φεβ-14	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		[..%]	[..%]	[..%]	3%
Μαρ-14	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		[..%]	[..%]	[8%	3%
Απρ-14	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		[..%]	[..%]	[10%	3%
Μαϊ-14	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		[..%]	[..%]	[10%	3%
Ιουν-14	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		[..%]	[..%]	[10%	3%
Ιουλ-14	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		[..%]	[..%]	[15%	3%
Αυγ-14	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		[..%]	[..%]	[20%	4%
Σεπ-14	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]	[..%]	[21%	4%
Οκτ-14	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Νοε-14	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Δεκ-14	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Ιαν-15	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Φεβ-15	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Μαρ-15	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Απρ-15	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Μαϊ-15	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Ιουν-15	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]

	φορητότητα				ής Οικιακών Καταναλωτών	ής Εταιρικών Καταναλωτών	Προκληρημομένης	Καταναλωτών	Εταιρικών Καταναλωτών	Προκληρημομένης	Wind) στο Μητρώο	ΤΕ από το Μ.Ο.	απόλυτα μεγέθη
Ιαν-14	[..]	[..%]	[..%]	[..%]	[..]	[..]	[..]	[..%]	[..%]	[..]	[..%]	[..%]	[..]
Φεβ-14	[..]	[..%]	[..%]	[..%]	[..]	[..]	[..]	[..%]	[..%]	[..]	[..%]	[..%]	[..]
Μαρ-14	[..]	[..%]	[..%]	[..%]	[..]	[..]	[..]	[..%]	[..%]	[..]	[..%]	[..%]	[..]
Απρ-14	[..]	[..%]	[..%]	[..%]	[..]	[..]	[..]	[..%]	[..%]	[..]	[..%]	[..%]	[..]
Μαϊ-14	[..]	[..%]	[..%]	[..%]	[..]	[..]	[..]	[..%]	[..%]	[..]	[..%]	[..%]	[..]
Ιουν-14	[..]	[..%]	[..%]	[..%]	[..]	[..]	[..]	[..%]	[..%]	[..]	[..%]	[..%]	[..]
Ιουλ-14	[..]	[..%]	[..%]	[..%]	[..]	[..]	[..]	[..%]	[..%]	[..]	[..%]	[..%]	[..]
Αυγ-14	[..]	[..%]	[..%]	[..%]	[..]	[..]	[..]	[..%]	[..%]	[..]	[..%]	[..%]	[..]
Σεπ-14	[..]	[..%]	[..%]	[..%]	[..]	[..]	[..]	[..%]	[..%]	[..]	[..%]	[..%]	[..]
Οκτ-14	[..]	[..%]	[..%]	[..%]	[..]	[..]	[..]	[..%]	[..%]	[..]	[..%]	[..%]	[..]
Νοε-14	[..]	[..%]	[..%]	[..%]	[..]	[..]	[..]	[..%]	[..%]	[..]	[..%]	[..%]	[..]
Δεκ-14	[..]	[..%]	[..%]	[..%]	[..]	[..]	[..]	[..%]	[..%]	[..]	[..%]	[..%]	[..]
Ιαν-15	[..]	[..%]	[..%]	[..%]	[..]	[..]	[..]	[..%]	[..%]	[..]	[..%]	[..%]	[..]

Wind Incremental Revenues	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Οικιακή Συμβολαιακή	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Εταιρική Συμβολαιακή	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Προπληρωμένη	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Wind Incremental Margin	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	-
Οικιακή Συμβολαιακή	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Εταιρική Συμβολαιακή	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Προπληρωμένη	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Μέσο έσοδο ανά χρήση	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Οικιακή Συμβολαιακή	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Εταιρική Συμβολαιακή	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Προπληρωμένη	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή WIND

[...]

Διάγραμμα 11: Εξέλιξη Συνδρομητών στα Μητρώα του άρθρου 11 των εταιρειών σταθερής. Πηγή Wind

[...]

Διάγραμμα 12: Εξέλιξη Συνδρομητών στα Μητρώα του άρθρου 11 των εταιρειών κινητής. Πηγή Wind

165) Η εταιρεία διαπιστώνει στην ίδια επιστολή της αύξηση σε απόλυτους αριθμούς της τάξεως του [..%]-[..%] στις εγγραφές συνδρομητών της εταιρείας COSMOTE, μέσω φορητότητας. Συγκεκριμένα, για το μήνα Μάρτιο του έτους 2017, παρατηρείται αύξηση κατά ποσοστό [..%], σε σχέση με τον αντίστοιχο μήνα του έτους 2016. Αντίστοιχα, παρατηρείται αύξηση κατά ποσοστό [..%] το μήνα Απρίλιο και [..%] το μήνα Μάιο, σε σχέση με τους αντίστοιχους μήνες του έτους 2016. Επισημαίνει δε ότι αντίστοιχες τάσεις καταγράφηκαν στη σταθερή τηλεφωνία, με αύξηση κατά ποσοστό [..%] το μήνα Μάρτιο 2017, έναντι του μηνός Μαρτίου 2016. Κατά την εταιρεία, τα παραπάνω αποδεικνύουν ότι: «η άρση του αποκλεισμού- foreclosure (λόγω της παράνομης τήρησης του Μητρώου του αρ.11) και η αύξηση της κινητικότητας των συνδρομητών, οδήγησαν σε υγιέστερη και πλέον εξορθολογισμένη λειτουργία της αγοράς, σύμφωνα με τους κανόνες τους ανταγωνισμού». Η εταιρεία σημειώνει ακόμη ότι: «η παρακολούθηση ενός και μόνο δείκτη, ήτοι των actual acquisitions των call centers, δε μπορεί να αποτελεί ασφαλή, για την αξιολόγηση της καταγγελλόμενης παραβατικής συμπεριφοράς των εταιρειών ΟΤΕ/COSMOTE, η οποία ούτως ή άλλως αφορά σε προγενέστερο χρονικό διάστημα».

166) Η εταιρεία στο με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 6594/Φ.960/28-04-2017 υπόμνημά της επί της από 21-02-2017 (πρώτης) ακρόασης της ΕΕΤΤ, σημειώνει ότι η εν λόγω καταγγελλόμενη παράβαση αποκλεισμού, συνιστά μια από τις πιο σημαντικές υποθέσεις παραβάσεις του δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού της τελευταίας δεκαετίας στον κλάδο των τηλεπικοινωνιών, δεδομένης της σπουδαιότητας της παράβασης και της διάρκειας της συμπεριφοράς. Παράλληλα, σημειώνει ότι το ευρωπαϊκό προηγούμενο έχει αναδείξει ότι οι εν λόγω παραβάσεις αποκλεισμού θεωρούνται μετά τις παραβάσεις των παράνομων συμπράξεων οι σοβαρότερες παραβάσεις και επισύρουν τα υψηλότερα πρόστιμα. Παράλληλα αναφέρει ενδεικτικά 2 αποφάσεις, την Απόφαση αριθ. 15-D-20 της 17/12/2015 της Γαλλικής Επιτροπής Ανταγωνισμού κατά Orange, καθώς και την Απόφαση αρ. 2009-P/K-10/09, υπόθεση CONC-P/K/0065: Base/BMB της Βελγικής Επιτροπής Ανταγωνισμού κατά της Belgacom Mobile (Proximus).

167) Παράλληλα, επισημαίνει στην αίτηση-σύμβαση του προγράμματος ΟΤΕ Απεριόριστα¹³¹ που έχει εκτυπώσει από την ιστοσελίδα της εταιρείας ΟΤΕ το μήνα Ιούνιο του 2015, με σήμανση «06.2015© ΟΤΕ Α.Ε.», ότι εκεί διαπιστώνεται η ακόλουθη περίοδος στους Ειδικούς όρους: «Δεν επιθυμώ να λαμβάνω τηλεφωνικές κλήσεις από τρίτους για τη διαφημιστική προβολή προϊόντων και υπηρεσιών τους. Συναινώ και αποδέχομαι ότι για τον σκοπό της αποφυγής όχλησης μου, τα στοιχεία της Τηλεφωνικής μου Γραμμής θα ενταχθούν στο Μητρώο του άρθρου 11 του ν. 3471/2006 που διατηρεί ο ΟΤΕΕνημερώθηκα και συναινώ για τη χρήση των προσωπικών μου δεδομένων από τον ΟΤΕ καθώς και την ανακοίνωση αυτών σε άλλες συνεργαζόμενες με τον ΟΤΕ εταιρείες που ενεργούν για λογαριασμό του.....». Η εταιρεία σημειώνει ότι το κείμενο παραμένει **ακόμα και το Νοέμβριο 2015**, με την προσθήκη ενός κουτιού που είναι προεπιλεγμένο. Επομένως, κατά την υπογραφή της σύμβασης, είτε δεν υπάρχει κάποιο πεδίο που θα έπρεπε να επιλεγεί από το συνδρομητή, είτε υπήρχε μια προεπιλεγμένη «επιλογή» και με την υπογραφή της σύμβασης αυτομάτως καταχωρούνταν στο Μητρώο του Άρ. 11, ενώ ταυτόχρονα οι εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE είχαν τη δυνατότητα να καλούν

¹³¹ Με βάση και την αλληλογραφία της εταιρείας από το έτος 2015.

απεριόριστα τον εκάστοτε συνδρομητή για προωθητικές ενέργειες. Επομένως, όπως αποδείχτηκε και με την Απόφαση της ΑΠΔΠΧ, όχι μόνο δεν υπήρχε η προαπαιτούμενη ενημέρωση του συνδρομητή, πριν από την καταχώρησή του στο Μητρώο του Άρ. 11, αλλά δεν του δινόταν και καμία δυνατότητα δήλωσης της βούλησής του, με αποτέλεσμα να παραβιάζεται διττά το Άρ.11 παρ. 2 του Ν. 3471/2006, καθώς δεν εφαρμόζεται το σύστημα opt-out, ούτε προς τους άλλους παρόχους, ούτε προς τον ίδιο τον πάροχο του συνδρομητή και ακολούθως δεν εφαρμόζονται και οι διατάξεις του Ν. 4070/2011 και του Κανονισμού Γενικών Αδειών.

168) Η εταιρεία επισημαίνει ότι κατόπιν της Απόφασης με Άρ. 18/16-03-2016 της ΑΠΔΠΧ, προκύπτουν τα ακόλουθα συμπεράσματα με βάση τα στοιχεία του Πίνακα 34 για το δίμηνο μεταξύ των μηνών Νοεμβρίου-Δεκεμβρίου του έτους 2016.

Πίνακας 34: Μεταβολή εγγεγραμμένων συνδρομητών ΟΤΕ/COSMOTE στο Μητρώο αρ. 11.

	NOE-16	ΔΕΚ-16	Διαφορά	Ποσοστό
ΟΤΕ	[...]	[...]	-[...]	-[..%]
COSMOTE mobile	[...]	[...]	-[...]	-[..%]
COSMOTE fixed	[...]	[...]	-[...]	-[..%]

Πηγή WIND

- Οι εγγεγραμμένοι στο Μητρώο του Άρ. 11 της εταιρείας ΟΤΕ συνδρομητές μειώθηκαν κατά ποσοστό [..%]
- Οι εγγεγραμμένοι στο Μητρώο του Άρ. 11 της εταιρείας COSMOTE συνδρομητές της κινητής, μειώθηκαν κατά ποσοστό [..%]
- Οι εγγεγραμμένοι στο Μητρώο του Άρ. 11 της εταιρείας COSMOTE συνδρομητές σταθερής, μειώθηκαν κατά ποσοστό [..%]

169) Η εταιρεία επίσης αναφέρει ότι, κατά τη διαδικασία της ακρόασης, οι εταιρείες ΟΤΕ/COSMOTE ανέφεραν ότι συμμορφώθηκαν με την απόφαση της ΑΠΔΠΧ και έχουν στο Μητρώο συνδρομητές ανάλογους με εκείνους που έχουν οι ανταγωνιστές στα Μητρώα τους. Παράλληλα, η εταιρεία COSMOTE επιβεβαιώνει περίπου τα μεγέθη που αναφέρονται στα διαγράμματα που παρουσίασε η εταιρεία στο πλαίσιο της ακρόασης. Κατά την εταιρεία, η αδυναμία επαναβεβαίωσης της βούλησης των συνδρομητών των ανωτέρω εταιρειών, με εμφανές αποτέλεσμα τα προαναφερθέντα ποσοστά, περί ένταξης στο Μητρώο στα αρχικά μοχλευμένα επίπεδα, αποδεικνύει την παραβίαση των σχετικών διατάξεων του Ν. 3471/2006, καθώς και του Ν. 3959/2011.

170) Η εταιρεία αναφέρει επίσης ότι στο πλαίσιο ελέγχου των παραβάσεων του δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού, η επέλευση ζημιάς δεν συνιστά απαραίτητη προϋπόθεση

για τη διαπίστωση της παράβασης, παρά μόνο για την επιμέτρηση της κύρωσης. Αρκεί και η δυνητική διακινδύνευση, ότι δηλαδή μια συγκεκριμένη συμπεριφορά θα μπορούσε να παρεμποδίσει τον ελεύθερο ανταγωνισμό, ενώ η διακινδύνευση είναι από μόνη της ικανή να επιφέρει τις εκ του νόμου αυστηρές κυρώσεις. Εντούτοις, εν προκειμένω το σύνολο της αγοράς τηλεπικοινωνιών έχει πληγεί σημαντικά λόγω της στρέβλωσης και της μη ορθής λειτουργίας του ανταγωνισμού και στο πλαίσιο αυτό η εταιρεία δηλώνει ότι έχει υποστεί τεράστια και πραγματική ζημία.

171) Η εταιρεία εντάσσει την κρινόμενη πρακτική των εταιρειών ΟΤΕ/COSMOTE σε μια σειρά ενεργειών - πρακτικών αποκλεισμού, της εταιρείας ΟΤΕ ΑΕ, που μειώνουν το επίπεδο ανταγωνισμού στην αγορά και αντιστοίχως την κινητικότητα των καταναλωτών, ώστε να μεταβάλλει/ χειραγωγήσει ουσιαστικά τη λειτουργία της αγοράς, επιτυγχάνοντας τη σημαντικότερη μείωση της κινητικότητας των καταναλωτών από την εταιρεία ΟΤΕ προς τους εναλλακτικούς, με αποτέλεσμα η αγορά να αναπτύσσεται μονομερώς και να παρουσιάζεται μια στρεβλή εικόνα, ήτοι:

- Αύξηση της κινητικότητας των καταναλωτών μόνο μεταξύ των εναλλακτικών, ενώ
- Την ίδια στιγμή διαπιστώνεται σαφής τάση αντιστροφής του ανταγωνισμού μεταξύ των εναλλακτικών και της εταιρείας ΟΤΕ, με την τελευταία να έχει αυξήσει σημαντικά τα ποσοστά πρόσκτησης νέων πελατών, σε βάρος του ανταγωνισμού.

172) Ως αποτέλεσμα, σε μια αγορά (LLU) που έχει επιβραδυνθεί σε όρους καθαρών προσθηκών (net additions) από [...] χιλιάδες το έτος 2011, σε [...] χιλιάδες αντίστοιχα κατά το έτος 2016, η εταιρεία ΟΤΕ έχει επιφέρει την απόλυτη ανατροπή και καταλήγει πλέον να αυξάνει το μερίδιό της, επιτυγχάνοντας εν προκειμένω, αφενός να μειώσει τις εκροές της από [...] χιλιάδες αποσυνδέσεις το έτος 2011, σε μόλις [...] χιλιάδες το έτος 2016 και αφετέρου να αυξήσει τις εισροές της από [...] χιλιάδες το έτος 2011, σε [...] χιλιάδες το κατά το έτος 2016. Η εταιρεία αναφέρει ότι: «αν κανείς προσπαθήσει να εξετάσει την κινητικότητα των καταναλωτών κατά το επίδικο χρονικό διάστημα του foreclosure abuse (Ιαν 2014- Οκτ 2016) και απλά δει την αποτύπωση των στοιχείων της φορητότητας, σταθερής και κινητής θα διαπιστώσει άνευ άλλου τινός ότι πράγματι η χειραγώγηση του άρθρου 11 έφερε τα επιθυμητά αποτελέσματα, καθόσον για το επίδικο διάστημα υπήρξε σαφέστατη μείωση των port-outs ΟΤΕ/COSMOTE, κάμψη που αμέσως μετά την απομόχλευση του μητρώου του άρθρου 11 (από τα τέλη του 2016 και εντεύθεν), γύρισε σε αύξηση των port-outs».

173) Επίσης, η εταιρεία με την με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 7191/Φ. 960/16-10-2018 επιστολή της, παραθέτει και στοιχεία κόστους που αφορούν στη μισθοδοσία για πωλήσεις μέσω των τηλεφωνικών κέντρων, διαφημιστικές και προωθητικές δαπάνες που περιλαμβάνουν δαπάνες προς υπεργολάβους, δηλαδή εξωτερικά τηλεφωνικά κέντρα καθώς και λοιπά συναφή λιανικά στοιχεία κόστους, που εκτιμά ως συναφή για την περίοδο από το έτος 2014 μέχρι και τον Ιούλιο του έτους 2018 (Πίνακας 35). Τα στοιχεία αυτά επίσης είναι μη διαχωρισμένα σε αυτά που αφορούν στη σταθερή και στην κινητή τηλεφωνία. Παράλληλα, στον Πίνακα 36 παρουσιάζεται η εξέλιξη του συνολικού αριθμού των

Αυγ-17	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]
Σεπ-17	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]
Οκτ-17	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]
Νοε-17	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]
Δεκ-17	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]
Ιαν-18	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]
Φεβ-18	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]
Μαρ-18	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]
Απρ-18	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]
Μαϊ-18	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]
Ιουν-18	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]
Ιουλ-18	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]

Πηγή WIND

Πίνακας 37: Ποσοστό επιτυχίας των τηλεφωνικών κλήσεων σε όρους πραγματοποιηθεισών πωλήσεων σε νέες ενεργοποιήσεις πρώην συνδρομητών ΟΤΕ/COSMOTE από την WIND

Φορητότητες από COSMOTE	Τηλεφωνικές Πωλήσεις	Συνολικές Κλήσεις	% Επιτυχίας
Ιαν-17	[...]	[...]	[..%]
Φεβ-17	[...]	[...]	[..%]
Μαρ-17	[...]	[...]	[..%]
Απρ-17	[...]	[...]	[..%]
Μαϊ-17	[...]	[...]	[..%]
Ιουν-17	[...]	[...]	[..%]
Ιουλ-17	[...]	[...]	[..%]
Αυγ-17	[...]	[...]	[..%]
Σεπ-17	[...]	[...]	[..%]

Οκτ-17	[...]	[...]	[..%]
Νοε-17	[...]	[...]	[..%]
Δεκ-17	[...]	[...]	[..%]
Ιαν-18	[...]	[...]	[..%]
Φεβ-18	[...]	[...]	[..%]
Μαρ-18	[...]	[...]	[..%]
Απρ-18	[...]	[...]	[..%]
Μαϊ-18	[...]	[...]	[..%]
Ιουν-18	[...]	[...]	[..%]
Ιουλ-18	[...]	[...]	[..%]

Πηγή WIND

• **Η θέση της εταιρείας FORTHNET ως προς τον αντίκτυπο (αποκλεισμού) της πρακτικής**

174) Η εταιρεία FORTHNET ΑΕ στην με Αρ. Πρωτ ΕΕΤΤ 13551/23-04-2015 επιστολή-επείγουσα αναφορά της, ενημερώνει την ΕΕΤΤ ότι η εταιρεία ΟΤΕ ΑΕ τηρεί πάνω από [...] συνδρομητές της στο Μητρώο του Άρ. 11 και τους τελευταίους μήνες φαίνεται να εγγράφονται στο εν λόγω Μητρώο, κατά μέσο όρο [...] συνδρομητές το μήνα, ενώ τα δυο πρώτα χρόνια λειτουργίας του Μητρώου (μεταξύ του μηνός Ιουνίου του 2012-Δεκεμβρίου του 2014), ο αριθμός των εγγεγραμμένων συνδρομητών δεν ξεπερνούσε τον αριθμό των [...]. Σημειώνει ότι την εν λόγω πρακτική φαίνεται να ακολουθεί και η εταιρεία COSMOTE καθώς: «τον τελευταίο μήνα το αρχείο OPT out της COSMOTE αυξήθηκε κατά 250.000 συνδέσεις/συνδρομητές (!)»

175) Παρέθεσε δε αιτήσεις-συμβάσεις προγραμμάτων της εταιρείας ΟΤΕ, όπου με την υπογραφή του κάθε συνδρομητή της εταιρείας ΟΤΕ, αυτόματα εντασσόταν στο Μητρώο του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006, ήτοι χωρίς να προβλέπεται δικαίωμα επιλογής του συνδρομητή ή άρνησης της ένταξης του στο Μητρώο ή κάποια πληροφορία για τους τρόπους που θα μπορούσε να ασκήσει το δικαίωμα μη εγγραφής του στο Μητρώο. Επιπροσθέτως, με βάση τις ανωτέρω συμβάσεις, η εταιρεία αναφέρει ότι η υποχρεωτική ένταξη του συνδρομητή στο Μητρώο εξαιρεί την ίδια την εταιρεία ΟΤΕ από την απαγόρευση, αφού η διατύπωση ρητά περιορίζεται σε τρίτους, πλην της εταιρείας ΟΤΕ. Ως εκ τούτου, η καταγγέλουσα εταιρεία αναφέρει ότι η εταιρεία ΟΤΕ εκμεταλλεύεται το συγκεκριμένο θεσπισθέν ατομικό δικαίωμα κάθε υποψήφιου συνδρομητή, με σκοπό την παράνομη προστασία των επιχειρηματικών συμφερόντων της και τον αποκλεισμό του ανταγωνισμού στην ελεύθερη προώθηση των υπηρεσιών, προς όφελος της προώθησης

των δικών της μόνο υπηρεσιών σε ένα ευρύ και απροσδιόριστο κύκλο των με αυτήν συναλλασσόμενων πολιτών.

176) Δηλαδή, η εν λόγω πρακτική έχει προφανή στόχο τη δημιουργία φραγμών στον ελεύθερο ανταγωνισμό, γεγονός που σε συνδυασμό με τα μερίδια αγοράς που κατέχει η εταιρεία ΟΤΕ και οι συνδεδεμένες με αυτήν εταιρείες ηλεκτρονικών επικοινωνιών, δημιουργούν εμπορικά στεγανά υπέρ της επιχείρησης με Σημαντική Ισχύ Αγοράς, περιχαρακώνοντας αθέμιτα τη συνδρομητική βάση της, ελαχιστοποιώντας την απώλεια συνδρομητών προς ανταγωνιστές, αποτρέποντας την ανταγωνιστική προσφορά και εν τέλει περιορίζοντας το δικαίωμα ελεύθερης επιλογής με τη δημιουργία τεχνικών φραγμών κατά τρόπο παράνομο. Σημειώνει δε, ότι πρέπει να συνεκτιμηθεί πως μέσω της τηλεφωνικής προώθησης των υπηρεσιών, καταρτίζεται πάνω από το ποσοστό του [...] % των συμβάσεων για την παροχή τηλεφωνίας και Internet, ώστε να συναχθεί και ο παράνομος σκοπός της πρακτικής αυτής της εταιρείας ΟΤΕ, που είναι ν' αποκλείει ή να περιορίζει σημαντικά την όποια δυνατότητα προσέγγισης των συνδρομητών της από τους ανταγωνιστές της, προκαλώντας σοβαρή στρέβλωση στον ανταγωνισμό. Παράλληλα, η εν λόγω πρακτική οδηγεί σε ραγδαία αλλαγή των εμπορικών ισορροπιών στην αγορά υπέρ της εταιρείας ΟΤΕ, καθώς η τελευταία στοχεύει τη συνδρομητική βάση των ανταγωνιστών της, και δη της εταιρείας FORTHNET, που δηλώνει ότι είναι ο μεγαλύτερος εναλλακτικός πάροχος σταθερής τηλεφωνίας και Internet και ο βασικότερος ανταγωνιστής της στα συνδυαστικά προγράμματα σταθερών ευρυζωνικών υπηρεσιών και τηλεόρασης. Εκμεταλλεύεται δε την απουσία τεχνητών στεγανών στη συνδρομητική βάση των ανταγωνιστών της και επιτίθεται εμπορικά, αποσπώντας αβίαστα συνδρομητές. Σημειώνει δε ότι η ανάσχεση του ρυθμού απώλειας πελατών και η ανάκτηση των μεριδίων της αγοράς λιανικής από την εταιρεία ΟΤΕ, αποτελούν πραγματικότητα. Η εταιρεία καταλήγει ότι η κρινόμενη πρακτική και τα δυνητικά αντι-ανταγωνιστικά αποτελέσματα της, πρέπει να ιδωθούν ως μέρος μιας πιο σύνθετης εικόνας και επιχειρηματικής στρατηγικής της εταιρείας ΟΤΕ.

177) Εν συνεχεία, στο από 28/04/2017 Υπόμνημά της, σε συνέχεια της από 21/02/2017 πρώτης ακροάσεως της ΕΕΤΤ, και μετά την παράθεση των σκέψεων που συνοδεύουν την Απόφαση 18/2016 της ΑΠΔΠΧ, η εταιρεία προσθέτει ότι ο όμιλος ΟΤΕ ολοκλήρωσε τη διαδικασία εκκαθάρισης του Μητρώου του, αρκετούς μήνες μετά την ταχθείσα προθεσμία στο τέλος του έτους 2016. Από την εν λόγω διαδικασία, αποδείχθηκε ότι η πλειοψηφία των συνδρομητών του ομίλου ΟΤΕ είχε ενταχθεί στο Μητρώο του, χωρίς τη θέλησή τους. Ως αποτέλεσμα, το μήνα Ιούλιο του έτους 2015, η εταιρεία COSMOTE είχε εγγεγραμμένους στο Μητρώο [...] εκατομμύρια συνδρομητές, η εταιρεία ΟΤΕ [...] εκατομμύρια συνδρομητές και συνολικά ο όμιλος ΟΤΕ είχε [...] εκατομμύρια τηλεφωνικούς αριθμούς εγγεγραμμένους στις λίστες τους. Στα τέλη του 2016, ο όμιλος ΟΤΕ είχε [...] εκατομμύρια λιγότερους εγγεγραμμένους συνδρομητές στις λίστες του, με την εταιρεία ΟΤΕ να αριθμεί [...] εγγεγραμμένους συνδρομητές και την εταιρεία COSMOTE [...] συνδρομητές. Επομένως, καταλήγει η εταιρεία, πέραν πάσας αμφιβολίας για μεγάλο χρονικό διάστημα, ήτοι για διάστημα δύο (2) και πλέον ετών, ο όμιλος ΟΤΕ εκμεταλλευόταν την παράνομη εγγραφή συνδρομητών στο Μητρώο του, προκειμένου να

αποκλειστούν οι ανταγωνιστές του, από τη δυνατότητα τηλεφωνικής προώθησης των υπηρεσιών τους σε αυτούς.

178) Στην κατεύθυνση τεκμηρίωσης της σημασίας της τηλεφωνικής προώθησης προϊόντων στην αγορά σταθερής τηλεφωνίας και Internet, η εταιρεία αναφέρει ότι η εν λόγω προώθηση, αποτελεί τον πλέον διαδεδομένο τρόπο μέσω του οποίου οι συνδρομητές επιλέγουν πάροχο, ειδικά στην περίπτωση που ήδη διατηρούν τηλεφωνική γραμμή που αποτελεί και την πλειοψηφία των περιπτώσεων. Οι τηλεφωνικές πωλήσεις, κατά την εταιρεία, αποτελούν τον πιο ξεκούραστο τρόπο ενημέρωσης και αγοράς για τον καταναλωτή, ενώ ταυτόχρονα είναι σε θέση να υπερνικήσουν την αδράνεια του, παρέχουν εξατομικευμένη πληροφόρηση σχετικά με τα χαρακτηριστικά και την εκάστοτε τιμολογιακή πολιτική των παρόχων και, επομένως, λειτουργούν συνεργατικά και καθοριστικά στην ολοκληρωμένη πληροφόρηση των συνδρομητών και στην ολοκλήρωση της πώλησης, ακόμα και από άλλα κανάλια, όπως τα καταστήματα. Εν τέλει, οι τηλεφωνικές πωλήσεις αποτελούν καθοριστικό κρίκο και στην αλυσίδα ενημέρωσης των συνδρομητών, αφού αποτελούν τον πλέον έγκυρο τρόπο πληροφόρησης, προσαρμοσμένης στις συγκεκριμένες ανάγκες τους.

179) Ακόμη, η εταιρεία προσφέρει πληροφόρηση που καταδεικνύει τη συμμετοχή των τηλεφωνικών πωλήσεων στο σύνολο των πωλήσεων της εταιρείας, κατά το επίμαχο χρονικό διάστημα και εκτιμά ότι αποτυπώνεται και το πώς επηρεάστηκε από την παράνομη πρακτική του ομίλου ΟΤΕ. Από τα στοιχεία που παραθέτει (Πίνακας 38) αναφέρει ότι προκύπτει ότι κατά το χρονικό διάστημα από το έτος 2014 και έως και τις αρχές του έτους 2015, οι τηλεφωνικές πωλήσεις της εταιρείας κυμαίνονταν μεταξύ ποσοστού [..%]-[. %]. Από το έτος 2015 και μέχρι τα τέλη του έτους 2016, διάστημα κατά το οποίο οι ανταγωνιστές του ομίλου ΟΤΕ δεν είχαν τη δυνατότητα να προσεγγίσουν σχεδόν το ποσοστό του 60% της συνδρομητικής βάσης του, το ποσοστό των τηλεφωνικών πωλήσεων της καταγγέλλουσας μειώνεται σημαντικά, φτάνοντας στα επίπεδα του 36%-41%, κατά το χρονικό διάστημα που τα Μητρώα των εταιρειών του ομίλου ΟΤΕ είχαν τον μεγαλύτερο αριθμό εγγεγραμμένων συνδρομητών. Όπως αναφέρει η εταιρεία και στο με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 6724/Φ.960/19-09-2017 έγγραφό της, τα στοιχεία πωλήσεων αφορούν στις πωλήσεις που έχουν γίνει για τις υπηρεσίες LLU με φορητότητα αριθμού, δηλαδή στις περιπτώσεις προσέλευσης υφιστάμενων/ενεργών πελατών άλλων παρόχων. Από τα απόλυτα νούμερα που παρατίθενται, προκύπτει εν προκειμένω ότι κατά την περίοδο μεταξύ των ετών 2014-2016, το ποσοστό συμβολής των τηλεφωνικών πωλήσεων στις συνολικές πωλήσεις της εταιρείας μειώθηκε. Παράλληλα, σύμφωνα με το [...]

Διάγραμμα 13, φαίνεται ότι οι συνολικές πωλήσεις της εταιρείας ακολούθησαν παράλληλη και ανάλογη εξέλιξη με τις τηλεφωνικές πωλήσεις.

180) Επίσης, η εταιρεία προσέφερε πληροφόρηση για την εξέλιξη των πωλήσεων της μέσω τηλεφωνικών κέντρων και συνολικά σε πελάτες των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE μέσω φορητότητας ([...])

Διάγραμμα 14). Από τα απόλυτα νούμερα που παρατίθενται προκύπτει εν προκειμένω ότι, κατά την περίοδο μεταξύ των ετών 2014-2016, οι συγκεκριμένες πωλήσεις και οι τηλεφωνικές της πωλήσεις ακολούθησαν πτωτική πορεία, η οποία φαίνεται να

ανακάμπτει το πρώτο εξάμηνο του 2017, μετά την εκκαθάριση του Μητρώου. Εντούτοις, η εταιρεία σημειώνει ότι: *«δεν είναι εφικτή η επαναφορά των πραγμάτων στην προτέρα κατάσταση, αφετέρου η επιστροφή στην ομαλότητα, η οποία διαταράχθηκε καθ' όλο το επίμαχο χρονικό διάστημα από την παράνομη και υπαίτια συμπεριφορά του Ομίλου ΟΤΕ, δε μπορεί να επιτευχθεί από τη μία μέρα στην άλλη, αλλά απαιτείται χρόνος και δαπάνη επιπλέον πόρων από την πλευρά των παρόχων».*

Πίνακας 38: Ποσοστό τηλεφωνικών πωλήσεων της εταιρείας επί του συνόλου των πωλήσεων αυτής:

Έτος/ Τρίμηνο	2014				2015				2016				2017
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]

Πηγή: Forthnet

[...]

Διάγραμμα 13: Πωλήσεις Forthnet ανά τρίμηνο

[...]

Διάγραμμα 14: Εξέλιξη Τηλεφωνικών Πωλήσεων της Forthnet σε πελάτες OTE/COSMOTE μέσω φορητότητας και % συνεισφοράς τους σε συνολικές πωλήσεις της Forthnet σε πελάτες OTE/COSMOTE μέσω φορητότητας

181) Η εταιρεία ισχυρίζεται επίσης ότι: «η παράνομη πρακτική του ομίλου OTE, περιόρισε σημαντικά (μείωση [...]%) κατά το διάστημα που η λίστα περιείχε τον υψηλότερο αριθμό εγγεγραμμένων συνδρομητών) όχι μόνο τις τηλεφωνικές πωλήσεις, αλλά το σύνολο των πωλήσεων της Forthnet, αλλά και όλης της υπόλοιπης αγοράς. Η παράνομη πρακτική του ομίλου OTE είχε ως αποτέλεσμα την ανάσχεση του ρυθμού απώλειας πελατών του προς τους ανταγωνιστές του, γεγονός που ενισχύθηκε και από την αυθαίρετη εξαίρεση από τη λίστα των Μητρώων του την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών του Ομίλου». Προς επίρρωση των σχετικών ισχυρισμών η εταιρεία, παραθέτει τα επόμενα τρία Διαγράμματα ([.....])

Διάγραμμα 15, [.....]

Διάγραμμα 16, [....]

Διάγραμμα 17). Σύμφωνα με την εταιρεία, στο πρώτο Διάγραμμα διαπιστώνεται ότι η αύξηση των συνδρομητών του ομίλου OTE στο Μητρώο επηρέασε το ποσοστό των τηλεφωνικών πωλήσεων, ως ποσοστό επί των συνολικών πωλήσεων υπηρεσιών σταθερής της εταιρείας FORTHNET προς τους συγκεκριμένους συνδρομητές της σταθερής τηλεφωνίας, γεγονός που ενισχύεται από την αντιστρόφως ανάλογη πορεία μεταξύ των δυο αυτών στοιχείων. Επίσης, σύμφωνα με το δεύτερο Διάγραμμα, η αύξηση των συνδρομητών του ομίλου OTE στο Μητρώο, δεν επηρέασε μόνο τις τηλεφωνικές πωλήσεις της εταιρείας FORTHNET, αλλά και το σύνολο των πωλήσεων, γεγονός που αποδεικνύει ότι η μείωση της συμμετοχής των τηλεφωνικών πωλήσεων στις συνολικές πωλήσεις των υπηρεσιών της εταιρείας, είναι αποτέλεσμα της παράνομης πρακτικής του Ομίλου OTE και δεν οφείλεται σε άνοδο των υπολοίπων καναλιών πώλησης. Τέλος,

σύμφωνα με το τρίτο Διάγραμμα, η παράνομη πρακτική του Ομίλου ΟΤΕ, επηρέασε συνολικά την αγορά της σταθερής τηλεφωνίας και internet, καθώς είχε ως αποτέλεσμα τη σημαντική ανάσχεση του ρυθμού απώλειας πελατών σταθερής τηλεφωνίας και internet για τον όμιλο ΟΤΕ. Πιο συγκεκριμένα, ο απόλυτος αριθμός συνδρομητών σταθερής και internet του ομίλου ΟΤΕ που μετέφερε τη γραμμή του σε κάποιον άλλο πάροχο, κατά το χρονικό διάστημα εφαρμογής της παράνομης πρακτικής σημείωσε σημαντική πτώση, που κορυφώθηκε στα τέλη του έτους 2015 και έως τις αρχές του έτους 2016. Και στις τρεις περιπτώσεις, ενισχυτική των άνω επιχειρημάτων είναι η αντιστροφή της πτωτικής τάσης και η ανάκαμψη του σχετικού ποσοστού από τη στιγμή της εκκαθάρισης της λίστας του ομίλου ΟΤΕ.

[.....]

Διάγραμμα 15: Αντιπαράθεση εξέλιξης τηλεφωνικών πωλήσεων σε σχέση με το μέγεθος του Μητρώου άρθρου 11 του ομίλου ΟΤΕ

[.....]

Διάγραμμα 16: Αντιπαράθεση Εξέλιξης Συμμετοχής Τηλεφωνικών πωλήσεων στις συνολικές πωλήσεις φορητότητας σε σχέση με το μέγεθος του Μητρώου άρθρου 11 του ομίλου ΟΤΕ

[....]

Διάγραμμα 17: Αντιπαράθεση Εξέλιξης ολοκληρωμένων αιτήσεων φορητότητας από σταθερή COSMOTE προς άλλους παρόχους σε σχέση με το μέγεθος του Μητρώου άρθρου 11 του ομίλου ΟΤΕ

182) Ως προς την εκτίμηση της αποθετικής ζημίας που υπέστη η εταιρεία από την κρινόμενη πρακτική των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, κατά το επίμαχο χρονικό διάστημα (από το μήνα Ιανουάριο του 2014 έως και το μήνα Δεκέμβριο του 2016), η εταιρεία αναφέρει το μέγεθος των €[...] εκατομμυρίων κατ' ελάχιστον, καθώς δεν έχει υπολογιστεί η απώλεια πελατείας από την αδυναμία προσέγγισης των εγγεγραμμένων συνδρομητών στο Μητρώο του Άρθρου 11 της εταιρείας COSMOTE. Για την ανωτέρω εκτίμηση, ακολουθείται η επόμενη συλλογιστική. Από τα δημοσιευμένα οικονομικά αποτελέσματα του Ομίλου ΟΤΕ για το υφιστάμενο πελατολόγιο της σταθερής τηλεφωνίας, εξαιρουμένης της χονδρικής εκμίσθωσης γραμμών, προκύπτει ανά τρίμηνο, ο μέσος όρος ενεργών συνδρομητών, κατά το επίμαχο χρονικό διάστημα. Από το μέγεθος αυτό, αν αφαιρεθεί ο αριθμός των εγγεγραμμένων στο Μητρώο του Άρθρου 11 συνδρομητών σταθερής τηλεφωνίας του ομίλου ΟΤΕ, ήτοι συγκεκριμένα ο μέσος όρος ενεργών συνδρομητών ανά τρίμηνο, τότε προκύπτει ο καθαρός αριθμός συνδρομητών, εφεξής δυνητικοί πελάτες, τους οποίους η εταιρεία εκτιμά ότι θα μπορούσε να προσεγγίσει τηλεφωνικά για την προώθηση των προϊόντων της. Από το συνολικό αριθμό δυνητικών πελατών, η εταιρεία προσέλκυσε τα μεγέθη που καταγράφονται στον Πίνακα 39. Η διαίρεση των μεγεθών αυτών, με τ' αντίστοιχα ανά περίοδο μεγέθη δυνητικών πελατών, καταλήγουν στο ποσοστό των τηλεφωνικών πωλήσεων σε συνδρομητές σταθερής των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE (Πίνακας 40). Στη βάση αυτή, η εταιρεία εκτιμά ότι αν είχε τη δυνατότητα να προσελκύσει τους συνδρομητές σταθερής

τηλεφωνίας της εταιρείας ΟΤΕ, οι οποίοι ήταν παρανόμως εγγεγραμμένοι στο Μητρώο του Άρθρου 11, θ' αποκτούσε ανάλογο ποσοστό συνδρομητών μέσω τηλεφωνικών πωλήσεων και από τη λίστα αυτή των πελατών. Με βάση τα παραπάνω, καταλήγει ότι θα είχε προσελκύσει: «με τη συνήθη πορεία των πραγμάτων» επιπλέον [...] συνδρομητές (Πίνακας 41). Προκειμένου να υπολογιστεί το μηνιαίο έσοδο της εταιρείας από τους εν λόγω συνδρομητές, το ανωτέρω μέγεθος μοιράστηκε σε μηνιαία βάση, σύμφωνα και με τις ροές πελατών που πραγματικά μετακινήθηκαν στην εταιρεία FORTHNET από την εταιρεία ΟΤΕ, μέσω του καναλιού των τηλεφωνικών πωλήσεων, κατά το επίμαχο χρονικό διάστημα. Εν συνεχεία, υπολογίστηκε ο ρυθμός αποσύνδεσης ("Churn rate"), δηλαδή ο ρυθμός με τον οποίο αποχωρούσαν από την εταιρεία οι πελάτες που προήλθαν από την εταιρεία ΟΤΕ μέσω του καναλιού των τηλεφωνικών πωλήσεων, ώστε να υπολογιστεί ο αριθμός των συνδρομητών που είχε η εταιρεία από την εταιρεία ΟΤΕ μέσω του καναλιού των τηλεφωνικών πωλήσεων κάθε μήνα, μετά τις ανωτέρω μηνιαίες αποχωρήσεις. Τέλος, για την εκτίμηση του μέσου μηνιαίου εσόδου των πρόσθετων πελατών, πολλαπλασιάστηκε το πλήθος τους ανά μήνα επί το μέσο μηνιαίο έσοδο των υφιστάμενων πελατών, που προήλθαν από τον όμιλο ΟΤΕ (σταθερή), από το κανάλι των τηλεφωνικών πωλήσεων. Ως μέσο έσοδο (ARPU), η εταιρεία όρισε το μέσο τιμολογημένο έσοδο που αφήνουν οι πελάτες κατά το τελευταίο εξάμηνο του κύκλου ζωής τους για την εταιρεία. Εννοείται ότι αν ο πελάτης είναι ακόμα ενεργός, χρησιμοποιούνται οι τελευταίοι έξι μήνες και αν είναι ανενεργός, οι τελευταίοι έξι πριν την αποσύνδεσή του. Έτσι, επί παραδείγματι, για το μήνα Ιανουάριο του έτους 2014, οι πελάτες που προήλθαν από το δίκτυο ΟΤΕ μέσω τηλεφωνικών πωλήσεων απέφεραν μέσο μηνιαίο έσοδο €[...]. Ως εκ τούτου, η εταιρεία στους υπολογισμούς της εκτιμά ότι οι επιπρόσθετοι πελάτες που θα προσέλκυε η εταιρεία, ελλείψει της παράνομης λίστας των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, θα έφεραν αντίστοιχο κατά μέσο όρο μηνιαίο έσοδο. Η άσκηση αυτή, καταλήγει η εταιρεία, έγινε ανά μήνα για όλους τους μήνες της επίμαχης περιόδου. Εν τέλει, προκειμένου να εκτιμηθεί η οικονομική ζημία πολλαπλασιάστηκε ο αριθμός των πελατών που θα προσέλκυε η εταιρεία ανά μήνα, με το αντίστοιχο μηνιαίο έσοδο για τον εν λόγω μήνα.

Πίνακας 39: Πωλήσεις Forthnet σε Συνδρομητές ΟΤΕ

Έτος	Τρίμηνο	Τηλεφωνικές Πωλήσεις Φορητότητας σε Συνδρομητές ΟΤΕ	Συνολικές Πωλήσεις Φορητότητας σε Συνδρομητές ΟΤΕ
2014	Q1	[...]	[...]
	Q2	[...]	[...]
	Q3	[...]	[...]
	Q4	[...]	[...]
2015	Q1	[...]	[...]
	Q2	[...]	[...]

	Q3	[...]	[...]
	Q4	[...]	[...]
2016	Q1	[...]	[...]
	Q2	[...]	[...]
	Q3	[...]	[...]
	Q4	[...]	[...]
2017	Q1	[...]	[...]

Πηγή: Forthnet

Πίνακας 40: Εύρεση περιοδικού ποσοστού αναγωγής για την εκτίμηση των απολεσθέντων πελατών.

Έτος	Τρίμηνο	Συνδρομητές ΟΤΕ εκτός Μητρώου	Ποσοστό αναγωγής
2014	Q1	[...]	[..%]
	Q2	[...]	[..%]
	Q3	[...]	[..%]
	Q4	[...]	[..%]
2015	Q1	[...]	[..%]
	Q2	[...]	[..%]
	Q3	[...]	[..%]
	Q4	[...]	[..%]
2016	Q1	[...]	[..%]
	Q2	[...]	[..%]
	Q3	[...]	[..%]
	Q4	[...]	[..%]

Πηγή: Forthnet

Πίνακας 41: Εκτίμηση Απώλειας Πελατών της Forthnet ανά περίοδο λόγω της 'παράνομης εγγραφής' συνδρομητών ΟΤΕ στο μητρώο του άρθρου 11.

Έτος	Τρίμηνο	Παράνομως εγγεγραμμένοι στο Μητρώο του άρθρου 11 του ΟΤΕ συνδρομητές	Πρόσθετοι Πελάτες στη Forthnet
2014	Q1	[...]	[...]

	Q2	[...]	[...]
	Q3	[...]	[...]
	Q4	[...]	[...]
2015	Q1	[...]	[...]
	Q2	[...]	[...]
	Q3	[...]	[...]
	Q4	[...]	[...]
2016	Q1	[...]	[...]
	Q2	[...]	[...]
	Q3	[...]	[...]
	Q4	[...]	[...]

Πηγή: Forthnet

183) Η εταιρεία σημειώνει ότι, η πρακτική των εταιρειών ΟΤΕ/COSMOTE να εντάσσουν στο Μητρώο του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006 τους συνδρομητές τους, παρότι οι τελευταίοι δεν το είχαν ζητήσει, αποτελεί παράβαση του της περίπτωσης β' του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011 και της περίπτωσης β' του άρθρου 102 της ΣΛΕΕ, καθώς συνιστά κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης, αφού κατατείνει στον περιορισμό της διάθεσης, με ζημία των καταναλωτών. Η εφαρμοζόμενη πρακτική των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE περιορίζει τη δυνατότητα των ανταγωνιστών τους να αυξήσουν τις πωλήσεις τους ή και να εισέλθουν σε νέες αγορές, αφαιρώντας τους την δυνατότητα να προσεγγίσουν τους πελάτες τους, προκειμένου να τους προσφέρουν τις υπηρεσίες τους. Αποτέλεσμα της εν λόγω πρακτικής είναι να καθίσταται αδύνατο στον ανταγωνισμό των 2 εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE ν' αποσπάσουν πελάτες από τη δεσπόζουσα επιχείρηση, καθώς η ένταξη στο εν λόγω Μητρώο καθιστά την προσέγγισή τους από τους εναλλακτικούς παρόχους παράνομη, επί κινδύνω επιβολής αυστηρών διοικητικών κυρώσεων. Ως εκ τούτου, η εφαρμοζόμενη πρακτική από τις εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE δεν αποτελεί ανταγωνισμό «επί ίσους όρους», καθώς δεν έχει σχέση με την εμπορική δραστηριότητα των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, το επίπεδο των προσφερόμενων υπηρεσιών εκ μέρους τους, τις τιμές των προϊόντων του ή την αποτελεσματικότητα της δεσπόζουσας επιχείρησης. Η εν λόγω πρακτική εκφεύγει οποιουδήποτε ανταγωνιστικού πλαισίου και ανάγεται σε μια εξω-εμπορική ενέργεια που με τρόπο απατηλό και ψευδή αφαιρεί από τους εναλλακτικούς παρόχους τη δυνατότητα να επιχειρήσουν να ανταγωνιστούν τη δεσπόζουσα επιχείρηση. Επομένως, πρόκειται για μια παρεμποδιστική πρακτική (exclusionary abuse), όπου η αποτελεσματική πρόσβαση των πραγματικών ή δυνητικών ανταγωνιστών σε προμήθειες ή αγορές εμποδίζεται ή ματαιώνεται, λόγω της συμπεριφοράς της δεσπόζουσας επιχείρησης. Η εφαρμοζόμενη πρακτική έχει εξ ορισμού τη δυνατότητα να αποκλείσει τους ανταγωνιστές των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE και είναι εξ ορισμού ικανή να βλάψει τον ανταγωνισμό στην αγορά, καθώς με μόνη την

εφαρμογή της συνεπάγεται την πρόσδεση των συνδρομητών των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE στο άρμα της δεσπόζουσας επιχείρησης και τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών από τη δυνατότητα να τους προσφέρουν υπηρεσίες τους. Η εν λόγω πρακτική αφαιρεί ολοσχερώς μια από τις δυο μόνο διαθέσιμες τεχνικές προσέλκυσης πελατείας για τους ανταγωνιστές των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, ήτοι την προσέλκυση μέσω τηλεφωνικών κλήσεων, που είναι και η λιγότερο δαπανηρή. Ως αποτέλεσμα, ο μόνος τρόπος με τον οποίο οι ανταγωνιστές της δεσπόζουσας επιχείρησης δύνανται να προβάλλουν τις υπηρεσίες και τα φθηνότερα του ομίλου ΟΤΕ οικονομικά πακέτα τους, είναι η έντυπη και τηλεοπτική διαφήμιση, η οποία είναι εξαιρετικά δυσχερής για τους εναλλακτικούς παρόχους και ιδιαιτέρως ευχερής για το οικονομικό εύρος των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE (Πίνακας 42). Συνεπώς, η εφαρμοζόμενη πρακτική τους, καταργεί το πιο αποτελεσματικό και προσιτό μέσο ανταγωνισμού εναντίον τους, ενισχύοντας έτι περαιτέρω το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που συνεπάγεται η οικονομική ισχύς τους. Η εν λόγω πρακτική εφαρμόστηκε στο σύνολο της πελατειακής βάσης των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE και συνεπώς επηρέασε τη μεγαλύτερη πλειοψηφία των υποψηφίων πελατών για τους εναλλακτικούς παρόχους, ήτοι τη συνδρομητική βάση των εταιρειών ΟΤΕ/COSMOTE.

Πίνακας 42: Διαφημιστικός Χρόνος σε sec του Ομίλου ΟΤΕ και του Ομίλου Forthnet

	2013	2014	2015	2016
Όμιλος Forthnet	[...]	[...]	[...]	[...]
Όμιλος ΟΤΕ	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή: Forthnet

184) Με το από 18/10/2018 συμπληρωματικό υπόμνημά της, η εταιρεία αναφέρει ότι τους τελευταίους 18 μήνες (ήτοι από τον Ιούλιο του έτους 2015 – έως και τον Δεκέμβριο του 2016) πριν την εκκαθάριση του Μητρώου του Άρθρου 11 των εταιρειών ΟΤΕ/COSMOTE, οι τηλεφωνικές πωλήσεις της σε συνδρομητές τους, ανέρχονταν κατά μέσο σε [...] /μήνα ή σε [...] / τρίμηνο, ενώ από το μήνα Ιανουάριο 2017 έως και τον Ιούλιο του 2018, οι αντίστοιχες τηλεφωνικές πωλήσεις ανέρχονται σε [...] κατά μέσο όρο ή σε [...] ανά τρίμηνο, γεγονός που κατά την εταιρεία είναι ενδεικτικό της επίδρασης που είχε η εκκαθάριση του Μητρώου. Επίσης, η εταιρεία παραθέτει και στοιχεία κόστους που σχετίζονται με τις τηλεφωνικές πωλήσεις της για το χρονικό διάστημα μεταξύ των ετών 2014-2018. Η εταιρεία σημειώνει ότι χρησιμοποιεί αποκλειστικά εξωτερικά τηλεφωνικά κέντρα (call centers) για την προώθηση/πώληση των υπηρεσιών της. Το κόστος αυτών περιλαμβάνει προμήθειες για πωλήσεις σε νέους συνδρομητές για όλες τις υπηρεσίες της εταιρείας, προμήθειες για προσθετικές πωλήσεις (cross/up selling) σε υφιστάμενους συνδρομητές της για όλες τις υπηρεσίες είτε βασικές (π.χ. πώληση υπηρεσιών συνδρομητικής τηλεόρασης σε υφιστάμενους συνδρομητές τηλεφωνίας), είτε προστιθέμενης αξίας (π.χ. πώληση επιπλέον χρόνου ομιλίας προς κινητά σε υφιστάμενους συνδρομητές internet & τηλεφωνίας) καθώς και δαπάνες που σχετίζονται με την παροχή υποστηρικτικών υπηρεσιών σε υφιστάμενους πελάτες (Πίνακας 43).

Πίνακας 43: Στοιχεία κόστους που σχετίζονται με τη λειτουργία των τηλεφωνικών κέντρων για τηλεφωνικές πωλήσεις

2014	2015	2016	2017	2018H1	ΣΥΝΟΛΟ
[...]€	[...]€	[...]€	[...]€	[...]€	[...]€

Πηγή: Forthnet

185) Τέλος, η εταιρεία ανέφερε ότι το πλαίσιο συνεργασίας με τα εξωτερικά τηλεφωνικά κέντρα για τις τηλεφωνικές πωλήσεις δεν της επιτρέπει να προσφέρει στην ΕΕΤΤ ικανοποιητική πληροφόρηση για τις επιτυχείς κλήσεις, στο σύνολο των τηλεφωνικών κλήσεων. Η επιχειρηματολογία της συνίσταται στο ότι καθώς χρησιμοποιεί εξωτερικά τηλεφωνικά κέντρα, αναφέρει ότι:

- επιτυχής κλήση λογίζεται όχι μόνο αυτή που οδηγεί σε πώληση, αλλά και κάθε κλήση που απαντήθηκε από τον καταναλωτή και με την οποία ενημερώθηκε ο καταναλωτής για τις παρεχόμενες υπηρεσίες από την εταιρεία,
 - τα εν λόγω κέντρα δεν έχουν σχέση αποκλειστικής συνεργασίας, αλλά προωθούν προϊόντα και άλλων εταιρειών, επομένως είναι εξαιρετικά δυσχερής ο διαχωρισμός από πλευράς του συνόλου των τηλεφωνικών κλήσεων που πραγματοποιούνται για λογαριασμό της εταιρείας Forthnet,
 - η αμοιβή των τηλεφωνικών κέντρων δε σχετίζεται με το πλήθος των κλήσεων, αλλά με τον όγκο των πωλήσεων που πραγματοποιούν, οι προμήθειες δε εξαρτώνται από παράγοντες, όπως οι προωθούμενες υπηρεσίες, το είδος των καταναλωτών στους οποίους απευθύνονται και οι παρεχόμενες υπηρεσίες των τηλεφωνικών κέντρων προς την εταιρεία,
 - για την ολοκλήρωση μιας πώλησης συνήθως απαιτούνται περισσότερες της μιας κλήσης και το σύνολο αυτών, και όχι μόνον η τελευταία, οδηγεί στην πώληση και επίσης
 - η κλήση μπορεί να οδηγήσει σε πώληση από άλλο κανάλι πώλησης, πχ. ένα κατάστημα.
- **Η θέση της εταιρείας MEDIATEL ως προς τον αντίκτυπο (αποκλεισμού) της πρακτικής των εταιρειών ΟΤΕ/COSMOTE**

186) Η εταιρεία MEDIATEL ΑΕ στην με Αρ. Πρωτ ΕΕΤΤ 18209/05-08-2016 καταγγελία της σημειώνει ότι: «Ως εταιρεία δραστηριοποιείται στο χώρο των τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών από το 1995 και παρέχει ολοκληρωμένες υπηρεσίες τηλεφωνικής εξυπηρέτησης. Κατέχει γενική άδεια από την ΕΕΤΤ και παρέχει υπηρεσίες ενημέρωσης και εξυπηρέτησης πελατών, τεχνική υποστήριξη, γραμμή παραπόνων, παραγγελιοληψία και διαχείριση κρατήσεων, τηλεγραμματαία, υπηρεσίες τηλεφωνικού καταλόγου, ανάπτυξη και διατήρηση

πελατολογίου, έρευνες αγοράς, δημοσκοπήσεις και τηλεφωνικές πωλήσεις μέσω του call center της. Επίσης παρέχει υπηρεσίες διαχείρισης βάσεων δεδομένων για λογαριασμό πελατών της και audio text προς τα εγχώρια ΜΜΕ».

187) Η εταιρεία εξαιρεί από τους καταλόγους που χρησιμοποιεί για την επιχειρηματική δραστηριότητα της προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών, το σύνολο των συνδρομητών που έχουν ενταχθεί στο Μητρώο του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006. Ως εκ τούτου, καταγγέλλει, ότι η αθρόα ένταξη συνδρομητών στο εν λόγω Μητρώο εν αγνοία τους, από τις καταγγελλόμενες εταιρεία ΟΤΕ/COSMOTE, πλήττει καίρια την επιχειρηματική δραστηριότητα της. Η εταιρεία ισχυρίζεται ότι οι εταιρείες ΟΤΕ/COSMOTE εντάσσουν ήδη εδώ και μια τριετία από την υποβολή της καταγγελίας της μεγάλο αριθμό συνδρομητών τους στο Μητρώο του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006, με τρόπο παράνομο που αντιβαίνει τόσο στη νομοθεσία ηλεκτρονικών επικοινωνιών αναφορικά με το περιεχόμενο των συμβάσεων που υπογράφουν οι τελικοί χρήστες, όσο και στο σκοπό που θεσπίστηκε το συγκεκριμένο μητρώο από την κοινοτική και εθνική νομοθεσία. Η εταιρεία σημειώνει ότι το φαινόμενο εντάθηκε το έτος 2015, όπου η εταιρεία ΟΤΕ προχώρησε στην ένταξη [...] εκατομμύριου συνδρομητών, με ρυθμό ένταξης περί των 100 χιλιάδων σε μηνιαία βάση. Προς επιβεβαίωση της προαναφερθείσας παρανομίας, η εταιρεία επισύναψε σελίδα αίτησης/σύμβασης της εταιρείας ΟΤΕ, με ημερομηνία 24/09/2015, όπου κατά την καταγγέλλουσα φαίνεται ότι ο τρόπος που λαμβάνει η εταιρεία ΟΤΕ τη συγκατάθεση του πελάτη για την ένταξη του στο Μητρώο είναι «έμμεσος», καθώς δεν προκύπτει σαφής ενημέρωση του συνδρομητή για το δικαίωμα εγγραφής του και, ταυτόχρονα, ο συνδρομητής δεν έχει δυνατότητα να επιλέξει ή όχι την εγγραφή του στο Μητρώο. Με βάση το απόσπασμα αυτό, η καταγγέλλουσα αναφέρει επί της ουσίας ότι:

- Ο συνδρομητής της εταιρείας ΟΤΕ δεν έχει τη δυνατότητα να επιλέξει να λαμβάνει τηλεφωνικές κλήσεις από τρίτους για τη διαφημιστική προβολή προϊόντων και υπηρεσιών τους, κατά την υπογραφή της Σύμβασης.
- Δεν προκύπτει πουθενά η ενημέρωσή τους για τη δυνατότητα ακώλυτης και ελεύθερης διαγραφής του από το Μητρώο του Άρθρου 11.
- Ο συνδρομητής της εταιρείας ΟΤΕ εντάσσεται σε μια ιδιότυπη μορφή του Μητρώου, καθώς το προδιατυπωμένο κείμενο το οποίο καλείται να υπογράψει για να λάβει τις υπηρεσίες της εταιρείας ΟΤΕ προβλέπει την ένταξη στο Μητρώο του Άρθρου 11, αλλά εξαιρεί από τους περιορισμούς την εταιρεία ΟΤΕ και τους συνεργάτες της.
- Ο συνδρομητής της εταιρείας ΟΤΕ δεν έχει τη δυνατότητα κατά την υπογραφή της Σύμβασης να επιλέξει να μη λαμβάνει κλήσεις για τη διαφημιστική προβολή προϊόντων και υπηρεσιών από την ΟΤΕ ή συνεργαζόμενες εταιρείες που λειτουργούν για λογαριασμό της, στις οποίες μπορεί να είναι μια σειρά από τρίτες, άσχετες του τηλεπικοινωνιακού κλάδου, εταιρείες.
- Οι περισσότεροι συνδρομητές βρίσκονται εγγεγραμμένοι εν αγνοία τους, καθώς σχεδόν κανείς δε διαβάζει τα «φιλά γράμματα» του συμβολαίου ή

τα θεωρεί γενικούς όρους συναλλαγών, που δε δύναται να τροποποιήσει μονομερώς. Σημειώνεται ότι στο με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 11618/28-04-2017 έγγραφό της, η εταιρεία εξειδικεύει την ένταξη των συνδρομητών εν αγνοία τους ως εξής: χωρίς ούτε να τους ενημερώσουν, ούτε να λάβουν προηγούμενη σχετική συναίνεση τους.

- Η παραπάνω διαδικασία καταστρατηγεί ευθέως το γράμμα και το πνεύμα των διατάξεων του Άρθρου 11 παρ. 2 του Ν. 3471/2006.
- Η παραπάνω διαδικασία ουσιαστικά «κλειδώνει» τον συνδρομητή ΟΤΕ στο πελατολόγιο του ίδιου ή των συνεργαζόμενων με αυτόν εταιρειών.

188) Η καταγγέλλουσα σημειώνει ότι τα ανωτέρω ισχύουν και για την εταιρεία COSMOTE, καθώς ακολουθεί την ίδια ακριβώς πρακτική. Προς επίρρωση των ισχυρισμών της, παραθέτει διάγραμμα που απεικονίζει την εξέλιξη των συνδρομητών COSMOTE στο Μητρώο του Άρθρου 11. Τέλος, σημειώνει ότι τα ανωτέρω για τις εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE ίσχυαν και στην περίπτωση ανανέωσης προσφορών/πακέτων υφιστάμενων συνδρομητών τους, παρά το γεγονός ότι η προσθήκη του όρου που αφορά στην ένταξη τους στο Μητρώο αποτελεί τροποποίηση τη σύμβασης και θα έπρεπε να ακολουθηθεί η διαδικασία που ορίζεται στο Παράρτημα Β του Κανονισμού Γενικών Αδειών 2.1.15, παρ. ζ.

189) Η καταγγέλλουσα επισημαίνει ότι με βάση την επιτόπια έρευνα της μέσω συνεργατών που επεδίωξαν να συνάψουν σύμβαση, οι συνδρομητές δεν ζητούσαν ρητώς να ενταχθούν, αλλά εντάσσονταν υποχρεωτικά, εκτός εάν παρατηρούσαν το κείμενο της αίτησης και ζητούσαν να μην ενταχθούν. Ακόμη, όμως και σε αυτή την περίπτωση, οι εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE δε διευκόλυναν τους συνδρομητές τους να επιλέξουν τη μη ένταξη τους, καθώς δεν υπήρχε σχετικό πεδίο στη σύμβαση, αλλά τους ενημέρωναν ότι μπορούσαν να υπογράψουν το κείμενο ως είχε, να ενταχθούν δηλαδή στο Μητρώο, και στη συνέχεια να καλέσουν την εταιρεία και να υποβάλλουν νέο αίτημα εξαίρεσης από το Μητρώο.

190) Συνοπτικά, με βάση την καταγγέλλουσα, οι εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE προέβαιναν σε αυτόματη ένταξη των συνδρομητών τους στο Μητρώο του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006, με μόνη την υπογραφή της αίτησης/σύμβασης. Παράλληλα, η εν λόγω πρακτική δεν παρέχει στους συνδρομητές τη δυνατότητα προσήκουσας άσκησης του δικαιώματος επιλογής, αναφορικά με την εν λόγω ένταξη, κατά παρέκκλιση των όσων αναφέρονται στο σημείο 17 του Προοιμίου της Οδηγίας 2002/58/ΕΚ, ότι η συγκατάθεση του χρήστη/συνδρομητή δύναται να παρέχεται με κάθε πρόσφορο τρόπο που επιτρέπει την ελεύθερη και ενημερωμένη έκφραση των επιθυμιών του χρήστη. Ακόμη, δεν παρέχεται από το συμβατικό κείμενο η δυνατότητα άρνησης ένταξης στο Μητρώο. Τέλος, η ένταξη στο Μητρώο αφορά μόνο σε εταιρείες « τρίτες » σε σχέση με την εταιρεία ΟΤΕ (και τις συνεργαζόμενες με αυτήν), οι οποίες εξαιρούνται, κατά παράβαση της σχετικής διάταξης του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006, που προβλέπει ότι εντάσσονται σε αυτό οι συνδρομητές που δεν επιθυμούν γενικώς να δέχονται τέτοιες κλήσεις.

191) Η εταιρεία σημειώνει επιπλέον ότι η πρακτική είναι μια κλασσική περίπτωση μόχλευσης της ισχύος στην αγορά, κατά την έννοια που αναπτύχθηκε από τη νομολογία

του ΔΕΚ στην υπόθεση Tetra Pak, όπου: «το δικαστήριο αποφάσισε ότι μια επιχείρηση που κατείχε υπερέχουσα θέση σε μια αγορά και υπερέχουσα θέση σε ξεχωριστές, αλλά στενά συνδεδεμένες, αγορές βρίσκεται σε κατάσταση δυνάμενη να συγκριθεί με την κατοχή δεσπόζουσας θέσης σε όλες τις αγορές αυτές. Χάρη στη δεσπόζουσα θέση της στην πρώτη αγορά, και την παρουσίας της στη συνδεδεμένη δευτερογενή αγορά, μια επιχείρηση είναι σε θέση να εκμεταλλευτεί την ισχύ που έχει στην πρώτη αγορά και να συμπεριφερθεί ανεξάρτητα από τους πελάτες της στη δεύτερη αγορά»¹³². Επίσης, η καταγγέλλουσα μνημονεύει ότι στον τομέα των τηλεπικοινωνιών, ένας φορέας έχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά υποδομής και σημαντική παρουσία στην κατάντη αγορά υπηρεσιών¹³³. Σημειώνει επίσης ότι έχει κριθεί πως η συγκεκριμένη διαπίστωση ισχύει επίσης όσον αφορά οριζόντιες αγορές, στις οποίες η ανάλυση της αγοράς επικεντρώνεται στη διαπίστωση ύπαρξης στενών δεσμών σύνδεσης, που επιτρέπουν σε επιχείρηση που είναι δεσπόζουσα σε μια αγορά, να συμπεριφέρεται ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές της σε γειτονική αγορά¹³⁴. Επισημαίνει δε ότι η εν λόγω πρακτική συνιστά καταχρηστική άσκηση δικαιώματος των καταγγελλόμενων που χρησιμοποιούν το δικαίωμα ένταξης των συνδρομητών τους στο σχετικό Μητρώο: «για σκοπό που ουσιαστικά αντίκειται, σε κάθε περίπτωση υπερβαίνει τα όρια που θέτει ο κοινωνικός και οικονομικός σκοπός του εν λόγω δικαιώματος» προκειμένου «να αποκλειστούν οι ανταγωνίστριες εταιρείες από ένα ουσιαστικό μέσο προώθησης των προϊόντων/υπηρεσιών τους προς σημαντική μερίδα καταναλωτών και να «κλειδωθούν» οι εν λόγω καταναλωτές στα προϊόντα/υπηρεσίες του ομίλου της καταγγελλόμενης και των συνδεδεμένων ή και συνεργαζόμενων με αυτήν εταιρειών».

192) Με δεδομένα τα μεγέθη, τις οικονομίες κλίμακας και σκοπού, την κάθετη ολοκλήρωση και τα ιδιαίτερα ανεπτυγμένα δίκτυα διανομής και πωλήσεων των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, ως σημειώνει η καταγγέλλουσα, το δυνητικό αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό είναι τεράστιο, καθώς ένας πολύ μεγάλος αριθμός συνδρομητών «κλειδώνεται» άθελά του σε ένα περιβάλλον που προστατεύεται από κάθε επικοινωνία τρίτου για σκοπούς εμπορικής προώθησης προϊόντων και μονοπωλείται από τις εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE και τους συνεργάτες τους. Ως εκ τούτου, η σκοπούμενη και προκαλούμενη στρέβλωση είναι προφανής και σοβαρή και πλήττει σοβαρά την εταιρεία, αναφορικά με τις δραστηριότητες που ασκεί ως πάροχος υπηρεσιών τηλεφωνικού κέντρου, καθώς λειτουργεί για λογαριασμό εταιριών που επιθυμούν να καλούν συνδρομητές για να προωθούν τις υπηρεσίες τους. Εν τέλει, συνιστά αδιαμφισβήτητη παράβαση της ειδικής ευθύνης την οποία έχει η εταιρεία ΟΤΕ να μην περιορίζει τον υφιστάμενο στην αγορά ανταγωνισμό, ούτε να εμποδίζει την ανάπτυξη της σε μια αγορά που ο ανταγωνισμός είναι ήδη εξασθενημένος. Καθώς η εφαρμογή του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011 προϋποθέτει την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης καθώς και την αιτιώδη συνάφεια μεταξύ της εν λόγω δεσπόζουσας θέσης και της εικαζόμενης καταχρηστικής συμπεριφοράς και, παράλληλα, η έννοια της καταχρηστικής εκμετάλλευσης είναι αντικειμενική και αφορά στη συμπεριφορά συγκεκριμένης επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση που δύναται να επηρεάσει τη δομή της αγοράς, όπου συνεπεία αυτής καθαυτής της

¹³² Σελ. 23 Υπομνήματος με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 18209/5-8-2016.

¹³³ Ανακοίνωσης για την εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού σε συμφωνίες πρόσβασης στον τομέα των τηλεπικοινωνιών. Πλαίσιο σχετικές αγορές και αρχές, παρ. 65.

¹³⁴ Παρ. 120 υπόθεσης T/83-91, Tetra Pak κατά Επιτροπής και υπόθεση COMP/M. 2416 Tetra Laval/Sidel.

εν λόγω επιχείρησης, ο βαθμός ανταγωνισμού είναι ήδη μειωμένος, η προσφυγή σε μέσα διαφορετικά εκείνων που διέπουν τον φυσιολογικό ανταγωνισμό έχει ως αποτέλεσμα την παρεμπόδιση της διατήρησης του επιπέδου ανταγωνισμού που ήδη υπάρχει στην αγορά ή την περαιτέρω ανάπτυξη του εν λόγω ανταγωνισμού. Τέλος σημειώνει ότι: «Οι διατάξεις των άρθρων 2 του Ν.3959/2011 και 102 της ΣΛΕΕ απαγορεύουν τη σχετική συμπεριφορά όταν η δεσπόζουσα επιχείρηση διεκδικεί, όπως είναι εν προκειμένω η περίπτωση, όλο και μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς, συρρικνώνει το επίπεδο ανταγωνισμού, αποκλείει τους ανταγωνιστές από τη συμμετοχή και διεκδίκηση του εναπομείναντος μεριδίου, ενισχύοντας ακόμη περισσότερο τη δεσπόζουσα θέση που η ίδια κατέχει, χειραγωγώντας και ελέγχοντας την αγορά».

193) Η εταιρεία επισημαίνει ότι η καταγγελλόμενη συμπεριφορά συνιστά: α) χαρακτηριστική περίπτωση αντι-ανταγωνιστικού αποκλεισμού, β) παρεμποδιστική πρακτική αποκλειστικότητας που παρουσιάζει τα χαρακτηριστικά πρακτικής αποκλειστικότητας, λόγω της παρουσίας στους συνδρομητές ως υποχρεωτικών συμβατικών όρων την εγγραφή στο Μητρώο του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006, εξαιρώντας τις εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE και τους συνεργάτες τους, που δε δύναται να τροποποιήσει μονομερώς και άρα προσχωρεί σε αυτούς, γ) εκμεταλλευτική πρακτική διακριτικής μεταχείρισης αφού, εν τέλει, τίθενται άνισοι όροι ανταγωνισμού μεταξύ της καταγγέλλουσας αφενός και του λιανικού άκρου των καταγγελλόμενων και των συνεργατών τους αφετέρου, καθώς και πρακτική επιβολής καταχρηστικών όρων, μη απαραίτητων για την πραγμάτωση των κοινωνικών τους σκοπών και υπερβαινόντων των ορίων που θέτει η αρχή της αναλογικότητας.

194) Η εταιρεία στο με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 11618/28-04-2017 υπόμνημά της, σημειώνει ότι η καταγγελλόμενη συμπεριφορά των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, αφενός συνομολογήθηκε από τους εκπροσώπους της στη διάρκεια της ακρόασης, αφετέρου διαπιστώθηκε από την ΑΠΔΠΧ με την υπ' αριθμ. 18/2016 απόφασή της. Τέλος, η εταιρεία σημειώνει ότι η καταγγελλόμενη συμπεριφορά των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE επιβεβαιώθηκε από το γεγονός ότι μετά την εφαρμογή από τις καταγγελλόμενες της απόφασης της ΑΠΔΠΧ: «οι εγγεγραμμένοι συνδρομητές στο Μητρώο του άρθρου 11 του ΟΤΕ μειώθηκαν κατά [...] (από [...] τον 11/16 σε [...] τον 01/17), στο δε Μητρώο του άρθρου 11 της COSMOTE μειώθηκαν κατά [...] (από [...] τον 11/16 σε [...] τον 01/17).

195) Στο ίδιο υπόμνημα, η εταιρεία σημειώνει ότι προκειμένου να ανταποκριθεί στις ιδιαίτερες συνθήκες που δημιουργούσε ο περιορισμός της διαθέσιμης πελατειακής βάσης, επιβαρύνθηκε με σημαντικό κόστος και αναγκάστηκε να αναπροσαρμόσει τις διαδικασίες του τηλεφωνικού κέντρου της. Συγκεκριμένα, ο περιορισμός των βάσεων/καταλόγων της οδήγησε σε ταχύτερη εξάντληση των διαθέσιμων κλήσεων και επανάληψη κλήσεων προς τους ίδιους αριθμούς, με άμεσο αντίκτυπο στα ποσοστά πωλήσεων, άρα και στα περιθώρια κέρδους των έργων. [...] (Πίνακας 44).

Πίνακας 44: Εξέλιξη τηλεφωνικών πωλήσεων Mediatel¹³⁵

¹³⁵ Στοιχεία υποβληθέντα με αρ. πρωτ. Mediatel 0229/25-09-2018.

Έτος	Σύνολο Πωλήσεων	Σύνολο εργατοωρών	Ποσοστό υπαλλήλων call center που πραγματοποιούν εξερχόμενες κλήσεις (για πωλήσεις)	Μέσος Όρος πωλήσεων ανά εργατοώρα
2018 (Μέχρι Αύγουστο)	[...]	[...]	[..%]	[...]
A εξάμηνο 2018	[...]	[...]	[..%]	[...]
2017	[...]	[...]	[..%]	[...]
2016	[...]	[...]	[..%]	[...]
2015	[...]	[...]	[..%]	[...]
2014	[...]	[...]	[..%]	[...]
2013	[...]	[...]	[..%]	[...]
2012	[...]	[...]	[..%]	[...]

Πηγή: Mediatel

196) Επίσης, οι περισσότεροι συνδρομητές των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE εκτός Μητρώου, που καλούσε η εταιρεία ήταν σε μεγαλύτερο ποσοστό, σε σχέση με το παρελθόν, συνδρομητές καρτοκινητής, με άμεση συνέπεια στα ποσοστά πωλήσεων, άρα και στα περιθώρια κέρδους των έργων. Προς τεκμηρίωση του σχετικού επιχειρήματος, η εταιρεία αναφέρει ότι στηρίζεται στα λεγόμενα των πελατών κατά τη διάρκεια των κλήσεων, ότι το μέσο κόστος των πελατών καρτοκινητής για την τηλεφωνία τους είναι περίπου [..€] χρησιμοποιώντας 1 κάρτα ανά μήνα. Αντίθετα, το κόστος των πελατών που κατείχαν συμβόλαιο-σύνδεση ανερχόταν περίπου σε [..€]-[.€] ανά μήνα. Επίσης, τα κύρια προϊόντα προώθησης, αναφέρει η καταγγέλλουσα, ήταν συμβόλαια κινητής τηλεφωνίας, επομένως ήταν πιο εύκολο για τις ομάδες πωλήσεων να τα προωθήσουν σε πελάτες που είχαν ήδη συμβόλαια-συνδέσεις, με αποτέλεσμα να υπάρχει σημαντική διαφορά στα ποσοστά πωλήσεων, εμφανώς αυξημένων στις περιπτώσεις των συνδέσεων, και κατ' επέκταση στα περιθώρια κέρδους της εταιρείας. Τέλος, η εταιρεία ανέφερε ότι όταν οι πελάτες καρτοκινητής επιλέγουν συμβολαιακή κινητή, μέσω φορητότητας, προτιμούν συμβόλαια χαμηλότερου κόστους από τους υπόλοιπους συνδρομητές, με βάση μετρήσεις από τις πωλήσεις της εταιρείας MEDIATEL. Όλα αυτά επηρεάζουν τα περιθώρια κέρδους της εταιρείας, γιατί το κόστος του συμβολαίου-παγίου των πελατών συνδέεται με την τιμολόγησή της.

- **Η θέση της εταιρείας CYTA ως προς τον αντίκτυπο (αποκλεισμού) της πρακτικής των εταιρειών ΟΤΕ/COSMOTE**

197) Η εταιρεία CYTA ΑΕ στο με Αρ. Πρωτ ΕΕΤΤ 6596/Φ.960/02-05-2017 υποβληθέν υπόμνημά της, σημειώνει ότι τα κανάλια των τηλεφωνικών πωλήσεων παραμένουν

διαχρονικά το σημαντικότερο κανάλι προσέγγισης των καταναλωτών. Προς επίρρωση του συγκεκριμένου ισχυρισμού, παρουσίασε την αναλογία καταχωρίσεων παραγγελιών των τηλεφωνικών κέντρων, σε σχέση με άλλα κανάλια πώλησης, που ανήκουν σε πολλές κατηγορίες διαφορετικής δυναμικής λ.χ. καταστήματα, μεταπωλητές. Τα στοιχεία για τη Σταθερή Τηλεφωνία φαίνονται στο

[...]

Διάγραμμα 18 και τα στοιχεία για την Κινητή Τηλεφωνία στο [...]

Διάγραμμα 19.

[...]

*Διάγραμμα 18: Εικόνα Δυναμικής Πωλήσεων Call Center για τη CYTA στη σταθερή τηλεφωνία.*¹³⁶

[...]

*Διάγραμμα 19: Εικόνα Δυναμικής Πωλήσεων Call Center για τη CYTA στην κινητή τηλεφωνία.*¹³⁷

198) Η εταιρεία σημειώνει ότι μετά τη μείωση των εγγεγραμμένων συνδρομητών της εταιρείας ΟΤΕ στο Μητρώο του Άρθρου 11, διαπιστώθηκε αύξηση κατά ποσοστό [...%]¹³⁸, στα ποσοστά πελατών που προέρχονταν από την εταιρεία ΟΤΕ, σε σχέση με τα ποσοστά των πελατών, προερχόμενων από τους άλλους παρόχους. Η αύξηση αυτή αφορά τη διαφορά μεταξύ των πωλήσεων για το έτος 2016 και των πωλήσεων για σχεδόν τους πρώτους 8 μήνες του έτους 2017 ([...]

Διάγραμμα 20). Η εταιρεία σημειώνει ότι, πιθανότατα λόγω της υπό κρίση πρακτικής, το ποσοστό ενεργοποιήσεων νέων πελατών προερχόμενων από την εταιρεία ΟΤΕ, σε σχέση με το σύνολο των ενεργοποιήσεων νέων πελατών προερχόμενων από άλλους παρόχους, υπολείπεται σημαντικά του μεριδίου αγοράς, που έχει η εταιρεία ΟΤΕ στο σύνολο των τηλεπικοινωνιακών συνδέσεων της χώρας. Λόγω αυτού του υψηλού μεριδίου της εταιρείας ΟΤΕ, η εν λόγω στρέβλωση έχει, κατά την εταιρεία, σημαντική επίπτωση στη λειτουργία του ανταγωνισμού.

[...]

Διάγραμμα 20: Ενεργοποιήσεις 2014-Αυγустος 2017 ανά πάροχο δότη για τη CYTA.

¹³⁶ Στοιχεία Υποβληθέντα από τη CYTA με το συμπληρωματικό υπόμνημα της με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 6717/Φ.960/04-09-2017.

¹³⁷ Στοιχεία Υποβληθέντα από τη CYTA με το υπόμνημα με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 6596/Φ.960/02-05-2017.

¹³⁸ [...%] ήταν η αντίστοιχη αύξηση για το α τετράμηνο του 2017. Στην περίπτωση αυτή (Αρ Πρωτ. ΕΕΤΤ 6596/Φ.960/02-05-2017) η εταιρεία δηλώνει ότι, αν και πάλι διαπιστώνεται αύξηση, τα στοιχεία είναι προσωρινά και θα είναι ασφαλές να εξαχθούν συμπεράσματα μετά το πέρας του πρώτου εξαμήνου του 2017. Για το λόγο αυτό αναφέρουμε και το νέο μέγεθος στο κείμενο.

199) Η εταιρεία αξιοποιεί τα παραπάνω μεγέθη για να προσεγγίσει την οικονομική ζημία που εκτιμά ότι της δημιούργησε η κρινόμενη πρακτική της εταιρείας ΟΤΕ. Για το σκοπό αυτό, αξιοποιεί την απώλεια του ποσοστού του [..%] της εισερχόμενης από την εταιρεία ΟΤΕ συνδρομητικής βάσης τα προηγούμενα 3 έτη, για να το πολλαπλασιάσει με το σύνολο ενεργοποιήσεων συνδρομητών από την εταιρεία ΟΤΕ, μέσω call center για τα έτη μεταξύ των ετών 2014-2016. Το παραγόμενο μέγεθος, το πολλαπλασιάζει με το μέσο χρόνο παραμονής πελάτη που αποδέχονται οι ελεγκτές και με το μεικτό κέρδος ανά πελάτη, βάση οικονομικών καταστάσεων και καταλήγει σε ένα μέγεθος ζημίας που με βάση τα στοιχεία του συμπληρωματικού της υπομνήματος, ανέρχονται σε €[...] για το εν λόγω χρονικό διάστημα.

200) Επίσης, η εταιρεία σημειώνει ότι για την εταιρεία ΟΤΕ ένας αριθμός [...] (φθινόπωρο 2015) συνδρομητικών αριθμών και για την εταιρεία COSMOTE ένας αριθμός [...] (φθινόπωρο 2015) συνδρομητικών αριθμών, «αποκλείστηκε» από το δικαίωμα να δέχονται εμπορική ενημέρωση μέσω τηλεφώνου από ανταγωνιστές, όχι όμως από τα κανάλια τους και ζημιώθηκαν, καθώς στερήθηκαν το δικαίωμα τους να ενημερώνονται και να επιλέγουν πιο συμφέροντα οικονομικά πακέτα, δημιουργώντας συνθήκες αντι-ανταγωνιστικού αποκλεισμού, εγκλωβισμένοι στα προϊόντα που τους πρότεινε με τον ανωτέρω τρόπο αποκλειστικά η εταιρεία COSMOTE. Ο μονομερής αποκλεισμός της δυνατότητας εμπορικής προσέγγισης των συνδρομητών των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, αποτελεί παράβαση της ειδικής ευθύνης που φέρουν οι επιχειρήσεις με δεσπόζουσα θέση για τη διατήρηση της ανταγωνιστικής διαδικασίας. Δεδομένων των μεριδίων αγοράς που κατέχουν οι εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE, η κρινόμενη πρακτική οδήγησε σε αλλαγή των ισορροπιών στην αγορά υπέρ τους και σε μη διασφάλιση ισότιμων όρων ανταγωνισμού με το λιανικό άκρο της εταιρείας ΟΤΕ και βοήθησε αμφότερες τις εταιρείες ΟΤΕ/COSMOTE στην ανάσχεση πελατολογίου και τη διατήρηση του μεριδίου αγοράς τους.

201) Στο με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 7185/Φ.960/15-10-2018 υπόμνημα της εταιρείας, σε συνέχεια της από 18-07-2018 Ακροάσεως ενώπιον της ΕΕΤΤ, υπεβλήθη πληροφόρηση για το μηνιαίο αριθμό ενεργοποιήσεων για τη χρονική περίοδο από το μήνα Ιανουάριο του 2017 έως το μήνα Ιούλιο του 2018, μέσω του καναλιού των τηλεφωνικών πωλήσεων, ως προς το σύνολο των ενεργοποιήσεων, καθώς και το πλήθος των ενεργοποιήσεων στην εταιρεία CYTA από τις εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE, μέσω του καναλιού των τηλεφωνικών πωλήσεων. Ως αποτέλεσμα, το [...]

Διάγραμμα 20 τροποποιήθηκε ως φαίνεται στο [...]

Διάγραμμα 21. Αυτό σημαίνει ότι αν αξιοποιηθεί η προσέγγιση που προσέφερε η εταιρεία ανωτέρω για την εκτίμηση της οικονομικής ζημίας, τότε το μέγεθος ανέρχεται στα €[...], αν αξιοποιηθεί μόνο το έτος 2017, ενώ κατέρχεται στα €[...], αν ληφθούν υπόψη και οι μήνες του έτους 2018. Σημειώνεται ότι την 10-07-2018, η εταιρεία «VODAFONE-ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΕΕΤ» εξαγόρασε το 100% του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας CYTA. Η εταιρεία προβαίνει και στην παράθεση των σχετικών στοιχείων για την κινητή τηλεφωνία χωρίς όμως, και σε αυτή την περίπτωση να προχωρά σε κάποια εκτίμηση της πιθανολογούμενης ζημίας.

[...]

Διάγραμμα 21: Ενεργοποιήσεις 2014-Ιούλιος 2018 ανά πάροχο δότη για τη CYTA.

202) Παράλληλα, στο ίδιο υπόμνημα παρουσιάζει και την εξέλιξη των επιτυχών κλήσεων, ως προς το σύνολο των τηλεφωνικών κλήσεων (Πίνακας 45), για τις υπηρεσίες σταθερής και κινητής τηλεφωνίας. Εκεί φαίνεται ότι το ποσοστό επιτυχιών στη σταθερή τηλεφωνία είναι πάντα μεγαλύτερο του ποσοστού του [..%], με εξαίρεση το μήνα Φεβρουάριο του έτους 2017. Αντίθετα, στην κινητή τηλεφωνία, το μέγεθος είναι πάντα κάτω από το ποσοστό του [..%] για την ίδια περίοδο.

Πίνακας 45: Επιτυχείς κλήσεις ως προς το σύνολο των τηλεφωνικών κλήσεων

Περίοδος	Υπηρεσία Σταθερής Τηλεφωνίας	Υπηρεσία Κινητής Τηλεφωνίας
Ιαν-17	[..%]	[..%]
Φεβ-17	[..%]	[..%]
Μαρ-17	[..%]	[..%]
Απρ-17	[..%]	[..%]
Μαϊ-17	[..%]	[..%]
Ιουν-17	[..%]	[..%]
Ιουλ-17	[..%]	[..%]
Αυγ-17	[..%]	[..%]
Σεπ-17	[..%]	[..%]
Οκτ-17	[..%]	[..%]
Νοε-17	[..%]	[..%]
Δεκ-17	[..%]	[..%]
Ιαν-18	[..%]	[..%]
Φεβ-18	[..%]	[..%]
Μαρ-18	[..%]	[..%]
Απρ-18	[..%]	[..%]
Μαϊ-18	[..%]	[..%]
Ιουν-18	[..%]	[..%]

Ιουλ-18	[..%]	[..%]
---------	-------	-------

Πηγή: CYTA

203) Επίσης, η εταιρεία παραθέτει και στοιχεία κόστους που αφορούν στη μισθοδοσία για πωλήσεις μέσω των τηλεφωνικών κέντρων, διαφημιστικές και προωθητικές δαπάνες που περιλαμβάνουν δαπάνες προς υπεργολάβους, δηλαδή εξωτερικά τηλεφωνικά κέντρα καθώς και λοιπά συναφή λιανικά στοιχεία κόστους, που εκτιμά ως συναφή για την περίοδο από το έτος 2015 έως και τον Ιούλιο του έτους 2018, χωρίς όμως στοιχεία για το έτος 2014, αν και της ζητήθηκε (Πίνακας 46). Τα στοιχεία αυτά επίσης είναι μη διαχωρισμένα σε αυτά που αφορούν στη σταθερή και στην κινητή τηλεφωνία. Εντούτοις με βάση τα μεγέθη των συνολικών κλήσεων που δόθηκαν για κάθε μήνα του έτους 2017 και μέχρι τον Ιούλιο του έτους 2018, η πλειοψηφία των κλήσεων ([..%] για το έτος 2017 και [..%] για το έτος 2018) αφορά στην κινητή τηλεφωνία.

Πίνακας 46: Στοιχεία κόστους που σχετίζονται με τη λειτουργία των τηλεφωνικών κέντρων για τηλεφωνικές πωλήσεις

Κατηγορία Κόστους	2015	2016	2017	Ιανουάριος-Ιούλιος 2018	Σύνολο
Μισθοδοσία για πωλήσεις (Call Center)	[...]	[...]€	[...]€	[...]€	[...]€
Διαφημιστικές / προωθητικές δαπάνες	[...]	[...]€	[...]€	[...]€	[...]€
Λοιπά Κόστη	[...]	[...]€	[...]€	[...]€	[...]€

Πηγή: CYTA

204) Τέλος, η εταιρεία στο συγκεκριμένο υπόμνημα επισημαίνει ότι κατά το έτος 2017 και μέχρι τον Ιούλιο του 2018, διαπίστωσε (Πίνακας 47) αύξηση συνδρομητών των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE που εντάχθηκαν στο Μητρώο του Άρθρου 11, όμοιας με τη διαπιστωθείσα, κατά τους ισχυρισμούς της, προ της εκκαθάρισης του διαμορφωθέντος Μητρώου στους τελευταίους μήνες του έτους 2016. Ως αποτέλεσμα, η εταιρεία δηλώνει ότι και το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα δεν μπορούσε να προσεγγίσει τους συνδρομητές των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE.

Πίνακας 47: Ενταγμένοι Συνδρομητές στο Μητρώο του άρθρου 11

	ΟΤΕ	COSMOTE	ΣΥΝΟΛΟ
--	-----	---------	--------

Αυγ-17	[...]	[...]	[...]
Σεπ-17	[...]	[...]	[...]
Οκτ-17	[...]	[...]	[...]
Νοε-17	[...]	[...]	[...]
Δεκ-17	[...]	[...]	[...]
Ιαν-18	[...]	[...]	[...]
Φεβ-18	[...]	[...]	[...]
Μαρ-18	[...]	[...]	[...]
Απρ-18	[...]	[...]	[...]
Μαϊ-18	[...]	[...]	[...]
Ιουν-18	[...]	[...]	[...]
Ιουλ-18	[...]	[...]	[...]

Πηγή: CYTA

• **Η θέση της εταιρείας VODAFONE για τον αντίκτυπο (αποκλεισμού) της πρακτικής των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE**

205) Η εταιρεία VODAFONE ΑΕ στο με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 27705/01-12-2016 έγγραφο της υποστηρίζει ότι όπως κρίθηκε με βάση την υπ. αριθμόν 18/16-03-2016 απόφαση της ΑΠΔΠΧ, οι εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE περιόριζαν, και πιθανόν να εξακολουθούσαν να περιορίζουν (και κατά το χρόνο υποβολής της εν λόγω παρέμβασης), σημαντικά την προσέγγιση των πελατών τους από τρίτους, με σκοπό την προώθηση νέων τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών. Ουσιαστικά, ως συνεχίζει, «κλείδωσαν» τη συνδρομητική βάση τους, συμβάλλοντας στο ν' αποτραπεί η μεταστροφή των πελατών τους σε άλλους παρόχους κινητής και σταθερής, δημιουργώντας αντι-ανταγωνιστικό αποκλεισμό, εμποδίζοντας τους να πληροφορηθούν και, ενδεχομένως, να δοκιμάσουν νέα και πιο οικονομικά προϊόντα τρίτων παρόχων, θέτοντας φραγμούς στον ανταγωνισμό και ζημιώνοντας, εν τέλει, τον καταναλωτή. Καθώς μέσω της τηλεφωνικής επικοινωνίας, πραγματοποιείται η προώθηση του μεγαλύτερου ποσοστού τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών τηλεφωνίας και διαδικτύου, η εν λόγω κρινόμενη πρακτική συνέβαλε στη διατήρηση των υψηλών μεριδίων των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE στη σταθερή και κινητή τηλεφωνία.

206) Η εταιρεία, παραθέτει στοιχεία για την πορεία του μεριδίου των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE για τα έτη 2007-2015, σημειώνοντας ότι:

- Ο ρυθμός μεταβολής του μεριδίου αγοράς της εταιρείας ΟΤΕ φθίνει τείνοντας στο 0 για το έτος 2015
- Το μερίδιο αγοράς της εταιρείας COSMOTE παραμένει αμετάβλητο καθώς από το ποσοστό του [...%] στο τέλος του έτους 2013, υποχωρεί στο

[..%] το έτος 2014 και αυξάνεται στο [..%] στο τέλος του έτους 2015, γεγονός που κατά την εταιρεία επιβεβαιώνει ότι η εταιρεία COSMOTE «κλείδωσε» τη συνδρομητική βάση της και επηρεάστηκε ο ανταγωνισμός στην αγορά κινητής τηλεφωνίας.

Επίσης, επισημαίνει ότι με την συγκεκριμένη κρινόμενη πρακτική, ασκείται έμμεση πίεση στους ανταγωνιστές/ τρίτους παρόχους των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, καθώς δεν τους επιτρέπουν να επεκταθούν στις εν λόγω αγορές και παράλληλα βλάπτει τη φήμη τους.

207) Η εταιρεία επισημαίνει ότι αν και περίμεναν τη συμμόρφωση των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE εντός εξαμήνου, κατά το διατακτικό της Απόφασης της ΑΠΔΠΧ, τούτο δε συνέβη. Για το σκοπό αυτό, παραθέτουν διαγραμματική πληροφόρηση για το πλήθος των εγγεγραμμένων συνδρομητικών αριθμών των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, κατά την περίοδο 2015-2016, αποτυπώνοντας τα σχετικά μηνιαία μεγέθη (Πίνακας 48, [...])

Διάγραμμα 22). Καθώς την περίοδο υποβολής της σχετικής παρέμβασης, δεν υπήρχαν στοιχεία για το μήνα Δεκέμβριο του έτους 2016, η εταιρεία VODAFONE σημείωνε ότι τίθεται ζήτημα για τον τρόπο που οι εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE επιβεβαίωσαν τη βούληση των συνδρομητών τους περί ένταξης στο Μητρώο, κατ' εφαρμογή της απόφασης της ΑΠΔΠΧ. Παράλληλα, σημείωνε ότι με βάση τις διαθέσιμες αιτήσεις/συμβάσεις συνδρομής στον διαδικτυακό τόπο Cosmote.gr, δεν προκύπτει σαφώς ο τρόπος με τον οποίο συλλέγεται η βούληση του καταναλωτή για ένταξη στο Μητρώο, κατά τη σύναψη της σύμβασης. Ακόμη, θέτει θέμα ενδεχόμενης διακριτικής μεταχείρισης υπέρ συνδεδεμένης επιχείρησης, εάν οι εταιρείες ΟΤΕ και η COSMOTE κατά τις προωθητικές ενέργειες τους θεωρούσαν «τρίτο μέρος» τη θυγατρική εταιρεία, COSMOTE, και τη μητρική της εταιρεία ΟΤΕ, αντίστοιχα.

Πίνακας 48: Αριθμός εγγεγραμμένων συνδρομητών στο Μητρώο κατά τα έτη 2015-2016 (Πηγή: Υπόμνημα Vodafone)

	Συνδρομητές ΟΤΕ	Συνδρομητές COSMOTE
Ιανουάριος 2015	[...]	[...]
Φεβρουάριος 2015	[...]	[...]
Μάρτιος 2015	[...]	[...]
Απρίλιος 2015	[...]	[...]
Μάιος 2015	[...]	[...]
Ιούνιος 2015	[...]	[...]
Ιούλιος 2015	[...]	[...]
Αύγουστος 2015	[...]	[...]
Σεπτέμβριος 2015	[...]	[...]

Οκτώβριος 2015	[...]	[...]
Νοέμβριος 2015	[...]	[...]
Δεκέμβριος 2015	[...]	[...]
Ιανουάριος 2016	[...]	[...]
Φεβρουάριος 2016	[...]	[...]
Μάρτιος 2016	[...]	[...]
Απρίλιος 2016	[...]	[...]
Μάιος 2016	[...]	[...]
Ιούνιος 2016	[...]	[...]
Ιούλιος 2016	[...]	[...]
Αύγουστος 2016	[...]	[...]
Σεπτέμβριος 2016	[...]	[...]
Οκτώβριος 2016	[...]	[...]
Νοέμβριος 2015	[...]	[...]
Δεκέμβριος 2016	[...]	[...]

Πηγή: VODAFONE

[...]

Διάγραμμα 22: Εξέλιξη εγγεγραμμένων συνδρομητών ΟΤΕ/COSMOTE στο Μητρώο του αρ. 11 την περίοδο 2015-2016. (Πηγή: Υπόμνημα Vodafone)

208) Στη συνέχεια, η εταιρεία με το με Αρ. Πρωτ. 6590/Φ.960/28-04-2017 υπόμνημά της, ανέφερε ότι η μείωση των εγγεγραμμένων συνδρομητών στα Μητρώα των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, μεταξύ των μηνών Μαρτίου και Δεκεμβρίου του έτους 2016, ως αποτέλεσμα της εκκαθάρισης που πραγματοποιήθηκε βάσει της υπ. αριθμόν 18/16-03-2016 απόφασης της ΑΠΔΠΧ και κατόπιν της επιβεβαίωσης της αληθινής βούλησης των συνδρομητών που είχαν σωρηδόν και παρανόμως εγγραφεί στα Μητρώα, αποδεικνύει περίτρανα το μέγεθος της παρανομίας και την έκταση των αντι-ανταγωνιστικών αποτελεσμάτων, ιδίως ως προς τη στέρηση των συνδρομητών των καταγγελλόμενων να πληροφορηθούν για εναλλακτικά προϊόντα, περιορίζοντας τις επιλογές τους και εμποδίζοντας τους να δοκιμάσουν τις ανταγωνιστικές προτάσεις. Η εταιρεία σημειώνει επίσης ότι η συμμόρφωση των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE καθυστέρησε ένα τρίμηνο, καθώς έπρεπε να είχε ολοκληρωθεί έως και το Σεπτέμβριο του έτους 2016. Επίσης, θέτει θέμα διακριτικής μεταχείρισης υπέρ συνδεδεμένης επιχείρησης, στη βάση ότι οι εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE με τη λέξη «τρίτοι» στο σχετικό όρο της σύμβασης-αίτησης συνδρομής για το Μητρώο, εννοούν τις εταιρείες που δεν ανήκουν στον όμιλο ΟΤΕ, με

δεδομένο ότι στις συμβάσεις-αιτήσεις που είναι αναρτημένες στον ιστότοπο Cosmote.gr καταγράφεται ρητώς και κατηγορηματικώς ότι προβαίνουν, στο πλαίσιο της λειτουργικής ενοποίησής τους, σε αμοιβαία επεξεργασία των στοιχείων των συνδρομητών τους, με σκοπό την ενιαία εξυπηρέτηση αυτών. Αυτό σημαίνει ότι η εγγραφή ενός συνδρομητή στο Μητρώο της εταιρείας ΟΤΕ, δε συνεπάγεται την αδυναμία κλήσης του για προωθητικούς σκοπούς εκ μέρους της COSMOTE, και αντίστοιχα ότι η εγγραφή ενός συνδρομητή στο Μητρώο της εταιρείας COSMOTE δε συνεπάγεται την αδυναμία κλήσης του για προωθητικούς σκοπούς εκ μέρους της ΟΤΕ. Η εταιρεία καταλήγει ότι η διακριτική μεταχείριση υπέρ συνδεδεμένης επιχείρησης, επιτείνει τον αντι-ανταγωνιστικό χαρακτήρα της κρινόμενης συμπεριφοράς.

209) Εν συνεχεία, στο ίδιο υπόμνημα, η εταιρεία αναφέρει ότι θεωρεί ότι δε μπορεί να υπάρξουν αξιόπιστα στοιχεία ως βάση υπολογισμού της απώλειας συνδρομητών και των διαφυγόντων κερδών της, προ του έτους 2015, διάστημα. Αυτό οφείλεται στη διαπίστωση ότι η πλήρης εναρμόνιση της αγοράς τηλεπικοινωνιών στις απαιτήσεις της παραγράφου 2 του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006 δεν ολοκληρώθηκε προ του έτους 2014, υπό την έννοια ότι οι πάροχοι δεν είχαν προχωρήσει στην αυτόματη και μηνιαία τακτική μεταξύ τους ανταλλαγή των Μητρώων που τηρούσαν με τους συνδρομητές που είχαν εγγράψει σε αυτά. Η ανωτέρω επιχειρηματολογία έρχεται σε συνέχεια σχετικού ερωτήματος της ΕΕΤΤ, για την εκτίμηση του μεγέθους των πιθανών συνδρομητών της εταιρείας ΟΤΕ, που θα μεταφέρονταν στην εταιρεία VODAFONE, καθώς και των αντίστοιχων εσόδων που θα αποκόμιζε από την εν λόγω πελατειακή βάση. Η εταιρεία σημειώνει ότι οι εκτιμήσεις της αφορούν στα έτη 2015-2016, καθώς στο τέλος του έτους 2016, εκκαθαρίστηκε τελικά το Μητρώο. Για τα έτη αυτά, η εταιρεία εκτιμά σε [...]€ τα διαφυγόντα κέρδη της, εκ των οποίων τα [...]€ για το έτος 2015 και τα [...]€ για το έτος 2016. Για την εκτίμηση αυτού του μεγέθους, η εταιρεία ακολούθησε τα επόμενα βήματα:

- Καταρχάς, υπολόγισε ως ποσοστό τις επιτυχείς πωλήσεις επί της προσβάσιμης συνδρομητικής βάσης των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, δηλαδή το λόγο του αριθμού συνδρομητών των ως άνω εταιρειών που κατάφερε να εγγράψει ως δικούς της συνδρομητές προς τη συνδρομητική βάση των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, που προκύπτει μετά από αφαίρεση των εγγεγραμμένων στο Μητρώο συνδρομητών τους, από τη συνολική συνδρομητική βάση τους.
- Για την ετησιοποίηση των μεγεθών, αξιοποιεί τους μέσους όρους των ανωτέρω μεγεθών. Συγκεκριμένα, ο συνολικός μέσος όρος εγγεγραμμένων συνδρομητών των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE στο Μητρώο είναι [...] για το έτος 2015 και [...] για το έτος 2016 αντίστοιχα (Πίνακας 49). Παράλληλα, οι υπολογισμοί γίνονται σε μέση συνολική συνδρομητική βάση για τις 2 εταιρείες στον αριθμό των [...] για το έτος 2015 και στον αριθμό των [...] για το έτος 2016. Ως αποτέλεσμα, η προσβάσιμη συνδρομητική βάση για το έτος 2015, εκτιμάται σε [...] συνδρομητές και για το έτος 2016 σε [...] (Πίνακας 50).
- Ακολούθως, η εταιρεία εκτιμά (με συντηρητικό τρόπο όπως αναφέρει), ότι το έτος 2015, το ποσοστό επιτυχών πωλήσεων μέσω τηλεφώνου, επί του

συνόλου της προσβάσιμης συνδρομητικής βάσης των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE ανέρχεται στο ποσοστό του [..%] ή σε [...] συνδρομητές, καταναμημένοι κατά ποσοστό [..%] στη σταθερή και κατά [..%] στην κινητή. Τα αντίστοιχα μεγέθη το έτος 2016 είναι [..%] ή σε [...] συνδρομητές καταναμημένοι κατά [..%] στη σταθερή και κατά [..%] στην κινητή. Η συντηρητική εκτίμηση αφορά στη μη συμπερίληψη των νέων συνδρομητών καρτοκινητής και εταιρικών πελατών (Πίνακας 51).

- Εν συνεχεία, αξιοποιώντας το προαναφερθέν ποσοστό επιτυχών πωλήσεων, η εταιρεία εκτιμά τον αριθμό των πωλήσεων που θα μπορούσε να πραγματοποιήσει τα ίδια έτη, εάν είχε πρόσβαση στην εκκαθαρισμένη συνδρομητική βάση των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, την οποία και ονομάζει αληθή προσβάσιμη βάση. Η εν λόγω βάση αριθμεί, κατά την εταιρεία, [...] συνδρομητές για το έτος 2015 και [...] συνδρομητές για το έτος 2016 (Πίνακας 52). Αξιοποιώντας τις αναλογίες συνδρομητών σταθερής και κινητής που περιεγράφηκαν ανωτέρω, η εταιρεία εκτιμά τον αριθμό των συνδρομητών των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE που θα είχε προσελκύσει τα 2 έτη, αν είχε πρόσβαση στην αληθή προσβάσιμη βάση. Εν συνεχεία, εκτιμά τους πελάτες που δεν απέκτησε εξαιτίας της μη πρόσβασης της στην εν λόγω βάση (Πίνακας 53).
- Ακολούθως, η εταιρεία προχωρά σε εκτίμηση της οικονομικής ζημίας που θεωρεί ότι υπέστη, βάσει δυο παραμέτρων: α) της απώλειας συνδρομητών και β) της αξίας κύκλου ζωής συνδρομητή, την οποία και υπολογίζει σε [...]€ για συνδρομητή σταθερής και σε [...]€ για συνδρομητή κινητής. Σημειώνεται ότι, κατόπιν αιτήματος της ΕΕΤΤ¹³⁹, πραγματοποιήθηκε ο υπολογισμός με την χρήση των αντίστοιχων εσόδων, αντί του κύκλου ζωής του συνδρομητή, το οποίο συνήθως υπερβαίνει το έτος, οπότε το οικονομικό αποτέλεσμα που καταχωρείται για τα έτη 2015 και 2016, αφορούν μεγαλύτερο χρονικό ορίζοντα του έτους. Προς το σκοπό αυτό, η εταιρεία προσέφερε 2 εναλλακτικές προσεγγίσεις (Πίνακας 54), ήτοι την εκδοχή με ετήσια διαφυγόντα έσοδα, ως απόρροια της αντι-ανταγωνιστικής πρακτικής των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, κατά τη διάρκεια των ετών 2015-2016 και την εκδοχή με συνολικά διαφυγόντα έσοδα, λαμβάνοντας υπόψιν το ρυθμό απόκτησης πελατών, κατά έτος, ως απόρροια της αντι-ανταγωνιστικής πρακτικής των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, κατά τη διάρκεια των ετών 2015-2016 (Πίνακας 55). Κατά την πρώτη εκδοχή, η εκτιμώμενη οικονομική ζημία ανέρχεται σε [...]€ και στη δεύτερη εκδοχή σε [...]€.

Πίνακας 49: Μέσος όρος εγγεγραμμένων στο Μητρώο συνδρομητών ΟΤΕ & COSMOTE 2015 και 2016 (Πηγή: Υπόμνημα Vodafone)

¹³⁹ Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 19737/13-07-2017.

Καταγελλόμενη εταιρεία	Μέσος όρος εγγεγραμμένων στο Μητρώο Συνδρομητών το 2015	Μέσος όρος εγγεγραμμένων στο Μητρώο Συνδρομητών το 2016
COSMOTE	[...]	[...]
ΟΤΕ	[...]	[...]
Συνολικός μέσος όρος εγγεγραμμένων στο Μητρώο συνδρομητών ΟΤΕ & COSMOTE	[...]	[...]

Πηγή: VODAFONE

Πίνακας 50: Εξέλιξη προσβάσιμης συνδρομητικής βάσης ΟΤΕ & COSMOTE 2015 και 2016 (Πηγή: Υπόμνημα Vodafone)

Τρίμηνο	31-Μαρ	30-Ιουν	30-Σεπ	31-Δεκ	31-Μαρ	30-Ιουν	30-Σεπ	31-Δεκ
	2015				2016			
COSMOTE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΟΤΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ΣΥΝΟΛΟ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Μέσος Όρος 2015				[...]	Μέσος Όρος 2016			[...]
Συνολικός μέσος όρος εγγεγραμμένων στο Μητρώο συνδρομητών ΟΤΕ & COSMOTE 2015				[...]	Συνολικός μέσος όρος εγγεγραμμένων στο Μητρώο συνδρομητών ΟΤΕ & COSMOTE 2016			[...]
Προσβάσιμη Συνδρομητική Βάση 2015				[...]	Προσβάσιμη Συνδρομητική Βάση 2016			[...]

Πηγή: VODAFONE

Πίνακας 51: Αριθμός Επιτυχών Πωλήσεων μέσω τηλεφώνου κατά τα έτη 2015-2016 καθώς και Ποσοστό Επιτυχών Πωλήσεων (Πηγή: Υπόμνημα Vodafone)

Αριθμός συνδρομητών ΟΤΕ και COSMOTE που αποκτήθηκαν μέσω τηλεφωνικής πώλησης («Επιτυχείς Πωλήσεις»)	2015	2016
Σταθερή (Fixed)	[...]	[...]
Κινητή (Mobile)	[...]	[...]
Ποσοστό Σταθερής (Fixed) %	[..%]	[..%]

Ποσοστό Κινητής (Mobile) %	[..%]	[..%]
Σύνολο Σταθερής(Fixed) – Mobile (Κινητής)	[...]	[...]
Ποσοστό Επιτυχών Πωλήσεων μέσω τηλεφώνου ("success rate") επί του συνόλου της «Προσβάσιμης Συνδρομητικής Βάσης»	[..%]	[..%]

Πηγή: VODAFONE

Πίνακας 52: Μητρώο των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE κατόπιν εκκαθάρισης και Αληθούς Προσβάσιμη Βάση (Πηγή: Υπόμνημα Vodafone)

Μητρώο εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE		
κατόπιν εκκαθάρισης (Δεκέμβριος 2016)		
COSMOTE	[...]	
ΟΤΕ	[...]	
Σύνολο Εκκαθαρισμένου Μητρώου	[...]	
	2015	2016
Μέσος όρος συνόλου συνδρομητικής βάσης ΟΤΕ και COSMOTE	[...]	[...]
Μείον σύνολο Εκκαθαρισμένου Μητρώου (Δεκέμβριος 2016)	-[...]	-[...]
«Αληθής Προσβάσιμη Βάση»	= [...]	= [...]

Πηγή: VODAFONE

Πίνακας 53: Εκτίμηση Απώλειας Συνδρομητών (Πηγή: Υπόμνημα Vodafone)

Έτη	2015	2016
Σύνολο πελατών που θα είχαν αποκτηθεί αν το «Ποσοστό Επιτυχών Πωλήσεων» εφαρμοστεί επί της «Αληθούς Προσβάσιμης Βάσης» που θα έπρεπε να είναι εγγεγραμμένη στο Μητρώο των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE	[...]	[...]
εκ των οποίων στη Σταθερή (Fixed)	[...]	[...]
εκ των οποίων στην Κινητή (Mobile)	[...]	[...]

Σύνολο πελατών Σταθερής(Fixed) – Mobile (Κινητής) που αποκτήθηκαν	[...]	[...]
εκ των οποίων στη Σταθερή (Fixed)	[...]	[...]
εκ των οποίων στην Κινητή (Mobile)	[...]	[...]
Απώλεια συνδρομητών	[...]	[...]
εκ των οποίων στη Σταθερή (Fixed)	[...]	[...]
εκ των οποίων στην Κινητή (Mobile)	[...]	[...]

Πηγή: VODAFONE

Πίνακας 54: Εκτίμηση Οικονομικής Ζημιάς (Πηγή: Υπόμνημα Vodafone)

Έτη	2015	2016
Αξία Κύκλου Ζωής (Lifetime Value)	[...]	[...]
Σταθερή (Fixed)	[...]	[...]
Κινητή (Mobile)	[...]	[...]
Διαφυγόντα Κέρδη ως απόρροια της αντιανταγωνιστικής πρακτικής των ΟΤΕ και COSMOTE κατά τη διάρκεια των ετών 2015-2016		
Σταθερή (Fixed)	[...]€	[...]€
Κινητή (Mobile)	[...]€	[...]€
Σύνολο	[...]€	[...]€
Σύνολο διαφυγόντων κερδών	[...]€	

Πηγή: VODAFONE

Πίνακας 55: Εκτίμηση Οικονομικής Ζημιάς βάσει αιτήματος EETT (Πηγή: Vodafone)

Έτη	2015	2016
Απώλεια Συνδρομητών	[...]	[...]
Σταθερή (Fixed)	[...]	[...]
Κινητή (Mobile)	[...]	[...]
Μέσο μηνιαίο έσοδο ανά νέο πελάτη		

Σταθερή (Fixed)	[...]€	[...]€
Κινητή (Mobile)	[...]€	[...]€
Διαφυγόντα (Ετήσια κατά έτος- 12μηνο impact) Έσοδα ως απόρροια της αντιανταγωνιστικής πρακτικής των ΟΤΕ και COSMOTE κατά τη διάρκεια των ετών 2015-2016		
Σταθερή (Fixed)	[...]€	[...]€
Κινητή (Mobile)	[...]€	[...]€
Σύνολο	[...]€	[...]€
Σύνολο διαφυγόντων κερδών	[...]€	
Διαφυγόντα (συνολικά διαφυγόντα έσοδα λαμβάνοντας υπόψιν το ρυθμό απόκτησης πελατών κατά έτος) Έσοδα ως απόρροια της αντιανταγωνιστικής πρακτικής των ΟΤΕ και COSMOTE κατά τη διάρκεια των ετών 2015-2016		
Σταθερή (Fixed)	[...]€	-[...]€
Κινητή (Mobile)	[...]€	-[...]€
Σύνολο	[...]€	[...]€
Σύνολο διαφυγόντων κερδών	[...]€	

Πηγή: VODAFONE

210) Κατά την εταιρεία, το μερίδιο του καναλιού των τηλεφωνικών πωλήσεων σε καθαρές νέες συνδέσεις σταθερής και κινητής ανέρχεται στο ποσοστό του [...%], για το έτος 2015 και στο ποσοστό του [...%] για το έτος 2016. Τα υπόλοιπα κανάλια είναι τα καταστήματα, το διαδίκτυο και η τηλεπώληση. Για το έτος 2015, η εταιρεία κατέγραψε [...] καθαρές νέες συνδέσεις σταθερής και κινητής μέσω τηλεφωνικών πωλήσεων, σε σύνολο [...] πωλήσεων. Οι εν λόγω πωλήσεις δεν αφορούν σε εταιρικούς συνδρομητές και συνδρομητές καρτοκινητής. Παράλληλα, η εταιρεία σημειώνει ότι το κανάλι των τηλεφωνικών πωλήσεων πλεονεκτεί εξαιτίας της ευελιξίας που παρέχει να απευθύνει τις τηλεφωνικές πωλήσεις σε πολλές γεωγραφικές περιοχές και σε διαφορετικές κατηγορίες πελατών (Πίνακας 56).

Πίνακας 56: Μερίδιο του καναλιού των τηλεφωνικών πωλήσεων στις συνολικές πωλήσεις της εταιρείας για τα έτη 2015-2016: Πηγή Vodafone¹⁴⁰

	2015	2016
Σύνολο καθαρών νέων συνδέσεων σταθερής από όλα τα σημεία πώλησης	[...]	[...]
Σύνολο καθαρών νέων συνδέσεων σταθερής μέσω καναλιού τηλεφωνικών πωλήσεων	[...]	[...]
Μερίδιο του Καναλιού τηλεφωνικών πωλήσεων στο σύνολο καθαρών νέων συνδέσεων σταθερής	[..%]	[..%]
Σύνολο καθαρών νέων συνδέσεων κινητής από όλα τα σημεία πώλησης	[...]	[...]
Σύνολο καθαρών νέων συνδέσεων κινητής μέσω καναλιού τηλεφωνικών πωλήσεων	[...]	[...]
Μερίδιο του Καναλιού τηλεφωνικών πωλήσεων στο σύνολο καθαρών νέων συνδέσεων κινητής	[..%]	[..%]
Σύνολο καθαρών νέων συνδέσεων σταθερής και κινητής από όλα τα σημεία πώλησης	[...]	[...]
Σύνολο καθαρών νέων συνδέσεων σταθερής και κινητής μέσω καναλιού τηλεφωνικών πωλήσεων	[...]	[...]
Μερίδιο του Καναλιού τηλεφωνικών πωλήσεων στο σύνολο καθαρών νέων συνδέσεων σταθερής και κινητής	[..%]	[..%]

Πηγή: VODAFONE

211) Περαιτέρω, η εταιρεία αναφέρει ότι η μακροχρόνια, συνδυαστική και συστηματική πρακτική των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE να εγγράφουν τους συνδρομητές τους στο Μητρώο, χωρίς να λαμβάνουν τη ρητή συναίνεσή τους, είχε ως προφανή σκοπό τον αποκλεισμό τους από ανταγωνιστικές προωθητικές ενέργειες, μέσω τηλεφωνικών κλήσεων και την αποστέρηση των συνδρομητών τους από το δικαίωμα πληροφόρησης των εναλλακτικών προϊόντων στην αγορά. Άμεσο αποτέλεσμα αυτής της πρακτικής υπήρξε ο, επί μακρού χρόνου, περιορισμός των επιλογών των συνδρομητών τους, των οποίων ο συνολικός αριθμός προσεγγίζει, αν δεν υπερβαίνει, το ήμισυ της εγχώριας συνδρομητικής αγοράς. Αναφορικά με τους παράγοντες που καταδεικνύουν την καταχρηστικότητα της κρινόμενης συμπεριφοράς της δεσπόζουσας επιχείρησης, η εταιρεία σημειώνει τα διαχρονικά μερίδια των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, επομένως και το ισχυρό της θέσης των, τη διάρκεια εφαρμογής της εξεταζόμενης αντι-ανταγωνιστικής πρακτικής που ξεπερνά τα τρία έτη, ήτοι από τον Οκτώβριο του 2013 έως

¹⁴⁰ Φαίνεται να υπάρχει ένα αριθμητικό λάθος στους υπολογισμούς της εταιρείας για τα συνολικά μεγέθη σταθερής και κινητής στο 2016. Στο υπόμνημα είναι σημειωμένα τα μεγέθη 123.206, 58.122 και 47%.

το Δεκέμβριο του 2016, τη συνδυαστική δράση των δυο καταγγελλόμενων εταιρειών, ήτοι τους πανομοιότυπους όρους και την τακτική «υφαρπαγής» της δήλωσης των συνδρομητών τους για ένταξη τους στο Μητρώο, καθώς και τη σημαντικότητα του καναλιού των τηλεφωνικών πωλήσεων. Τέλος, σημειώνει ως πιθανά αποδεικτικά στοιχεία πραγματικού αποκλεισμού, την εξάλειψη του ρυθμού μείωσης του μεριδίου της εταιρείας ΟΤΕ και τη σταθερότητα που διακρίνει το μερίδιο της εταιρείας COSMOTE.

212) Στο με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 7184/Φ.960/15-10-2018 υποβληθέν υπόμνημα της, η εταιρεία σημειώνει ότι μέσω του καναλιού των τηλεφωνικών πωλήσεων, οι επιτυχείς πωλήσεις προς τους πελάτες των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE ανέρχονταν σε [...] στη σταθερή τηλεφωνία και σε [...] στη συμβολαιακή κινητή τηλεφωνία για το έτος 2017. Τα αντίστοιχα μεγέθη για τους πρώτους επτά (7) μήνες τους έτους 2018 ήταν [...] στη σταθερή και [...] στη συμβολαιακή κινητή. Παράλληλα, το έτος 2017, η εταιρεία κατέγραψε [...] συνολικές επιτυχείς πωλήσεις προς τους πελάτες σταθερής των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE και [...] συνολικές επιτυχείς πωλήσεις προς τους πελάτες κινητής των 2 εταιρειών. Τα αντίστοιχα μεγέθη για τους πρώτους 7 μήνες τους έτους 2018 ήταν [...] στη σταθερή και [...] στη συμβολαιακή κινητή. Ως εκ τούτου, συνάγεται ότι στη σταθερή τηλεφωνία, οι επιτυχείς πωλήσεις/ ενεργοποιήσεις μέσω του καναλιού των τηλεφωνικών πωλήσεων ανέρχονταν στο [...] το έτος 2017 και στο [...] το επτάμηνο του έτους 2018. Αντίστοιχα, στη συμβολαιακή κινητή, τ' αντίστοιχα μεγέθη είναι [...] το 2017 και [...] για το επτάμηνο του έτους 2018.

213) Τέλος, η εταιρεία στο συγκεκριμένο υπόμνημα επισημαίνει ότι κατά το έτος 2017 και μέχρι τον Ιούλιο του 2018, διαπίστωσε αύξηση συνδρομητών των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE που εντάχθηκαν στο Μητρώο του Άρθρου 11, όμοιας με τη διαπιστωθείσα προ της κατά τους ισχυρισμούς της εκκαθάρισης του διαμορφωθέντος Μητρώου, στους τελευταίους μήνες του έτους 2016. Ως αποτέλεσμα, η εταιρεία δηλώνει ότι και το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, δεν ηδύνατο να προσεγγίσει τους συνδρομητές των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE. Επίσης, η εταιρεία παραθέτει και στοιχεία κόστους που αφορούν στη μισθοδοσία για πωλήσεις μέσω των τηλεφωνικών κέντρων, και δαπάνες προς υπεργολάβους, δηλαδή εξωτερικά τηλεφωνικά κέντρα για την περίοδο από το μήνα Απρίλιο του 2015-έως και τον Μάρτιο του 2018, χωρίς εντούτοις στοιχεία για το έτος 2014, αν και της ζητήθηκε (Πίνακας 57). Τα στοιχεία αυτά επίσης είναι μη διαχωρισμένα σε αυτά που αφορούν στη σταθερή και στην κινητή τηλεφωνία.

Πίνακας 57: Στοιχεία κόστους που σχετίζονται με τη λειτουργία των τηλεφωνικών κέντρων για τηλεφωνικές πωλήσεις

Στοιχεία κόστους για Τηλεφωνικά Κέντρα	Οικονομικό έτος 01/04/2015-31/03/2016	Οικονομικό έτος 01/04/2016-31/03/2017	Οικονομικό έτος 01/04/2017-31/03/2018	Οικονομικό έτος 01/04/2018-31/03/2019
	[...]€	[...]€	[...]€	[...]€

Πηγή: VODAFONE

• **Η θέση των καταγγελλόμενων εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE επί της καταγγελλομένης πρακτικής**

214) Η εταιρεία ΟΤΕ ΑΕ και η εταιρεία COSMOTE ΑΕ με τα με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 6591 και 6592/Φ.960/28-04-2017 υποβληθέντα υπομνήματά τους αντίστοιχα, σε συνέχεια της από 21-02-2017 Ακρόασης της ΕΕΤΤ, καταγράφοντας το ιστορικό της υπόθεσης, σημειώνουν ότι η ΑΠΔΠΧ διαπίστωσε τυπικές παραβάσεις, ισχυριζόμενες ότι η ΑΠΔΠΧ: «μολονότι δεν απέκλεισε τον ισχυρισμό περί πλήρους και ικανοποιητικής προφορικής ενημέρωσης των συνδρομητών της, εντούτοις εξειδίκευσε με Απόφασή της τον Κανονισμό και όρισε συγκεκριμένους τρόπους τήρησης του Μητρώου, προκειμένου να αποδεικνύεται αδιαμφισβήτητα και πάντοτε η ορθή τήρηση του. Για το λόγο αυτό η ΑΠΔΠΧ επέβαλε την ελαφρύτερη των ποινών που θα μπορούσε να επιβάλει, δηλαδή επέβαλε απλή σύσταση και υποχρέωση συμμόρφωσης με την ερμηνείας της διάταξης που το πρώτον έδωσε η ΑΠΔΠΧ με την απόφασή της αυτή». Δεν αποδείχθηκε, δηλαδή, ότι οι εταιρείες δεν ενημέρωναν τους καταναλωτές για την ένταξη τους στο Μητρώο, απλώς κρίθηκε ανεπαρκής ο τρόπος απόδειξης της ενημέρωσής τους. Επίσης, αναφέρεται ότι τηρήθηκαν στο ακέραιο οι υποχρεώσεις της εταιρείας «ΟΤΕ ΑΕ», που απορρέουν από τις διατάξεις του Ν. 3471/2006 κατά το υπό κρίση διάστημα, καθώς ως προς το θέμα του Μητρώου, ενημέρωνε τους συνδρομητές για την ύπαρξη του, καθώς και για τις επιλογές τους ως προς αυτό, ενώ στην τελική υπογεγραμμένη γραπτή σύμβαση, την οποία ελάμβανε και ο συνδρομητής, αποτυπωνόταν η επιλογή τους ως προς την καταχώρησή του ή όχι στο Μητρώο. Σε αντίθεση με την περίπτωση του τηλεφωνικού καταλόγου, όπου ο νομοθέτης απαιτεί ρητώς να αναγράφονται όλες οι επιλογές του συνδρομητή στη σύμβαση, ως προς το Μητρώο του Άρθρου 11, δεν υπάρχει σχετική απαίτηση, με αποτέλεσμα ευλόγως να μπορούσε κανείς να υποθέσει πως αρκεί η προφορική ενημέρωση για τις επιλογές και η γραπτή αποτύπωση της τελικής επιλογής του συνδρομητή στη σύμβαση. Εν τέλει, στο πλαίσιο της συμμόρφωσης με τη σχετική απόφαση της ΑΠΔΠΧ, τροποποιήθηκε το σχετικό κείμενο και δημιουργήθηκε χωριστή ενότητα σχετικά με το Μητρώο του Άρ. 11.

Περαιτέρω, η εταιρεία επισημαίνει ότι η τήρηση του Μητρώου του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006 έχει σκοπό την προστασία του καταναλωτή από ανεπιθύμητες απευθείας φωνητικές κλήσεις για διαφημιστικούς λόγους και όχι των ανταγωνιστών. Ως εκ τούτου αναφέρει ότι οι καταγγελίες είναι άνευ αντικειμένου, καθώς οι ανταγωνιστές δεν εμπίπτουν στο προστατευτικό πεδίο του Ν. 3471/2006, η προσπάθειά τους δε να τον επικαλεστούν υπό τον μανδύα του Ν. 3959/2011 και να συνδέσουν την προστασία της ιδιωτικής σφαίρας με τον ανταγωνισμό είναι νόμω αβάσιμη. Άλλωστε, συνεχίζει η εταιρεία, θα ήταν παράλογο να στραφούν εναντίον της όλοι οι εν δυνάμει διαφημιζόμενοι που δε μπορούν να καλέσουν τους εγγεγραμμένους στο Μητρώο.

215) Ακόμη, παρατέθηκαν στοιχεία από τη βάση του Μητρώου του Άρθρου 11, σύμφωνα με τα οποία το μήνα Απρίλιο του έτους 2017, φαίνεται ότι η πλειοψηφία της συνδρομητικής βάσης των εταιρειών WIND, CYTA και FORTHNET είναι εγγεγραμμένοι στο Μητρώο, με ποσοστό της τάξης του [..%], [..%] και [..%] για κάθε μια

εταιρεία αντίστοιχα (Πίνακας 1). Παράλληλα και στην κινητή τηλεφωνία διαπιστώνεται αύξηση των, εγγεγραμμένων στο Μητρώο, χρηστών των εταιρειών VODAFONE και WIND, όπως φαίνεται και από το [...]

Διάγραμμα 12. Με βάση τα στοιχεία του πίνακα αυτού, η εταιρεία ΟΤΕ ισχυρίζεται ότι: «το γεγονός αυτό και μόνο είναι αρκετό για την απόρριψη όλων των υπό κρίση καταγγελιών, καθώς αποδεικνύεται ότι η αληθής βούλησης της μεγάλης πλειοψηφίας των συνδρομητών είναι να μην ενοχλούνται από απευθείας διαφημιστικές κλήσεις και όχι ότι δήθεν οι εταιρείες ΟΤΕ/COSMOTE δεν ενημέρωναν σωστά τους συνδρομητές» τους. Επίσης, αναφέρεται ότι αποδεικνύει επίσης και τον ισχυρισμό ότι η μείωση του αριθμού των εγγεγραμμένων στο Μητρώο συνδρομητών των εταιρειών, οφείλεται αποκλειστικά και μόνο στην απόφαση της ΑΠΔΠΧ, η οποία υποχρέωνε τις εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE να διαγράψουν από το Μητρώο όσους συνδρομητές δεν προέβησαν σε θετική ενέργεια.

Πίνακας 58: Εγγεγραμμένοι Συνδρομητές στο Μητρώο του άρθρου 11 τον Απρίλιο του 2017

Πάροχος	Απρίλιος 2017	%
COSMOTE	[...]	[..%]
ΟΤΕ	[...]	[..%]
Wind Fixed	[...]	~[..%]
CYTA	[...]	~[..%]
FORTHNET	[...]	~[..%]

πηγή ΟΤΕ

216) Επίσης, σημειώνεται ότι προκειμένου να ερευνηθεί τυχόν παράβαση των διατάξεων περί τήρησης του Μητρώου ως αντι-ανταγωνιστική συμπεριφορά, πρέπει να αποδειχθεί καταρχήν κατά πόσο η συγκεκριμένη παράβαση θα μπορούσε να επηρεάσει ουσιαστικά τις αγορές σταθερής τηλεφωνίας και κινητής τηλεφωνίας, κάτι που ούτε ισχύει ούτε αποδείχθηκε εν προκειμένω. Προς επίρρωση του ισχυρισμού τους, οι εταιρείες προσκομίζουν έρευνα αγοράς της εταιρείας «MRB HELLAS-Γραφείο έρευνας αγοράς ΑΕ» που διενεργήθηκε για τους μήνες Ιανουάριο-Φεβρουάριο του έτους 2017, με 2500 τηλεφωνικές συνεντεύξεις σε αντιπροσωπευτικό δείγμα χρηστών τηλεπικοινωνιών, σύμφωνα με την οποία, τα κριτήρια επιλογής μιας εταιρείας σταθερής ή κινητής τηλεφωνίας είναι η οικονομία, το δίκτυο, η εικόνα, η εξυπηρέτηση, η εμπειρία του πελάτη και οι συστάσεις από φίλους. Επομένως, κατά τις εταιρείες, η προσέλκυση της πελατείας στη σταθερή και στην κινητή τηλεφωνία εξαρτάται από το κατά πόσο πληρούνται τα κριτήρια επιλογής τους συγκεκριμένου παρόχου. **Συνεπώς, κάθε άλλος ισχυρισμός είναι αβάσιμος προφανώς, καθώς διαφορετικά, αν δηλαδή ο κύριος τρόπος προσέλκυσης πελατείας είναι οι απευθείας κλήσεις προς τους συνδρομητές άλλων παρόχων, ούτε**

επενδύσεις στο δίκτυο θα χρειάζονταν, ούτε εξυπηρέτηση πελατών, ούτε δίκτυο καταστημάτων, ούτε διαφήμιση. Μόνο σε περίπτωση που δυο ανταγωνιστές είχαν το ίδιο ποσοστό πλήρωσης των ανωτέρω κριτηρίων επιλογής ενός συνδρομητή, θα μπορούσε να εξεταστεί τυχόν επίδραση της απευθείας κλήσης ενός ανταγωνιστή στην πελατειακή βάση του, κάτι που σε καμία περίπτωση δεν ισχύει στην εγχώρια αγορά. Επομένως, κατά τις εταιρείες, δε μπορεί να αποδειχθεί ότι η παράβαση των διατάξεων του Μητρώου έχει τη δυνατότητα να επηρεάσει με οποιονδήποτε τρόπο τον ανταγωνισμό στις αγορές της σταθερής και κινητής τηλεφωνίας. **Μάλιστα, από την ακρόαση αποδείχθηκε ότι η καταγγέλλουσα εταιρεία WIND έχει υπολογίσει αποτέλεσμα μικρότερο του ποσοστού [..%], ως προς τον περιορισμό της ενδεχόμενης πελατειακής βάσης και των αντίστοιχων εσόδων της για τα έτη 2014-2015.** Για το λόγο αυτό, οι 2 εταιρείες σημειώνουν, ότι ως οι καταγγέλλουσες τόνισαν στην ακροαματική διαδικασία ότι η παράβαση του ανταγωνισμού δεν προϋποθέτει απόδειξη της ζημίας, είναι γιατί δεν μπορούν να την αποδείξουν. Ως εκ τούτου, προκύπτει ότι η παράβαση των διατάξεων περί του Μητρώου, δε θα μπορούσε να επηρεάσει τον ανταγωνισμό στη σταθερή και στην κινητή τηλεφωνία.

217) Επίσης, οι εταιρείες σημειώνουν ότι η εταιρεία COSMOTE δεν έχει δεσπόζουσα θέση και συνεπώς δεν τίθεται θέμα κατάχρησης. Παράλληλα, οι ισχυρισμοί της δεσμοποίησης από την καταγγέλλουσα VODAFONE αποκλείστηκαν ρητώς από την εξέταση στο πλαίσιο της παρούσας ακρόασης. Επί των ισχυρισμών περί της διάρκειας της παράβασης, οι εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE επισημαίνουν αφενός, ότι δεν υπήρξε ζημία των καταγγελλουσών, και αφετέρου ότι οι εταιρείες συμμορφώθηκαν άμεσα με την απόφαση της ΑΠΔΠΧ, στην οποία είχε παραπέμψει η ΕΕΤΤ τη σχετική καταγγελία της WIND. Η διάρκεια της ενώπιον της ΑΠΔΠΧ διαδικασίας, δε μπορεί σε καμία περίπτωση να καταλογιστεί στις καταγγελλόμενες. Η προσαρμογή των διαδικασιών που ακολούθησαν οι καταγγελλόμενες για την εγγραφή των συνδρομητών τους στο Μητρώο του Άρθρου 11 ολοκληρώθηκαν σε 2 μήνες και 20 ημέρες, από την κοινοποίηση της απόφασης της ΑΠΔΠΧ, το γεγονός δε ότι η πλήρης συμμόρφωση τους με την απόφαση της ΑΠΔΠΧ για την επιβεβαίωση των υπαρχουσών δηλώσεων ένταξης των συνδρομητών τους στο Μητρώο, καθυστέρησε περαιτέρω της ταχθείσας προθεσμίας, οφείλεται αποκλειστικά και μόνο σε τεχνικούς λόγους, όπως η πολυπλοκότητα των σχετικών συστημάτων και διαδικασιών για τη διαχείριση μεγάλου πλήθους πελατών, ζητήματα τα οποία είναι γνωστά στον ανταγωνισμό και από τη δική τους σχετική δραστηριοποίηση. Οι ανταγωνιστές αναφέρονται στο συγκεκριμένο θέμα της δήθεν καθυστέρησης συμμόρφωσης, προς δημιουργία εντυπώσεων.

218) Οι 2 εταιρείες σημειώνουν επίσης ότι οι μεγάλες αποκλίσεις του διαγράμματος με την εξέλιξη της βάσης του Μητρώου που προσκόμισε η εταιρεία WIND, οφείλεται στο γεγονός ότι ελάχιστοι συνδρομητές προβαίνουν άμεσα σε δική τους ενέργεια, μετά από ενημερωτικά μηνύματα, καθώς είτε δε διαβάζουν/ δε δίνουν σημασία στο μήνυμα είτε αμελούν να ενεργήσουν, είτε δεν απαντούν στην κλήση. Αναφέρεται ενδεικτικά ότι σε ενημερώσεις μέσω γραπτού μηνύματος που απεστάλησαν στο παρελθόν, όπου καλούνται οι πελάτες της εταιρείας COSMOTE να στείλουν μήνυμα για να ενεργοποιήσουν δώρο επικοινωνίας κινητής, ανταποκρίνεται συνήθως ποσοστό μικρότερο του [..%]. Επιπλέον, λόγω του περιορισμένου χρονικού διαστήματος και του υψηλού κόστους των μηχανισμών

αποστολής αυτοματοποιημένων ενημερώσεων, δεν κατέστη δυνατό να πραγματοποιηθούν αυτοματοποιημένες ενημερώσεις στους πελάτες που δεν ανταποκρίθηκαν στην πρώτη ενημέρωση. Καθώς η ΑΠΔΠΧ όρισε πως όποιος συνδρομητής δεν προβεί σε θετική ενέργεια, πρέπει να διαγραφεί από το Μητρώο, οι 2 εταιρείες εκτιμούν ότι τα διαγράμματα που προσκόμισε η εταιρεία WIND δεν απεικονίζουν την αληθή βούληση των συνδρομητών τη συγκεκριμένη χρονική στιγμή της ακρόασης, και κανένα ασφαλές συμπέρασμα δε θα μπορούσε να εξαχθεί προ της παρέλευσης ενός ακόμη εννεαμήνου. Οι εταιρείες καταλήγουν ότι αδιαμφισβήτητα συμμορφώθηκαν στην Απόφαση της ΑΠΔΠΧ.

219) Περαιτέρω, σημειώνεται ότι ο συνδρομητής της εταιρείας COSMOTE από την έναρξη της ισχύος της νέας διάταξης του Άρθρου 11 Ν. 3471/2006, είχε τη δυνατότητα να δηλώσει με ξεχωριστή αίτησή την επιθυμία για εγγραφή ή διαγραφή από το εν λόγω Μητρώο. **Από τις 21/10/2013** και έπειτα, δόθηκε η δυνατότητα εγγραφής ή μη και κατά τη διαδικασία της ανανέωσης της σύμβασης. Στους νέους συνδρομητές της εταιρείας COSMOTE, η σχετική δυνατότητα δόθηκε **στις 24/03/2014** και στους συνδρομητές της καρτοκινητής κατά την ταυτοποίηση της σύνδεσής τους από την 16/06/2014 και έπειτα. Συγκεκριμένα, κατά την επίσκεψη του συνδρομητή ή του υποψήφιου συνδρομητή αντίστοιχα σε κατάσταση δικτύου, με σκοπό την ανανέωση της υφιστάμενης σύμβασης, τη σύναψη νέας ή την ταυτοποίηση καρτοκινητής σύνδεσης, ο πωλητής του καταστήματος, σύμφωνα με ρητές οδηγίες της εταιρείας COSMOTE, όφειλε να ενημερώνει τον συνδρομητή αναφορικά με τη δυνατότητα εγγραφής του στο Μητρώο. Στη συνέχεια, ο συνδρομητής δήλωνε αν επιθυμεί την εγγραφή του ή μη στο Μητρώο και ο υπάλληλος καταχωρούσε τη σχετική επιθυμία του συνδρομητή στο σύστημα παραγγελιοληψίας της εταιρείας και εκτύπωνε την αντίστοιχη σύμβαση. Οι επιλογές που δίνονταν ήταν τρεις: α) να μη λαμβάνει τηλεφωνικές κλήσεις για την προώθηση προϊόντων/υπηρεσιών και για συναφείς διαφημιστικούς σκοπούς από τρίτους, πλην της εταιρείας COSMOTE, β) να μη λαμβάνει τηλεφωνικές κλήσεις, για τους ως άνω διαφημιστικούς σκοπούς από οποιονδήποτε, και γ) να λαμβάνει τηλεφωνικές ενημερώσεις για την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών. Στο έντυπο της σύμβασης που εκτυπωνόταν, εμφανιζόταν και αντίστοιχο με τη δήλωση του συνδρομητή λεκτικό, που αποτύπωνε την επιθυμία του σχετικά με την εγγραφή ή μη στο Μητρώο. Επομένως, η πρωτοβουλία για την υποβολή της βούλησης του συνδρομητή, σχετικά με την ένταξη ή μη στο Μητρώο, ανήκε αποκλειστικά και μόνο στο συνδρομητή, τόσο κατά την υπογραφή/ανανέωση της σύμβασης συνδρομητή ή την ταυτοποίηση καρτοκινητού, όσο και με τη δυνατότητα υποβολής ξεχωριστής αίτησης ένταξης ή διαγραφής από το Μητρώο. Μετά την απόφαση της ΑΠΔΠΧ, η αίτηση τροποποιήθηκε για να ακολουθεί τις σχετικές υποδείξεις της Αρχής. Η ξεχωριστή αίτηση εγγραφής/διαγραφής από το Μητρώο υπήρχε και ήταν διαθέσιμη για όλους τους συνδρομητές, από την έναρξη ισχύος του Μητρώου Άρθρου 11. Τον Οκτώβριο του έτους 2013, ξεκίνησε καμπάνια ενημέρωσης των συνδρομητών για τη δυνατότητα ένταξης τους. όταν εκείνοι προσέρχονταν για να καταθέσουν αίτηση ανανέωσης, με σκοπό να προστατευθούν από κλήσεις προώθησης προς αποφυγή όχλησής τους. Αντίστοιχη καμπάνια για τους νέους πελάτες συμβολαίου και τους νέους πελάτες καρτοκινητής, ξεκίνησε το μήνα Μάρτιο του 2014 και τον Ιούνιο του 2014.

220) Για τους συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ, αναφέρονται τα ακόλουθα, ως εξήγηση στο γιατί δεν υπήρχε ξεχωριστή αίτηση εγγραφής/διαγραφής συνδρομητή από το Μητρώο, αλλά αντιθέτως επιλέχθηκε η προδιατυπωμένη συναίνεση του πελάτη της εταιρείας ΟΤΕ, στην επικοινωνία με την εταιρεία και τους συνεργάτες της, κατά την υπογραφή της αίτησης/ σύμβασης παροχής υπηρεσιών, κατά το χρονικό διάστημα από το έτος 2013 έως και το τέλος του έτους 2015. **Η ξεχωριστή αίτηση εγγραφής/διαγραφής από το Μητρώο υπήρχε και ήταν διαθέσιμη για όλους τους συνδρομητές, από την έναρξη ισχύος του Μητρώου του Άρθρου 11.** Το μήνα Οκτώβριο του 2013, ξεκίνησε καμπάνια ενημέρωσης των συνδρομητών για τη δυνατότητα ένταξης τους, όταν εκείνοι προσέρχονταν για να καταθέσουν αίτηση ενεργοποίησης σύνδεσης ή ανανέωσης της σύμβασής τους, με σκοπό να προστατευθούν από κλήσεις προώθησης προς αποφυγή της όχλησης τους. Για τεχνικούς λόγους, από το μήνα Οκτώβριο του 2013 έως το μήνα Ιούλιο του 2014, η διαφοροποίηση μέσω συστήματος εγγραφής της σύνδεσης πελάτη στο Μητρώο ταυτόχρονα με την παραγγελία ή ανανέωσής σύνδεσης δεν ήταν εφικτή. Για να υποστηριχθεί η νέα διαδικασία ενημέρωσης και εγγραφής στο Μητρώο, τροποποιήθηκαν οι έντυπες αιτήσεις, εισάγοντας σχετικό κείμενο ενημέρωσης για το Μητρώο και διατηρήθηκαν οι αιτήσεις/δηλώσεις ένταξης/διαγραφής στο Μητρώο. Επομένως, η διαγραφή ή η πλήρης ένταξη στο Μητρώο του Άρ.11, γινόταν μόνο με την αίτηση διαγραφής. Εντούτοις, η εταιρεία σημειώνει ότι η πρωτοβουλία εγγραφής στο Μητρώο ανήκε αποκλειστικά στον συνδρομητή, αφού προηγείτο ενημέρωση από τους εκπροσώπους πωλήσεων της εταιρείας. Από το μήνα Ιούλιο του έτους 2014, υπήρχε πλέον η τεχνική δυνατότητα να καταχωρείται στο σύστημα η επιθυμία πελάτη για εγγραφή ή όχι εγγραφή στο Μητρώο, ταυτόχρονα με την αίτηση νέας σύνδεσης ή ανανέωσης. Εντούτοις, δεν είχε συμπεριληφθεί η αποτύπωση της επιλογής πελάτη στην έντυπη αίτηση, καθώς απαιτείτο η αλλαγή [...] αιτήσεων, έργο που κρίθηκε μεγάλο και προγραμματίστηκε για το έτος 2016. Σε πραγματικό χρόνο, ο εκπρόσωπος ενημέρωνε τον πελάτη και καταχωρούσε την επιθυμία του για εγγραφή ή όχι εγγραφή στο Μητρώο στο σύστημα και εάν ο πελάτης ζητούσε αποδεικτικό στοιχεία για τη μη εγγραφή τους στο Μητρώο του Άρθρου 11, τότε συμπληρωνόταν χειρόγραφα αίτηση διαγραφής από το Μητρώο. Εν τέλει, το έργο αποτύπωσης της επιλογής πελάτη για το Μητρώο στις έντυπες αιτήσεις υλοποιήθηκε και μπήκε σε παραγωγική εφαρμογή στις 06/11/2015 για τις κύριες αιτήσεις και στις 06/12/2015 για τις υπόλοιπες αιτήσεις. Σε όλο το διάστημα από το μήνα Οκτώβριο του 2013 έως τον Δεκέμβριο του 2015, διατηρήθηκε η λειτουργικότητα ένταξης ή διαγραφής από το Μητρώο, μέσω της ξεχωριστής αίτησης ένταξης/διαγραφής σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή το επιθυμούσε ο πελάτης.

221) Για την εταιρεία COSMOTE, μέχρι και τις 20/10/13 εντάσσονταν στο Μητρώο, όσοι πελάτες υπέβαλλαν αίτημα ένταξης στο Μητρώο ή εξέφραζαν παράπονα για λήψη τηλεφωνικών κλήσεων, μέσω αίτησης σε κατάσταση του δικτύου ή τηλεφωνώντας στην Εξυπηρέτηση Πελατών. Από τις 21/10/13, ενημερώνονται οι υφιστάμενοι πελάτες και τους δίνεται η δυνατότητα να ενταχθούν στο Μητρώο. Από τις 24/03/2014, ενημερώνονται οι νέοι πελάτες συμβολαίου και τους δίνεται η δυνατότητα να ενταχθούν στο Μητρώο. Από τις 16/06/2014 ενημερώνονται οι νέοι πελάτες καρτοκινητής και τους δίνεται η δυνατότητα να ενταχθούν στο Μητρώο. Από τις 05/10/2015 γίνονται αλλαγές στις αιτήσεις προκειμένου οι πελάτες να μπορούν να δουν στην αίτηση που υπέγραψαν

τις επιλογές για το Μητρώο του Άρθρου 11. Από τις 06/06/2016, η ένταξη στο Μητρώο του Άρθρου 11 γινόταν μόνο μέσω της αίτησης νέας σύνδεσης συμβολαίου ή ταυτοποίησης στοιχείων πελάτη για το Καρτοκινητό ή νέας σύνδεσης καρτοκινητού από φορητότητα ή μέσω της ένταξης/διαγραφής στο Μητρώο. Σταματά η εγγραφή στο Μητρώο, μέσω της αίτησης ανανέωσης και δημιουργείται ξεχωριστή ενότητα και ξεχωριστή υπογραφή για το Μητρώο του Άρθρου 11. Επίσης, η εταιρεία σημειώνει ότι σύμφωνα με την υφιστάμενη κατάσταση της συνδρομητικής βάσης, από τους [...] συνδρομητές που από τον Οκτώβριο του 2013 σύνηψαν νέες συμβάσεις ή ανανέωσαν τις υφιστάμενες, [...] νέες συνδέσεις και [...] ανανεώσεις, οι [...] συνδρομητές έχουν επιλέξει να μην ενταχθούν στο Μητρώο του Άρθρου 11, ήτοι ένα ποσοστό περί του [..%]. Το ανωτέρω γεγονός κατά την εταιρεία, δεν αφήνει καμιά αμφιβολία ότι η εταιρεία δίνει τη δυνατότητα στους συνδρομητές που το επιθυμούν να μην εγγραφούν στο Μητρώο.

222) Για την εταιρεία ΟΤΕ αντίστοιχα, η αντίστοιχη διαδικασία ενημέρωσης των πελατών για τις δυνατότητες επιλογής ένταξης τους στο Μητρώο του Άρθρου 11, έχει διαφοροποιηθεί από το μήνα Ιανουάριο του 2013 έως σήμερα. Συγκεκριμένα, μέχρι τις 10/09/2013 εντάσσονται στο Μητρώο, όσοι πελάτες υπέβαλαν αίτημα ένταξης στο Μητρώο ή εξέφραζαν παράπονο για λήψη τηλεφωνικών κλήσεων σε ένα από τα κανάλια πωλήσεων της εταιρείας ΟΤΕ, που απαιτούν τη φυσική παρουσία του πελάτη, όπως καταστήματα ΟΤΕ, διαχειριστής επιχειρησιακού πελάτη. Δηλαδή, δεν υπήρχε διαδικασία προληπτικής ενημέρωσης των πελατών ΟΤΕ για τις δυνατότητες επιλογής ένταξης τους στο Μητρώο από τους εκπροσώπους των Καταστημάτων και της εξυπηρέτησης πελατών. Παράλληλα, υπήρχε και υπάρχει ως σήμερα η δυνατότητα διαγραφής από το Μητρώο μέσω σχετικής αίτησης. Από τις 11/09/2013, η ένταξη ή διαγραφή αριθμού πελάτη στο Μητρώο του Άρθρου 11 μπορούσε πλέον να γίνεται μετά από τηλεφωνική επικοινωνία του πελάτη με εκπρόσωπο της εξυπηρέτησης πελατών, μέσω της σχετικής αίτησης ένταξης διαγραφής από το Μητρώο. Από τις 07/10/2013 γίνεται ενημέρωση του πελάτη για δυνατότητα ένταξης στο Μητρώο κατά τη διαδικασία σύναψης σύμβασης νέας σύνδεσης ή και ανανέωσης σύνδεση τηλεφωνίας/Internet σε κατάσταση ή τηλεφωνικά στο τηλεφωνικό κέντρο. Η εγγραφή στο Μητρώο γινόταν μια φορά στο τέλος του μήνα. Από τις 14/07/2014, ίσχυε η ίδια διαδικασία ενημέρωσης, αλλά η εγγραφή του αριθμού στο Μητρώο, γίνεται με την ολοκλήρωση της υλοποίησης της αίτησης στο νέο σύστημα παραγγελιοληψίας. Από τις 06/11/2015, η επιλογή του πελάτη για το Μητρώο του Άρθρου 11, αποτυπώνεται δυναμικά στις έντυπες αιτήσεις, ανάλογα με την καταχώρηση στο σύστημα παραγγελιοληψίας. Τέλος από τις 06/06/2016, η ένταξη στο Μητρώο του Άρθρου 11 γίνεται μέσω της κατάλληλης επιλογής στην αίτηση νέας τηλεφωνικής σύνδεσης ή μέσω της αίτησης ένταξης/διαγραφής από το Μητρώο, ή μεταβίβασης της σύνδεσης ή αλλαγής τηλεφωνικού αριθμού ή μεταφοράς γραμμής με αλλαγή αριθμού. Παράλληλα, σταματά η δυνατότητα εγγραφής στο Μητρώο μέσω της αίτησης ανανέωσης, νέας ευρυζωνικής σύνδεσης ή αλλαγής προγράμματος. Σχηματοποιείται ξεχωριστή ενότητα και ξεχωριστή υπογραφή για το Μητρώο 11 στις συμβάσεις/αιτήσεις.

Με την με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 6707/Φ.960/28-08-2017 επιστολή της/υπόμνημα, η εταιρεία COSMOTE απάντησε στο ερώτημα της ΕΕΤΤ εάν η εγγραφή ενός συνδρομητή της Cosmote στο Μητρώο του Άρθρου 11 συνεπάγεται ή όχι αδυναμία κλήσης του από την εταιρεία ΟΤΕ για προωθητικούς σκοπούς, καθώς στην ιστοσελίδα του Ομίλου ΟΤΕ στην

ενότητα για τα Προσωπικά Δεδομένα των συνδρομητών αναφέρεται ότι: «Ο Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος (OTE A.E.) και η COSMOTE ΚΙΝΗΤΕΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ A.E., με έδρα στη λεωφόρο Κηφισίας 99, Μαρούσι 15124, στο πλαίσιο της σταδιακής λειτουργικής ενοποίησής τους, ενημερώνουν ότι έχουν προχωρήσει σε αμοιβαία επεξεργασία των αρχείων προσωπικών δεδομένων των συνδρομητών τους που δεν έχουν δηλώσει την αντίρρησή τους με την ενέργεια αυτή, με σκοπό την βέλτιστη παροχή των υπηρεσιών τους και την ενιαία εξυπηρέτησή τους». Συγκεκριμένα, η εταιρεία απάντησε ότι: «η σχετική αναφορά περί αμοιβαίας επεξεργασίας των αρχείων προσωπικών δεδομένων από OTE AE και COSMOTE AE, δεν επηρεάζει καθόλου τον τρόπο που λειτουργούμε ως προς το Μητρώο 11. Οι δυο εταιρείες συντηρούν δυο διαφορετικές λίστες μητρώου 11 και λαμβάνουν υπόψη κατά τις επικοινωνίες τους με πελάτες (η κάθε μια ξεχωριστά) με τον ίδιο τρόπο που λαμβάνουν υπόψη και τις λίστες Μητρώου 11 οποιουδήποτε άλλου παρόχου».

223) Στο ίδιο έγγραφο, η εταιρεία προσέφερε πληροφόρηση για την εξέλιξη της συνδρομητικής βάσης, εντός και εκτός Μητρώου του Άρ. 11 ([...]

Διάγραμμα 1), καθώς και κατανομή της συνδρομητικής βάσης της σε πελάτες συμβολαίου και πελάτες καρτοκινητής. Στο εν λόγω διάγραμμα διαπιστώνεται ότι, μ' έναρξη το τέταρτο τρίμηνο του έτους 2014, λαμβάνει μια ραγδαία άνοδο του πλήθους των εγγεγραμμένων συνδρομητών της εταιρείας εντός του Μητρώου του Άρ. 11 [..%], η οποία κορυφώνεται στο τέλος του τέταρτου τριμήνου του έτους 2015 [..%] και έκτοτε υποχωρεί, στην αρχή με αργούς ρυθμούς ως το τέλος του τρίτου τριμήνου του έτους 2016 [..%], το τελευταίο τρίμηνο τους 2016 καταρακυλάει στο [..%] και έκτοτε ξεκινάει μια ανοδική πορεία μέχρι και το [..%] στο τέλος του δεύτερου τριμήνου του έτους 2018. Ακόμη, η εταιρεία ανέφερε ότι: «δεν διατηρείται ιστορική εικόνα για τους συνδρομητές που δεν ήταν ενταγμένοι στο Μητρώο σχετικά με διαχωρισμό σε συνδρομητές συμβολαίου και καρτοκινητής καθώς οι μηνιαίες λίστες Μητρώου 11 περιλαμβάνουν μόνο τηλεφωνικό αριθμό. Πραγματοποιήθηκε ανάλυση και έγινε ο διαχωρισμός ανά τρίμηνο με βάση την τρέχουσα εικόνα της σύνδεσης πελάτη, αν είναι συμβόλαιο ή καρτοκινητό ή αν δεν υφίσταται πλέον στο δίκτυο COSMOTE (ανενεργός αριθμός)». Με βάση τη συγκεκριμένη πληροφόρηση, φαίνεται ότι είτε ποσοστιαία είτε σε απόλυτα μεγέθη, την υπό κρίση περίοδο, οι εγγεγραμμένοι συνδρομητές στο Μητρώο του Άρ. 11 προέρχονταν τόσο από την προπληρωμένη, όσο και από τη συμβολαιακή κινητή, με τους δεύτερους να συνιστούν την πλειοψηφία ([...]

Διάγραμμα 2). Σε απόλυτα μεγέθη η ανωτέρα τάση αναστρέφεται από το τρίτο τρίμηνο του έτους 2017, δηλαδή περισσότεροι συνδρομητές καρτοκινητής είναι εγγεγραμμένοι στο Μητρώο του Άρ. 11 από τους συνδρομητές συμβολαίου ([...]

Διάγραμμα 3). Αυτό ποσοστιαία δεν είναι ορατό και αλλάζει, δεδομένου ότι στην εγχώρια αγορά, οι συνδρομητές καρτοκινητής είναι υπερδιπλάσιοι των συνδρομητών συμβολαίου, με αποτέλεσμα να χρειάζεται υπερδιπλάσιο μέγεθος συνδρομητών καρτοκινητής, για να φανεί και ποσοστιαία η αντιστροφή. Παράλληλα, η εταιρεία έδωσε πληροφόρηση και για το πλήθος των συνδρομητών της, με τους οποίους είχε τη δυνατότητα να επικοινωνήσει μαζί τους μόνο η εταιρεία COSMOTE, δεδομένης της σχετικής δήλωσης τους στη σύμβαση (Πίνακας 2). Η εταιρεία για το συγκεκριμένο ζήτημα ανέφερε ότι: «Για την

συγκεκριμένη πληροφορία δεν διατηρείται ιστορικήτητα αλλά μόνο η τρέχουσα εικόνα πελάτη, η οποία λαμβάνεται υπόψη για τις επικοινωνίες. Ενδεικτικά, συμπεριλήφθηκαν τα πλήθη για δυο μήνες του 2015 και των 2 τελευταίων μηνών. Ο διαχωρισμός σε συνδρομητές συμβολαίου και συνδρομητές καρτοκινητής έγινε με βάση την τρέχουσα εικόνα του πελάτη, γι' αυτό υπάρχει και πλήθος συνδρομητών που δεν είναι πλέον στο δίκτυο COSMOTE (ανενεργοί)».

224) Παράλληλα, η εταιρεία παρείχε πληροφόρηση για το πλήθος των κλήσεων που πραγματοποίησε σε συνδρομητές εκτός Μητρώου του ανταγωνισμού και σε συνδρομητές της που είτε ήταν εγγεγραμμένοι, αλλά επιθυμούσαν να δέχονται κλήσεις μόνο από την COSMOTE, είτε δεν ήταν εγγεγραμμένοι στο Μητρώο κατά το διάστημα από τον Ιανουάριο του 2013 έως και τον Μάρτιο 2017. Για την πρώτη κατηγορία, ήτοι τους συνδρομητές του ανταγωνισμού, η εταιρεία ανέφερε ότι: «Δεν μπορεί να γίνει διαχωρισμός των κλήσεων σε κλήσεις σε συνδρομητές συμβολαίου και σε κλήσεις σε συνδρομητές καρτοκινητής, γιατί δεν είναι διαθέσιμη αυτή η πληροφορία (δεν γνωρίζουμε αν ο συνδρομητής παρόχου είχε σύνδεση συμβολαίου ή καρτοκινητής στον πάροχο που ανήκε όταν έγινε η κλήση)». Ακόμη, για τη δεύτερη κατηγορία, αφού σημειώσει ότι όλες οι κλήσεις αφορούν σε συνδρομητές καρτοκινητής, γιατί δεν είχαν γίνει στο εν λόγω χρονικό διάστημα κλήσεις σε συνδρομητές συμβολαίου, σημειώνει ότι παραθέτει στοιχεία για αυτές τις δυο ομάδες συνδρομητών, γιατί δεν υπάρχει η δυνατότητα διαχωρισμού των δυο κατηγοριών κλήσεων, ήτοι σε μη εγγεγραμμένους στο Μητρώο συνδρομητές της και σε εγγεγραμμένους στο Μητρώο, αλλά μ' επιθυμία να δέχονται κλήσεις από την εταιρεία COSMOTE (Πίνακας 3). Αντίστοιχη πληροφόρηση παρείχε και η εταιρεία ΟΤΕ (Πίνακας 4).

[...]

Διάγραμμα 23: Εξέλιξη εγγεγραμμένων μελών της Συνδρομητικής Βάσης COSMOTE εντός η εκτός του Μητρώου του αρ.11, πηγή COSMOTE

[...]

Διάγραμμα 24: Ποσοστό Κατηγορίας Συνδρομητών Κινητής COSMOTE εντός Μητρώου του αρ. 11, πηγή COSMOTE

[...]

Διάγραμμα 25: Πλήθος ανά Κατηγορία Συνδρομητών Κινητής COSMOTE εντός Μητρώου του αρ. 11, πηγή COSMOTE

Πίνακας 59: Συνδρομητές με επικοινωνία μόνο από την COSMOTE

		Σύνολο συνδρομητών	% στη βάση	Συνδρομητές Συμβολαίου	% στη βάση	Συνδρομητές Καρτοκινητής	% στη βάση	Ανενεργοί
Συνδρομητές με επικοινωνία μόνο από την COSMOTE	Μάρτιος 2015	[...]	[..%]	[...]	[..%]	[...]	[..%]	[...]
	Απρίλιος 2015	[...]	[..%]	[...]	[..%]	[...]	[..%]	[...]
	Μάρτιος 2017	[...]	[..%]	[...]	[..%]	[...]	[..%]	[...]
	Απρίλιος 2017	[...]	[..%]	[...]	[..%]	[...]	[..%]	[...]
Συνδρομητές COSMOTE	Μάρτιος 2015	[...]		[...]		[...]		[...]
	Απρίλιος 2015	[...]		[...]		[...]		[...]
	Μάρτιος 2017	[...]		[...]		[...]		[...]
	Απρίλιος 2017	[...]		[...]		[...]		[...]

πηγή COSMOTE

Οκτώβριος	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Νοέμβριος	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Δεκέμβριος	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

πηγή ΟΤΕ

225) Με το με Αρ. Πρωτ. ΕΕΤΤ 7193/Φ.960/17-10-2018 υποβληθέν υπόμνημά της, η εταιρεία ΟΤΕ ΑΕ ενημέρωσε την ΕΕΤΤ για την εξέλιξη της συνδρομητικής βάσης της, κατά την περίοδο από τον Ιανουάριο του 2017, έως και τον Ιούλιο 2018. Από τα στοιχεία που η εταιρεία υπέβαλε, συνάγεται ότι, το μήνα Ιανουάριο του 2017, το [..%] της συνδρομητικής βάσης της ήταν εντός Μητρώου του Άρθρου 11. Έκτοτε, καταγράφεται μια σταθερά αυξητική τάση στην εντός Μητρώου καταγεγραμμένη συνδρομητική βάση, με αποτέλεσμα δεκαοκτώ (18) μήνες αργότερα, ήτοι το μήνα Ιούνιο του 2018, να καταγράφεται σχεδόν διπλασιασμός του ποσοστού [..%] και το μήνα Ιούλιο του 2018 να έχει υπερδιπλασιαστεί το πλήθος των εγγεγραμμένων συνδρομητών στο Μητρώο του Άρ. 11, σε σχέση με το μήνα Ιανουάριο 2017 ([.....])

Διάγραμμα 4). Τέλος, η συνδρομητική βάση της εταιρείας, εν γένει, παραμένει σταθερή σε όλο το διάστημα καθώς στο τέλος του μηνός Ιουλίου αντιστοιχεί στο [..%] του μεγέθους της, κατά το μήνα Ιανουάριο του 2017 ([.....])

Διάγραμμα 5). Σε συνέχεια των παραπάνω, καταγράφεται η εξέλιξη των εγγεγραμμένων συνδρομητών της εταιρείας ΟΤΕ στο Μητρώο του Άρθρου 11 από το μήνα Ιούνιο του 2013 έως το μήνα Ιούλιο του 2018, ως ποσοστό της συνδρομητικής βάσης της εταιρείας ΟΤΕ και παράλληλα καταγράφεται και το ποσοστό της συνδρομητικής βάσης της, στους οποίους πρόσβαση επικοινωνίας είχε μόνο η εταιρεία ΟΤΕ, μεταξύ του διαστήματος του μηνός Αυγούστου του 2013 και Μαρτίου του έτους 2017 (Διάγραμμα 6).

[...]

Διάγραμμα 26: Ποσοστιαία Εξέλιξη εγγραφών συνδρομητών ΟΤΕ ΑΕ στο Μητρώο του αρ. 11 μεταξύ Ιανουαρίου 2017-Ιουλίου 2018.

[...]

Διάγραμμα 27: Αριθμητική Εξέλιξη εγγραφών συνδρομητών ΟΤΕ ΑΕ στο Μητρώο του αρ. 11 μεταξύ Ιανουαρίου 2017-Ιουλίου 2018.

[...]

Διάγραμμα 28: Εξέλιξη Συνδρομητικής Βάσης ΟΤΕ, εντός και εκτός Μητρώου του αρ. 11 και αντιπαραβολή με εξέλιξη συνδρομητικής βάσης ΟΤΕ στην οποία είχε δυνατότητα επικοινωνίας μόνο ο ΟΤΕ, πηγή ΟΤΕ

Συνδρομητές Καρτοκινητής- Σύνολο	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Ενεργοί Συνδρομητές Καρτοκινητής- Σύνολο	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Συνδρομητές Καρτοκινητής- Εντός Μητρώου	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Ανενεργοί Συνδρομητές στο Μητρώο	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Συνδρομητές Καρτοκινητής- Εκτός Μητρώου	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Συνδρομητές Κινητής- Σύνολο	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Συνδρομητές Κινητής- Εντός Μητρώου	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Συνδρομητές κινητής - Εκτός Μητρώου	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

πηγή COSMOTE

227) Αναφορικά με τις ενέργειες στις οποίες προέβησαν οι εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE για να συμμορφωθούν με την υπ. Αριθμ. 18/2016 Απόφαση της ΑΠΔΠΧ, σημειώνεται ότι καταρχάς τροποποιήθηκαν τα έντυπα ένταξης και απένταξης από το Μητρώο με βάση τις οδηγίες της ΑΠΔΠΧ και **έκτοτε η ενημέρωση για το Μητρώο αποτελεί ξεχωριστή ενότητα στη Σύμβαση**. Ακολούθως, με σκοπό την επιβεβαίωση των δηλώσεων των συνδρομητών περί ένταξης στο Μητρώο, η εταιρεία COSMOTE προέβη σε σχετική ενημέρωση των πελατών της, μέσω των λογαριασμών κινητής τηλεφωνίας, με αποστολή ενημερωτικού SMS στο κινητό τους (COSMOTE), καθώς και με σχετικό κείμενο στο εταιρικό site. Ακολούθησε επικαιροποίηση του Μητρώου, βάσει των νέων δηλώσεων επιβεβαίωσης των πελατών. Η επιβεβαίωση του Μητρώου έγινε στις 01/12/2016 για την εταιρεία COSMOTE, οπότε και ήταν διαθέσιμο για κάθε ενδιαφερόμενο. Η διαδικασία επιβεβαίωσης στο Μητρώο διήρκεσε από τις 22/09/2016 έως και τις 25/11/2016. Στην εταιρεία COSMOTE, οι επιβεβαιώσεις έγιναν με εισερχόμενα SMS, εισερχόμενες κλήσεις στο 13888 και στο IVR της εταιρείας και με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο σε επιχειρηματικές συνδέσεις. Ειδικότερα, εστάλησαν ενημερωτικά μηνύματα σε [...] λογαριασμούς πελατών μεταξύ της περιόδου από την 01/20/2016 έως και την 27/10/2016. Με SMS ενημερώθηκαν [...] πελάτες και η δυνατότητα ήταν διαθέσιμη από την 23/09/2016. Η ανακοίνωση στο website ήταν διαθέσιμη από τις 22/09/2016. Κάλεσαν [...] πελάτες στο IVR μεταξύ 22/09/2016 και 25/11/2016 και [...] πελάτες στο 13888, ενώ [...] επιχειρηματικοί πελάτες ενημέρωσαν με email. [...].

228) Οι συνδρομητές ή υποψήφιοι συνδρομητές της εταιρείας COSMOTE, μπορούσαν να εκφράσουν τη βούληση τους για μη ένταξη στο Μητρώο του Άρθρου 11, ως ακολούθως: Από την έναρξη ισχύος του νόμου έως, τουλάχιστον, την ημερομηνία υποβολής του υπομνήματος (2017) και σε περίπτωση που ο συνδρομητής είχε αρχικά δηλώσει την επιθυμία του για ένταξη στο Μητρώο του Άρθρου 11, μπορούσε στη συνέχεια να ανακαλέσει τη δήλωσή του, υποβάλλοντας την αίτηση διαγραφής από το

Μητρώο. Από τις 21/10/2013, σε περιπτώσεις υπογραφής νέας ή ανανέωσης υφιστάμενης σύμβασης ή και ταυτοποίησης καρτοκινητής σύνδεσης, κατόπιν ενημέρωσης από τον εκπρόσωπο της εταιρείας. Από την κοινοποίηση της υπ' Αριθμ. 18/2016 Απόφασης της ΑΠΔΠΧ, οι συνδρομητές που δεν επιθυμούν πλέον την εγγραφή τους στο Μητρώο, μπορούν είτε να υποβάλλουν σχετική αίτηση διαγραφής, είτε αν πρόκειται για υφιστάμενους συνδρομητές, να δηλώσουν την επιθυμία τους κατά την υπογραφή της σύμβασης, επιλέγοντας το αντίστοιχο πεδίο στη σχετική ενότητα της σύμβασης. Αναφορικά με την εταιρεία ΟΤΕ, η εταιρεία αναφέρει ότι σε περίπτωση που ο συνδρομητής δεν επιθυμούσε την εγγραφή του, τότε συμπλήρωνε αίτηση απένταξης, βάσει της οποίας διεκπεραιωνόταν εντός μερικών ημερών το αίτημά του, να μην εγγραφεί στο Μητρώο. Η συγκεκριμένη αίτηση απένταξης χρησιμοποιείτο από την εταιρεία για την εξυπηρέτηση της συγκεκριμένης ανάγκης, ελλείψει τεχνικής δυνατότητας, πέραν των περιπτώσεων απένταξης από το Μητρώο, και στις περιπτώσεις που ο συνδρομητής δεν επιθυμούσε να ενταχθεί σε αυτό κατά την υπογραφή της νέας σύμβασης ή κατά τη διαδικασία ανανέωσης. Κατά το διάστημα από το μήνα Σεπτέμβριο του 2014, έως και το μήνα Μάιο του 2015, διαγράφηκαν [...] πελάτες με την παραπάνω διαδικασία (Πίνακας 63).

Πίνακας 63: Διαγραφές Συνδρομητών από το Μητρώο του αρ.11 μεταξύ Σεπτέμβριος 2014-Μάιος 2015,

Μήνας - Έτος	Κατάργηση Σύνδεσης	Αίτηση ανανέωσης/Μετατροπής Πακέτου	Αίτηση Διαγραφής από το Μητρώο	Μεταβίβαση Σύνδεσης	Σύνολο
2014-9	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2014-10	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2014-11	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2014-12	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2015-1	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2015-2	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2015-3	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2015-4	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2015-5	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Σύνολο	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

πηγή ΟΤΕ

229) Αναφορικά με την ερμηνεία της μείωσης των συνδρομητών της εταιρείας COSMOTE στο Μητρώο του Άρ. 11 από τον αριθμό των [...] εκατομμυρίων κατά το μήνα Νοέμβριο του έτους 2016, στον αριθμό των [...] χιλιάδων κατά το μήνα Δεκέμβριο 2016, η εταιρεία σημειώνει ότι αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι σημαντικό ποσοστό των συνδρομητών δεν έλαβε γνώση της σχετικής ενημερωτικής ενέργειας, μέσω λογαριασμού/SMS/site κ.λ.π., επομένως δεν ανταποκρίθηκε και δεν προέβη σε νέα δήλωση προς την εταιρεία COSMOTE, για να παραμείνει στο Μητρώο του Άρθρου 11, σύμφωνα με τους τρόπους /τις διαδικασίες που ορίζονταν στη σχετική ενημέρωση. Ως ειδικότερα προέβλεπε η Απόφαση με ΑΡ. 18/2016 της ΑΠΔΠΧ, σε περίπτωση που οι συνδρομητές δεν προέβαιναν σε θετική ενέργεια (δήλωση) προς την εταιρεία, θα διαγράφονταν αυτόματα από το Μητρώο. Αντίστοιχη αιτιολόγηση, εξαιρουμένων των SMS, καθώς δεν αξιοποιήθηκε το συγκεκριμένο εργαλείο ενημέρωσης, προσφέρει και η εταιρεία ΟΤΕ ΑΕ.

230) Οι δύο (2) εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE υπέδειξαν την εταιρεία «COSMOTE e-value», ως συνεργαζόμενη εταιρεία στον όμιλο ΟΤΕ, η οποία προβαίνει σε πωλήσεις τηλεφωνικών προϊόντων/υπηρεσιών για λογαριασμό της. Συγκεκριμένα, ανέφεραν ότι το έργο των τηλεφωνικών πωλήσεων ανατίθενται στην εν λόγω εταιρεία, τόσο για την προσέλκυση νέων πελατών, όσο και για ανάπτυξη/διατήρηση των υφιστάμενων πελατών. Επιπλέον, στο ζήτημα της σημαντικότητας των τηλεφωνικών πωλήσεων, για την προσέλκυση των νέων πελατών, σε σχέση με άλλα κανάλια πωλήσεων, η εταιρεία αναφέρει ότι οι τηλεφωνικές πωλήσεις συνιστούν άλλο ένα κανάλι πώλησης για την προσέλκυση νέων πελατών για τις 2 εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE, το οποίο συνεισφέρει στο ποσοστό του [...] των νέων συνδέσεων κινητής σε πελάτες συμβολαίου, καθώς και στο ποσοστό του [...] των νέων συνδέσεων σταθερής τηλεφωνίας. Αντίθετα, στις νέες συνδέσεις καρτοκινητής, η συνεισφορά του καναλιού είναι αμελητέα. Για την τεκμηρίωση του τελευταίου ισχυρισμού, παραθέτουν ποσοτικά στοιχεία χωριστά από τις τηλεφωνικές πωλήσεις και από τα λοιπά κανάλια πωλήσεων, για την περίοδο μεταξύ των ετών 2013-2016. Τα στοιχεία, αφορούν σε νέους πελάτες και ανανεώσεις συμβολαίων (Πίνακας 7) για την εταιρεία COSMOTE. Για την εταιρεία ΟΤΕ, προσφέρονται αντίστοιχα στοιχεία για την προσέλκυση νέων πελατών, ήτοι νέες συνδέσεις, καθώς και για τις ανανεώσεις/επαναδεσμεύσεις συμβολαίου, που συμπεριλαμβάνουν και τις μετατροπές προγραμμάτων (Πίνακας 7).

Πίνακας 64: Συνεισφορά Τηλεφωνικών Πωλήσεων στις Πωλήσεις/ανανεώσεις της COSMOTE

Συνδρομητές Συμβολαίου				
Ενεργοποιήσεις Ανά έτος	2013	2014	2015	2016
Σύνολο έτους	[...]	[...]	[...]	[...]
Τηλεφωνικές Πωλήσεις	[...]	[...]	[...]	[...]
Λοιπά κανάλια πώλησης	[...]	[...]	[...]	[...]

Ποσοστό Τηλεφωνικών Πωλήσεων στο Σύνολο	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
---	-------	-------	-------	-------

Συndρομητές Καρτοκινητής

Ενεργοποιήσεις Ανά έτος	2013	2014	2015	2016
Σύνολο έτους	[...]	[...]	[...]	[...]
Τηλεφωνικές Πωλήσεις	[...]	[...]	[...]	[...]
Λοιπά κανάλια πώλησης	[...]	[...]	[...]	[...]
Ποσοστό Τηλεφωνικών Πωλήσεων στο Σύνολο	[...%]	[...%]	[...%]	[...%]

Ανανεώσεις Συμβολαίου

Ενεργοποιήσεις Ανά έτος	2013	2014	2015	2016
Σύνολο έτους	[...]	[...]	[...]	[...]
Τηλεφωνικές Πωλήσεις	[...]	[...]	[...]	[...]
Λοιπά κανάλια πώλησης	[...]	[...]	[...]	[...]
Ποσοστό Τηλεφωνικών Πωλήσεων στο Σύνολο	[...%]	[...%]	[...%]	[...%]

πηγή COSMOTE

Πίνακας 65: Συνεισφορά Τηλεφωνικών Πωλήσεων στις Πωλήσεις/ανανεώσεις της ΟΤΕ ΑΕ

Συndρομητές Σταθερής

Ενεργοποιήσεις Ανά έτος	2013	2014	2015	2016
Σύνολο έτους	[...]	[...]	[...]	[...]
Τηλεφωνικές Πωλήσεις	[...]	[...]	[...]	[...]
Λοιπά κανάλια πώλησης	[...]	[...]	[...]	[...]
Ποσοστό Τηλεφωνικών Πωλήσεων στο Σύνολο	[...%]	[...%]	[...%]	[...%]

Συndρομητές Σταθερής

Ανανεώσεις Ανά έτος	2013	2014	2015	2016
Σύνολο έτους	[...]	[...]	[...]	[...]
Τηλεφωνικές Πωλήσεις	[...]	[...]	[...]	[...]

Λοιπά κανάλια πώλησης	[...]	[...]	[...]	[...]
Ποσοστό Τηλεφωνικών Πωλήσεων στο Σύνολο	[...%]	[...%]	[...%]	[...%]

πηγή ΟΤΕ

ια) Η έρευνα και θέση της ΕΕΤΤ αναφορικά με τον ενδεχόμενο αντίκτυπο της εξεταζόμενης πρακτικής

231) Η ΕΕΤΤ, για την ενδελεχή διερεύνηση της πρακτικής, διεξήγαγε έρευνες αγοράς για τη χρήση τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών στην Ελλάδα από τελικούς χρήστες για το έτος 2015 και το έτος 2017. Και στις 2 περιπτώσεις, ο τύπος της έρευνας ήταν ποσοτικός, με προσωπικές συνεντεύξεις στα νοικοκυριά των ερωτώμενων και με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου. Ως περιοχή της έρευνας, ήταν το σύνολο της επικράτειας και πληθυσμό στόχο αποτέλεσαν άνδρες και γυναίκες ηλικίας 18 ετών και άνω. Το δείγμα ανήλθε σε 2.008 άτομα για το έτος 2015 και σε 2002 άτομα για το έτος 2017. Η επιλογή του δείγματος έγινε με τη μέθοδο της τρισταδιακής δειγματοληψίας και τις δύο (2) φορές. Στην πρώτη περίπτωση, η περίοδος της έρευνας εκκινούσε από τις 12/03/2015 έως και τις 06/04/2015. Στη δεύτερη περίπτωση, η περίοδος της έρευνας εκκινούσε από τις 24/11/ 2017 έως και τις 09/01/2018. Το μέγιστο δειγματοληπτικό σφάλμα (Μ.Δ.Σ) ήταν στο ποσοστό 2,2% στο σύνολο του δείγματος και σε επίπεδο εμπιστοσύνης 95% και στις 2 περιπτώσεις.

232) Με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας του έτους 2017, η διείσδυση της σταθερής τηλεφωνίας στα νοικοκυριά βρίσκεται στο ποσοστό 79% έναντι 77% για το έτος 2015 και στο 78% για το έτος 2012. Το 60% όσων δήλωσαν ότι έχουν σταθερό τηλέφωνο στο νοικοκυριό τους, **δήλωσαν επίσης ότι έχουν τον ίδιο πάροχο για χρονικό διάστημα από 4 χρόνια και πάνω** και, επιπλέον, ένα άλλο ποσοστό 18% δήλωσε ότι **παρέμεινε στον ίδιο πάροχο για χρονικό διάστημα 2 ή 3 χρόνια**. Επομένως, προβάλλοντας τα στοιχεία σε 8.889.805 άτομα, σύμφωνα με τις προβολές πληθυσμού της ΕΛ.ΣΤΑΤ. για την 01/01/2017 και 4.134.540 νοικοκυριά, σύμφωνα με την απογραφή πληθυσμού της ΕΛ.ΣΤΑΤ. του 2011, **ένα 60% των οικιακών συνδρομητών σταθερής τηλεφωνίας δήλωσαν ότι δεν άλλαξαν πάροχο σταθερής τηλεφωνίας την επίμαχη περίοδο και ένα άλλο 18% δήλωσε ότι η τελευταία φορά που άλλαξε πάροχο ήταν εντός του 2015**. Παράλληλα, **ένα ποσοστό 8% άλλαξε πάροχο εντός του έτους 2017 και ένα 13% εντός του έτους 2016**. Περαιτέρω, ποσοστό 77% των νοικοκυριών με κατοχή σταθερής τηλεφωνίας, δήλωσε ότι κατέχει και υπηρεσία ευρυζωνικής πρόσβασης, εκ των οποίων το ποσοστό 87% τη λαμβάνει από τον πάροχο σταθερής τηλεφωνίας στο πλαίσιο πακέτου συνδυαστικής προσφοράς ή/και με κάποια έκπτωση ή/και ως ειδική προσφορά. Οι ερωτώμενοι σε ποσοστό 89% και 58% ανέφεραν τους λόγους οικονομίας και ευκολίας αντίστοιχα, ως κύριες αιτίες στην επιλογή συνδυαστικών πακέτων. Στους ερωτώμενους που δήλωσαν ότι συνεργάζονται με την ίδια εταιρεία κινητής τηλεφωνίας για περισσότερο από δώδεκα (12) μήνες, **οι βασικοί λόγοι για τη μη αλλαγή παρόχου κατά κύριο λόγο και σε σειρά ιεραρχίας είναι ότι αφενός δε νομίζουν πως θα έχουν αρκετό οικονομικό όφελος αλλάζοντας εταιρεία, δηλώνουν ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες που λαμβάνουν, αφετέρου δε, δεν έχουν**

αποφασίζει ακόμα που να μετακινηθούν, έχουν συμβόλαιο σε ισχύ, ενώ σε συνέχεια αιτήματος αλλαγής παρόχου, η εταιρεία που συνεργάζονται ήδη βελτίωσε την προσφορά της. Τέλος, επεσήμαναν ότι η αλλαγή απαιτεί προσπάθεια και χρόνο που το νοικοκυριό δε διαθέτει.

233) Αναφορικά με την κινητή τηλεφωνία, σε ποσοστό μόλις 7% των ερωτηθέντων στο σύνολο του δείγματος, διαπιστώθηκε σε επίπεδο νοικοκυριού, η μη κατοχή κινητού τηλεφώνου ή η κατοχή κινητού τηλεφώνου που δε χρησιμοποιήθηκε το τελευταίο τρίμηνο. Μάλιστα, ακόμη και στο επίπεδο ερωτώμενου διαπιστώθηκε ότι τα αντίστοιχα επίπεδα κατοχής, δηλαδή κατοχή κινητού τηλεφώνου με χρήση στο τελευταίο τρίμηνο ανέρχονται στο ποσοστό του 91% έναντι 89% το έτος 2015. Μάλιστα, φαίνεται ότι το ποσοστό του 73% των νοικοκυριών κατέχουν σταθερό και κινητό τηλέφωνο. Ένα ποσοστό 74% των συνδρομητών της κινητής τηλεφωνίας, δήλωσαν ότι δεν άλλαξαν πάροχο την επίμαχη περίοδο και ένα άλλο ποσοστό 15% δήλωσε ότι η τελευταία φορά που άλλαξε πάροχο ήταν εντός του έτους 2015. Παράλληλα, ένα ποσοστό 3% άλλαξε πάροχο εντός του έτους 2017 και ένα 7% εντός του έτους 2016. Στους ερωτώμενους που δήλωσαν ότι συνεργάζονται με την ίδια εταιρεία κινητής τηλεφωνίας για περισσότερο από 12 μήνες, οι βασικοί λόγοι για τη μη αλλαγή παρόχου κατά κύριο λόγο και σε σειρά ιεραρχίας είναι ότι δεν νομίζουν πως θα έχουν αρκετό οικονομικό όφελος αλλάζοντας εταιρεία, δηλώνουν ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες που λαμβάνουν, δεν έχουν αποφασίσει ακόμα που να μετακινηθούν, έχουν συμβόλαιο σε ισχύ και σε συνέχεια αιτήματος αλλαγής παρόχου η εταιρεία που συνεργάζονται ήδη βελτίωσε την προσφορά της. Στους παράγοντες που θεωρούνται πιο σημαντικοί κατά την επιλογή εταιρείας κινητής τηλεφωνίας αναφέρονται ως πιο σημαντικές: οι καλές τιμές ή και οι ειδικές προσφορές, η ποιότητα και η αξιοπιστία των τηλεφωνικών υπηρεσιών, όπως η ποιότητα κλήσεων και η κάλυψη δικτύου, ο κοινωνικός κύκλος που είναι ήδη στον ίδιο πάροχο, η καλή εξυπηρέτηση πελατών και η αποτελεσματική τεχνική υποστήριξη, η διαθεσιμότητα κατάλληλων προγραμμάτων και το όνομα και η φήμη της εταιρείας.

234) Επομένως, τα κρίσιμα συμπεράσματα που αντλούνται από τις ανωτέρω έρευνες αγοράς είναι ότι ποσοστό 60% των συνδρομητών σταθερής και 74% των συνδρομητών κινητής δεν άλλαξαν πάροχο την υπό κρίση περίοδο και μέχρι τα τέλη του έτους 2017, ήτοι μεταξύ των ετών 2014-2017. Κατά την αντίληψη των συνδρομητών αυτών, η στάση τους δικαιολογείται, κατά κύριο λόγο, από την έλλειψη οικονομικού οφέλους, την ικανοποίηση από τις υπηρεσίες που λαμβάνουν, τη απουσία απόφασης τους ως προς σε ποιόν πάροχο να μετακινηθούν, οι αντιπροτάσεις του παρόχου τους σε ανταγωνιστικές προτάσεις και το γεγονός ότι τα συμβόλαια τους είναι εν ισχύ.

235) Από τα στοιχεία που τηρούνται από την ΕΕΤΤ στο «Παρατηρητήριο Τιμών Τηλεπικοινωνιακών και Ταχυδρομικών προϊόντων»¹⁴¹, από το μήνα Σεπτέμβριο του έτους 2013 και εντεύθεν, διαπιστώνεται ότι τα διαθέσιμα τηλεπικοινωνιακά προγράμματα διατίθενται με συμβάσεις διάρκειας έως και 24 μηνών. Τα στοιχεία στο Σύστημα εισάγονται από τους παρόχους, συνεπεία σχετικών κανονιστικών υποχρεώσεων, σε εφαρμογή του άρθρου 66 του Ν. 4070/2012, με βάση τον προγραμματισμό εμπορικής

¹⁴¹ www.Pricescop.gr.

διάθεσης νέων προϊόντων στην εγχώρια αγορά¹⁴². Ενδεικτικός αντίστοιχος έλεγχος πραγματοποιήθηκε και στους ιστότοπους των παρόχων, αναζητώντας ιστορικά στοιχεία-προγράμματα για τη χρονικές διάρκειες των συμβάσεων, χωρίς να διαφοροποιηθεί ουσιαστικά η προαναφερθείσα μέγιστη διάρκεια των 24 μηνών. Επομένως, **ένας συνδρομητής μπορούσε να συνάψει σύμβαση διάρκειας 2, 6, 12, 18 ή και 24 μηνών με κάποιον τηλεπικοινωνιακό πάροχο**. Μετά την παρέλευση του εν λόγω χρονικού διαστήματος, ο συνδρομητής είχε τη δυνατότητα: είτε να ανανεώσει, είτε να επιλέξει κάποιο διαφορετικό πρόγραμμα του ίδιου ή άλλου παρόχου.

236) Επομένως, ο κάθε πάροχος, άρα και **οι καταγγελλόμενοι πάροχοι, είχαν το χρονικό περιθώριο να επικοινωνήσουν με το σύνολο της δικής τους συμβολαιακής συνδρομητικής βάσης, εντός της τριετίας μεταξύ των ετών 2014-2016, τουλάχιστον μια φορά, προκειμένου να ενημερώσουν για τη λήξη της σύμβασης, την υπενθύμιση ανανέωσης ή και την προώθηση νέου προγράμματος, έναντι του υφιστάμενου, του οποίου ο συμβατικός χρόνος όδευε στη λήξη ή είχε λήξει ήδη**. Πιθανή εξαίρεση ν' αποτελούν οι συνδρομητές που είχαν ήδη ενταχθεί στο Μητρώο του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006, για τους οποίους η τυχόν ενημέρωση θα μπορούσε να γίνει μετά την παρέλευση της συμβατικής διάρκειας.

237) Αξιοποιώντας τα δεδομένα που υποβάλλουν οι πάροχοι στην ΕΕΤΤ σε τακτική βάση, τριμηνιαία, εξάμηνη ή ετήσια ανά περίπτωση, κατόπιν των σχετικών υποχρεώσεών τους, που απορρέουν από το ισχύον νομικό και κανονιστικό πλαίσιο, η ΕΕΤΤ μπορεί να διαπιστώσει την εξέλιξη των μεριδίων αγοράς και του μεγέθους μιας σειράς από τηλεπικοινωνιακές αγορές¹⁴³, στο πλαίσιο του ρόλου της ως Εθνική Ρυθμιστική Αρχή για τις τηλεπικοινωνίες. **Επομένως, η ΕΕΤΤ έχει πληροφόρηση και για την εξέλιξη της συνδρομητικής βάσης των εμπλεκόμενων παρόχων, καταγγελλόντων και καταγγελλομένων, ώστε να διαπιστώσει των επίπτωση των πωλήσεων, τηλεφωνικών και άλλων, στη συνδρομητική βάση**. Στην περίπτωση, δε της κινητής τηλεφωνίας, συγκεντρώνονται και στοιχεία για τις αποχωρήσεις και παράλληλα, από την ΕΒΔΑΦ συλλέγονται μηνιαία στοιχεία για τις μετακινήσεις φορητότητας στη σταθερή και στην κινητή τηλεφωνία. Εντούτοις, ενώ οι πωλήσεις, δηλαδή η απόκτηση νέων συνδρομητών και η αποχώρηση υφιστάμενων συνδρομητών, οριοθετούν την εξέλιξη της συνδρομητικής βάσης, **το ζητούμενο είναι οι αιτίες που προκαλούν τις προσχωρήσεις νέων συνδρομητών, τις ανανεώσεις συνδρομών υφιστάμενων πελατών και τις αποχωρήσεις συνδρομητών από έναν πάροχο στον ανταγωνισμό ή και συνολικά στη διακοπή χρήσης της τηλεπικοινωνιακής υπηρεσίας. Τα στοιχεία των ερευνών αγοράς της ΕΕΤΤ, ανέδειξαν τα αίτια επιλογής ενός παρόχου κινητής και τα αίτια παραμονής σε κάποιον πάροχο σταθερής ή κινητής**.

¹⁴² Για τις κανονιστικές υποχρεώσεις πρβλ α) Απόφαση Ε.Ε.Τ.Τ. 664/11Β «Σύσταση και έναρξη λειτουργίας Συστήματος Παρακολούθησης Τιμών Προϊόντων Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών στην ελληνική αγορά» [ΦΕΚ 2973/Β/2012], β) Απόφαση Ε.Ε.Τ.Τ. 762/18/2016 " Θέση σε Παραγωγική Λειτουργία του Συστήματος «Παρατηρητήριο Τιμών Τηλεπικοινωνιακών και Ταχυδρομικών Προϊόντων Λιανικής»". [ΦΕΚ 2369/Β/02-08-2016] γ) Απόφαση Ε.Ε.Τ.Τ. 838/13/2017 «Κανονισμός Λειτουργίας του "Συστήματος Παρατηρητήριο Τιμών Τηλεπικοινωνιακών και Ταχυδρομικών Προϊόντων Λιανικής" για τα τηλεπικοινωνιακά προϊόντα» [ΦΕΚ 4457/Β/2017]

¹⁴³ Για τις κανονιστικές υποχρεώσεις πρβλ ενδεικτικά Απόφαση Ε.Ε.Τ.Τ. 786/03Β/10-11-2016 «Κανονισμός διαδικασίας τακτικής συλλογής στοιχείων για την Αγορά Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών στην Ελλάδα.» [ΦΕΚ 3949/Β/2016].

238) Ωστόσο, **πρέπει να σημειωθεί ότι οι τηλεφωνικές πωλήσεις έχουν διττό χαρακτήρα** ως στοιχείο του μείγματος Μάρκετινγκ μιας επιχείρησης. Συγκεκριμένα, οι τηλεφωνικές πωλήσεις συγκεντρώνουν χαρακτηριστικά προσωπικών πωλήσεων και άμεσου μάρκετινγκ, συνιστούν δηλαδή στοιχείο της ολοκληρωμένης επικοινωνίας μάρκετινγκ (OEM) της επιχείρησης. Ταυτόχρονα, **συνιστούν και κανάλι άμεσων πωλήσεων**, δηλαδή σκέλος του δικτύου διανομής της επιχείρησης¹⁴⁴. Ειδικά δε στην περίπτωση των πώλησης τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών, όπου δεν είναι προϋπόθεση η διακίνηση φυσικών αγαθών, το κανάλι των τηλεφωνικών πωλήσεων μπορεί να είναι και το μοναδικό σημείο πώλησης. Ως κανάλι επικοινωνίας/προβολής εντάσσεται στα εργαλεία ώθησης (push) των στρατηγικών επικοινωνίας. Η επικοινωνιακή στρατηγική ώθησης αποτελεί μια προσέγγιση μάρκετινγκ, στην οποία ο παραγωγός δίνει έμφαση στην προσωπική πώληση κυρίως, ώστε να ενθαρρυνθούν τα μέλη του καναλιού διανομής, εν προκειμένω τα τηλεφωνικά κέντρα, να το προωθήσουν και να το προβάλλουν στους καταναλωτές. Δηλαδή, τόσο η φυσική ροή, διανομή, του προϊόντος ακολουθεί τη σειρά παραγωγός – ενδιάμεσος- καταναλωτές, όσο και η ροή της προβολής, πηγαιίνει από τον παραγωγό στους ενδιάμεσους και μετά από αυτούς προς τους καταναλωτές¹⁴⁵. Υπό αυτό το πρίσμα, το επιχείρημα των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, ότι επειδή η έρευνα αγοράς που χρηματοδοτήσαν μετά το πέρας της υπό εξέταση περιόδου, καταλήγει σε συγκεκριμένα αίτια επιλογής παρόχου υπηρεσιών σταθερής και κινητής, αυτό σημαίνει ότι: *«κάθε άλλος ισχυρισμός είναι αβάσιμος προφανώς, καθώς διαφορετικά αν δηλαδή ο κύριος τρόπος προσέλκυσης πελατείας είναι οι απευθείας κλήσεις προς τους συνδρομητές άλλων παρόχων, ούτε επενδύσεις στο δίκτυο θα χρειάζονταν, ούτε εξυπηρέτηση πελατών, ούτε δίκτυο καταστημάτων, ούτε διαφήμιση»*, εξισώνει το αίτιο επιλογής παρόχου δικτύου με το μέσο προβολής και διανομής που θα χρησιμοποιήσει ένας πάροχος για να γνωστοποιήσει και να πωλήσει τα προϊόντα του. Επομένως, ως επιχείρημα είναι είτε άτοπο είτε παρελκυστικό.

239) Αναφορικά με τους τεχνικούς και γραφειοκρατικούς λόγους που επικαλούνται οι εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE για τον τρόπο καταχώρησης της βούλησης των συνδρομητών τους στα δικά τους Μητρώα του Άρ. 11, το ζήτημα έχει ήδη κριθεί με την Απόφαση με ΑΡ. 18/2016 της ΑΠΔΠΧ. Από εκεί και πέρα, φαίνεται να υπάρχει κάποια καθυστέρηση από πλευράς των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE να εφαρμόσουν το σκεπτικό της Απόφασης, ενώ γίνεται μια «προσπάθεια» να αποδοθεί η όποια καθυστέρηση στην τεχνική πολυπλοκότητα του εγχειρήματος της εφαρμογής της Απόφασης. Σε κάθε περίπτωση, δεν αμφισβητείται το γεγονός της καθυστέρησης υλοποίησης της ανωτέρω απόφασης.

240) Περαιτέρω, φαίνεται να έχει μερικώς βάση το επιχείρημα των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE περί αδράνειας των συνδρομητών τους ν' ανταποκριθούν στις επικοινωνίες των εταιρειών μαζί τους στα τέλη του έτους 2016, προκειμένου να επιβεβαιώσουν τις εγγραφές τους στα Μητρώα του Άρ. 11 που διατηρούσαν. Τούτο προκύπτει και από τη σχετική αναφορά των εταιρειών VODAFONE και CYTA στα πρόσθετα στοιχεία που

¹⁴⁴ Πρβλ. ενδεικτικά Γ. Σιώμοκος (2013), «Στρατηγικό Μάρκετινγκ», Εκδόσεις Σταμούλη, κεφ. 14 και 15.

¹⁴⁵ Πρβλ. οπ. Σελ. 688.

ζητήθηκαν στο πλαίσιο της επαναληπτικής ακρόασης, αλλά και από την εξέλιξη του Μητρώου του Άρ. 11 των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE (Παράγραφος 0, [...])

Διάγραμμα 2, [...]

Διάγραμμα 3, Διάγραμμα 6). **Συγκεκριμένα, αποτυπώνεται ότι μετά την εκκαθάριση των Μητρώων του Άρ. 11 και την αλλαγή στη διατύπωση της σχετικής επιλογής για την εγγραφή ή όχι στο εν λόγω Μητρώο στο συμβατικό κείμενο, αρκετοί συνδρομητές των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE προχώρησαν στο να επιλέξουν να εγγραφούν.** Εντούτοις, οι ρυθμοί αύξησης της συνδρομητικής βάσης από το μήνα Δεκέμβριο του έτους 2016 έως και τον Ιούλιο του έτους 2018, είναι σημαντικά χαμηλότεροι, σε σχέση με τους ρυθμούς που παρατηρήθηκαν από το μήνα Δεκέμβριο του 2013 έως και το μήνα Νοέμβριο του 2016, και συγκεκριμένα στο ποσοστό του [...%] για την εταιρεία ΟΤΕ και του [...%] για την εταιρεία COSMOTE, μόλις τα μεγέθη αναχθούν σε μηνιαία βάση. Επομένως, μπορεί να πιθανολογηθεί ισχυρά, ότι ένα υποσύνολο της συνδρομητικής βάσης των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE που εκκαθαρίστηκε το μήνα Δεκέμβριο του 2016, λόγω του μη ορθού τρόπου της καταρχάς εγγραφής του στα Μητρώα του Άρ. 11 θα είχε πράγματι αυτοβούλως εγγραφεί στα εν λόγω Μητρώα, εάν οι εταιρείες ακολουθούσαν εξ αρχής τη διατύπωση της σχετικής επιλογής για την εγγραφή ή όχι στο Μητρώο του Άρ. 11 στο συμβατικό κείμενο, με αυτή που ισχύει από το μήνα Δεκέμβριο του έτους 2016 και μετά. Το μέγεθος του πιθανολογούμενου υποσυνόλου, εκφράζεται από τα προαναφερθέντα ποσοστά για την εταιρεία ΟΤΕ και COSMOTE, ceteris paribus.

241) **Στα στοιχεία που προσκόμισε η εταιρεία ΟΤΕ** (Πίνακας 66, Διάγραμμα 6), αποτυπώνεται ο ρυθμός μεταβολής του πλήθους των εγγεγραμμένων συνδρομητών της εντός του Μητρώου του Άρ. 11 μεταξύ των μηνών Ιουνίου του έτους 2013 και του μηνός Μαρτίου του έτους 2017. Έτσι, σημειώνεται ότι εντός του έτους 2013 και για το πεντάμηνο διάστημα από το μήνα Ιούνιο του 2013, έως και το Νοέμβριο του 2013, καταγράφεται μια αύξηση κατά [...] χιλιάδων συνδρομητών εντός του Μητρώου του Άρ. 11, ήτοι κατά [...] χιλιάδες σε μηνιαία βάση. Έπειτα, διαπιστώνεται ότι ο μέσος μηνιαίος ρυθμός μεταβολής την υπό κρίση περίοδο, διαμορφώνεται στο ποσοστό του [...%], γεγονός που αντιστοιχεί σε προσθήκη περί των [...] χιλιάδων συνδρομητών της εταιρείας ΟΤΕ στο Μητρώο του Άρ. 11 σε μηνιαία βάση, κατά μέσο όρο, από το μήνα Ιανουάριο του έτους 2014 έως και το μήνα Νοέμβριο του έτους 2016. Ακολούθως, από το μήνα Δεκέμβριο του έτους 2016, που πραγματοποιήθηκε η εκκαθάριση του Μητρώου, κατόπιν της εκδοθείσης Απόφασης της ΑΠΔΠΧ, έως και το μήνα Ιούλιο του έτους 2018, διαπιστώνεται ότι ο μέσος μηνιαίος ρυθμός μεταβολής την υπό κρίση περίοδο διαμορφώνεται στο ποσοστό του 4,0%, γεγονός που αντιστοιχεί σε προσθήκη περί των [...] χιλιάδων συνδρομητών της εταιρείας ΟΤΕ στο Μητρώο του Άρ. 11 σε μηνιαία βάση, για την εν λόγω περίοδο.

242) Με βάση τα στοιχεία που προσκόμισε η εταιρεία ΟΤΕ (Πίνακας 66), φαίνεται ότι καθ' όλο το υπό εξέταση χρονικό διάστημα, με εξαίρεση το μήνα Δεκέμβριο του έτους 2016, συμπεριλαμβανομένου του μήνα Δεκεμβρίου του έτους 2013, οι εγγεγραμμένοι συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ στο Μητρώο του Άρ. 11 στη συντριπτική τους πλειοψηφία, φαίνεται να έχουν συμβατικά δεχτεί να εξαιρεθεί η εταιρεία ΟΤΕ και οι συνεργαζόμενες με αυτήν εταιρείες στη χρήση των δεδομένων των πελατών από την

εταιρεία ΟΤΕ, ήτοι στην επικοινωνία μόνο από την εταιρεία ΟΤΕ. Στη στήλη «**Ε. Διαφορά μεταξύ Συνδρομητών Εντός Μητρώου και Συνδρομητών με επικοινωνία μόνο από ΟΤΕ**», καταγράφεται το μέγεθος ανά μήνα της συνδρομητικής βάσης της εταιρείας ΟΤΕ που είναι εγγεγραμμένοι στο Μητρώο του Άρθρου 11 και δεν έχουν εκχωρήσει στην εταιρεία το δικαίωμα επικοινωνίας μαζί τους. Πρόκειται για έναν αριθμό συνδρομητών μεταξύ [...] και [...], κατά το χρονικό διάστημα από το μήνα Δεκέμβριο 2013 έως και το Μάιο του 2016. Το εξάμηνο διάστημα μεταξύ των μηνών Ιουνίου-Νοεμβρίου του έτους 2016, κυμαίνονται στην περιοχή των [...] συνδρομητών και το επόμενο τετράμηνο από το μήνα Δεκέμβριο 2016, έως και το Μάρτιο του έτους 2017, διαμορφώνονται στην περιοχή των [...] συνδρομητών. Δηλαδή στο διάστημα από το μήνα Δεκέμβριο του 2013 έως και το Μάιο του 2016, όπως φαίνεται και στη στήλη «**Ι. Αναγωγή Διαφοράς στη συνδρομητική βάση εντός Μητρώου**», οι εντός Μητρώου του Άρ. 11 συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ, αντιστοιχούν στο ποσοστό του [..%]-[..%] των εντός Μητρώου του Άρ. 11 συνδρομητών της εταιρείας, οι οποίοι φαίνεται να μην είχαν συμβατικά αποδεχτεί δικαίωμα επικοινωνίας από την εταιρεία. Αντίστοιχα, στο εξάμηνο διάστημα μεταξύ των μηνών Ιούνιο έως και Νοέμβριο του έτους 2016, το μέγεθος διαμορφώνεται στο ποσοστό του [..%] και αμέσως μετά εκτοξεύεται πάνω από το ποσοστό του [..%]. Επομένως, **η εταιρεία ΟΤΕ έχει εξασφαλίσει αποκλειστικό δικαίωμα επικοινωνίας μέσω του καναλιού των τηλεφωνικών πωλήσεων με:**

- **πλήθος περί του ποσοστού του [..%]-[..%] της συνδρομητικής βάσης του για το επτάμηνο διάστημα του Ιανουαρίου 2014 έως και τον Ιούλιο του 2014.** Σε απόλυτα μεγέθη, αυτό αφορά σε [...] χιλιάδες συνδρομητές, δηλαδή σε ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] και ως [..%] της συνολικής εγχώριας αγοράς σταθερής τηλεφωνίας, σε όρους συνδρομητικής βάσης,
- **πλήθος περί του [..%]-[..%] της συνδρομητικής βάσης του για το επτάμηνο διάστημα του Αύγουστου 2014 έως και το Φεβρουάριο 2015.** Σε απόλυτα μεγέθη, αυτό αφορά σε [...] χιλιάδες συνδρομητές, δηλαδή σε ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] και ως [..%] της συνολικής εγχώριας αγοράς σταθερής τηλεφωνίας, σε όρους συνδρομητικής βάσης, και
- **πλήθος περί του [..%]-[..%] της συνδρομητικής βάσης του για το εξάμηνο μεταξύ του Μαρτίου του 2015 έως και τον Αύγουστο του 2015.** Σε απόλυτα μεγέθη, αυτό αφορά σε [...] εκατομμύρια συνδρομητές, δηλαδή σε ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] και ως [..%] της συνολικής εγχώριας αγοράς σταθερής τηλεφωνίας σε όρους συνδρομητικής βάσης,
- **πλήθος περί του ποσοστού του [..%]-[..%] της συνδρομητικής βάσης του για το δεκαπεντάμηνο διάστημα του Σεπτεμβρίου 2015 έως το Νοέμβριο του 2016.** Σε απόλυτα μεγέθη, αυτό αφορά σε [...] εκατομμύρια συνδρομητές, δηλαδή σε ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] και ως [..%] της συνολικής εγχώριας αγοράς σταθερής τηλεφωνίας σε όρους συνδρομητικής βάσης, όπως αποτυπώνεται στη στήλη «Στ. % Συνδρομητών Εντός Μητρώου».

243) Με βάση τα στοιχεία που προσκόμισε η εταιρεία ΟΤΕ (Πίνακας 8), φαίνεται **ότι κατά τα έτη 2014-2016, το κανάλι των τηλεφωνικών πωλήσεων αποτέλεσε όντως**

σημαντικό εργαλείο για την επίτευξη ανανεώσεων συμβάσεων, δεδομένου ότι αφορά στο [..%]-[..%] των συνολικών ανανεώσεων/επαναδεσμεύσεων που κατέγραψε η εταιρεία. Επίσης, αποτελεί σημαντικό κανάλι προσέλκυσης νέων πελατών, καθώς αφορά στο [..%]-[..%] των συνολικών πωλήσεων της σε νέους πελάτες. Με αντιπαράθεση των στοιχείων που αναφέρονται στον Πίνακα 8 και στον Πίνακα 66, διαμορφώνεται ο Πίνακας 67. Από τα στοιχεία του εν λόγω πίνακα, φαίνεται ότι οι ανανεώσεις/επαναδεσμεύσεις κατά το έτος 2014 αντιστοιχούν στο ποσοστό του [..%] της διαμέσου του πλήθους των συνδρομητών εντός Μητρώου του Άρ. 11, που είχαν εκχωρήσει συμβατικά το δικαίωμα επικοινωνίας στην εταιρεία ΟΤΕ. Για το έτος 2015, το αντίστοιχο μέγεθος ανέρχεται στο ποσοστό του [..%] και για το έτος 2016 στο ποσοστό του [..%]. Σημειώνεται ότι κάθε ανανέωση/επαναδέσμευση αφορά σε χρονικό διάστημα 12 μηνών και άνω, πολλές φορές δε σε χρονικό διάστημα είκοσι τεσσάρων (24) μηνών. Οι εγγραφές στο εν λόγω Μητρώο, πραγματοποιούνταν κατά τη διαδικασία ενεργοποιήσεων ή ανανεώσεων/επαναδεσμεύσεων και δεδομένης της σε μηνιαία βάση αύξηση του μεγέθους του Μητρώου της εταιρείας ΟΤΕ, είναι δυνατό να εκτιμηθεί με βάση τα στοιχεία που έδωσε η εταιρεία ΟΤΕ το ποσοστό καθαρών νέων εγγραφών στο Μητρώο του Άρ. 11 της εταιρείας ΟΤΕ σε ετήσια βάση, ως προς τις συνολικές πωλήσεις του έτους, ήτοι το άθροισμα ενεργοποιήσεων με τις ανανεώσεις/επαναδεσμεύσεις (Πίνακας 68). Από τον πίνακα φαίνεται ότι **κατά τα έτη 2014 και 2015, ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] των πωλήσεων της εταιρείας ΟΤΕ σε όρους νέων ενεργοποιήσεων ή επαναδεσμεύσεων συνδρομητών εγγράφονταν στο Μητρώο του Άρ. 11.** Το φαινόμενο αυτό φαίνεται να μη συνεχίζεται εντός του έτους 2016.

244) Αντίστοιχα, στα στοιχεία που προσκόμισε η εταιρεία COSMOTE (Πίνακας 69), αποτυπώνεται ο ρυθμός μεταβολής του πλήθους των εγγεγραμμένων συνδρομητών της εντός του Μητρώου του Άρ. 11, μεταξύ του διαστήματος του Ιουνίου 2013 και του Μαρτίου 2017, με δεδομένο ότι το μήνα Νοέμβριο του 2013 είχε [...] συνδρομητές εντός Μητρώου και το μήνα Νοέμβριο του 2016 είχε [...] συνδρομητές εντός Μητρώου. Έτσι, σημειώνεται ότι **εντός του έτους 2013 και για το πεντάμηνο διάστημα μεταξύ του Ιουνίου του 2013-έως το Νοέμβριο του 2013, καταγράφεται μια αύξηση κατά [...] χιλιάδων συνδρομητών εντός του Μητρώου του Άρ. 11, ήτοι κατά [...] χιλιάδες σε μηνιαία βάση.** Έπειτα, διαπιστώνεται ότι ο μέσος μηνιαίος ρυθμός μεταβολής την υπό κρίση περίοδο, διαμορφώνεται στο ποσοστό του [..%], γεγονός που αντιστοιχεί σε προσθήκη περί των [...] χιλιάδων συνδρομητών της εταιρείας COSMOTE στο Μητρώο του Άρ. 11 σε μηνιαία βάση, κατά μέσο όρο, από το μήνα Ιανουάριο του 2014 έως και το μήνα Νοέμβριο του 2016. Ακολούθως, από το μήνα Δεκέμβριο του 2016, όπου και πραγματοποιήθηκε η εκκαθάριση του Μητρώου, κατόπιν της εκδοθείσης Απόφασης της ΑΠΔΠΧ, έως και τον Ιούνιο του έτους 2018, διαπιστώνεται ότι ο μέσος μηνιαίος ρυθμός μεταβολής την υπό κρίση περίοδο, διαμορφώνεται στο ποσοστό του [..%], γεγονός που αντιστοιχεί σε προσθήκη περί των [...] χιλιάδων συνδρομητών της εταιρείας COSMOTE στο Μητρώο του Άρ. 11, σε μηνιαία βάση για την εν λόγω περίοδο. Παράλληλα, ενδεικτικά μόνο για τους 2 μήνες του έτους 2015 και 2017 που παρείχε πληροφόρηση η εταιρεία, ποσοστό υπέρτερο του [..%] [..%]-[..%] των συνδρομητών της εντός Μητρώου, είχε εξασφαλίσει αποκλειστικό δικαίωμα επικοινωνίας κατά το έτος 2015. Το έτος 2017, το αντίστοιχο μέγεθος ήταν υπέρτερο του ποσοστού του [..%] [..%]-[..%].

245) Με βάση τα στοιχεία που προσκόμισε η εταιρεία COSMOTE (Πίνακας 7), φαίνεται ότι κατά τα έτη 2015-2016, το κανάλι των τηλεφωνικών πωλήσεων επίσης αποτέλεσε σημαντικό εργαλείο για την επίτευξη νέων ενεργοποιήσεων ή και ανανεώσεων συμβολαίου στην κινητή τηλεφωνία, δεδομένου ότι προσφέρει το [..%]-[..%] των συνολικών ενεργοποιήσεων και ανανεώσεων που κατέγραψε η εταιρεία. Αντίθετα, αποτελεί μάλλον αδιάφορο κανάλι για τις νέες ενεργοποιήσεις καρτοκινητής. Με αντιπαράθεση των στοιχείων που αναφέρονται στον Πίνακα 7 και στον Πίνακα 69, διαμορφώνεται ο Πίνακας 71. Από τα στοιχεία του εν λόγω πίνακα, φαίνεται ότι οι ανανεώσεις/επαναδέσμευσεις το έτος 2015, αντιστοιχούν σε ποσοστό [..%] της διαμέσου του πλήθους των συνδρομητών εντός Μητρώου του Άρ. 11 για τα έτη 2015 και 2016. Σημειώνεται ότι κάθε ανανέωση/επαναδέσμευση αφορά σε χρονικό διάστημα 12 μηνών και άνω, πολλές φορές δε και σε χρονικό διάστημα 24 μηνών. Οι εγγραφές στο εν λόγω Μητρώο, πραγματοποιούνταν κατά τη διαδικασία ενεργοποιήσεων ή ανανεώσεων οπότε, είναι δυνατό να εκτιμηθεί με βάση τα στοιχεία που έδωσε η εταιρεία, το ποσοστό καθαρών νέων εγγραφών στο Μητρώο του Άρ. 11 σε ετήσια βάση, ως προς τις συνολικές πωλήσεις του έτους, ήτοι το άθροισμα ενεργοποιήσεων με τις ανανεώσεις (Πίνακας 70). Από τον πίνακα, φαίνεται ότι τόσο κατά το έτος 2014 όσο και κατά το έτος 2015, ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] των πωλήσεων της εταιρείας σε όρους νέων ενεργοποιήσεων ή ανανεώσεων εγγραφόταν στο Μητρώο του Άρ. 11. Το φαινόμενο αυτό φαίνεται να μη συνεχίζεται εντός του έτους 2016.

Πίνακας 66: Εξέλιξη Συνδρομητικής Βάσης ΟΤΕ, εντός και εκτός Μητρώου του αρ. 11

	Α. Συνδρομητές	Β. Συνδρομητές Εντός Μητρώου	Γ. Συνδρομητές Εκτός Μητρώου	Δ. Συνδρομητές "εντός Μητρώου" με επικοινωνία μόνο από ΟΤΕ	Ε. Διαφορά μεταξύ Συνδρομητών Εντός Μητρώου και Συνδρομητών με επικοινωνία μόνο από ΟΤΕ	Στ. % Συνδρομητών Εντός Μητρώου	Ζ. % Συνδρομητών Εκτός Μητρώου	Η. % Συνδρομητών με επικοινωνία μόνο από ΟΤΕ	Θ. Αναγωγή Διαφοράς στη συνδρομητική βάση	Ι. Αναγωγή Διαφοράς στη συνδρομητική βάση εντός Μητρώου
Ιούνιος 2013	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Ιούλιος 2013	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Αύγουστος 2013	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Σεπτέμβριος 2013	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Οκτώβριος 2013	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Νοέμβριος 2013	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Δεκέμβριος 2013	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Ιανουάριος 2014	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]

Σεπτέμβριος 2016	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	
Οκτώβριος 2016	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Νοέμβριος 2016	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Δεκέμβριος 2016	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Ιανουάριος 2017	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Φεβρουάριος 2017	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Μάρτιος 2017	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Πηγή ΟΤΕ

Πίνακας 67: Ετήσια Συνεισφορά Ανανεώσεων μέσω Τηλεφωνικών Πωλήσεων στη Συνδρομητική Βάση του ΟΤΕ εντός Μητρώου του αρ. 11

	2013	2014	2015	2016
Ανανεώσεις μέσω Τηλεφωνικών Πωλήσεων				
Ανά έτος	177.724	308.631	284.863	179.955
Διάμεσος Συνδρομητών ΟΤΕ εντός Μητρώου	[...]	[...]	[...]	[...]
Διάμεσος Συνδρομητών ΟΤΕ εντός Μητρώου με δικαίωμα επικοινωνίας μόνο από ΟΤΕ	[...]	[...]	[...]	[...]
% Ανανεώσεων μέσω Τηλεφωνικών Πωλήσεων στη Διάμεσο Πλήθους Συνδρομητών ΟΤΕ εντός Μητρώου		[..%]	[..%]	[..%]
% Ανανεώσεων μέσω Τηλεφωνικών Πωλήσεων στη Διάμεσο Πλήθους Συνδρομητών ΟΤΕ εντός Μητρώου με δικαίωμα επικοινωνίας μόνο από ΟΤΕ		[..%]	[..%]	[..%]

Πηγή ΟΤΕ

Πίνακας 68: Ποσοστό Καθαρών Νέων Εγγραφών στο Μητρώο του αρ.11 ως προς τις αντίστοιχες ετήσιες πωλήσεις

	2013	2014	2015	2016
Σύνολο Πωλήσεων	[...]	[...]	[...]	[...]
Καθαρές Νέες Εγγραφές στο Μητρώο του αρ.11	[...]	[...]	[...]	[...]
% Καθαρών Νέων Εγγραφών στο Μητρώο του αρ.11 ως προς τις πωλήσεις	[..%]	[..%]	[..%]	

πηγή ΟΤΕ

Πίνακας 69: Εξέλιξη Συνδρομητικής Βάσης COSMOTE, εντός και εκτός Μητρώου του αρ. 11,

A. Συνδρομητές Κινητής- Σύνολο	B. Συνδρομητές Κινητής- Εντός Μητρώου	Γ. Συνδρομητές κινητής - Εκτός Μητρώου	Δ. Συνδρομητές με επικοινωνία μόνο από την COSMOTE	Ε. % Συνδρομητών με επικοινωνία μόνο από την COSMOTE στο σύνολο των συνδρομητών κινητής	Στ. % Συνδρομητών κινητής της εταιρείας εντός Μητρώου προς το σύνολο Συνδρομητών της Εταιρείας
--------------------------------	---------------------------------------	--	--	---	--

				της εταιρείας εντός Μητρώου	
[...]	[...]	[...]			
[...]	[...]	[...]			[..%]
[...]	[...]	[...]			[..%]
[...]	[...]	[...]			[..%]
[...]	[...]	[...]			[..%]
[...]	[...]	[...]			[..%]
[...]	[...]	[...]			[..%]
[...]	[...]	[...]			[..%]
[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]	[..%]
[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]	[..%]
[...]	[...]	[...]			[..%]
[...]	[...]	[...]			[..%]
[...]	[...]	[...]			[..%]
[...]	[...]	[...]			[..%]
[...]	[...]	[...]			[..%]
[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]	[..%]
[...]	[...]	[...]	[...]	[..%]	[..%]
[...]	[...]	[...]			[..%]
[...]	[...]	[...]			[..%]
[...]	[...]	[...]			[..%]
[...]	[...]	[...]			[..%]

Πηγή COSMOTE

Πίνακας 70: Ποσοστό Καθαρών Νέων Εγγραφών στο Μητρώο του αρ.11 ως προς τις αντίστοιχες ετήσιες πωλήσεις,

	2013	2014	2015	2016
Σύνολο Πωλήσεων	[...]	[...]	[...]	[...]
Καθαρές Νέες Εγγραφές στο Μητρώο του αρ.11	[...]	[...]	[...]	[...]
% Καθαρών Νέων Εγγραφών στο Μητρώο του αρ.11 ως προς τις πωλήσεις	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]

πηγή COSMOTE

Πίνακας 71: Ετήσια Συνεισφορά Ανανεώσεων μέσω Τηλεφωνικών Πωλήσεων στη Συνδρομητική Βάση της COSMOTE εντός Μητρώου του αρ. 11,

Ενεργοποιήσεις Ανά έτος	2013	2014	2015	2016
Σύνολο έτους	[...]	[...]	[...]	[...]
Διάμεσος Συνδρομητών COSMOTE εντός Μητρώου	[...]	[...]	[...]	[...]
% Ανανεώσεων μέσω Τηλεφωνικών Πωλήσεων στη Διάμεσο Πλήθους Συνδρομητών COSMOTE εντός Μητρώου			[..%]	[..%]

Πηγή COSMOTE

246) Με βάση τα στοιχεία που έστειλαν οι καταγγέλλοντες, **αποτυπώνονται συγκεντρωτικοί πίνακες που απεικονίζουν τη συνεισφορά των τηλεφωνικών πωλήσεων στην προσέλκυση συνδρομητών των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE από κάθε έναν και όλους μαζί τους καταγγέλλοντες.** Ειδικότερα, οι τηλεφωνικές πωλήσεις αφορούν σε ποσοστό υπέρτερο του [..%] των ετήσιων πωλήσεων των εναλλακτικών σε πελάτες της εταιρείας ΟΤΕ και κυμαίνονται μεταξύ [...] [...] χιλιάδων νέες ενεργοποιήσεις σε ετήσια βάση (Πίνακας 72). Σε απόλυτο μέγεθος μέσω τηλεφωνικών πωλήσεων, ο όγκος διαμορφώνεται στα χαμηλότερα επίπεδα το έτος 2016 με [...] νέες ενεργοποιήσεις και ακολουθεί το έτος 2015 με [...] νέες ενεργοποιήσεις. Είναι χαρακτηριστικό ότι, **κατά το έτος 2016 καταγράφεται και ο μικρότερος όγκος πωλήσεων των εναλλακτικών σε πελάτες της εταιρείας ΟΤΕ,** ανερχόμενες στην περιοχή των [...] νέων ενεργοποιήσεων. Για τη σχηματοποίηση του πίνακα, έχουν πραγματοποιηθεί 3 παραδοχές/ εξορθολογήσεις.

Για την εταιρεία VODAFONE χρησιμοποιήθηκαν στοιχεία από την ΕΒΔΑΦ, για να διαπιστωθεί ο όγκος πωλήσεων σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ για τα έτη 2015-2016.

247) Για την εταιρεία WIND, τα στοιχεία για το έτος 2016 αφορούσαν μέχρι και το μήνα Σεπτέμβριο, οπότε και μέσω αναλογικής παρέκτασης εκτιμήθηκε το μέγεθος και για τους υπόλοιπους τρεις μήνες του εν λόγω έτους. Τέλος, αξιοποιήθηκε η αναλογία που απέστειλε η εταιρεία WIND για τη συνεισφορά των τηλεφωνικών πωλήσεων στις συνολικές πωλήσεις, ως η αναλογία που αφορά στη συνεισφορά των τηλεφωνικών πωλήσεων στις συνολικές πωλήσεις σε πελάτες της εταιρείας ΟΤΕ, γεγονός που μπορεί να σηματοδοτεί υποεκτίμηση, δεδομένου του μεγέθους της συνδρομητικής βάσης της εταιρείας ΟΤΕ.

248) Εμφαίνοντας στην επίδραση των τηλεφωνικών πωλήσεων στη συνδρομητική βάση της εταιρείας ΟΤΕ, μπορεί να παρουσιαστεί ο Πίνακας 73, αξιοποιώντας τα στοιχεία που έχει στείλει η εταιρεία ΟΤΕ για τη μηνιαία εξέλιξη της συνδρομητικής βάσης της και λαμβάνοντας το μέσο όρο αυτής σε ετήσια βάση. Στο εν λόγω πίνακα, αποτυπώνεται ότι η επίδραση των πωλήσεων των εναλλακτικών σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ αφορά στο ποσοστό του [..%]-[..%] της συνδρομητικής βάσης της, κατά την περίοδο των ετών 2014-2017. Αντίστοιχα, οι τηλεφωνικές πωλήσεις των εναλλακτικών σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ, αφορούν στο [..%]-[..%] της συνδρομητικής βάσης της κατά την περίοδο 2014-2017. Τα χαμηλότερα μεγέθη διαπιστώνονται για το έτος 2016, καθώς χωρίς αυτό, οι τηλεφωνικές πωλήσεις αφορούν σε ποσοστό μεγαλύτερου του [..%] και οι πωλήσεις, εν γένει, των εναλλακτικών σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ αφορούν σε ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] της συνδρομητικής βάσης της. Σημειώνεται ότι στα μεγέθη του έτους 2014, η πληροφόρηση για την εταιρεία VODAFONE προέρχεται από την ΕΒΔΑΦ για τις μετακινήσεις από την εταιρεία ΟΤΕ στην εταιρεία VODAFONE/HOL και η συνεισφορά των τηλεφωνικών πωλήσεων, ορίστηκε στο μέσο όρο της συνεισφοράς των επόμενων τεσσάρων περιόδων.

Πίνακας 72: Τηλεφωνικές πωλήσεις και πωλήσεις σε συνδρομητές ΟΤΕ από τους ανταγωνιστές του ΟΤΕ. Συγκεντρωτική εικόνα συνεισφοράς τηλεφωνικών πωλήσεων

ΣΤΑΘΕΡΗ	2014	2015	2016	2017	2018-7M
συνεισφορά CC σε όγκο νέων πωλήσεων FORTHNET σε συνδρομητές ΟΤΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
συνεισφορά CC σε όγκο νέων πωλήσεων VODAFONE σε συνδρομητές ΟΤΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
συνεισφορά CC σε όγκο νέων πωλήσεων WIND σε συνδρομητές ΟΤΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
συνεισφορά CC σε όγκο νέων πωλήσεων CYTA σε συνδρομητές ΟΤΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

συνεισφορά CC σε όγκο νέων πωλήσεων εναλλακτικών	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
όγκος νέων πωλήσεων FORTHNET σε συνδρομητές ΟΤΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
όγκος νέων πωλήσεων VODAFONE σε συνδρομητές ΟΤΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
όγκος νέων πωλήσεων WIND σε συνδρομητές ΟΤΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
όγκος νέων πωλήσεων CYTA σε συνδρομητές ΟΤΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
όγκος νέων πωλήσεων εναλλακτικών σε συνδρομητές ΟΤΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Ποσοστιαία συνεισφορά CC όγκου νέων πωλήσεων σε συνδρομητές ΟΤΕ	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]

Πίνακας 73: Επίδραση Πωλήσεων/Τηλεφωνικών Πωλήσεων Εναλλακτικών σε συνδρομητές του ΟΤΕ στη συνδρομητική βάση του ΟΤΕ

ΣΤΑΘΕΡΗ	2014	2015	2016	2017	2018-7Μ
όγκος τηλεφωνικών πωλήσεων εναλλακτικών σε συνδρομητές ΟΤΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
όγκος πωλήσεων εναλλακτικών σε συνδρομητές ΟΤΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Συνδρομητική βάση ΟΤΕ (Μ.Ο έτους)	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Επίπτωση τηλεφωνικών πωλήσεων εναλλακτικών στη συνδρομητική βάση του ΟΤΕ	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Επίπτωση πωλήσεων εναλλακτικών στη συνδρομητική βάση του ΟΤΕ	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]

249) Αντίστοιχη πληροφόρηση μπορεί να αντληθεί και για τη συνεισφορά των τηλεφωνικών πωλήσεων σε συνδρομητές της εταιρείας **COSMOTE** από τους καταγγέλλοντες. Ειδικότερα, **οι τηλεφωνικές πωλήσεις αφορούν σε ποσοστό υπέρτερο του [..%] των ετήσιων πωλήσεων των εναλλακτικών σε πελάτες της εταιρείας COSMOTE και κυμαίνονται μεταξύ [...]-[...] χιλιάδων νέων ενεργοποιήσεων σε ετήσια βάση (Πίνακας 74) για τα έτη 2014-2017.** Για τη σχηματοποίηση του Πίνακα,

έχουν πραγματοποιηθεί οι 3 παραδοχές/εξορθολογήσεις που αναφέρθηκαννωρίτερα. Σημειώνεται ότι τα στοιχεία φορητότητας από την εταιρεία COSMOTE προς την εταιρεία VODAFONE, ενδέχεται να εμπεριέχουν και συνδρομητές καρτοκινητής, οπότε να υποτιμάται η συνεισφορά των τηλεφωνικών πωλήσεων για τα δύο (2) έτη (2015-2016) για την δεύτερη εταιρεία, δεδομένου ότι οι τηλεφωνικές πωλήσεις της εταιρείας, αφορούν μόνο σε συνδρομητές συμβολαίου.

250) Αναφορικά με την επίδραση των τηλεφωνικών πωλήσεων στη συνδρομητική βάση της εταιρείας COSMOTE, μπορεί να παρουσιαστεί ο Πίνακας 75, αξιοποιώντας τα στοιχεία που έχει αποστείλει η εταιρεία για τη εξέλιξη της τριμηνιαίας συνδρομητικής βάσης της, στο πλαίσιο της παρούσας υπόθεσης και της τριμηνιαίας συνδρομητικής βάσης ενεργών συνδρομητών της κινητής στο πλαίσιο της τακτικής πληροφόρησης που προσφέρει στην ΕΕΤΤ και λαμβάνοντας το μέσο όρο αυτής σε ετήσια βάση. Στον εν λόγω πίνακα, αποτυπώνεται ότι: **η επίδραση των πωλήσεων των εταιρειών VODADONE-WIND σε συνδρομητές της εταιρείας COSMOTE, αφορά μόλις στο [..%]-[..%] της ενεργής συνδρομητικής βάσης και στο [..%]-[..%] της συνολικής συνδρομητικής βάσης της εταιρείας COSMOTE, κατά την περίοδο των ετών 2014-2017. Αντίστοιχα, οι τηλεφωνικές πωλήσεις των εναλλακτικών σε συνδρομητές της εταιρείας COSMOTE αφορούν στο [..%]-[..%] της ενεργής και στο [..%]-[..%] της συνολικής συνδρομητικής βάση της κατά την περίοδο 2014-2017. Τα χαμηλότερα δε μεγέθη διαπιστώνονται για το έτος 2017. Σημειώνεται ότι στα μεγέθη του έτους 2014, η πληροφόρηση για την εταιρεία VODAFONE προέρχεται από την ΕΒΔΑΦ για τις μετακινήσεις από την εταιρεία ΟΤΕ στις εταιρείες VODAFONE/HOL και η συνεισφορά των τηλεφωνικών πωλήσεων, ορίστηκε στο μέσο όρο της συνεισφοράς των επόμενων τεσσάρων περιόδων.**

Πίνακας 74: Τηλεφωνικές πωλήσεις και πωλήσεις σε συνδρομητές COSMOTE από τους ανταγωνιστές της. Συγκεντρωτική εικόνα συνεισφοράς τηλεφωνικών πωλήσεων

ΚΙΝΗΤΗ	2014	2015	2016	2017	2018-7Μ
συνεισφορά CC σε όγκο νέων πωλήσεων VODAFONE από COSMOTE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
συνεισφορά CC σε όγκο νέων πωλήσεων WIND από COSMOTE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
συνεισφορά CC σε όγκο νέων πωλήσεων WIND και VODAFONE από COSMOTE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

όγκος νέων πωλήσεων VODAFONE από COSMOTE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
όγκος νέων πωλήσεων WIND από COSMOTE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
όγκος νέων πωλήσεων WIND και VODAFONE από COSMOTE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Ποσοστιαία συνεισφορά CC όγκου νέων πωλήσεων από ΟΤΕ	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]

Πίνακας 75: Επίδραση Πωλήσεων/Τηλεφωνικών Πωλήσεων VODAFONE-WIND σε συνδρομητές της COSMOTE στη συνδρομητική βάση της COSMOTE

ΚΙΝΗΤΗ	2014	2015	2016	2017	2018-7Μ
όγκος τηλεφωνικών πωλήσεων WIND και VODAFONE σε συνδρομητές COSMOTE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
όγκος πωλήσεων WIND και VODAFONE σε συνδρομητές COSMOTE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Ενεργή Συνδρομητική βάση COSMOTE (Μ.Ο έτους)	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Επίπτωση τηλεφωνικών πωλήσεων WIND και VODAFONE στην ενεργή συνδρομητική βάση COSMOTE	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Επίπτωση πωλήσεων WIND και VODAFONE στην ενεργή συνδρομητική βάση COSMOTE	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Συνδρομητική βάση COSMOTE (Μ.Ο έτους)	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Επίπτωση τηλεφωνικών πωλήσεων WIND και VODAFONE στη συνδρομητική βάση COSMOTE	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Επίπτωση πωλήσεων WIND και VODAFONE στη συνδρομητική βάση COSMOTE	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]

251) Ο Πίνακας 76 συγκεντρώνει την επίδραση που ασκούν οι πωλήσεις και οι τηλεφωνικές πωλήσεις των εταιρειών FORTHNET, WIND, VODAFONE και CYTA

στο μέγεθος της συνδρομητικής βάσης της κάθε μιας εξ' αυτών για την περίοδο μεταξύ των ετών 2014-2017. Ειδικότερα, για την εταιρεία FORTHNET, αποτυπώνεται ότι οι πωλήσεις της σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ αφορούν, τελικά, στο ποσοστό του [..%] της συνδρομητικής βάσης της για το έτος 2014. Κατόπιν υποχωρούν στο ποσοστό του [..%] και στο [..%] της συνδρομητικής βάσης της κατά το έτος 2015 και 2016 αντίστοιχα, για να επανακάμψουν κατά το έτος 2017 στο ποσοστό του [..%]. Αντίστοιχα, αποτυπώνεται ότι οι τηλεφωνικές πωλήσεις αφορούν στο ποσοστό του [..%] το έτος 2014, υποχωρούν στο [..%] το έτος 2015, στο [..%] το έτος 2016 και ανακάμπτουν στο ποσοστό του [..%] κατά το έτος 2017. Σε απόλυτα μεγέθη, οι τηλεφωνικές πωλήσεις σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ μειώθηκαν στις [...] χιλιάδες κατά το έτος 2015, έναντι [...] χιλιάδων κατά το έτος 2014. Το έτος 2016 μειώθηκαν περαιτέρω στις [...] χιλιάδες και το έτος 2017 ανέκαμψαν στις [...] χιλιάδες. Ανάλογη πορεία ακολούθησαν και οι πωλήσεις της εταιρείας σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ κατά το ίδιο χρονικό διάστημα. Οι τηλεφωνικές πωλήσεις αύξησαν στο ποσοστό του [..%] το έτος 2017, έναντι [..%] κατά το έτος 2016 και [..%] κατά το έτος 2015 τη συνεισφορά τους στις συνολικές πωλήσεις της εταιρείας στους συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ. Σημαντικό είναι ότι καθ' όλη την τετραετία 2014-2017, διαπιστώνεται μείωση της συνδρομητικής βάσης, με μέσο ετήσιο ρυθμό το ποσοστό του [..%] (Διάγραμμα 31).

252) Κατά συνέπεια, η αύξηση των τηλεφωνικών πωλήσεων σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ το 2017, συνέβαλλε δραστικά στον περιορισμό των απωλειών στη συνδρομητική βάση της εταιρείας. Επομένως, **συνάγεται ότι η αύξηση του μεγέθους του Μητρώου του Άρ. 11 της εταιρείας ΟΤΕ αντικατοπτρίστηκε στη μείωση των τηλεφωνικών πωλήσεων και, εν γένει, των πωλήσεων της εταιρείας FORTHNET σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ κατά τα έτη 2015 και 2016.** Πιθανολογείται δε, με βάση τα ανωτέρω ποσοστά, ότι η πρόσθετη συνδρομητική βάση που ισχυρίζεται η εταιρεία FORTHNET στον Πίνακα 41 ότι απώλεσε, εξαιτίας της εξεταζόμενης πρακτικής, να κείται εντός των εφικτών ορίων απολεσθείσας συνδρομητικής βάσης. Δηλαδή, οι αριθμητικές εκτιμήσεις της εταιρείας FORTHNET για την απολεσθείσα συνδρομητική βάση φαίνεται να επιβεβαιώνονται από την ανάλυση της εξέλιξης των πωλήσεων σε συγκριτική προσέγγιση πριν, κατά τη διάρκεια και το επόμενο έτος, μετά την υπό κρίση περίοδο. **Οι τηλεφωνικές πωλήσεις συγκεκριμένα αφορούν σε ποσοστό [..%]-[..%] των συνολικών πωλήσεων της εταιρείας FORTHNET σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ.** Η συνεισφορά μειώνεται αριθμητικά και ποσοστιαία κατά τα έτη 2015 και 2016. Η δραστική διαδικασία εγγραφής των συνδρομητών της εταιρείας ΟΤΕ στο Μητρώο του Άρθρου 11 μείωσε το πλήθος των διαθέσιμων προς τηλεφωνική πώληση συνδρομητών της εταιρείας ΟΤΕ για την εταιρεία FORTHNET. Αυτό, αντικατοπτρίστηκε στις πωλήσεις της εταιρείας FORTHNET σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ. **Με την εκκαθάριση του Μητρώου, η τάση αυτή όντως αναστράφηκε.** Συγκεκριμένα, **οι τηλεφωνικές πωλήσεις της εταιρείας FORTHNET σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ τετραπλασιάστηκαν το έτος 2017 και οι συνολικές της πωλήσεις υπερδιπλασιάστηκαν.** Παράλληλα, αυξήθηκε εκ νέου στα επίπεδα του [..%] η συνεισφορά των τηλεφωνικών πωλήσεων στις

συνολικές πωλήσεις σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ. Δηλαδή, με βάση τ' αναλυθέντα στοιχεία, η εταιρεία FORTHNET φαίνεται βασικά να στηρίζεται στο εργαλείο των τηλεφωνικών πωλήσεων για την προσέλκυση συνδρομητών από τη συνδρομητική βάση της εταιρείας ΟΤΕ.

[...]

Διάγραμμα 31: Ετήσιες μεταβολές στοιχείων πωλήσεων FORTHNET σε συνδρομητές ΟΤΕ και στη συνδρομητική βάση

253) **Για την εταιρεία WIND**, αποτυπώνεται ότι οι πωλήσεις της σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ αφορούν, τελικά, στο ποσοστό του [..%] της συνδρομητικής βάσης της κατά το έτος 2014. Κατόπιν, υποχωρούν στο ποσοστό του [..%] και στο [..%] της συνδρομητικής βάσης της κατά τα έτη 2015 και 2016 αντίστοιχα και το έτος 2017 στο ποσοστό του [..%]. Αντίστοιχα, αποτυπώνεται ότι οι τηλεφωνικές πωλήσεις αφορούν στο ποσοστό του [..%] το έτος 2014, στο [..%] το έτος 2015, στο [..%] το έτος 2016 και υποχωρούν περαιτέρω στο ποσοστό του [..%] κατά το έτος 2017. **Στην περίπτωση της εταιρείας WIND, δε φαίνεται να μπορεί να τεκμηριωθεί αρνητικός αντίκτυπος, συνεπεία της εξεταζόμενης πρακτικής στην πελατειακή βάση της, δεδομένου ότι ακόμη και μετά το «εκκαθαρισμένο» το Μητρώο το έτος 2017, οι τηλεφωνικές πωλήσεις και οι πωλήσεις σε συνδρομητές ης εταιρείας ΟΤΕ υποχωρούν σε σχέση με το έτος 2015, τόσο σε απόλυτα μεγέθη όσο και σε συγκριτικά, ως προς τον αντίκτυπο τους, προς τη συνδρομητική βάση της εταιρείας.** Παράλληλα, κατά το έτος 2017, φαίνεται να μειώνεται και η σημαντικότητα των τηλεφωνικών πωλήσεων, ως εργαλείο προσέλκυσης συνδρομητών της εταιρείας ΟΤΕ.

254) **Για την εταιρεία VODAFONE**, αποτυπώνεται ότι οι πωλήσεις της σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ αφορούν, τελικά, στο ποσοστό του [..%] της συνδρομητικής βάσης της κατά το έτος 2015, έναντι του εκτιμηθέντος [..%] κατά το έτος 2014. Κατόπιν υποχωρούν στο ποσοστό [..%] και στο [..%] της συνδρομητικής βάσης της κατά τα έτη 2016 και 2017 αντίστοιχα. **Αντίστοιχα, αποτυπώνεται ότι οι τηλεφωνικές πωλήσεις της αφορούν στο ποσοστό του [..%] το 2014, το [..%] το έτος 2015, στο [..%] το έτος 2016 και στο [..%] το έτος 2017.** Στην περίπτωση της εταιρείας VODAFONE, οι τηλεφωνικές πωλήσεις του έτους 2017 είναι αυξημένες κατά ποσοστό [..%] σε σχέση με το έτος 2016 και κατά [..%] σε σχέση με το έτος 2015, ενώ εξακολουθούν να υπολείπονται περί του [..%] των πωλήσεων του έτους 2014. Παράλληλα, φαίνεται να αυξάνουν τη συγκριτική σημαντικότητα τους ως εργαλείο πωλήσεων σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ, αφορώσες πλέον το ποσοστό του [..%] των συνολικών πωλήσεων έναντι περί του ποσοστού του [..%] κατά τα προηγούμενα έτη. Παράλληλα, κατά το έτος 2017, οι συνολικές πωλήσεις της σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ φαίνεται να μειώνονται. Σε κάθε περίπτωση, σε απόλυτα μεγέθη, η διαφορά του ποσοστού [..%] που αναφέρθηκε μεταξύ των ετών 2017 και 2016, αφορά σε αριθμό περί των [...] συνδρομητών και η

διαφορά του ποσοστού του [..%] περί τους [...] συνδρομητές. Συναφώς, πιθανολογείται, με βάση τα ανωτέρω ποσοστά και μεγέθη, ότι η πρόσθετη συνδρομητική βάση σταθερής που η εταιρεία ισχυρίζεται στον Πίνακα 41 ότι απώλεσε εξαιτίας της πρακτικής των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE να κείται εκτός των εφικτών ορίων απολεσθείσας συνδρομητικής βάσης. Δηλαδή, εάν μπορούσε να υποτεθεί αντίκτυπος εξαιτίας της πρακτικής, αυτός είναι σημαντικά μικρότερος, τουλάχιστον υποδιπλάσιος της εκτίμησης της καταγγέλλουσας. **Μάλιστα, καθώς η εταιρεία VODAFONE εμφανίζει νέα μείωση πωλήσεων, ιδίως και κατά το έτος 2017, δηλαδή σε ήδη εκκαθαρισμένο Μητρώο, σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ, οποιαδήποτε πιθανολόγηση επίπτωσης είναι ιδιαίτερα παρακινδυνευμένη με βάση τα εν λόγω δεδομένα.**

255) Για την εταιρεία **CYTA**, αποτυπώνεται ότι οι πωλήσεις της σε συνδρομητές ης εταιρείας ΟΤΕ αφορούν, τελικά, στο ποσοστό του [..%] της συνδρομητικής βάσης της κατά το έτος 2014. Κατόπιν υποχωρούν στο ποσοστό του [..%] και στο [..%] της συνδρομητικής βάσης της κατά τα έτη 2015 και 2016 αντίστοιχα, για να επανακάμψουν ελαφρώς το έτος 2017 στο ποσοστό του [..%]. Αντίστοιχα, αποτυπώνεται ότι οι τηλεφωνικές πωλήσεις αφορούν στο ποσοστό του [..%] κατά το έτος 2014, υποχωρούν στο [..%] το έτος 2015, στο [..%] το έτος 2016 και στο [..%] το έτος 2017. Σε απόλυτα μεγέθη, το έτος 2017, οι πωλήσεις και οι τηλεφωνικές πωλήσεις της σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ υποχωρούν περαιτέρω σε σχέση με τα έτη 2015 και 2016. Επομένως, **συνάγεται και για την εν λόγω εταιρεία, ότι ούτε τα απόλυτα μεγέθη ούτε τα προαναφερθέντα ποσοστά, μπορούν να τεκμηριώσουν πιθανό αρνητικό αντίκτυπο που προέρχεται ως συνέπεια της εξεταζόμενης πρακτικής των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE στην πελατειακή βάση της σταθερής τηλεφωνίας της εταιρείας CYTA.**

Πίνακας 76: Σημαντικότητα Πωλήσεων/Τηλεφωνικών Πωλήσεων FORTHNET, WIND, VODAFONE και CYTA σε συνδρομητές ΟΤΕ στη συνδρομητική βάση τους

Σταθερή	2014	2015	2016	2017	2018-7M
συνεισφορά CC σε όγκο νέων πωλήσεων FORTHNET σε συνδρομητές ΟΤΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
όγκος νέων πωλήσεων FORTHNET σε συνδρομητές ΟΤΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Συνδρομητές Forthnet	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Επίπτωση τηλεφωνικών πωλήσεων στη συνδρομητική βάση της FORTHNET	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Επίπτωση πωλήσεων στη συνδρομητική βάση της FORTHNET	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]

Σταθερή	2014	2015	2016	2017	2018-7Μ
συνεισφορά CC σε όγκο νέων πωλήσεων WIND σε συνδρομητές ΟΤΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
όγκος νέων πωλήσεων WIND σε συνδρομητές ΟΤΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Συνδρομητές WIND	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Επίπτωση τηλεφωνικών πωλήσεων στη συνδρομητική βάση της WIND	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Επίπτωση πωλήσεων στη συνδρομητική βάση της WIND	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]

Σταθερή	2014	2015	2016	2017	2018-7Μ
συνεισφορά CC σε όγκο νέων πωλήσεων VODAFONE σε συνδρομητές ΟΤΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
όγκος νέων πωλήσεων VODAFONE σε συνδρομητές ΟΤΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Συνδρομητές VODAFONE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Επίπτωση τηλεφωνικών πωλήσεων στη συνδρομητική βάση της VODAFONE	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Επίπτωση πωλήσεων στη συνδρομητική βάση της VODAFONE	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]

Σταθερή	2014	2015	2016	2017	2018-7Μ
συνεισφορά CC σε όγκο νέων πωλήσεων CYTA σε συνδρομητές ΟΤΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
όγκος νέων πωλήσεων CYTA σε συνδρομητές ΟΤΕ	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Συνδρομητές CYTA	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Επίπτωση τηλεφωνικών πωλήσεων στη συνδρομητική βάση της CYTA	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Επίπτωση πωλήσεων στη συνδρομητική βάση της CYTA	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]

Ο Πίνακας 77 συγκεντρώνει την επίδραση που ασκούν οι πωλήσεις και οι τηλεφωνικές πωλήσεις των εταιρειών WIND και VODAFONE, στο μέγεθος της συνδρομητικής βάσης της κάθε μιας εξ αυτών, για την περίοδο μεταξύ των ετών 2014-2017.

256) Για την εταιρεία WIND αντίστοιχα, φαίνεται ότι οι πωλήσεις της σε συνδρομητές της εταιρείας COSMOTE αντικατοπτρίζουν μόλις το ποσοστό του [..%] έως [..%] της συνδρομητικής βάσης της. Ειδικότερα, για τα έτη 2014-2016, αφορούν στο ποσοστό του [..%] και για το έτος 2017, στο ποσοστό του [..%] της συνδρομητικής βάσης της. Αντίστοιχα, οι τηλεφωνικές πωλήσεις σε συνδρομητές της εταιρείας COSMOTE αντικατοπτρίζουν το ποσοστό μεταξύ του [..%] με [..%] της συνδρομητικής βάσης της, ήτοι χωρίς ιδιαίτερες μεταβολές μεταξύ των ετών 2014-2017. Για την εταιρεία VODAFONE, φαίνεται ότι οι πωλήσεις της σε συνδρομητές της εταιρείας COSMOTE αντικατοπτρίζουν το ποσοστό του [..%] το έτος 2014, το [..%] το έτος 2015, το [..%] το έτος 2016 και το [..%] το έτος 2017. Αντίστοιχα, οι τηλεφωνικές πωλήσεις της σε συνδρομητές της εταιρείας COSMOTE, αντικατοπτρίζουν το ποσοστό του [..%] έως [..%] της συνδρομητικής βάσης της, ήτοι χωρίς ιδιαίτερες μεταβολές μεταξύ των ετών 2015-2017. Και για τις 2 εταιρείες, η εξέλιξη των απόλυτων μεγεθών κατά το έτος 2017, έναντι των προηγούμενων ετών, δεν προσφέρει διαφορετικά συμπεράσματα. Ως εκ τούτου, **συνάγεται ότι ούτε τα απόλυτα μεγέθη, ούτε τα προαναφερθέντα ποσοστά μπορούν να τεκμηριώσουν κάποιον πιθανό αρνητικό αντίκτυπο, ως συνέπεια της εξεταζόμενης πρακτικής των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE στην πελατειακή βάση της κινητής τηλεφωνίας της εταιρείας VODAFONE, αλλά ούτε και της εταιρείας WIND.**

Πίνακας 77: Σημαντικότητα Πωλήσεων/Τηλεφωνικών Πωλήσεων WIND και VODAFONE σε συνδρομητές COSMOTE στη συνδρομητική βάση τους

Κινητή	2014	2015	2016	2017	2018-7M
συνεισφορά CC σε όγκο νέων πωλήσεων WIND σε συνδρομητές COSMOTE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
όγκος νέων πωλήσεων WIND σε συνδρομητές COSMOTE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Συνδρομητές WIND	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Επίπτωση τηλεφωνικών πωλήσεων στην ενεργή συνδρομητική βάση της WIND	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]

Επίπτωση πωλήσεων στην ενεργή συνδρομητική βάση της WIND	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Κινητή	2014	2015	2016	2017	2018-7Μ
συνεισφορά CC σε όγκο νέων πωλήσεων VODAFONE σε συνδρομητές COSMOTE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
όγκος νέων πωλήσεων VODAFONE σε συνδρομητές COSMOTE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Συνδρομητές VODAFONE	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Επίπτωση τηλεφωνικών πωλήσεων στην ενεργή συνδρομητική βάση της VODAFONE	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
Επίπτωση πωλήσεων στην ενεργή συνδρομητική βάση της VODAFONE	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]

257) Παράλληλα, **δε συνάγεται σαφής πληροφόρηση για την εξέλιξη της δαπάνης των παρόχων στα τηλεφωνικά κέντρα.** Πράγματι, ενώ καταγράφεται πτώση ποσοστού [..%] στο σύνολο της δαπάνης μεταξύ των ετών 2017 και 2016 για τους παρόχους, αυτή φαίνεται να οφείλεται κατά κύριο λόγο στην εταιρεία CYTA, καθώς σε εξέταση των στοιχείων για τους 2 παρόχους (WIND και FORTHNET) που απέστειλαν πληροφόρηση **και για το έτος 2014, φαίνεται ότι η δαπάνη υποχωρεί τα έτη 2015 και 2016, σε σχέση με το έτος 2014 και ανακάμπτει κατά το έτος 2017** (Πίνακας 78). Εντούτοις, αποτυπώνεται σαφώς η **μείωση των πωλήσεων ανά εργατοώρα που επικαλείται η εταιρεία MEDIATEL (Πίνακας 44) για το έτος 2016, χωρίς όμως να ανακάμπτει ουσιαστικά κατά το έτος 2017 ή το έτος 2018, στα επίπεδα κάποιου έτους μεταξύ των ετών 2012-2015.** Με βάση τα στοιχεία που έδωσε η εταιρεία, μετά την «εκκαθάριση» των Μητρώων τους από τις εταιρείες OTE και COSMOTE στα τέλη του έτους 2016, η ανάκαμψη είναι της τάξης του [..%] για το έτος 2017, έναντι του έτους 2016 και του ποσοστού [..%] για το έτος 2018, έναντι του έτους 2016. Παρά το γεγονός ότι τα ανωτέρω ποσοστά φαίνονται σημαντικά, στον ίδιο πίνακα φαίνεται ότι η ανάκαμψη του έτους 2015, έναντι του έτους 2014 ανέρχεται στο ποσοστό του [..%].

258) **Υπενθυμίζεται ότι το έτος 2015 είναι το έτος όπου καταγράφονται ιδιαίτερα αυξημένες εγγραφές των συνδρομητών των εταιρειών OTE και COSMOTE στο Μητρώο του Άρ.11 και εντάσσεται στην υπό εξέταση περίοδο.** Για την ακρίβεια, όπως φαίνεται και στον Πίνακα 67, το έτος 2015 καταγράφονται [...] εκατομμύρια - έναντι [...] χιλιάδων του έτους 2014- συνδρομητών της εταιρείας OTE εντός του Μητρώου του Άρ.

11, ή αλλιώς [...] φορές περισσότεροι συνδρομητές για το έτος 2015 έναντι αυτών του έτους 2014. Αντίστοιχα, για την εταιρεία COSMOTE, καταγράφονται [...] εκατομμύρια - έναντι [...] χιλιάδων το έτος 2014- συνδρομητών της εταιρείας ΟΤΕ εντός του Μητρώου του Άρ. 11, ή αλλιώς [...] φορές περισσότεροι συνδρομητές για το έτος 2015, έναντι του έτους 2014. Δηλαδή, **με βάση τα ίδια στοιχεία που κατέθεσε η εταιρεία MEDIATEL, φαίνεται ότι η αύξηση των εγγραφών στο Μητρώο του Άρ. 11 των συνδρομητών των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, μεταξύ των ετών 2014-2015, δεν επηρέασε καθόλου το μέσο όρο πωλήσεων της, ανά εργατοώρα κατά τη συγκεκριμένη περίοδο.**

Πίνακας 78: Δαπάνη Παρόχων σε Τηλεφωνικά Κέντρα

€ Μ	2014	2015	2016	2017	Ιανουάριος-Ιούλιος 2018
Δαπάνη για Τηλεφωνικά Κέντρα (WIND, VODAFONE, FORTHNET, CYTA)		[...]	[...]	[...]	[...]
Δαπάνη για Τηλεφωνικά Κέντρα (WIND & FORTHNET)	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

ιβ) Συμπεράσματα με βάση τ' ανωτέρω στοιχεία για τη εξεταζόμενη πρακτική των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE

259) Στο πλαίσιο της εκτίμησης εάν μια συμπεριφορά της δεσπόζουσας επιχείρησης προκαλεί όντως «αντι-ανταγωνιστικό αποκλεισμό», πέρα από την **προφανώς απαραίτητη αιτιώδη συνάφεια της πρακτικής με το όποιο ενδεχόμενο αποτέλεσμα, εξετάζονται και συνεκτιμώνται μια σειρά από παράγοντες**¹⁴⁶, σύμφωνα με τα όσα καταρχήν παραθέτει η σχετική Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Με βάση όλα τ' ανωτέρω στοιχεία/χαρακτηριστικά που προβλέπει η Ανακοίνωση και τη διάρθρωση των σχετικών αγορών, λεκτέα τα εξής:

A) η θέση της επιχείρησης που κατέχει δεσπόζουσα θέση και οι συνθήκες που επικρατούν στη σχετική αγορά. Η εταιρεία ΟΤΕ διατηρεί δεσπόζουσα θέση στην αγορά λιανικής πρόσβασης στο τηλεφωνικό δίκτυο, με μερίδιο μέχρι και το τέλος του έτους 2016, άνω του ποσοστού του [..%]. Η εταιρεία COSMOTE αντίστοιχα διατηρεί δεσπόζουσα θέση στην αγορά της κινητής τηλεφωνίας, με μερίδιο εσόδων άνω του ποσοστού του [..%] και μερίδιο ενεργών συνδέσεων, άνω του ποσοστού του [..%] από το έτος 2012 και

¹⁴⁶ Ανακοίνωση της Επιτροπής - Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις, COM(2008)/ 832/5-12-2008 παρ. 20.

εντεύθεν. Σε αυτές τις δυο αγορές διαπιστώνονται υψηλοί και μη παροδικοί φραγμοί εισόδου/επέκτασης, ως αναφέρθηκε στην ενότητα **ΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ- (ια) Η εκτίμηση της ΕΕΤΤ ως προς τον ορισμό των σχετικών αγορών της/των εξεταζόμενων καταγγελιών).**

*Β) η θέση των ανταγωνιστών της επιχείρησης που κατέχει δεσπόζουσα θέση. Οι ανταγωνιστές της εταιρείας ΟΤΕ βασίζονται σχεδόν αποκλειστικά στις χονδρικές υπηρεσίες και τα προϊόντα της για την παροχή των υπηρεσιών πρόσβασης που προσφέρουν στους συνδρομητές τους. Δυο εκ των ανταγωνιστών της βελτιώνουν τα μερίδια τους, σε βάρος κυρίως της εταιρείας ΟΤΕ, δυο διαπιστώνουν μικρές πτωτικές μεταβολές, ενώ εξαιρούνται οι μικρότεροι πάροχοι. Στην αγορά της κινητής τηλεφωνίας, οι πάροχοι του δικτύου της κινητής είναι πλήρως καθετοποιημένοι, η εταιρεία **CYTA** ως εικονικός πάροχος εξαρτάται πλήρως από το δίκτυο της εταιρείας **VODAFONE**, ενώ τα μερίδια των ανταγωνιστών αυξομειώνονται, χωρίς να επηρεάζουν ουσιαστικά το μερίδιο της εταιρείας **COSMOTE**.*

*Γ) η θέση των πελατών ή των προμηθευτών εισροών. Ως αναφέρθηκε στην ανωτέρω ενότητα **ια) Η εκτίμηση της ΕΕΤΤ ως προς τον ορισμό των σχετικών αγορών της/των εξεταζόμενων καταγγελιών)**, στις δυο αγορές που διατηρούν δεσπόζουσες θέσεις οι 2 εταιρείες ΟΤΕ και **COSMOTE**, διαπιστώνεται **απουσία αγοραστικής ισχύος ικανής να αντισταθμίσει τη διαπιστωθείσα θέση της οικονομικής ισχύος των εταιρειών ΟΤΕ και **COSMOTE** για το επίμαχο χρονικό διάστημα (ήτοι αυτό των ετών 2014-2016)**. Παράλληλα, οι 2 εταιρείες **ΟΤΕ και **COSMOTE**** αποτελούν πλήρως καθετοποιημένους παρόχους. Οι ανάντη αγορές της χονδρικής, ήτοι: α) του τερματισμού φωνητικών κλήσεων σε μεμονωμένα δίκτυα κινητής, β) της εκκίνησης κλήσεων στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο που παρέχεται σε σταθερή θέση και γ) του τερματισμού κλήσεων προς τελικούς χρήστες στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο που παρέχεται σε σταθερή θέση, ρυθμίζονται¹⁴⁷.*

*Δ) ο βαθμός της εικαζόμενης καταχρηστικής συμπεριφοράς: Με βάση τα όσα προαναφέρθηκαν για την εταιρεία **FORTHNET**, η αύξηση του μεγέθους του Μητρώου του **Αρ. 11** της εταιρείας **ΟΤΕ**, αντικατοπτρίστηκε συναφώς στη μείωση των τηλεφωνικών πωλήσεων και, εν γένει, των πωλήσεων της εταιρείας σε συνδρομητές της εταιρείας **ΟΤΕ**, κατά έτη 2015 και 2016. Εντούτοις, δε διαπιστώθηκε για κάποια άλλη εταιρεία, είτε στη σταθερή είτε στην κινητή τηλεφωνία, βάσει των στοιχείων που προσκομίστηκαν, ενδεχόμενη επιρροή στο ποσοστό των συνολικών πωλήσεων τους, εξαιτίας και σε αιτιώδη συνάφεια με την εν λόγω πρακτική. Κατά συνέπεια,*

¹⁴⁷ Α) Απ. ΕΕΤΤ 815/02 «Ορισμός χονδρικής αγοράς τερματισμού φωνητικών κλήσεων σε μεμονωμένα κινητά δίκτυα, Καθορισμός Επιχειρήσεων με Σημαντική Ισχύ και Κανονιστικές Υποχρεώσεις αυτών (4ος Γύρος Ανάλυσης) [ΑΓΟΡΑ 2 Σύστασης Ευρωπαϊκής Επιτροπής]» ΦΕΚ 2530/Β'/28-07-2017 Β) Απ. ΕΕΤΤ 714/09 «Ορισμός των Αγορών (χονδρικής) Εκκίνησης Κλήσεων στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο που παρέχεται σε σταθερή θέση και Τερματισμού Κλήσεων σε μεμονωμένα δίκτυα σε σταθερή θέση, Καθορισμός Επιχειρήσεων με Σημαντική Ισχύ στις εν λόγω Αγορές και Υποχρεώσεις αυτών (3ος Γύρος Ανάλυσης). (β) Απορρύθμιση της Αγοράς Διαβιβαστικών Υπηρεσιών στο σταθερό δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο» ΦΕΚ 1049/Β'/28-04-2014.

μπορεί να πιθανολογηθεί κάποιος ενδεχόμενος αντίκτυπος, μόνο για την περίπτωση της εταιρείας FORTHNET.

260) Ειδικότερα, με βάση και τα όσα καταγράφονται στον Πίνακα 79, και οι τέσσερις καταγγέλλουσες εταιρείες-τηλεπικοινωνιακοί πάροχοι υπηρεσιών σταθερής τηλεφωνίας λιανικής αξιοποιούσαν το εργαλείο των τηλεφωνικών πωλήσεων για την προσέλκυση συνδρομητών από τη συνδρομητική βάση της εταιρείας ΟΤΕ.

261) **Για την εταιρεία FORTHNET**, η ποσοστιαία συνεισφορά διαπιστώνεται περί του ποσοστού [..%] το έτος 2014, περί του [..%] το έτος 2015, περί του [..%] το έτος 2016, περί του [..%] το έτος 2017 και περί του [..%] στο πρώτο επτάμηνο του έτους 2018. **Δηλαδή, ακόμη και όταν το Μητρώο του Άρθρου 11 ήταν μη εκκαθαρισμένο, τουλάχιστον 1 στους 3 νέους συνδρομητές της από τη συνδρομητική βάση της εταιρείας ΟΤΕ, προέρχεται από το κανάλι των τηλεφωνικών πωλήσεων. Στις άλλες περιπτώσεις, τουλάχιστον 1 στους 2 νέους συνδρομητές της από τη συνδρομητική βάση της εταιρείας ΟΤΕ, προέρχεται από το κανάλι των τηλεφωνικών πωλήσεων.** Το 2015 υποδιπλασιάζονται οι πωλήσεις της σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ σε σχέση με το έτος 2014. Την ίδια περίοδο, υπο-τριπλασιάζονται οι τηλεφωνικές πωλήσεις της σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ, σε σχέση με το έτος 2014. Το έτος 2016, οι πωλήσεις της σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ, υποχωρούν περαιτέρω στο ποσοστό του [..%] των πωλήσεων του έτους 2015 και οι τηλεφωνικές πωλήσεις της υπο-διπλασιάζονται εκ νέου. Η κατάσταση αντιστρέφεται κατά το έτος 2017, όταν το Μητρώο εκκαθαρίζεται. Οι τηλεφωνικές πωλήσεις σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ τετραπλασιάζονται και οι συνολικές πωλήσεις της σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ υπερδιπλασιάζονται. Εντούτοις, το πρώτο επτάμηνο του έτους 2018 δε φαίνεται ανάλογη συνέχεια, αλλά ήδη έχει καλύψει τα αντίστοιχα μεγέθη συνολικών πωλήσεων του έτους 2016 και, παράλληλα, έχει υπερκαλύψει τα μεγέθη τηλεφωνικών πωλήσεων του έτους 2016 και προσεγγίζει αυτά του έτους 2015. **Σημειώνεται ότι, η εξάρτηση της εταιρείας FORTHNET σε νέους πελάτες από τη συνδρομητική βάση της εταιρείας ΟΤΕ, ή αλλιώς η επίπτωση αυτών των πωλήσεων στη συνδρομητική βάση της είναι περί του ποσοστού του [..%] μόλις για το έτος 2014, περί του ποσοστού [..%] για το έτος 2015, περί του ποσοστού του [..%] για το έτος 2016, περί του ποσοστού [..%] για το έτος 2017 και περί του ποσοστού του [..%] για το πρώτο επτάμηνο του έτους 2018 (ήτοι αφότου η παράβαση έλαβε τέλος).** Καθώς, το έτος 2018, η εταιρεία έχει απωλέσει το [..%] της συνδρομητικής βάσης σε σχέση με τα μέσα επίπεδα του 2014, είναι σαφές ότι η δυνατότητα να προσεγγίσει περισσότερους συνδρομητές από τη συνδρομητική βάση της εταιρείας ΟΤΕ, θα είχε υποθετικά περιορίσει, σε κάποιο ελάχιστο όμως και πάλι βαθμό, τη μείωση της δικής της συνδρομητικής βάσης. **Εντούτοις, αυτό που επίσης αποδεικνύεται και κρίνεται άκρως σημαντικό στην «εικόνα» των πωλήσεων και συνδρομητών της εταιρείας FORTHNET, είναι το γεγονός ότι η τελευταία εμφανίζει μια συνεχή και διαχρονική μείωση της συνδρομητικής βάσης της, ήδη από το έτος 2013 (δηλαδή και πριν την έναρξη της εξεταζόμενης πρακτικής), η οποία όμως δεν τεκμαίρεται/συνάγεται ότι**

οφείλεται ή βρίσκεται σε αιτιώδη συνάφεια με την εν λόγω πρακτική της εταιρείας ΟΤΕ, αλλά σε πληθώρα άλλων σημαντικών λόγων, οι οποίοι όμως δεν αποτελούν αντικείμενο της παρούσας εξέτασης. Η καταγγέλλουσα εκτιμά ότι αφορά σε [...] χιλιάδες νέους συνδρομητές από τη συνδρομητική βάση της εταιρείας ΟΤΕ για το έτος 2014, [...] χιλιάδες για το έτος 2015 και περί των [...] χιλιάδων συνδρομητών για το έτος 2016. Όπως φάνηκε στην ανάλυση που προηγήθηκε, οι συγκεκριμένες αριθμητικές προσεγγίσεις είναι εντός των πιθανολογούμενων ορίων, καθώς δε διαπιστώνεται υπερβάλλουσα αύξηση της συνεισφοράς του καναλιού των ηλεκτρονικών πωλήσεων, σε σχέση με τα έτη με εκκαθαρισμένο Μητρώο ήτοι, τα έτη 2017 και 2018. Συγκεκριμένα, οι ισχυρισμοί της καταγγέλλουσας δείχνουν ότι η συνεισφορά του καναλιού των τηλεφωνικών πωλήσεων στις συνολικές πωλήσεις της εταιρείας στους συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ, θα έπρεπε να ανέρχονται στο ποσοστό του [...] αντί του [...] για το έτος 2014, στο [...] αντί του [...] για το έτος 2015, και σε [...] αντί του [...] για το έτος 2016. Υπενθυμίζεται ότι για το έτος 2017, η αντίστοιχη συνεισφορά είναι στα επίπεδα του ποσοστού [...] και για το έτος 2018 εκτιμάται στο ποσοστό του [...], με βάση το πρώτο επτάμηνο του έτους.

262) Για την εταιρεία WIND, η ποσοστιαία συνεισφορά διαπιστώνεται περί του ποσοστού [...] για το έτος 2014, περί του [...] για το έτος 2015, περί του [...] για το έτος 2016, περί του [...] για το έτος 2017 και περί του [...] για το πρώτο επτάμηνο του έτους 2018. Δηλαδή, ανεξάρτητα από το βαθμό εκκαθάρισης του Μητρώου, η εταιρεία κατόρθωνε 4 έως 5 στους 10 νέους συνδρομητές της, από τη συνδρομητική βάση της εταιρείας ΟΤΕ, να προέρχονται από το κανάλι των τηλεφωνικών πωλήσεων. Στην περίπτωση όμως της εταιρείας WIND, δε φαίνεται, ως αναφέρθηκε, να μπορεί να τεκμηριωθεί ενδεχόμενος αρνητικός αντίκτυπος συνεπεία της εξεταζόμενης πρακτικής στην πελατειακή βάση της, δεδομένου ότι ακόμη και με «εκκαθαρισμένο» το Μητρώο κατά το έτος 2017, οι τηλεφωνικές της πωλήσεις και οι πωλήσεις της σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ, υποχωρούν σε σχέση με το έτος 2015, τόσο σε απόλυτα μεγέθη, όσο και σε συγκριτικά, ως προς τον αντίκτυπο τους προς της συνδρομητική βάση της εταιρείας. Σημειωτέο δε ότι η εταιρεία αυξάνει τη συνδρομητική βάση της κατά [...] χιλιάδες συνδρομητές μεταξύ των ετών 2014 και 2017! ή, διαφορετικά, κατά ποσοστό [...]. Εντούτοις, το έτος 2017 και το πρώτο επτάμηνο του έτους 2018, η εταιρεία εξακολουθεί να μειώνει κατά απόλυτο μέγεθος τους συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ που προσελκύει, είτε συνολικά, είτε μέσω του εργαλείου των τηλεφωνικών πωλήσεων. Τέλος, κατά το έτος 2017, φαίνεται να μειώνεται και η σημαντικότητα των τηλεφωνικών πωλήσεων, ως εργαλείο προσέλκυσης συνδρομητών της εταιρείας ΟΤΕ.

263) Για την εταιρεία VODAFONE αντίστοιχα, η ποσοστιαία συνεισφορά διαπιστώνεται περί του ποσοστού του [...] για το έτος 2014, περί του [...] για το έτος 2015, περί του [...] για το έτος 2016, περί του [...] για το έτος 2017 και περί του [...] για το πρώτο επτάμηνο του έτους 2018. Δηλαδή, ανεξάρτητα από το βαθμό εκκαθάρισης του Μητρώου, η εταιρεία κατόρθωνε 4 έως 5 στους 10 νέους συνδρομητές

της από τη συνδρομητική βάση της εταιρείας ΟΤΕ, να προέρχονται από το κανάλι των τηλεφωνικών πωλήσεων. Παράλληλα, η **πρωτική τάση προσέλκυσης συνδρομητών της εταιρείας ΟΤΕ είναι αδιάκοπος σε όλο διάστημα μεταξύ των ετών 2014-2018**, και έτσι και παρά το γεγονός ότι κατά το έτος 2017 διαπιστώνεται αύξηση των τηλεφωνικών πωλήσεων σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ, **οι συνολικές πωλήσεις της εταιρείας σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ εξακολουθούν να μειώνονται**. Το ενδιαφέρον όμως στοιχείο στην περίπτωση της εν λόγω εταιρείας, που δείχνει ν' αδυνατίζει την αιτιώδη συνάφεια της εν λόγω πρακτικής, με την οποία ενδεχόμενη επίδραση της, είναι η **αδιάκοπη αύξηση της συνδρομητικής βάσης της, και δη κατά ποσοστό [..%] ή άλλως στον αριθμό των [...] χιλιάδες συνδρομητών, μεταξύ της κρίσιμης περιόδου των ετών 2014 έως 2018**. Ακόμη και εάν μπορούσε να υποθεθεί αντίκτυπος, αυτός είναι σαφώς μικρότερος, τουλάχιστον υπο-διπλάσιος της εκτίμησης της καταγγέλλουσας. Έτι περαιτέρω, η ανωτέρω εικόνα επιβεβαιώνεται και από το γεγονός ότι η εταιρεία VODAFONE, εμφανίζει και νέα μείωση πωλήσεων και μάλιστα κατά το 2017, δηλαδή σε ήδη εκκαθαρισμένο Μητρώο σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ, και ενώ είχε ολοκληρωθεί η εξεταζόμενη πρακτική, καθιστώντας έτσι την οποιαδήποτε πιθανολόγηση επίπτωσης ιδιαίτερα παρακινδυνευμένη.

264) Για την εταιρεία **CYTA αντίστοιχα**, η ποσοστιαία συνεισφορά διαπιστώνεται περί του ποσοστού [..%] για το έτος 2014, περί του [..%] για το έτος 2015, περί του [..%] για το έτος 2016, περί του [..%] για το έτος 2017 και περί του [..%] για το πρώτο επτάμηνο του έτους 2018. Δηλαδή, ανεξάρτητα από το βαθμό εκκαθάρισης του Μητρώου, φαίνεται να μειώνεται διαχρονικά η σημασία του καναλιού των τηλεφωνικών πωλήσεων για την προσέλκυση νέων συνδρομητών της από τη συνδρομητική βάση της εταιρείας ΟΤΕ. Ακόμα πιο κρίσιμο στοιχείο όμως για την εν λόγω εταιρεία, συνιστά το γεγονός της πρωτικής τάσης της στην προσέλκυση συνδρομητών της εταιρείας ΟΤΕ, η οποία μάλιστα είναι αδιάκοπη σε όλο το κρίσιμο διάστημα μεταξύ των ετών 2014-2018 (ήτοι ακόμα και μετά την εκκαθάριση του Μητρώου), επομένως, όπως αναφέρθηκε και στην ανάλυση, ούτε για την εν λόγω εταιρεία δύναται να τεκμηριωθεί ενδεχόμενος αρνητικός αντίκτυπος της εξεταζόμενης πρακτικής της εταιρείας ΟΤΕ.

Πίνακας 79: Εκτίμηση συνεισφοράς καναλιού ηλεκτρονικών πωλήσεων καταγγελλουσών εταιριών στις συνολικές πωλήσεις τους σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ

Σταθερή	2014	2015	2016	2017	2018-7M
% συνεισφορά CC σε όγκο νέων πωλήσεων FORTHNET σε συνδρομητές ΟΤΕ	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]

% συνεισφορά CC σε όγκο νέων πωλήσεων WIND σε συνδρομητές ΟΤΕ	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
% συνεισφορά CC σε όγκο νέων πωλήσεων VODAFONE σε συνδρομητές ΟΤΕ	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]
% συνεισφορά CC σε όγκο νέων πωλήσεων CYTA σε συνδρομητές ΟΤΕ	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]	[..%]

Αναφορικά με την **αγορά των λιανικών υπηρεσιών της κινητής τηλεφωνίας δε**, λεκτέα τα ακόλουθα.

265) **Για την εταιρεία WIND**, φαίνεται ότι οι πωλήσεις της σε συνδρομητές της εταιρείας COSMOTE αντικατοπτρίζουν το ποσοστό του [..%] για το έτος 2014, [..%] για το έτος 2015, [..%] για το έτος 2016, [..%] για το έτος 2017 και [..%] για το πρώτο επτάμηνο του έτους 2018. Οι τηλεφωνικές πωλήσεις αφορούν στο ποσοστό [..%] για το έτος 2014, στο [..%] για το έτος 2015, στο [..%] για το έτος 2016, στο [..%] για το έτος 2017 και στο [..%] για το πρώτο επτάμηνο του έτους 2018. Αν και η σχετική σημαντικότητα των τηλεφωνικών πωλήσεων σχεδόν διπλασιάζεται κατά το έτος 2017, έναντι κάθε έτους από το χρονικό διάστημα μεταξύ των ετών 2014-2016, αυτό είναι πλασματικό καθώς λαμβάνουν χώρα 2 γεγονότα. Το έτος 2017, οι πωλήσεις σε νέους συνδρομητές της εταιρείας WIND που προέρχονται από το δίκτυο της εταιρείας COSMOTE έχουν υποδιπλασιαστεί έναντι του έτους 2015 και του έτους 2016 και αφορούν στο ποσοστό του [..%] των πωλήσεων του έτους 2014. Παράλληλα και οι τηλεφωνικές πωλήσεις στους συνδρομητές της εταιρείας COSMOTE από την εταιρεία WIND υπολείπονται για το έτος 2017 έναντι αυτών του έτους 2016 και αυτών του έτους 2014. **Δηλαδή, καθίσταται σαφές ότι η εκκαθάριση του Μητρώου δεν έδωσε καμία ώθηση στις τηλεφωνικές, αλλά ούτε και εν γένει, στις πωλήσεις της εταιρείας WIND, σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ.**

266) **Για την εταιρεία VODAFONE** οι διαπιστώσεις είναι ανάλογες. Οι πωλήσεις της σε συνδρομητές της εταιρείας COSMOTE αντικατοπτρίζουν το ποσοστό του [..%] για το έτος 2014, του [..%] για το έτος 2015, του [..%] για το έτος 2016, του [..%] για το έτος 2017 και του [..%] για το πρώτο επτάμηνο του έτους 2018. Οι τηλεφωνικές πωλήσεις αφορούν στο ποσοστό του [..%] για το έτος 2014, στο [..%] για το έτος 2015, στο [..%] για το έτος 2016, στο [..%] για το έτος 2017 και στο 0,1% για το πρώτο επτάμηνο του έτους 2018. Αν και η σχετική σημαντικότητα των τηλεφωνικών πωλήσεων αυξάνεται κατά ποσοστό [..%] κατά το έτος 2017 έναντι του έτους 2016 ή κατά ποσοστό [..%] έναντι του έτους 2014, αυτό είναι πλασματικό, καθώς λαμβάνουν χώρα 2 γεγονότα. Το έτος 2017, οι πωλήσεις σε νέους συνδρομητές της εταιρείας VODAFONE που προέρχονται από το δίκτυο της εταιρείας COSMOTE, έχουν υποδιπλασιαστεί έναντι του έτους 2015 και αφορούν στο ποσοστό του [..%] των πωλήσεων του έτους 2016 και στο [..%] των πωλήσεων του έτους 2014. Παράλληλα και οι τηλεφωνικές πωλήσεις στους συνδρομητές της εταιρείας COSMOTE από την εταιρεία VODAFONE υπολείπονται κατά το έτος 2017 αυτών του έτους 2015 και του έτους 2014, ενώ βρίσκονται στα ίδια επίπεδα με αυτές του έτους 2016.

Δηλαδή, ούτε για την εν λόγω εταιρεία, η εκκαθάριση του Μητρώου δεν έδωσε ώθηση στις τηλεφωνικές, αλλά και εν γένει, στις γενικότερες πωλήσεις της εταιρείας VODAFONE, σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ.

267) Ως εκ τούτου, συνάγεται ότι ούτε τα απόλυτα μεγέθη, ούτε τα προαναφερθέντα ποσοστά μπορούν να τεκμηριώσουν σε αιτιώδη συνάφεια πιθανό αρνητικό αντίκτυπο της εξεταζόμενης πρακτικής των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE στην πελατειακή βάση της κινητής τηλεφωνίας της εταιρείας VODAFONE, αλλά ούτε και σε αυτήν της εταιρείας WIND.

Ε) πιθανά αποδεικτικά στοιχεία πραγματικού αποκλεισμού: Καθ' όλο το υπό εξέταση χρονικό διάστημα, με εξαίρεση το μήνα Δεκέμβριο του έτους 2016, συμπεριλαμβανομένου του μηνός Δεκεμβρίου του έτους 2013, οι εγγεγραμμένοι συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ στο Μητρώο του Άρ. 11 στη συντριπτική τους πλειοψηφία, φαίνεται να έχουν συμβατικά δεχτεί να εξαιρεθεί η εταιρεία ΟΤΕ και οι συνεργαζόμενες με αυτήν εταιρείες, στη χρήση των δεδομένων των πελατών από την εταιρεία ΟΤΕ, ήτοι στην επικοινωνία μόνο από την εταιρεία ΟΤΕ, καθώς μόνο το ποσοστό του [..%]-[..%] των εντός Μητρώου του Άρ. 11 συνδρομητών της εταιρείας ΟΤΕ, φαίνεται να μην είχαν συμβατικά αποδεχτεί δικαίωμα επικοινωνίας από την εταιρεία. Για παράδειγμα, όπως αποτυπώνεται και στην προαναφερθείσα παράγραφο, η εταιρεία ΟΤΕ είχε εξασφαλίσει αποκλειστικό δικαίωμα επικοινωνίας μέσω του καναλιού των τηλεφωνικών πωλήσεων, με πλήθος περί του [..%]-[..%] της συνδρομητικής βάσης της, για το διάστημα μεταξύ του μηνός Μαρτίου του έτους 2015 έως και το μήνα Νοέμβριο του έτους 2016, δηλαδή σε ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] και ως [..%] της συνολικής εγχώριας αγοράς σταθερής τηλεφωνίας, σε όρους συνδρομητικής βάσης. Επομένως, οι ανταγωνιστές της δεν είχαν το δικαίωμα να χρησιμοποιήσουν το κανάλι των τηλεφωνικών πωλήσεων για να προσεγγίσουν αυτές τις ομάδες συνδρομητών της εταιρείας, προκειμένου να επιχειρήσουν να τις προωθήσουν τα προϊόντα τους. Παράλληλα, κατά τα έτη 2014-2016, το κανάλι των τηλεφωνικών πωλήσεων, αποτέλεσε σημαντικό εργαλείο για την επίτευξη ανανεώσεων συμβάσεων, δεδομένου ότι αφορούσε στο [..%]-[..%] των συνολικών ανανεώσεων/ επαναδεσμεύσεων που κατέγραψε η εταιρεία. Ακόμη, από τον Πίνακα 67, φαίνεται ότι κατά **τα έτη 2014 και το 2015**, ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] των πωλήσεων της εταιρείας ΟΤΕ σε όρους νέων ενεργοποιήσεων ή επαναδεσμεύσεων συνδρομητών εγγράφονταν στο Μητρώο του Άρ. 11. Αντίστοιχη είναι η εικόνα και για την εταιρεία COSMOTE, όπου ενδεικτικά μόνο για τους 2 μήνες του έτους 2015, για τους οποίους παρείχε πληροφόρηση η εταιρεία, είχε εξασφαλίσει αποκλειστικό δικαίωμα επικοινωνίας σε ποσοστό υπέρτερο του [..%] των εντός Μητρώου συνδρομητών της, επικοινωνίας. Συνεπώς, το κανάλι των τηλεφωνικών πωλήσεων αποτέλεσε σημαντικό εργαλείο για την επίτευξη των νέων ενεργοποιήσεων ή και των ανανεώσεων συμβολαίου, δεδομένου ότι προσφέρει το [..%]-[..%] των συνολικών ενεργοποιήσεων και ανανεώσεων που κατέγραψε η εν λόγω εταιρεία κατά την περίοδο των ετών 2015-2016. Όπως αποδεικνύεται από τον Πίνακα 70, κατά τα 2 έτη 2014 και 2015, ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] των πωλήσεων της εταιρείας COSMOTE σε όρους

νέων ενεργοποιήσεων ή ανανεώσεων, εγγράφονταν στο Μητρώο του Άρ. 11, ήτοι ένα σημαντικό ποσοστό.

Z. ΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ – ΥΠΑΓΩΓΗ ΤΩΝ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΩΝ ΠΕΡΙΣΤΑΤΙΚΩΝ/ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΣΤΙΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ - ΑΡΘΡΟ 2 Ν. 3959/2011 ΚΑΙ ΑΡΘΡΟ 102 ΣΛΕΕ

α) Ανάλυση της εξεταζόμενης πρακτικής του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006 «Προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών» ως προς τον αντίκτυπό της στον ανταγωνισμό και τους καταναλωτές στην Ελληνική αγορά των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών

268) Αρχικά, αξίζει ν' αναφερθεί ότι είναι η πρώτη φορά που η ΕΕΤΤ, στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων της ως Αρχή Ανταγωνισμού, έρχεται αντιμέτωπη με την εφαρμογή των διατάξεων περί προστασίας των προσωπικών δεδομένων (και απορρήτου) στον τομέα των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών και συγκεκριμένα με τον ενδεχόμενο αντίκτυπο που μπορεί να έχει η παραβίαση των εν λόγω διατάξεων στις συνθήκες ανταγωνισμού στην αγορά των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών. Ως διευκρινίστηκε εξάλλου, η ορθή ή μη ορθή εφαρμογή των διατάξεων του Ν. 3471/2006 εξετάστηκε προσηκόντως από την αποκλειστικά αρμόδια αρχή, ήτοι την ΑΠΔΠΧ¹⁴⁸, η οποία και εξέδωσε την σχετική απόφαση 18/2006, διαπιστώνοντας παράβαση στην εφαρμογή του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006 από τις καταγγελλόμενες εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE, επιβάλλοντας έτσι την κύρωση της Σύστασης περί συμμόρφωσης των 2 εταιρειών, εντός συγκεκριμένου χρονικού διαστήματος.

269) Αντιθέτως, δεν είναι η πρώτη φορά που εξετάζεται το ζήτημα της προσήκουσας χρήσης των προσωπικών δεδομένων (ή Big data) Ευρωπαϊκώς και διεθνώς από άλλες αρχές ανταγωνισμού (ή την Ευρωπαϊκή Επιτροπή), και συγκεκριμένα ο αντίκτυπος της (προσήκουσας ή μη) χρήσης των δεδομένων αυτών, μέσω της καταχρηστικής εκμετάλλευσης της δεσπόζουσας θέσης της/των επιχειρήσεων κολοσσών μεγάλης ισχύος. Εξάλλου, ο τρόπος και τα κίνητρα με τα οποία επιχειρήσεις ή/και οι κρατικές αρχές συλλέγουν, διαχειρίζονται και εν τέλει χρησιμοποιούν τα προσωπικά δεδομένα, έχει «αναδειχθεί» εδώ και καιρό μια σειρά από θέματα προς διερεύνηση¹⁴⁹, όπως είναι το

¹⁴⁸ Ενδεικτικά αναφέρεται ότι το 2006 στην υπόθεση Asnef-Equifax, το ΔΕΚ είχε επισημάνει ότι οποιοδήποτε ζήτημα σχετίζεται με τον ευαίσθητο χαρακτήρα των προσωπικών δεδομένων δεν αποτελεί, ως τέτοιο, ζήτημα δικαίου ανταγωνισμού και ότι πρέπει να επιλύεται δυνάμει της νομοθεσίας περί προστασίας των εν λόγω δεδομένων. – Βλ. Απόφαση ΔΕΚ της 23.11.2006, Υπόθ. C-238/05, Asnef-Equifax, Servicios de Información sobre Solvencia y Crédito, SL and Administración del Estado v. Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios (Ausbanc), παρ. 63.

¹⁴⁹ Ο ΟΟΣΑ παρατηρεί ότι τα μεγάλα δεδομένα συλλέγονται και μετατρέπονται σε αντικείμενο συναλλαγής με χρηματική αξία μέσα σε ένα περίπλοκο «οικοσύστημα», το οποίο αποτελείται από πολλαπλές διασυνδεδεμένες μεταξύ τους αγορές, οι οποίες συχνά είναι πολλαπλών όψεων (multi-sided markets). Βλ. OECD (2016b), Στο ίδιο ό.π., σελ. 12

σύννομο της απόκτησης τους, το ζήτημα της ευθύνης εκ της διαχείρισής τους κ.ά., ενώ **όταν η χρήση/διαχείρισή τους πραγματοποιείται από επιχειρήσεις με δεσπόζουσα θέση, διερευνάται ο ενδεχόμενος (ζημιογόνος ή όχι) αντίκτυπός τους στον ανταγωνισμό.** Συγκεκριμένα, είναι αυξημένος ο κίνδυνος της δημιουργίας και της διατήρησης μονοπωλίων ή απαγορευμένων συμπεριφορών, όπως για παράδειγμα σιωπηρών συμπράξεων, κατά βάση μέσω αλγορίθμων, 'hub and spoke' καρτέλ ή και πρακτικών καταχρηστικής εκμετάλλευσης της δεσπόζουσας θέσης τους, σε αγορές ήδη εξασθενημένου ανταγωνισμού π.χ. με την επιβολή δυσμενών όρων, με μη ορθή χρήση τους, με άμεσες ή έμμεσες πρακτικές αποκλεισμού κ.α. Τα λεγόμενα άμεσα και έμμεσα αποτελέσματα δικτύου ή αλλιώς «data- driven network effects», εξυπηρετούν τόσο το στόχο της ποιοτικής βελτίωσης του προϊόντος (λόγω της ύπαρξης μεγαλύτερης πελατειακής βάσης και δυνατότητας συλλογής δεδομένων) και της επακόλουθης προσέλκυσης νέων χρηστών, όσο και το στόχο της περαιτέρω ανάπτυξης της στοχοποιημένης διαφήμισης. Πολύ χαρακτηριστικές περιπτώσεις τέτοιων υποθέσεων ανταγωνισμού αποτελούν η απόφαση της Γερμανικής Αρχής ανταγωνισμού **Bundeskartell**¹⁵⁰, η απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην υπόθεση «**Google Search**»¹⁵¹, η υπόθεση στην «**Google/DoubleClick**»¹⁵², η υπόθεση στην «**Facebook/Whats'up**»¹⁵³, όπως επίσης και η έτερη υπόθεση για την επιχείρηση «**Google**» (Case 38740).

270) **Αξίζει εντούτοις να σημειωθεί πως στην εν προκειμένω εξεταζόμενη από την ΕΕΤΤ καταγγελία, η «πρακτική» για τα συγκεκριμένα προσωπικά δεδομένα της συνδρομητικής βάσης των δυο (2) εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, που συγκεκριμένα ενετάθησαν «αυτομάτως» στον Μητρώο του Άρθρου 11, από τις 2 ανωτέρω εταιρείες, διαφοροποιείται σημαντικά στα χαρακτηριστικά και τη φύση της, συγκρινόμενη με τις ανωτέρω περιπτώσεις και την όποια συζήτηση περί «Μεγάλων Δεδομένων» ψηφιακών κολλοσσών (ιδίως ως προς τα μεγέθη και τον τρόπο χρήσης τους). Ως αναφέρθηκε εξάλλου, η χρήση των δεδομένων αυτών από τις εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE και ο εν λόγω «περιορισμός» (ή η μη προσήκουσα κατ' άρθρο 11 του Ν. 3471/2006 χρήση τους), δεν απαγόρευε επί της ουσίας την είσοδο ή την πρόσβαση των ανταγωνιστών στην αγορά, παρά αφορούσε στον περιορισμό ενός και μόνο καναλιού επικοινωνίας και πώλησης (των δεδομένων) και μάλιστα τη στιγμή που «λειτουργούσαν κανονικά» τα υπόλοιπα κανάλια διανομής και άρα επί της ουσίας ήταν δυνατή η επικοινωνία των ανταγωνιστών με τα εν λόγω δεδομένα και δη η πρόσβασή τους στη συνδρομητική βάση**

¹⁵⁰ See Case FACEBOOK VS. BUNDESKARTELLAMT of 6 January 2019- The Bundeskartellamt prohibited Facebook Inc., Menlo Park, USA, Facebook Ireland Ltd., Dublin, Ireland, and Facebook Germany GmbH, Hamburg, Germany (hereinafter: "Facebook") from making the use of the Facebook social network (hereinafter: "Facebook.com") by private users residing in Germany, who also use its corporate services WhatsApp, Oculus, Masquerade and Instagram, conditional on the collection of user and device-related data by Facebook and combining that information with the Facebook.com user accounts without the users' consent.

¹⁵¹ AT.39740 Google Search (Shopping), σκ. 333 (παραπομπή 347).

¹⁵² Υπόθ. COMP/M.4731 – Google/ DoubleClick, της 11.3.2008, παρ 366.

¹⁵³ Υπόθ COMP/M.7217 Facebook/WhatsApp, της 3.20.2014, παρ 133.

των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE. Η εν λόγω πρακτική εξετάζεται δε υπό το συγκεκριμένο πρίσμα και τον αντίκτυπο της, επί της νομικής βάσης (και των προϋποθέσεων) του Ν. 3959/2011 ή/και του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, στις συνθήκες ανταγωνισμού της εν λόγω αγοράς.

271) Η ανωτέρω πρακτική των δύο (2) καταγγελλομένων εταιρειών ως αποτυπώθηκε, χρήζει ανάλυσης ως προς τον αντι-ανταγωνιστικό αποκλεισμό που ενδεχομένως έχει δημιουργήσει, φέρει δε εκ πρώτης όψεως τα χαρακτηριστικά στοιχεία μιας «παρεμποδιστικής πρακτικής» (exclusionary conduct), από την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση ΟΤΕ και αντίστοιχα τη θυγατρική της εταιρεία COSMOTE. Περαιτέρω, το άρθρο 2 του Ν. 3959/2011 καθώς και το 102 ΣΛΕΕ απαγορεύουν την κατάχρηση, αλλά ουχί την κατοχή της δεσπόζουσας θέσης από την εκάστοτε επιχείρηση, παραθέτουν δε μια ενδεικτική, πλην όμως **μη εξαντλητική** λίστα καταχρηστικών πρακτικών.

272) Κατά την αρχική δε οριοθέτηση από την νομολογία, ο **περιορισμός του ανταγωνισμού** οριοθετήθηκε με τη γνωστή απόφαση «**Hoffmann-La Roche**»¹⁵⁴, όπου το ΔΕΕ, διετύπωσε πως: «*Η έννοια της κατάχρησης αποτελεί μια αντικειμενική έννοια, η οποία αφορά τη συμπεριφορά επιχειρήσεως που κατέχει δεσπόζουσα θέση, η οποία είναι ικανή να επηρεάσει τη δομή μιας αγοράς, όπου, λόγω ακριβώς της υπάρξεως της εν λόγω επιχειρήσεως, ο ανταγωνισμός είναι ήδη εξασθενημένος και η οποία εμποδίζει τη διατήρηση του ανταγωνισμού, που υπάρχει ακόμη στην αγορά ή την ανάπτυξη του ανταγωνισμού αυτού, με τη βοήθεια μέσων που είναι διαφορετικά από αυτά που διέπουν έναν φυσιολογικό ανταγωνισμό των προϊόντων ή υπηρεσιών βάσει των παροχών των επιχειρηματιών.....που έχει ως αποτέλεσμα την παρεμπόδιση της διατήρησης του επιπέδου του ανταγωνισμού που ήδη υπάρχει στην αγορά ή την περαιτέρω ανάπτυξη του εν λόγω ανταγωνισμού..».* Νομολογιακά δε, ακολουθήθηκε η εν λόγω προσέγγιση και έτσι «κατάχρηση» λογίζεται ότι υπάρχει: όταν η δεσπόζουσα επιχείρηση διεκδικεί όλο και μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς, συρρικνώνει το επίπεδο του ανταγωνισμού, αποκλείει τους ανταγωνιστές της από τη συμμετοχή και διεκδίκηση του εναπομείναντος μεριδίου, προσπαθώντας να δημιουργήσει καταστάσεις εγκαθίδρυσης πλήρους μονοπωλίου ενισχύοντας έτσι περαιτέρω την δεσπόζουσα θέση της, για να ελέγξει το σύνολο της αγοράς.

273) Εντούτοις, η ανωτέρω **φορμαλιστική προσέγγιση, άλλαξε μορφή με την εξέλιξη της νομολογίας των τελευταίων ετών**, δίνοντας μεγαλύτερη έμφαση στην **ενιαία ανάλυση των καταχρηστικών πρακτικών και του ενδεχόμενου αντικτύπου τους στην αγορά**, με το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο ν' απαιτεί **ενδεδειγμένη επεξεργασία όλων των παραγόντων και κριτηρίων που αφορούν στις εν λόγω πρακτικές, προκειμένου να χαρακτηριστούν αυτές ως «καταχρηστικές»**, με την εξέταση των ενδεχόμενων «effects based approach» που μπορεί να δημιουργούν. Ομοίως, η έννοια της «**ιδιαίτερης ευθύνης**» που υπέχει η δεσπόζουσα επιχείρηση, έχει αξιολογηθεί ότι δεν πρέπει να υπερεκτιμάται σε τέτοιο βαθμό που ν' αγνοούνται οι νομικές και νομολογιακές προϋποθέσεις που πρέπει να

¹⁵⁴ Βλ. υπόθεση Hoffmann la Roche, υπόθεση C 85/76, ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΟΥ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟΥ της 13ης Φεβρουαρίου 1979.

τηρούνται, προκειμένου ν' αποδειχθεί ότι υπήρξε πράγματι καταχρηστική συμπεριφορά. Εξάλλου, μια γενικόλογη πιθανολόγηση που θα υιοθετούσε την εύκολη προσέγγιση του «ενδεχόμενου αντικτύπου» για όλες τις πρακτικές των επιχειρήσεων με δεσπόζουσα θέση, θα οδηγούσε και στον αυτόματο χαρακτηρισμό τους ως «καταχρηστικών», χωρίς καμία ανάγκη αξιολόγησής τους. Αυτή η **ιδιαίτερη ευθύνη δηλαδή δεν μπορεί δε να συνεπάγεται ότι το άρθρο 102 ΣΛΕΕ μπορεί να εφαρμόζεται κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να προστατεύονται οι μικροί (αδύνατοι) ανταγωνιστές, έναντι της μεγάλης/δεσπόζουσας επιχείρησης, απλώς λόγω διαφοράς μεγέθους ή/και ισχύος.** Ως πολύ χαρακτηριστικά αποτυπώθηκε στη νομολογία με τις γνωστές υποθέσεις **Post Danmark I**¹⁵⁵ και **Intel**¹⁵⁶, αλλά και στην παράγραφο 19 της «Ανακοίνωσης της Επιτροπής για τις συμπεριφορές υπό το άρθρο 102 ΣΛΕΕ»¹⁵⁷ (Guidance Paper on Art. 102 TFEU), **δεν αποτελεί αντικείμενο και σκοπό του άρθρου 102 ΣΛΕΕ η προστασία αναποτελεσματικών ανταγωνιστών της δεσπόζουσας επιχείρησης.**

274) Η ανωτέρω απόφαση **Intel Corp.** συγκεκριμένα, αποτυπώνει τα παραπάνω, τονίζοντας μεν την ιδιαίτερη ευθύνη της δεσπόζουσας επιχείρησης, διευκρινίζοντας εντούτοις ότι ο σκοπός του άρθρου 102 ΣΛΕΕ δεν είναι να εμποδίσει μια επιχείρηση να κατακτήσει με τις δικές της ικανότητες, δεσπόζουσα θέση σε μια αγορά, **ούτε όμως να εξασφαλίσει ότι θα παραμείνουν στην αγορά οι λιγότερο αποτελεσματικοί ανταγωνιστές της δεσπόζουσας επιχείρησης και της εκάστοτε αγοράς. Σε κάθε περίπτωση, είναι σαφές ότι η κάθε επιχείρηση, αναζητεί την εμπορική επιτυχία και την υπεροχή και ο υγιής ανταγωνισμός καταλήγει συχνά στον εξοβελισμό των λιγότερο αποτελεσματικών ανταγωνιστών,** όπως εξάλλου έχει επιβεβαιώσει και η νομολογία. Περαιτέρω, η ομολογία επαναλαμβάνει τις ανωτέρω αρχές, ενώ βασίζεται στην έννοια του «**ανταγωνισμού με αξιοκρατικά μέσα**» (competition on the merits), αν δηλαδή η κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση χρησιμοποίησε αυτήν τη θέση για ν' αποκτήσει πλεονεκτήματα που δεν θα μπορούσε ν' αποκτήσει σε περίπτωση επαρκώς αποτελεσματικού ανταγωνισμού.

275) **Σύμφωνα δε με την Ανακοίνωση Προτεραιοτήτων της Ευρωπ. Επιτροπής**¹⁵⁸, παρουσιάζεται ένα βασικό πλαίσιο ανάλυσης που βασίζεται στον «**αντι-ανταγωνιστικό αποκλεισμό**». Ως τέτοιος, ορίζεται ο αποκλεισμός που: «*έχει αρνητικό αντίκτυπο στην ευημερία του καταναλωτή, είτε με τη μορφή υψηλότερου επιπέδου τιμών σε σχέση με εκείνο που θα επικρατούσε διαφορετικά ή με κάποια άλλη μορφή, όπως είναι η κατώτερη ποιότητα και ο περιορισμός των επιλογών του καταναλωτή...*». Με τον τρόπο αυτό, μπορεί ν' αυξήσει τις τιμές της σε επίπεδο υψηλότερο του ανταγωνιστικού ή να επηρεάσει αρνητικά τις

¹⁵⁵ C-209/10, Post Danmark A/S, v. Konkurrenceradet (Post Denmark I).

¹⁵⁶ Υπόθεση C-413/14P, Intel Corp κατά Επιτροπής, ECLI:EU:C:2017:632, σκ.135.

¹⁵⁷ Βλ. Ανακοίνωση της Επιτροπής – Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις, ΕΕ 2009, C 45/7, παρ.19-22.

¹⁵⁸ Βλ. ανωτέρω Ανακοίνωση Επιτροπής γι' άρθρο 102 ΣΛΕΕ.

υπόλοιπες μη τιμολογιακές παραμέτρους του ανταγωνισμού, όπως και κυρίως την ευχέρεια επιλογής των καταναλωτών, την ποιότητα, κ.λπ.

276) Η εκτίμηση επιπλέον της πιθανότητας πρόκλησης «αντι-ανταγωνιστικών επιπτώσεων» (*capacity to foreclose*) τεκμηριώνεται, λαμβάνοντας υπόψη συνολικά πληθώρα αντικειμενικών στοιχείων, ποιοτικών και ποσοτικών, που αφορούν μεταξύ άλλων, τη θέση που κατέχει η δεσπόζουσα επιχείρηση στην αγορά, τις συνθήκες που επικρατούν στην αγορά, τη θέση των ανταγωνιστών, πιθανά αποδεικτικά στοιχεία πραγματικού αποκλεισμού, καθώς και τη φύση, τον χαρακτήρα, την ένταση, τον βαθμό, την αλληλουχία και συμπληρωματικότητα της/των καταχρηστικών πρακτικών που αυτή εφαρμόζει¹⁵⁹.

277) Εντούτοις, η κατάφαση αντι-ανταγωνιστικών επιπτώσεων, προκειμένου για τη διαπίστωση της παράβασης του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011 και του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, **δεν προϋποθέτει και την ύπαρξη/απόδειξη συγκεκριμένου και ποσοτικοποιημένου αντι-ανταγωνιστικού αποτελέσματος ή επίπτωσης, συνεπεία της συμπεριφοράς της επιχείρησης.** Αρκεί μόνο ν' αποδειχθεί ότι η καταχρηστική συμπεριφορά της επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση «...τείνει να περιορίσει τον ανταγωνισμό ή ότι η συμπεριφορά αυτή είναι αντικειμενικά ικανή ή ενδέχεται να έχει αυτό το αποτέλεσμα (*likely effect*)...»¹⁶⁰.

278) Ως συγκεκριμένα καταγράφεται στην νομολογία: «..η δυναμική ύπαρξη αντίθετης στην ανταγωνισμό επίπτωσης, ικανής ν' αποκλείσει τους ανταγωνιστές που είναι τουλάχιστον εξίσου αποτελεσματικοί με την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση...»¹⁶¹. Ακόμη λοιπόν και μια αποτυχημένη απόπειρα που δεν κατέληξε σε αντι-ανταγωνιστικό αποτέλεσμα αποτελεί καταχρηστική συμπεριφορά. Ως αναφέρεται μάλιστα και στην απόφαση **Compagnie Maritime Belge Transport**: «...όταν τίθεται πράγματι σ' εφαρμογή μια πρακτική με σκοπό τον εξοβελισμό ανταγωνιστή, το γεγονός ότι δεν επιτεύχθηκε το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα δεν αρκεί για ν' απαλειφθεί ο χαρακτηρισμός της καταχρήσεως δεσπόζουσας θέσης, κατά την έννοια του άρθρου 102 ΣΛΕΕ...»¹⁶². Ακόμη λοιπόν και αν δεν απαιτείται συγκεκριμένο αποτέλεσμα για την κατάφαση της παράβασης, η εξεταζόμενη πρακτική πρέπει με βάση τα διδάγματα της κοινής πείρας ή τα βασικά αξιώματα της οικονομικής επιστήμης, να μπορεί να καταλήξει σε αντι-ανταγωνιστική επίπτωση, η οποία όμως να είναι άμεση συνέπεια αυτής. Επομένως, ένα αποτέλεσμα «...τόσο απόμακρο ώστε να μην είναι ευλογοφανές» δεν μπορεί να τεκμηριώνει αντι-ανταγωνιστικό αποκλεισμό και άρα παράβαση...»¹⁶³. Ομοίως, ως αναφέρθηκε μια αρχή ανταγωνισμού δεν μπορεί να αξιολογεί *ex post* μια συμπεριφορά μόνο με την «υποθετική της εικόνα», αλλά να μελετά και τον αντίκτυπο αυτής, για να καταλήξει στην ουσιώδη

¹⁵⁹ C-413/14 P. Intel Corp v. Commission, και Απόφαση EA 520/2011.

¹⁶⁰ Βλ. υπόθεση T-203/01, Manufacture Francaise des Pneumatiques Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), ECLI:EU:T:2003:250, σκ.239.

¹⁶¹ Υπόθεση C-52/09, Konkurrentensverket v. Teliä Sonera Sverige AB, ECLI:EU:C:2011:83, σκ. 64, υπόθ. T-398/07, Βασίλειο της Ισπανίας κατά Επιτροπής, ECLI:EU:T:2012:173, σκ.90.

¹⁶² Υποθ. T-24/93, T-25/93, T-26/93 και T-28/93, Compagnie Maritime Belge transports SA v. Commission.

¹⁶³ Υπόθ. C-457/10, P, Astra Zeneca AB και Astra Zeneca plc κατά Επιτροπής.

αποτύπωση της «δυνατότητάς της» να δημιουργήσει συνθήκες στρέβλωσης του ανταγωνισμού, ως αναλύθηκε και στις χαρακτηριστικές υποθέσεις **TeliaSonera**¹⁶⁴ and **Generics(UK)**¹⁶⁵. Σε διαφορετική περίπτωση, κάθε πρακτική μιας δεσπόζουσας επιχείρησης, θα μπορούσε «υποθετικά» να παρακωλύει τον ανταγωνισμό, προσέγγιση που δεν συνάδει με το πνεύμα του άρθρου 102 ΣΛΕΕ.

279) Στην παρούσα περίπτωση, η συμπεριφορά της δεσπόζουσας εταιρείας ΟΤΕ καθώς και της εταιρείας COSMOTE ως προς τον τρόπο που εφάρμοσαν την διάταξη του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006 και ενέταξαν αυτόματα τους συνδρομητές τους, ενέχει στοιχεία μιας ενδεχόμενης αντι-ανταγωνιστικής πρακτικής και για την ακρίβεια αποτελεί «τύποις» η ίδια μια πρακτική ενδεχόμενου αποκλεισμού όλων των υπολοίπων ανταγωνιστών της για την επίμαχη περίοδο, ασχέτως των αποτελεσμάτων που μπορεί να επέφερε ή όχι. Για την ακρίβεια, περιορίζοντας **για το επίμαχο χρονικό διάστημα των ετών 2014-2016 τη συνδρομητική βάση της, όχι όμως την πλήρη πρόσβαση, αλλά μόνο το κανάλι των τηλεφωνικών πωλήσεων του Άρθρου 11 του Μητρώου**, η εταιρεία ΟΤΕ φαίνεται, τουλάχιστον σε μια πρώτη ανάγνωση, να δημιούργησε «εμπόδια στην πρόσβαση», στο εν λόγω κανάλι της τηλεφωνικής πώλησης προϊόντων/υπηρεσιών, εις βάρος των εναλλακτικών παρόχων, με ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα υπέρ της ίδιας.

280) Ως προαναφέρθηκε, στη θεωρία του δικαίου του ανταγωνισμού, για την κατάφαση της παράβασης της διάταξης του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011, **δεν απαιτείται ούτε να έχει επέλθει το επιβλαβές αποτέλεσμα, ούτε να γίνει επιμέτρηση ή έστω υπολογισμός της ζημίας**, ούτε βεβαίως εξετάζεται η πρόθεση ή ο δόλος της επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση. Αρκεί μόνο η υπό εξέταση πρακτική να «τείνει»¹⁶⁶, ή να είναι ικανή, ενόψει του συνόλου των συγκεκριμένων περιστάσεων, να προκαλέσει στρέβλωση του ανταγωνισμού μεταξύ των εμπλεκόμενων εμπορικών εταιρών, χωρίς να χρειάζεται η απόδειξη της χειροτέρευσης της ατομικής ανταγωνιστικής θέσης των εταιρών αυτών. Ως προαναφέρθηκε, ακόμη και η ελάχιστη μείωση του ανταγωνισμού, δύναται, υπό προϋποθέσεις να συνιστά καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης, κατά την έννοια του άρθρου 102 της ΣΛΕΕ και συνεπώς και κατά την έννοια του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011. Έχει δε κριθεί νομολογιακά στο παρελθόν, ότι ακόμη και μια αποτυχημένη απόπειρα που για κάποιο λόγο δεν κατέληξε σε αντι-ανταγωνιστικό αποτέλεσμα, αποτελεί και πάλι καταχρηστική συμπεριφορά¹⁶⁷.

281) Είναι αδιάφορο αν η επιχείρηση ΟΤΕ, είχε δόλο ή πρόθεση ή στρατηγική, όπως επίσης και αν τελικώς επήλθε το αντι-ανταγωνιστικό αποτέλεσμα στην/στις σχετική-ές αγορές. **Εντούτοις, διευκρινίζεται ότι το όποιο ενδεχόμενο αποτέλεσμα ή ο αποκλεισμός πρέπει ν' αφορά σε μια «ουσιώδη παρακώλυση» του ανταγωνισμού στην**

¹⁶⁴ Case C-52/09 TeliaSonera - Konkurrensverket v TeliaSonera Sverige AB.

¹⁶⁵ C-307/18 - Generics (UK) and Others.

¹⁶⁶ Βλ. υπόθ. T-219/99, British Airways plc κατά Επιτροπής, Συλλ.2003 σελ II-5917, σκ. 293 και 297, υπόθ. T-203/01, Manufacture francaise des pneumatiques Michelin κατά Επιτροπής, Συλλ.2003.

¹⁶⁷ Υπόθ. C-457/10, P AstraZeneca AB AstraZeneca plc κατά Επιτροπής.

α ή β σχετική αγορά. Συνεπώς, μιας υποτυπώδης, επουσιώδης, απόμακρη ή μη εμφανής δυνατότητα παρακώλυσης, δεν συνιστά απαραίτητα τεκμηρίωση κατάχρησης της δεσπόζουσας θέσης μιας επιχείρησης. Έτι περαιτέρω, είναι προφανές ότι η αρχή ανταγωνισμού πρέπει να βεβαιώσει ότι η πρακτική που «εφάρμοσε» η δεσπόζουσα επιχείρηση και εξετάζεται ως προς το όποιο ενδεχόμενο αντι-ανταγωνιστικό αποτέλεσμα/συνεπεία της, βρίσκεται σε άμεση και «αιτιώδη συνάφεια»¹⁶⁸ με τα ενδεχόμενα αποτελέσματα και δεν προκλήθηκε, ούτε οφείλεται σε άλλους παράγοντες ή αιτίες. Εν προκειμένω, η επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση ΟΤΕ, βρίσκεται σε αναμφισβήτητη προνομιακή θέση, ως πρώην μονοπωλιακός πάροχος, αλλά και κυρίως πάροχος με δεσπόζουσα θέση στις ανωτέρω αναφερόμενες αγορές, (όπου της έχουν επιβληθεί και οι σχετικές κανονιστικές υποχρεώσεις), ενώ υπέχει ταυτόχρονα και την «ειδική ευθύνη» να μην βλάπτει με τις πρακτικές της την δομή του ήδη εξασθενημένου ανταγωνισμού της/των σχετικής-ών αυτής αγοράς-ών. Αυτό σημαίνει πως μια πρακτική ή συμπεριφορά που ενδεχομένως θα ήταν «επιτρεπτή» από έναν οποιονδήποτε πάροχο ή επιχείρηση της αγοράς, μπορεί να κριθεί απαγορευτική από το γεγονός και μόνο ότι υιοθετείται από τον πάροχο με δεσπόζουσα θέση στη σχετική αγορά.

β) Ως προς την πλήρωση των προϋποθέσεων στοιχειοθέτησης/χαρακτηρισμού της πρακτικής της δεσπόζουσας θέσης των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE ως «καταχρηστικής» με βάση το άρθρο 2 του Ν. 3959/2011 (ή/και το άρθρο 102 ΣΛΕΕ)

Ως προαναφέρθηκε, η δεσπόζουσα επιχείρηση κατέχει τη λεγόμενη «ειδική ευθύνη» να μην χειροτερεύει τον ανταγωνισμό, με συμπεριφορές/πρακτικές που εκφεύγουν του πλαισίου του λεγόμενου «γνήσιου και χωρίς παραμόρφωση ανταγωνισμού», ή άλλως του λεγόμενου «competition on the merits» στην εκάστοτε σχετική αγορά¹⁶⁹. Σύμφωνα με το πνεύμα και τη φύση των υποχρεώσεων που επιβάλλει το άρθρο 102 ΣΛΕΕ στις επιχειρήσεις με δεσπόζουσα θέση, οι τελευταίες φαίνεται να στερούνται το δικαίωμα να υιοθετούν την όποια συμπεριφορά ή τη λήψη κάποιου μέτρου που μπορεί να μην είναι από τη φύση τους καταχρηστικές, ή ακόμη να είναι και αποδεκτές, αν τις υιοθετήσουν επιχειρήσεις χωρίς δεσπόζουσα θέση στην σχετική αγορά¹⁷⁰.

282) Το άρθρο 102 της Συνθήκης απαγορεύει τις καταχρηστικές εκείνες πρακτικές, οι οποίες **μπορεί να βλάψουν: 1) αφενώς τους καταναλωτές απευθείας**, όπως επίσης και αυτές τις πρακτικές που **2) μπορεί να τους βλάψουν αφετέρου μέσω του αντικτύπου που δημιουργούν στις ίδιες τις συνθήκες/διάρθρωση του ανταγωνισμού στην εκάστοτε αγορά**. Πιο συγκεκριμένα, το άρθρο 102 της Συνθήκης εφαρμόζεται, σε συμπεριφορές των δεσποζουσών επιχειρήσεων που προστρέχουν σε μεθόδους

¹⁶⁸ Βλ. υπόθεση Post Danmark II, par.47.

¹⁶⁹ Case 322/81 Nederlandsche Banden Industrie Michelin v Commission, EU:C:1983:313, paragraph 57; Case C-209/10 Post Danmark A/S v Konkurrencerådet, EU:C:2012:172, paragraph 23; Case C-457/10 P AstraZeneca v Commission, EU:C:2012:770, paragraph 134.

¹⁷⁰ Case 322/81 Nederlandsche Banden-Industrie Michelin v Commission, EU:C:1983:313, paragraph 57; Case T-111/96 ITT Promedia v Commission, EU:T:1998:183, paragraph 139; Case C-413/14 P Intel Corp. v Commission, EU:C:2017:632, paragraph 135.

διαφορετικές από αυτές που συνηθίζονται και χαρακτηρίζουν «governing» τον υγιή ανταγωνισμό επί τη βάση της «απόδοσης» των εμπορικών παικτών στην αγορά, έχουν αρνητικό αντίκτυπο στους καταναλωτές παρεμποδίζοντας την διατήρηση του υπάρχοντος βαθμού του ανταγωνισμού στην αγορά ή επίσης και στην όποια περαιτέρω ανάπτυξη του ανταγωνισμού¹⁷¹. Έτσι, **βάσει του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, απαγορεύεται στη δεσπόζουσα επιχείρηση οι παρεμποδιστικές, τιμολογιακές, παρελκυστικές ή άλλες μορφές πρακτικών**, οι οποίες δύναται να επιφέρουν τον όποιο αντι-ανταγωνιστικό αποκλεισμό στους ανταγωνιστές της, ενεργούς ή ακόμη και δυνητικούς, **οι οποίοι όμως λογίζονται ως «εξίσου αποτελεσματικοί» με την εν λόγω επιχείρηση**, με συνέπεια να ενδυναμώνει έτι περαιτέρω την δεσπόζουσα θέση της, χρησιμοποιώντας ανορθόδοξές μεθόδους, σε σχέση με αυτές που «επιτρέπονται» στο πλαίσιο του υγιούς ανταγωνισμού¹⁷². Τέτοιες αντι-ανταγωνιστές πρακτικές μπορεί να επηρεάζουν ανταγωνιστές, **διόλου λιγότερο ελκυστικούς από τη δεσπόζουσα επιχείρηση**, και μπορεί να εκτείνονται σε όλο το εύρος των κατηγοριών, είτε πρακτικές τιμής, πρακτικές που αφορούν στην δυνατότητα επιλογής, ποιότητας, καινοτομίας, κ.ά.¹⁷³. Ο αποκλεισμός που δημιουργούν αποβαίνει εις βάρος του ανταγωνισμού, και κατά συνέπεια εις βάρος των συμφερόντων των καταναλωτών¹⁷⁴.

283) Ο αντι-ανταγωνιστικός αντίκτυπος της εκάστοτε πρακτικής **δεν μπορεί εντούτοις να έχει έναν απλώς υποθετικό χαρακτήρα**, ως αναφέρθηκε, αλλά **δεν απαιτείται ομοίως να είναι ούτε συγκεκριμένος ούτε ποσοτικοποιημένος**¹⁷⁵. Αρκεί και μόνο ν' αποδειχθεί ότι δυσχεραίνει έτι περισσότερο ή καθιστά αδύνατη την είσοδο των ανταγωνιστών που θεωρούνται εξίσου αποτελεσματικοί με τη δεσπόζουσα επιχείρηση στην εν λόγω αγορά και συνεπώς δημιουργείται ένα αντι-ανταγωνιστικό αποτέλεσμα, που δυνητικά μπορεί και να οδηγήσει έως και στην έξοδο των εν λόγω ανταγωνιστών¹⁷⁶. Όταν εντούτοις, η

¹⁷¹ Case 85/76 Hoffmann-La Roche v Commission, EU:C:1979:36, paragraph 91; Case C-62/86 Akzo v Commission, EU:C:1991:286, paragraph 69; Case C-552/03 P Unilever Bestfoods v Commission, EU:C:2006:607, paragraph 129; Case C-95/04 P British Airways, EU:C:2007:166, paragraph 66; Case C-171/05 P Piau v Commission, EU:C:2006:149, paragraph 37; Case C-52/07 Kanal 5 and TV 4, EU:C:2008:703, paragraph 25; Case C-202/07 P France Télécom v Commission, EU:C:2009:214, paragraph 104; Case C-280/08 P Deutsche Telekom v Commission, EU:C:2010:603, paragraph 174; Case C-52/09 TeliaSonera Sverige, EU:C:2011:83, paragraph 27; Case C-457/10 P AstraZeneca v Commission, EU:C:2012:770, paragraph 74; Case C-549/10 P Tomra Systems and Others v Commission, EU:C:2012:221, paragraph 17; Case C-209/10 Post Danmark, EU:C:2012:172, paragraph 24; Case C-170/13 Huawei Technologies, EU:C:2015:477, paragraph 45; Case C-23/14 Post Danmark A/S v Konkurrencerådet, EU:C:2015:651, paragraph 26.

¹⁷² Case C-62/86 Akzo v Commission, EU:C:1991:286, paragraphs 70 and 72; Case C-280/08 P Deutsche Telekom v Commission, EU:C:2010:603, paragraphs 177, 178 and 199; Case C-52/09 TeliaSonera Sverige, EU:C:2011:83, paragraph 40; Case C-209/10 Post Danmark, EU:C:2012:172, paragraph 25; Case T-336/07 Telefónica and Telefónica de España v Commission, EU:T:2012:172, paragraph 189; Case C-413/14 P Intel Corp. v Commission, EU:C:2017:632, paragraph 136.

¹⁷³ Case C-209/10 Post Danmark A/S v Konkurrencerådet, EU:C:2012:172, paragraph 22; Case C-413/14 P Intel Corp. v Commission, EU:C:2017:632, paragraph 134.

¹⁷⁴ Case C-209/10 Post Danmark A/S v Konkurrencerådet, EU:C:2012:172, paragraphs 20, 22, 24, 25 and 44; Case C-23/14 Post Danmark A/S v Konkurrencerådet, EU:C:2015:651, paragraph 69.

¹⁷⁵ Case C-52/09 TeliaSonera Sverige, EU:C:2011:83, paragraph 64; Case T-336/07 Telefónica and Telefónica de España v Commission, EU:T:2012:172, paragraph 268, confirmed on appeal in Case C-295/12 P, EU:C:2014:2062, paragraph 124; Case T-398/07 Spain v Commission, EU:T:2012:173, paragraph 90; Case C-457/10 P AstraZeneca v Commission, EU:T:2012:770, paragraph 112; Case C-23/14 Post Danmark A/S v Konkurrencerådet, EU:C:2015:651, paragraph 66.

¹⁷⁶ Case C-280/08 P Deutsche Telekom v Commission, EU:C:2010:603, paragraphs 177, 178, 253 and 254; Case C-52/09 TeliaSonera Sverige, EU:C:2011:83, paragraphs 63 and 64; Case T-336/07 Telefónica and Telefónica de España

δεσπόζουσα επιχείρηση επιχειρεί να αντικρούσει το τεκμήριο της κατάχρησης, προσκομίζοντας επιχειρηματολογία που τονίζει ότι η πρακτική/συμπεριφορά της δε θα μπορούσε να οδηγήσει σε περιορισμό του ανταγωνισμού και να δημιουργήσει έτσι τα υποτιθέμενα αποτελέσματα αποκλεισμού¹⁷⁷, είναι απαραίτητη η **ανάλυση του ποσοστού της δεσπόζουσας θέσης της επιχείρησης στην εν λόγω αγορά, του ποσοστού της αγοράς που αφορά ή καλύπτει η εν λόγω πρακτική, τις προϋποθέσεις ή τον τρόπο που εφαρμόστηκε, τη διάρκεια, τη φύση και τη βαρύτητα της και βεβαίως τη διερεύνηση της ύπαρξης πρότερης στρατηγικής εξόδου των εξίσου αποτελεσματικών ανταγωνιστών της**¹⁷⁸. Πρέπει εν ολίγοις, η εκάστοτε πρακτική, να «έχει όντως τη δυνατότητα παρεμπόδισης των συνθηκών του ανταγωνισμού στην αγορά», με βάση τα ως άνω χαρακτηριστικά της.

284) Μια πρώτη εικόνα, αποδεικνύει εν προκειμένω, ότι η **πρακτική των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE που εξετάζεται θα μπορούσε θεωρητικά να δημιουργήσει μια διεπίπεδη βλάβη**¹⁷⁹ **στον ανταγωνισμό και συγκεκριμένα, τόσο σε κάθετο, όσο και σε οριζόντιο επίπεδο. Σε κάθετο επίπεδο, θα μπορούσε θεωρητικά να βλάψει τους καταναλωτές** (υπό μορφής εκμεταλλευτικής κατάχρησης εις βάρος τους), δεδομένου ότι εκ πρώτης όψεως, τους περιόρισε τις επιλογές τους, ως προς το κανάλι των τηλεφωνικών πωλήσεων για να επιλέξουν κάποιον άλλον πάροχο, ή έστω δεν τους εδόθη αρχικά η δυνατότητα ως προς το φάσμα των επιλογών, διαμέσου όλων των υφιστάμενων καναλιών προώθησης υπηρεσιών. Επιπλέον, οι καταναλωτές δεν ενημερώθηκαν προσηκόντως για τον τρόπο ένταξής τους στο Μητρώο του Άρθρου 11 ή τουλάχιστον όχι με τον τρόπο που υπέδειξε με την εκδοθείσα απόφαση της η ΑΠΔΠΧ και συνεπώς θεωρητικά εντάχθηκαν εν αγνοία τους χωρίς γνώση επιλογής στο Μητρώο του Άρθρου 11.

285) Εντούτοις, την ίδια στιγμή, η εξέταση της ΕΕΤΤ διεπίστωσε πως ο ανωτέρω εκ πρώτης όψεως περιορισμός, **αφορούσε αποκλειστικά και μόνο στο ένα και μοναδικό κανάλι προώθησης προϊόντων/υπηρεσιών, δηλαδή σε αυτό των τηλεφωνικών πωλήσεων, την ίδια στιγμή που κατά την κρίσιμη εξεταζόμενη περίοδο που ελάμβανε χώρα η πρακτική, οι ίδιοι συνδρομητές** (και τα εν λόγω δεδομένα) **μπορούσαν να «προσεγγιστούν» διαμέσου άλλων «εμπορικών εργαλείων», ήτοι μέσω των καταστημάτων (retail shops), μέσω διαφήμισης στον έντυπο/ηλεκτρονικό τύπο, μέσω των Μ.Μ.Ε, μέσω των ιστοσελίδων των εταιρειών, από μεταπωλητές, κ.ά., όπερ και εγένετο. Συνεπώς, η αρχική εικόνα δείχνει ότι δεν επρόκειτο καταρχήν γι' «αποκλεισμό» των ανταγωνιστών από τη σχετική αγορά για τη διάθεση των**

v Commission, EU:T:2012:172, paragraphs 271 and 275, confirmed on appeal in Case C-295/12 P, EU:C:2014:2062, paragraph 124; Case T-398/07 Spain v Commission, EU:T:2012:173, paragraph 93; Case C-209/10 Post Danmark A/S v Konkurrencerådet, EU:C:2012:172, paragraphs 25, 36, 40 and 44; Case C-23/14 Post Danmark A/S v Konkurrencerådet, EU:C:2015:651, paragraphs 31, 65 and 66; Case C-413/14 P Intel Corp. v Commission, EU:C:2017:632, paragraph 136.

¹⁷⁷ Case C-413/14 P Intel Corp. v Commission, EU:C:2017:632, paragraph 138.

¹⁷⁸ Case C-413/14 P Intel Corp. v Commission, EU:C:2017:632, paragraph 139.

¹⁷⁹ Case BGH στην υπόθεση Facebook (KVR 69/19).

προϊόντων/υπηρεσιών τους προς τους καταναλωτές, με την έννοια που αυτός ορίζεται νομολογιακά.

286) Ταυτόχρονα, σε οριζόντιο επίπεδο, η εξεταζόμενη πρακτική θα μπορούσε ν' αποτελέσει μια παρεμποδιστική κατάχρηση εις βάρος των ανταγωνιστών των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, δεδομένου ότι οι ανταγωνιστές των εταιρειών, εκ πρώτης όψεως ενδεχομένως δυσχεράνηκαν, άλλοι σ' επουσιώδη και άλλοι σε μεγαλύτερο βαθμό στην πρόσβασή τους στη συνδρομητική βάση μέσω του συγκεκριμένου καναλιού των τηλεφωνικών πωλήσεων, το οποίο όπως απεδείχθη από τα αναλυτικά σχετικά στοιχεία της ΕΕΤΤ, αποτέλεσε ένα σημαντικό κανάλι πωλήσεων κατά την κρίσιμη χρονική περίοδο μεταξύ των ετών 2014-2016. Εντούτοις, έγινε σαφές ότι οι ανταγωνιστές είχαν τη δυνατότητα να προσεγγίσουν τους συνδρομητές τους, ως καταδεικνύεται κάτωθι μέσω άλλων μέσων προώθησης των υπηρεσιών τους.

287) Η αυτή δηλαδή ανάλυση της ΕΕΤΤ, εξετάζοντας ενδελεχώς τα χαρακτηριστικά και τη φύση της εξεταζόμενης πρακτικής, και κυρίως επιδιώκοντας να διερευνήσει, κατά πόσο η εν λόγω πρακτική «συνδέεται» και βρίσκεται σε άμεση αιτιώδη συνάφεια με τα όποια ενδεχόμενα αντι-ανταγωνιστικά αποτελέσματα, (ιδίως ως τα αποτυπωμένα στοιχεία (πωλήσεις) και την υπόλοιπη εικόνα της αγοράς, διεπίστωσε ότι όσοι πάροχοι ήταν όντως «ανταγωνιστικοί και αμιγώς «οργανωμένοι» στην εμπορική τους πολιτική, είχαν την εναλλακτική δυνατότητα (κανάλια) να προωθήσουν τις υπηρεσίες και τα προϊόντα τους με άλλα εναλλακτικά μέσα εμπορικής προώθησης των υπηρεσιών/προϊόντων τους (π.χ. μέσω των οργανωμένων καταστημάτων τους, μέσω του ιστοτόπου τους, μέσω διαφήμισης, κ.ά.) και συνεπώς δεν «είδαν» κάποιον αντίκτυπο της εν λόγω πρακτικής, σε αντίθεση με έναν και μόνο πάροχο, ήτοι την εταιρεία FORTHNET, η οποία, έδειξε να επηρεάζεται, παρ' ότι εντούτοις διέθετε και η ίδια εναλλακτικό κανάλι πωλήσεων, ήτοι δίκτυο καταστημάτων όπως και οι άλλοι πάροχοι.

288) Πιο συγκεκριμένα, η ΕΕΤΤ προχώρησε σε μια συγκριτική αξιολόγηση, μεταξύ της εξεταζόμενης χρονικής περιόδου, όπου έλαβε χώρα η διερευνούμενη παράβαση σε αντιπαράθεση με την προηγούμενη χρονική περίοδο, αλλά και την περίοδο που έλαβε τέλος η εν λόγω πρακτική (ήτοι μετά την εφαρμογή της απόφασης της ΑΠΔΠΧ και δη την ορθή εκκαθάριση του Μητρώου του Αρθρου 11), επιδιώκοντας να αποτυπώσει την πλήρη εικόνα τόσο των αιτιών της απώλειας, της ενεργοποίησης, της ανανέωσης (ή μη) της πελατειακής/συνδρομητικής βάσης (π.χ. και των συμβολαίων), όσο και επίσης της βαρύτητας ή μη των «μέσων» προώθησης των προϊόντων/υπηρεσιών και δη αυτού των τηλεφωνικών πωλήσεων.

289) Εξετάστηκε λοιπόν η συμπεριφορά της εταιρείας ΟΤΕ (στην αντίστοιχη σχετική αγορά όπου εκρίθη ως κατέχουσα δεσπόζουσα θέση), καθώς επίσης και της εταιρείας COSMOTE (η οποία ομοίως κατείχε δεσπόζουσα θέση στην αγορά της κινητής τηλεφωνίας - βλ. Κεφάλαιο ορισμός αγορών), σύμφωνα πάντοτε με την ανωτέρω ανάλυση και τα παρασχεθέντα στοιχεία, που συνέλεξε και ανέλυσε διεξοδικώς η ΕΕΤΤ (βλέπε σχετικούς Πίνακες), προκειμένου να στοιχειοθετηθεί ή όχι ο χαρακτηρισμός της εν

λόγω συμπεριφοράς ως καταχρηστικής, με τον τρόπο που εφαρμόστηκε το «Μητρώο του Άρθρου 11», κατά την χρονική περίοδο μεταξύ των ετών 2014-2016.

290) Ειδικότερα, τα κρίσιμα στοιχεία και οι παράγοντες στους οποίους στηρίχτηκε η ΕΕΤΤ για ν' αξιολογήσει τη φύση, τον αντι-ανταγωνιστικό ή όχι χαρακτήρα και αντίκτυπο της εξεταζόμενης πρακτικής είναι:

- Η **σημαντικότητα του καναλιού των «τηλεφωνικών πωλήσεων»** ως γενικότερου εργαλείου προώθησης των προϊόντων/υπηρεσιών των παρόχων Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών και συγκεκριμένα του κάθε παρόχου χωριστά, κατά την κρίσιμη χρονική περίοδο, αλλά και η σύγκρισή του με τις έτερες σημαντικές εμπορικές μεθόδους προώθησης προϊόντων/υπηρεσιών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, προς τον σκοπό της προσέλευσης της συνδρομητικής βάσης.
- Η **αιτιώδης συνάφεια της εξεταζόμενης πρακτικής της φαινομενικής «δυσχέρασης» στην πρόσβαση στη συνδρομητική βάση, μέσω του καναλιού των τηλεφωνικών πωλήσεων**, με το όποιο ενδεχόμενο αντι-ανταγωνιστικό αποτέλεσμα δύναται να προκληθεί (likely effect) στην/στις σχετικές αγορές, όπως αποτυπώνεται συγκριτικά, με αναφορά σε συγκεκριμένες υπο-περιόδους, στην εξέλιξη της συνδρομητικής βάσης ανά έτος στις πωλήσεις, στις ανανεώσεις συμβολαίων και στις νέες ενεργοποιήσεις, λαμβάνοντας υπόψη όλους τους εν γένει βασικούς και καθοριστικούς παράγοντες των αγορών, για την επιλογή ή μεταστροφή των συνδρομητών στους ανταγωνιστές της δεσπόζουσας επιχείρησης.
- Η **ανταγωνιστικότητα (ο όγκος πωλήσεων) του κάθε παρόχου στην προσέλευση της συνδρομητικής βάσης, τόσο κατά την περίοδο της πρακτικής, καθώς και κατά την περίοδο μετά την προσήκουσα εφαρμογή του Άρθρου 11** (κατά τις επιταγές της σχετικής απόφασης της ΑΠΔΠΧ), όπου οι συνδρομητές είχαν πλέον λάβει προσήκουσα ενημέρωση και έφεραν έτσι τη σαφή διακριτική ευχέρεια της αυτόβουλης ένταξής τους ή μη στο Μητρώο του Άρθρου 11 (και άρα της λήψης διαφημιστικών μηνυμάτων προώθησης υπηρεσιών από άλλους παρόχους ή την επιλογή παρόχου με βάση τα κριτήριά τους, για να επιλέξουν να παραμείνουν ή να επιλέξουν κάποιον άλλον πάροχο).
- Άλλα αντικειμενικά στοιχεία (ποιοτικά και ποσοτικά) της αγοράς, τη θέση της δεσπόζουσας επιχείρησης, τη φύση/ταυτότητα της εξεταζόμενης πρακτικής, τις γενικές συνθήκες, τη θέση των ανταγωνιστών, πιθανά αποδεικτικά στοιχεία πραγματικού αποκλεισμού, την ένταση, το βαθμό, την αλληλουχία και τη συμπληρωματικότητα άλλων πρακτικών της δεσπόζουσας επιχείρησης, κ.ά.

291) Η ανωτέρω παρατεθείσα ανάλυση της πρακτικής των δύο (2) εταιρειών ως προς τον «ενδεχόμενο αντι-ανταγωνιστικό» της αντίκτυπο, με βάση τις προϋποθέσεις της νομολογίας για τη στοιχειοθέτηση της κατάχρησης της δεσπόζουσας θέσης των δυο

(2) εταιρειών, στις αντιστοιχώς αναφερόμενες αγορές αποτυπώνει την κάτωθι εικόνα, ως εξής:

1) Η εταιρεία ΟΤΕ είχε εξασφαλίσει κατά την επίδικη περίοδο (2014-2016), σχεδόν αποκλειστικό δικαίωμα επικοινωνίας μέσω του καναλιού των τηλεφωνικών πωλήσεων της με:

- πλήθος περί του ποσοστού του [..%]-[..%] της συνδρομητικής βάσης της, για το επτάμηνο διάστημα του μηνός Ιανουαρίου του έτους 2014 έως και το μήνα Ιούλιο του έτους 2014. Σε απόλυτα μεγέθη, αυτό αφορά σε [...] [...] χιλιάδες συνδρομητές, δηλαδή σε ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] και ως [..%] της συνολικής εγχώριας αγοράς σταθερής τηλεφωνίας, σε όρους συνδρομητικής βάσης,
- πλήθος περί του [..%]-[..%] της συνδρομητικής βάσης της για το επτάμηνο διάστημα μεταξύ του μηνός Αυγούστου του έτους 2014 έως και το μήνα Φεβρουάριο του 2015. Σε απόλυτα μεγέθη, αυτό αφορά σε [...] [...] χιλιάδες συνδρομητές, δηλαδή σε ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] και ως [..%] της συνολικής εγχώριας αγοράς σταθερής τηλεφωνίας, σε όρους συνδρομητικής βάσης, και
- πλήθος περί του ποσοστού [..%]-[..%] της συνδρομητικής βάσης της για το εξάμηνο μεταξύ του μηνός Μαρτίου του έτους 2015 έως και το μήνα Αύγουστο του έτους 2015. Σε απόλυτα μεγέθη, αυτό αφορά σε [...] [...] εκατομμύρια συνδρομητές, δηλαδή σε ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] και ως [..%] της συνολικής εγχώριας αγοράς σταθερής τηλεφωνίας, σε όρους συνδρομητικής βάσης,
- πλήθος περί του ποσοστού του [..%]-[..%] της συνδρομητικής βάσης της για το δεκαπεντάμηνο διάστημα του μηνός Σεπτεμβρίου 2015 έως το μήνα Νοέμβριο του έτους 2016. Σε απόλυτα μεγέθη, αυτό αφορά σε [...] [...] εκατομμύρια συνδρομητές, δηλαδή σε ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] και ως [..%] της συνολικής εγχώριας αγοράς σταθερής τηλεφωνίας σε όρους συνδρομητικής βάσης, όπως αποτυπώνεται στη στήλη «Στ. % Συνδρομητών Εντός Μητρώου».
- Με βάση και τα στοιχεία που προσκόμισε η εταιρεία ΟΤΕ (βλ. Πίνακας 8), φαίνεται ότι μεταξύ των ετών 2014-2016, το κανάλι των τηλεφωνικών πωλήσεων αποτέλεσε σημαντικό εργαλείο για την επίτευξη ανανεώσεων συμβάσεων, δεδομένου ότι αφορά στο ποσοστό του [..%]-[..%] των συνολικών ανανεώσεων/επαναδεσμεύσεων που κατέγραψε η εταιρεία. Επίσης, αποτελούσε σημαντικό κανάλι προσέλκυσης νέων πελατών, καθώς αφορά στο ποσοστό του [..%]-[..%] των συνολικών πωλήσεων της σε νέους πελάτες.

2) Η αυτή ανάλυση κατέδειξε όμως ότι ένα ποσοστό του [..%] των οικιακών συνδρομητών σταθερής τηλεφωνίας, δήλωσαν ότι δεν άλλαξαν πάροχο σταθερής τηλεφωνίας κατά την επίμαχη περίοδο και ένα άλλο ποσοστό που ανέρχεται μόλις στο [..%] δήλωσε ότι η τελευταία φορά που άλλαξε πάροχο ήταν εντός του έτους 2015 (γεγονός που αποδεικνύει ότι οι συνδρομητές είχαν τη δυνατότητα επιλογής μέσω

άλλων καναλιών και ενώ υφίστατο η εν λόγω πρακτική). Παράλληλα, ένα ποσοστό μόλις [..%] άλλαξε πάροχο εντός του έτους 2017 (ήτοι μετά την εκκαθάριση του Μητρώου και τη λήξη της πρακτικής) και επίσης ένα ποσοστό [..%], άλλαξε πάροχο εντός του έτους 2016. Περαιτέρω, το ποσοστό του [..%] των νοικοκυριών με κατοχή σταθερής τηλεφωνίας, δήλωσε ότι κατέχει και υπηρεσία ευρυζωνικής πρόσβασης, εκ των οποίων ένα επίσης σημαντικό ποσοστό [..%] αυτών, λαμβάνει την εν λόγω υπηρεσία από τον πάροχο σταθερής τηλεφωνίας, στο πλαίσιο πακέτου συνδυαστικής προσφοράς ή/και με κάποια έκπτωση ή/και ως ειδική προσφορά. Οι καθοριστικοί λόγοι για τη μη αλλαγή παρόχου κατά κύριο λόγο και σε σειρά ιεραρχίας, είναι ότι οι συνδρομητές δεν νομίζουν πως θα έχουν αρκετό οικονομικό όφελος αλλάζοντας εταιρεία, δηλώνουν ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες που λαμβάνουν, δεν έχουν αποφασίσει ακόμα που να μετακινηθούν, έχουν συμβόλαιο σε ισχύ και σε συνέχεια αιτήματος αλλαγής παρόχου η εταιρεία που επέλεξαν ήδη βελτίωσε την προσφορά της. Τόνισαν επίσης ότι η αλλαγή απαιτεί προσπάθεια και χρόνο που το νοικοκυριό δε διαθέτει.

3) Ομοίως, στην αγορά της κινητής τηλεφωνίας, ένα ποσοστό [..%] των συνδρομητών της κινητής τηλεφωνίας, δήλωσαν ότι δεν άλλαξαν πάροχο κατά την επίμαχη περίοδο και ένα άλλο ποσοστό [..%], δήλωσε ότι η τελευταία φορά που άλλαξε πάροχο ήταν εντός του έτους 2015 (και άρα, όπως και στην περίπτωση της σταθερής τηλεφωνίας, οι συνδρομητές είχαν τη δυνατότητα να επιλέξουν μέσω άλλων καναλιών και ενώ υφίστατο η εν λόγω πρακτική!). Παράλληλα, ένα ποσοστό μετά βίας [..%] άλλαξε πάροχο εντός του έτους 2017 (ήτοι μετά την εκκαθάριση και δη την άρση της πρακτικής) και ένα ποσοστό μόλις [..%] εντός του έτους 2016 (και ενώ επίσης υφίστατο η εξεταζόμενη πρακτική). Επιβεβαιώθηκε μάλιστα και στην κινητή τηλεφωνία ότι οι παράγοντες που θεωρούνται πιο σημαντικοί από τους συνδρομητές κατά την επιλογή εταιρείας κινητής τηλεφωνίας, είναι: οι καλές τιμές ή και οι ειδικές προσφορές, η ποιότητα και η αξιοπιστία των τηλεφωνικών υπηρεσιών, όπως η ποιότητα κλήσεων και η κάλυψη δικτύου, ο κοινωνικός κύκλος που είναι ήδη στον ίδιο πάροχο, η καλή εξυπηρέτηση πελατών και η αποτελεσματική τεχνική υποστήριξη, η διαθεσιμότητα κατάλληλων προγραμμάτων και το όνομα και η φήμη της εταιρείας.

4) Σύμφωνα επίσης με τα στοιχεία που εμφανίζονται στο Παρατηρητήριο Τιμών της ΕΕΤΤ (βλ. ανωτέρω), ένας συνδρομητής μπορούσε να συνάψει σύμβαση διάρκειας 2, 6, 12, 18 ή και 24 μηνών με κάποιον τηλεπικοινωνιακό πάροχο, ενώ μετά την παρέλευση του εν λόγω χρονικού διαστήματος, ο συνδρομητής είχε ούτως ή άλλως τη δυνατότητα, είτε να ανανεώσει, είτε να επιλέξει κάποιο διαφορετικό πρόγραμμα του ίδιου ή άλλου παρόχου. Επομένως, ως προαναφέρθηκε, κάθε πάροχος, άρα καταγγέλλοντες και καταγγελλόμενοι πάροχοι, είχαν το χρονικό περιθώριο να επικοινωνήσουν με το σύνολο της δικής τους συμβολαιακής συνδρομητικής βάσης, εντός της κρίσιμης τριετίας μεταξύ των ετών 2014-2016, τουλάχιστον μια φορά, προκειμένου να ενημερώσουν για τη λήξη της σύμβασης, την υπενθύμιση ανανέωσης ή και την προώθηση νέου προγράμματος, έναντι του υφιστάμενου, του οποίου ο συμβατικός χρόνος όδευε στη λήξη ή είχε λήξει ήδη, καθιστώντας έτσι αδύναμα τα προβαλλόμενα

επιχειρήματα/αποτελέσματα της δήθεν ουσιώδους παρεμπόδισης που επικαλούνται οι καταγγέλλουσες εταιρείες.

5) Επιπροσθέτως, **μέχρι και το μήνα Δεκέμβριο του έτους 2016**, και με βάση την ανάλυση της ΕΕΤΤ, αποτυπώνονται και τ' ακόλουθα γεγονότα:

- Στη σταθερή τηλεφωνία, **οι συνδρομητές που καταγράφονται εντός του Μητρώου κυμαίνονται σε υψηλά επίπεδα για όλους τους παρόχους**. Ως αποτέλεσμα αυτού, ήδη εντός του πρώτου τριμήνου του έτους 2014, διαπιστώνεται ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] των συνδρομητών σταθερής να έχουν ενταχθεί στο Μητρώο. Εντός του τρίτου τριμήνου του ίδιου έτους, το ποσοστό αυτό έχει ήδη διπλασιαστεί, εντός του πρώτου τριμήνου του 2015 έχει τριπλασιαστεί και εντός του τετάρτου τριμήνου του 2015 έχει τετραπλασιαστεί. Στο τέλος του πρώτου τριμήνου του έτους 2016 έχει πενταπλασιαστεί και φαίνεται να κορυφώνεται στο τέλος του τρίτου τριμήνου του 2016 με ποσοστό [..%]. Στο τέλος τους αμέσως επόμενου τρίμηνου, διαπιστώνεται πτώση στο ποσοστό του [..%] ή στα επίπεδα προς 18 μηνών (Μάρτιος του έτους 2015). Εντός του πρώτου εξαμήνου του έτους 2017, η αυξητική τάση διατηρείται, με επιπλέον [...] χιλιάδες συνδρομητές στο Μητρώο.
- Ομοίως, **οι εταιρείες FORTHNET, CYTA, VODAFONE και WIND παρουσιάζουν μια συνεπή ανοδική τάση των εγγεγραμμένων συνδρομητών τους στα Μητρώα του Άρθρου 11 που τηρούν. Η εταιρεία CYTA, ήδη από τα τέλη του μηνός Ιουνίου του έτους 2013, καταγράφει ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] στο Μητρώο, ενώ στο τέλος του έτους 2016, το μέγεθος αυτό έχει ξεπεράσει το ποσοστό του [..%] (και μάλιστα εντός του χρονικού διαστήματος που ελάμβανε χώρα η πρακτική)**. Το δε πλήθος των εγγεγραμμένων συνδρομητών της στο Μητρώο, δε μεταβάλλεται ουσιαστικά εντός του πρώτου εξαμήνου του έτους 2017 (ήτοι ακόμη και μετά την εκκαθάριση του Μητρώου).
- **Για την εταιρεία VODAFONE, το τρίμηνο που καταγράφει ουσιαστική μεταβολή στο πλήθος των εγγεγραμμένων συνδρομητών της στο Μητρώο είναι το τέταρτο τρίμηνο του έτους 2014, με ποσοστό που ανέρχεται στο [..%] έναντι ποσοστού [..%] στο τέλος του προηγούμενου τριμήνου**. Έκτοτε, ανά τρίμηνο αυξάνεται το ποσοστό εγγεγραμμένων συνδρομητών φτάνοντας το [..%] στο τέλος του έτους 2016 (ήτοι και πάλι εντός του χρονικού διαστήματος που ελάμβανε χώρα η εξεταζόμενη πρακτική). Εντός δε του πρώτου εξαμήνου του έτους 2017, η αυξητική τάση της διατηρείται, και καταγράφονται επιπλέον περί των [...] χιλιάδων συνδρομητών της στο Μητρώο. Είναι αξιοσημείωτο εντούτοις το γεγονός ότι εντός του τελευταίου τριμήνου του έτους 2014, με εγγραφές [...] χιλιάδων συνδρομητών στο Μητρώο, είναι η περίοδος

που διαπιστώνεται η μεγαλύτερη καθαρή μεταβολή για την εταιρεία, καθιστώντας έτσι εμφανώς ασύνδετη την όποια επίδραση της εξεταζόμενης πρακτικής απέναντι στην εταιρεία. Επίσης, η εταιρεία WIND ξεπερνά το φράγμα του ποσοστού [..%] εγγεγραμμένων συνδρομητών στο Μητρώο, κατά το τρίτο τρίμηνο του έτους 2014. Και μάλιστα μετά από 9 τρίμηνα, η εταιρεία καταγράφει περί του ποσοστού του [..%] των συνδρομητών της εντός Μητρώου στο τέλος Δεκεμβρίου του 2016 (ήτοι και πάλι εντός του χρονικού διαστήματος που ελάμβανε χώρα η πρακτική). Το δε πρώτο τρίμηνο του έτους 2016, με εγγραφές [...] χιλιάδων συνδρομητών στο Μητρώο και το τέταρτο τρίμηνο του 2016, με εγγραφές [...] χιλιάδων συνδρομητών στο Μητρώο, είναι οι περίοδοι που διαπιστώνονται οι μεγαλύτερες καθαρές μεταβολές για την εταιρεία, καθιστώντας έτσι και για την εταιρεία αυτήν μη εμφανή τη σύνδεση της εξεταζόμενης πρακτικής με την αντίστοιχη επίδραση. Εντός δε του πρώτου εξαμήνου του έτους 2017, η αυξητική τάση διατηρείται, και καταγράφονται επιπλέον περί των [...] χιλιάδων συνδρομητών της στο Μητρώο.

- **Η εταιρεία FORTHNET, ξεπερνά το φράγμα του ποσοστού του [..%] των εγγεγραμμένων συνδρομητών στο Μητρώο στο πρώτο τρίμηνο του έτους 2016 (ήτοι εντός του χρονικού διαστήματος που ελάμβανε χώρα η πρακτική). Εντούτοις, στο τέλος τους έτους, διατηρεί ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] των συνδρομητών της εντός Μητρώου.** Ειδικότερα, τα τέσσερα τρίμηνα του έτους 2016 η εταιρεία καταγράφει περί των [...] χιλιάδων συνδρομητών της στο Μητρώο. Εντός του πρώτου εξαμήνου του έτους 2017, καταγράφονται επιπλέον [...] χιλιάδες συνδρομητές της στο Μητρώο.
- **Η εταιρεία ΟΤΕ καταγράφει ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] στο Μητρώο, ήδη εντός του πρώτου τριμήνου του έτους 2014, καθώς και στο τέλος του έτους 2016.** Για επτά (7) συνεχόμενα τρίμηνα, ήτοι από το τελευταίο τρίμηνο του έτους 2013, έως και το δεύτερο τρίμηνο του έτους 2015, καταγράφεται αύξηση των εγγεγραμμένων συνδρομητών της στο Μητρώο, μεγαλύτερη των [...] χιλιάδων ανά τρίμηνο. Αυτό, έχει ως αποτέλεσμα την καταγραφή περί των [...] εκατομμυρίων συνδρομητών της στο Μητρώο του Άρ. 11. Μάλιστα, κατά το δεύτερο τρίμηνο του έτους 2014, η εν λόγω αύξηση ξεπερνά τις [...] χιλιάδες συνδρομητών και το τελευταίο τρίμηνο του ίδιου έτους τις [...] χιλιάδες συνδρομητών. Αντίθετα, στο τέλος του έτους 2016, διαπιστώνεται μια μείωση των εγγεγραμμένων συνδρομητών κατά [...] εκατομμύρια. Η εν λόγω μείωση λαμβάνει χώρα το μήνα Δεκέμβριο του έτους 2016, καθώς το μήνα Νοέμβριο, οι εγγεγραμμένοι συνδρομητές της στο Μητρώο ξεπερνούν τον αριθμό των [...] εκατομμυρίων και στο τέλος του μηνός Δεκεμβρίου, βρίσκονται στην

περιοχή των [...] χιλιάδων συνδρομητών. Το πλήθος των εγγεγραμμένων συνδρομητών της στο Μητρώο δε μεταβάλλεται ουσιαστικά εντός του πρώτου εξαμήνου του έτους 2017.

- **Επιπροσθέτως, στην κινητή τηλεφωνία, οι συνδρομητές που καταγράφονται εντός του Μητρώου, κυμαίνονται σε χαμηλότερα επίπεδα.** Πράγματι, στο τέλος του μηνός Σεπτεμβρίου του έτους 2014, διαπιστώνεται ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] των συνδρομητών κινητής να έχουν ενταχθεί στο Μητρώο. Έκτοτε, ακολουθεί μια αυξητική πορεία έως και το τέλος του μηνός Μαρτίου του έτους 2016, όπου ένα ποσοστό [..%] των συνδρομητών κινητής είναι εντός Μητρώου. Έκτοτε, διαπιστώνεται πτωτική τάση μέχρι και το έτος 2016, ενώ στο τέλος του μηνός Δεκεμβρίου 2016, το ποσοστό συνδρομητών κινητής που είναι εγγεγραμμένο στα Μητρώα των παρόχων σταθερής επιστρέφει στο επίπεδο του [..%]¹⁸⁰. **Εντούτοις, ως διαπιστώνεται, εντός του πρώτου εξαμήνου του έτους 2017 (ήτοι μετά την εκκαθάριση του Μητρώου), η τάση αυτή αναστρέφεται, με επιπλέον ένταξη [...] χιλιάδων συνδρομητών στο Μητρώο.**
- **Επίσης, σημειώνεται πως οι 2 εταιρείες VODAFONE και WIND καταγράφουν μια αργή, αλλά συνεπή αύξηση των εγγεγραμμένων συνδρομητών τους στα Μητρώα του Άρθρου 11 που τηρούν.** Συγκεκριμένα, έως και τα τέλη του μηνός Δεκεμβρίου του μηνός 2016, δε διαπιστώνεται ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] των συνδρομητών κινητής της εταιρείας VODAFONE να έχουν ενταχθεί στο Μητρώο. Στα μέσα του έτους 2017, οι εγγεγραμμένοι συνδρομητές της εταιρείας στο Μητρώο αυξάνονται κατά [...] χιλιάδες. Αντίστοιχα, στα τέλη του μηνός Μαρτίου του έτους 2016 διαπιστώνεται ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] των συνδρομητών κινητής της WIND να έχουν ενταχθεί στο Μητρώο, ενώ στα τέλη του μηνός Δεκεμβρίου το έτους 2016, το μέγεθος ανέρχεται στο επίπεδο του [..%]. Στα μέσα δε του έτους 2017, οι εγγεγραμμένοι συνδρομητές της εταιρείας στο Μητρώο αυξάνονται κατά [...] χιλιάδες.
- Αντίθετα, για την **εταιρεία COSMOTE**, διαπιστώνεται ότι ήδη από τα τέλη του μηνός Σεπτεμβρίου του έτους 2014, έχει καταγεγραμμένο ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] στο Μητρώο της. Στα τέλη του μηνός Δεκεμβρίου του 2015, το σχετικό ποσοστό υπερβαίνει το [..%]. Έκτοτε, ακολουθεί πτωτική πορεία, καταρχάς μειωμένης έντασης, αλλά και στο τελευταίο τρίμηνο καταγράφεται πτώση από το ποσοστό του [..%] στο [..%]. Τα τρίμηνα που διαπιστώνονται οι μεγαλύτερες καθαρές μεταβολές είναι το τρίτο τρίμηνο του έτους 2014, με προσθήκη [...] χιλιάδων συνδρομητών στο Μητρώο, το τέταρτο

¹⁸⁰ Λόγω του συγκριτικά πολύ μικρού μεγέθους συνδρομητικής βάσης δεν αναφέρονται στοιχεία για τη CYTA.

τρίμηνο του έτους 2014 με προσθήκη [...] χιλιάδων συνδρομητών στο Μητρώο, το πρώτο τρίμηνο του έτους 2015 με προσθήκη [...] χιλιάδων συνδρομητών στο Μητρώο, το δεύτερο τρίμηνο του έτους 2015 με προσθήκη [...] χιλιάδων συνδρομητών και το τέταρτο τρίμηνο του έτους 2016 με αφαίρεση [...] εκατομμυρίων συνδρομητών από το Μητρώο. Δηλαδή εντός 4 συνεχόμενων τριμήνων, η εταιρεία κατέγραψε [...] εκατομμύρια συνδρομητές στο Μητρώο και εντός ενός τριμήνου φαίνεται να τους έχει διαγράψει από το Μητρώο. **Και πάλι όμως, διαπιστώνεται ότι στα μέσα του έτους 2017, οι εγγεγραμμένοι συνδρομητές της εταιρείας στο Μητρώο αυξάνονται κατά [...] χιλιάδες, μετά την εκκαθάριση του Μητρώου**

6) Είναι δε σε κάθε περίπτωση αξιοσημείωτο ότι οι δυο μεγάλοι πάροχοι εκ των ανταγωνιστών των καταγγελλομένων εταιρειών, βελτιώνουν τα μερίδια τους εντός της εξεταζόμενης περιόδου (και ενώ ελάμβανε χώρα η εξεταζόμενη πρακτική), σε βάρος κυρίως της εταιρείας ΟΤΕ, άλλοι δυο ανταγωνιστές διαπιστώνουν μικρές πτωτικές μεταβολές, ενώ ζημιώνονται οι μικρότεροι πάροχοι. Στην αγορά της κινητής τηλεφωνίας, οι πάροχοι του δικτύου της κινητής είναι πλήρως καθετοποιημένοι, η εταιρεία CYTA ως εικονικός πάροχος εξαρτάται πλήρως από το δίκτυο της εταιρείας VODAFONE, ενώ τα μερίδια των ανταγωνιστών αυξομειώνονται χωρίς να επηρεάζουν ουσιαστικά το μερίδιο της εταιρείας COSMOTE.

Συνεπώς, με βάση όλα τ' ανωτέρω, **δε διαπιστώθηκε για κάποια άλλη εταιρεία είτε στη σταθερή είτε στην κινητή τηλεφωνία, βάσει των στοιχείων που προσκομίστηκαν, ουσιώδης επιρροή ή ενδεχόμενος αντι-ανταγωνιστικός αντίκτυπος στο ποσοστό των συνολικών πωλήσεων τους, εξαιτίας και σε αιτιώδη συνάφεια με την εν λόγω πρακτική.** Σε κάθε περίπτωση, δεν στοιχειοθετείται από κανένα στοιχείο η «**δυνατότητα αποκλεισμού**» των ανταγωνιστών από την αγορά. Κατά συνέπεια, μπορεί να πιθανολογηθεί ένα ενδεχόμενο αρνητικό αποτέλεσμα, μόνο για την περίπτωση της εταιρείας FORTHNET, όπως θα εξηγηθεί κάτωθι.

7) Αναφορικά με την εταιρεία FORTHNET, με βάση τ' αναλυτικά στοιχεία της αγοράς, τη συνολική επί σειρά ετών «δυναμική» της και ιδίως τη φύση των προσφερόμενων από την ίδια υπηρεσιών, φαίνεται ότι πράγματι αποτελεί τον λιγότερο ανταγωνιστικό πάροχο της σχετικής αγοράς, απέναντι στη/στις δεσπόζουσα-ες επιχείρηση-εις, αλλά και τους έτερους ανταγωνιστές, κυρίως συγκριτικά με το είδος των υπηρεσιών που δύνανται να προσφέρει (αποτελεί τον μόνο πάροχο χωρίς τη δυνατότητα παροχής υπηρεσιών/προϊόντων της κινητής τηλεφωνίας) και τα μεγέθη και τον όγκο πωλήσεών της, συγκριτικά με τους υπόλοιπους ανταγωνιστές των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE. Η εταιρεία FORTHNET φαίνεται βασικά να στηρίζεται μόνο στο εργαλείο των τηλεφωνικών πωλήσεων για την προσέλκυση συνδρομητών από τη συνδρομητική βάση της εταιρείας ΟΤΕ κατά την εξεταζόμενη περίοδο, **διαθέτοντας πάντως έναν αριθμό καταστημάτων, ήτοι ένα εναλλακτικό κανάλι πωλήσεων, που όμως δεν ήταν «πλήρως οργανωμένο». Ως συγκεκριμένα αποδεικνύεται από τα στοιχεία της ΕΕΤΤ, η εν**

λόγω εταιρεία ήδη από το έτος 2013, ήτοι πριν πολύ την εμφάνιση της εξεταζόμενης πρακτικής του Μητρώου του Άρθρου 11, έως και πολύ αργότερα, ήτοι κατά το έτος 2018 και άρα και μετά τη λήξη της εξεταζόμενης πρακτικής, δείχνει να «χάνει» συνδρομητές και να μειώνεται ασταμάτητα η συνδρομητική της βάση, χωρίς εντούτοις για το γεγονός αυτό να υφίσταται κάποια «αιτιώδης συνάφεια» με την εξεταζόμενη πρακτική. Στην ουσία δηλαδή, ένα πολύ μικρό ποσοστό των πωλήσεων της αφορούν σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ και ανέρχονται μόλις στο ποσοστό του [..%] της συνδρομητικής βάσης της, κατά το έτος 2014. Εν συνεχεία όμως (και κυρίως ενώ ίσχυε η εξεταζόμενη πρακτική), υποχωρούν περαιτέρω οι πωλήσεις της στο ποσοστό του [..%], στο [..%] της συνδρομητικής βάσης της κατά το έτος 2015 και αντίστοιχα κατά το έτος 2016, για να επανακάμψουν το έτος 2017 μόλις στο [..%] και πάλι, ενώ ανήρθαν μόλις στο ποσοστό του [..%] για το πρώτο επτάμηνο του 2018 και συγκεκριμένα, αφού είχε προ πολλού ολοκληρωθεί η εξεταζόμενη πρακτική. Μάλιστα, είναι αξιοσημείωτο ότι ακόμη και 2 έτη μετά τη λήξη της εξεταζόμενης πρακτικής, ήτοι κατά το έτος 2018, η εταιρεία είχε ήδη απωλέσει το [..%] της συνδρομητικής της βάσης, σε σχέση με τα μέσα επίπεδα του έτους 2014, γεγονός που και πάλι αποδεικνύει ότι η εμφανής διαχρονική μείωση της συνδρομητικής βάσης της, δεν αποδεικνύεται να είναι σε αιτιώδη συνάφεια με την εξεταζόμενη πρακτική της εταιρείας ΟΤΕ, αλλά αντιθέτως με πληθώρα άλλων λόγων. Ομοίως, το ανωτέρω γεγονός ενισχύεται περαιτέρω και για την σχετικά πρόσφατη χρονική περίοδο, ήτοι από το έτος 2017 δε έως και το έτος 2019, όπου τα στοιχεία της ΕΕΤΤ αποτυπώνουν και πάλι μια συνεχή μείωση της συνδρομητικής βάσης της εταιρείας, η οποία προφανώς φαίνεται ότι οφείλεται σε άλλους παράγοντες.

Ακόμη λοιπόν και αν υποθεθεί ότι εξέλειπε η πρακτική του «Μητρώου του Άρθρου 11» των 2 εταιρειών, η ανωτέρω εταιρεία FORTHNET δεν θα μπορούσε και πάλι ν' ανταποκριθεί και να επιτύχει την επιθυμητή προσέλκυση συνδρομητών, όπως οι άλλοι ανταγωνιστές της (ήτοι οι εξίσου αποτελεσματικοί ανταγωνιστές της δεσπόζουσας επιχείρησης), γιατί καταρχήν δεν διαθέτει υπηρεσία/προϊόν κινητής τηλεφωνίας, όπως διαθέτουν και προσφέρουν «συνδυαστικά» όλοι οι υπόλοιποι πάροχοι, αλλά ούτε και ανταγωνιστικό και ολοκληρωμένο δίκτυο πωλήσεων και διανομής, γεγονός που σίγουρα δεν μπορεί ν' αποδοθεί στην εξεταζόμενη πρακτική των καταγγελλομένων εταιρειών με δεσπόζουσα θέση. Αδιάσειστη απόδειξη τούτου, αποτελεί πλέον η αποτύπωση των στοιχείων του πίνακα του συνόλου της αγοράς, που εμφανίζει ότι ποσοστό μεγαλύτερο του [..%] της συνολικής συνδρομητικής βάσης της Ελληνικής αγοράς των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, λαμβάνει τόσο υπηρεσίες σταθερής, όσο και υπηρεσίες κινητής από τον ίδιο α' ή β' πάροχο, ήτοι προτιμώνται από τη συντριπτική πλειοψηφία των συνδρομητών οι συνδυαστικές υπηρεσίες σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, υπηρεσίες που η εταιρεία FORTHNET, κατά την εξεταζόμενη χρονική περίοδο δεν μπορούσε να προσφέρει.

Ως προαναφέρθηκε, το γεγονός ότι η εταιρεία FORTHNET διέθετε, ως βασικό μέσο προώθησης των προϊόντων και υπηρεσιών της, τις τηλεφωνικές πωλήσεις, και μάλιστα τη

στιγμή που η εταιρεία λειτουργούσε επίσης καταστήματα λιανικής για την προσέλκυση πελατών (και άρα για την προώθηση των υπηρεσιών/προϊόντων της), δεν μπορεί να στοιχειοθετήσει την απαραίτητη αιτιώδη συνάφεια των ενδεχόμενων αντι-ανταγωνιστικών αποτελεσμάτων (likely effects), με την εξεταζόμενη πρακτική του Άρθρου 11. Η ικανοποιητική δε ή όχι λειτουργία και οργάνωση των καταστημάτων της ανωτέρω εταιρείας (ή η δυνατότητα χρήσης άλλων μέσων εμπορικής προώθησης) είναι ένα στοιχείο αποκλειστικής ευθύνης της εταιρείας και παρέλκει της παρούσης εξέτασης.

8) Συμπερασματικά, ακόμη και αν η ΕΕΤΤ ως αρχή ανταγωνισμού, επέλεγε, ακολουθώντας την έως σήμερα νομολογία σε παρόμοιες, αλλά όχι ίδιας φύσεως πρακτικές, ν' αρκестεί στην προσέγγιση του γενικού και πιθανού «ενδεχόμενου αντι-ανταγωνιστικού αποτελέσματος αποκλεισμού» (likely effect), για την περίπτωση ενός μη εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή, ήτοι της εταιρείας FORTHNET (της οποίας η εξάρτηση από τη συνδρομητική βάση της εταιρείας ΟΤΕ ανερχόταν μόλις στο ποσοστό του [..%] το έτος 2014, στο [..%] το έτος 2015 και μόλις στο [..%] το έτος 2016), από τις 2 δεσπόζουσες επιχειρήσεις, χωρίς να αναλύσει-εξετάσει κανένα άλλο απαραίτητο/συμπληρωματικό στοιχείο, εμμένοντας στην «ιδιαίτερη ευθύνη» που αμφότερες οι εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE κατέχουν στις σχετικές ανωτέρω ορισθείσες αγορές, θα ήταν εξαιρετικά επικίνδυνο ν' αγνοήσει τον αδύναμο σύνδεσμο και δη την απαραίτητη αιτιώδη συνάφεια μεταξύ της εξετασθείσας πρακτικής και της απουσίας της δυνατότητας αποκλεισμού αυτής, ιδίως τη στιγμή που διεφάνη ότι τα όποια αποτελέσματα και αλλαγές στην εικόνα της αγοράς, διαπιστώθηκαν τόσο πριν, κατά τη διάρκεια, όσο και αφού είχε αρθεί η εν λόγω πρακτική. Με λίγα λόγια, για τη στοιχειοθέτηση της παράβασης απαιτείται να τεκμηριωθεί ότι ο ενδεχόμενος αποκλεισμός οφείλεται στην εξεταζόμενη πρακτική της δεσπόζουσας επιχείρησης και ουχί σε έτερους ασύνδετους παράγοντες, στοιχείο που όμως δεν προκύπτει εν προκειμένω από την ανωτέρω ανάλυση.

292) Ως εξάλλου εξηγήθηκε, η νομολογία υποστηρίζει ότι η «ιδιαίτερη ευθύνη» της δεσπόζουσας επιχείρησης κατ' άρθρο 102 ΣΛΕΕ δεν μπορεί να εφαρμόζεται οριζόντια και αυθαίρετα, ώστε να προστατεύονται πάση θυσία οι «μικροί και αδύναμοι» ανταγωνιστές της δεσπόζουσας επιχείρησης, απλώς λόγω του μεγέθους τους. Εξάλλου, ως ανωτέρω προαναφέρθηκε στην απόφαση της INTEL¹⁸¹, το άρθρο 102 ΣΛΕΕ δεν επικαλείται για να εξασφαλίσει ότι σε αυτήν την αγορά θα μείνουν οι λιγότερο αποτελεσματικοί ανταγωνιστές της δεσπόζουσας επιχείρησης. Βάσει δε της σύγχρονης θεωρίας και νομολογίας, το απαιτούμενο πλαίσιο ανάλυσης στις παρεμποδιστικές καταχρήσεις, πρέπει να βασίζεται σε μια θεωρία καταναλωτικής ζημίας (theory of consumer harm) και στον αντι-ανταγωνιστικό αποκλεισμό που οδηγεί σε ζημία του καταναλωτή (consumer harm), χωρίς ωστόσο να υπάρχει ή να επέλθει το συγκεκριμένο αντι-ανταγωνιστικό αποτέλεσμα. Αυτό εντούτοις δε σημαίνει ότι δεν πρέπει ποτέ ν' αναφέρεται ένα δυνατό ή πιθανό αντι-ανταγωνιστικό αποτέλεσμα συνδεδεμένο άμεσα

¹⁸¹ Υπόθεση C-413/14 P, Intel Corp, v. Commission, ECLI:EU:C2017:632, σκέψη 135.

με την εκάστοτε πρακτική, καθώς η εξεταζόμενη πρακτική (και όχι άλλος λόγος) είναι αυτή που θα πρέπει με βάση τα διδάγματα της κοινής πείρας και τ' αξιώματα της οικονομικής επιστήμης να καταλήγει στο ενδεχόμενο αυτό αποτέλεσμα, και όχι αυτό να είναι απόμακρο ή μη ευλογοφανές ή οφειλόμενο σε άλλες αιτίες¹⁸².

293) Στο αυτό πλαίσιο, ακόμη και αν η ΕΕΤΤ επέλεγε ως αρχή ανταγωνισμού να διερευνήσει εναλλακτικά την εξεταζόμενη πρακτική εναλλακτικά στον ενδεχόμενο ύπαρξης αρνητικού αντικτύπου προς τους καταναλωτές, (στο πλαίσιο άλλων αποφάσεων της νομολογίας βλ. **Post Danmark και British Airways**¹⁸³ καθώς και την Ανακοίνωση της Επιτροπής για το άρθρο 102 ΣΛΕΕ), με επίκεντρο την εν λόγω αγορά (και την ενδεχόμενη ζημία που αυτοί υπέστησαν), με δυσκολία θα μπορούσε να καταλήξει στο συμπέρασμα της «ενδεχόμενης ζημίας» προς αυτούς (ή του περιορισμού των επιλογών τους), αφού επί της ουσίας αποδείχθη ότι εν προκειμένω οι καταναλωτές είχαν τη δυνατότητα να επιλέξουν παρόχους ή προϊόντα μέσω άλλων εμπορικών καναλιών και βεβαίως την κρίση τους επηρέασαν ουσιωδώς άλλοι παράγοντες. Ταυτόχρονα, δεν μπορεί κανείς ν' αγνοήσει το γεγονός ότι, παρ' ότι δεν ήταν προαπαιτούμενο για τη στοιχειοθέτηση της παράβασης, ουδόλως τυχαίως δεν αποδείχθη ότι επηρεάστηκαν οι καταγγέλοντες ανταγωνιστές των 2 εταιρειών και δεν κατάφεραν να «παρουσιάσουν» κάποια βλάβη ή έστω χειροτέρευση της θέσης τους στην σχετική αγορά, αφού επί της ουσίας δεν προέκυψε ο ενδεχόμενος αντίκτυπος της συνδρομητικής βάσης των καταγγελοουσών εταιρειών.

294) Ομοίως, η αξιολόγηση της ΕΕΤΤ, δεν μπορεί να μη λάβει υπόψη και τη «φύση και ταυτότητα» της εξεταζόμενης πρακτικής της-ων δεσπόζουσας-ων επιχείρησης-ων, ήτοι το γεγονός ότι πρόκειται για μια συμπεριφορά που δεν αφορά σε μια «πρακτική αποκλεισμού πρόσβασης» των ανταγωνιστών, με την έννοια της παροχής «χονδρικής υπηρεσίας», από την οποία οι τελευταίοι εξαρτώνται για να δραστηριοποιηθούν στη λιανική αγορά (ως συνηθίζεται με τις πρακτικές της εταιρείας ΟΤΕ), ούτε βέβαια σε κάποια «τιμολογιακή πρακτική», την οποία πρέπει κανείς να εξετάσει με οικονομικά κριτήρια για να δει αν μπορεί ν' «αναπαραχθεί» από τους ανταγωνιστές. Επίσης, δεν αφορά σε μια συνήθη περίπτωση πρακτικής «κλειδώματος προσωπικών δεδομένων» του συνόλου των συνδρομητών της αγοράς, με αποτέλεσμα την αδυναμία των ανταγωνιστών να έχουν πρόσβαση σε αυτά και να δραστηριοποιηθούν εμπορικά αντιστοίχως. Αντιθέτως, πρόκειται για μια πρακτική που αφορά στο πώς πρέπει να εφαρμόζεται το Άρθρο 11 του Ν. 3471/2006 από τους παρόχους της αγοράς των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, προσέγγιση η οποία για πρώτη φορά οριοθετήθηκε από την ΑΠΔΠΧ με την σχετική απόφασή της κατά το έτος 2016 (και ενώ δεν προϋπήρχαν συγκεκριμένες οδηγίες), την οποία πράγματι η εταιρεία ΟΤΕ, καθώς και η θυγατρική της εταιρεία COSMOTE, εφήρμοσαν σχεδόν αμέσως, μετά την κοινοποίησή της

¹⁸² C- 457/10 P, Astra Zanece AB kai Astra Zanece v. Commission.

¹⁸³ Βλ. υπόθεση C-95/04 British Airways, par.106/107.

απόφασης σε αυτές, με μια μικρή καθυστέρηση, διακόπτοντας την εξεταζόμενη συμπεριφορά.

295) Ως εξάλλου προαναφέρθηκε με την αναφορά στην νομολογία **Intel**¹⁸⁴, αλλά και στη νεότερη οικονομική ανάλυση και ενωσιακή νομολογία με την υπόθεση **Konkurrensverket**¹⁸⁵ *v. Telia Sonera Sverige AB*, αναγκαία προϋπόθεση είναι: «...η δυνητική ύπαρξη αντίθετης στον ανταγωνισμό επίπτωσης, ικανής ν' αποκλείσει ανταγωνιστές που να είναι όμως τουλάχιστον εξίσου αποτελεσματικοί με την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση..». Ως λοιπόν σαφώς αποτυπώνεται σε σωρεία αποφάσεων που αποτελούν την πρόσφατη νομολογία του Ευρωπαϊκού Δικαίου του ανταγωνισμού, μια πρακτική δεν αξιολογείται στο θεωρητικό/δυνητικό της αποτύπωμα, αλλά στο σύνολό της και φυσικά και **στ' αποτελέσματα που δύναται να προκαλέσει (effects based approach).**

296) Σημειώνεται επιπροσθέτως πως ενώ δεν υπάρχει προϋπόθεση ή κριτήριο ή εκ των προτέρων οριοθέτηση για την ανάλυση του «ποσοστού της αγοράς» που κρίνεται «δυνατό να δημιουργήσει αποκλεισμό ανταγωνιστών» της αγοράς», η Ανακοίνωση της Επιτροπής (παρ.20), προκειμένου να χαρακτηρίσει μια πρακτική ως έχουσα «δυνατότητα αποκλεισμού», κάνει και εκεί λόγο για πρακτική που αφορά σε «σημαντικό τμήμα της αγοράς», διευκρινίζοντας πως: «...όσο μεγαλύτερο είναι το ποσοστό των πωλήσεων στη σχετική αγορά, τόσο μεγαλύτερο είναι και το αποτέλεσμα αποκλεισμού...». Ενώ ομοίως, και στην υπόθεση **Tomra**¹⁸⁶, όπου μπορεί μεν να περιγράφεται ότι: «δεν είναι αναγκαίο να καθοριστεί/οριοθετηθεί ποιά ακριβώς είναι το ποσοστό αποκλεισμού στην αγορά που δύναται να θεωρηθεί «αντι-ανταγωνιστικό» ή όντως προκαλεί αποκλεισμό», το εκεί Δικαστήριο προχώρησε εντούτοις στην ανάλυση του ποσοστού της εκεί πρακτικής, τονίζοντας πως: «..το ποσοστό του 40% της εκεί αγοράς (δηλαδή σχεδόν το ήμισυ αυτής) και των εκεί περιστάσεων, ήταν όντως ικανό να δημιουργήσει το εκεί αποτέλεσμα αποκλεισμού...»¹⁸⁷.

297) Εν προκειμένω, η εξεταζόμενη πρακτική απεδείχθη ότι αφορούσε σε ένα μη σημαντικό ποσοστό, αφού ως αναλυτικά κατεγράφη, η επίδραση των πωλήσεων των εναλλακτικών σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ, αφορούσε μόλις στο ποσοστό του

¹⁸⁴ Βλέπε απόφαση **Intel**: “..... in case a dominant company produces, during the administrative procedure, evidence showing that its behaviour did not have the capacity to distort competition, the Commission is required to examine a number of elements in order to analyse the capacity of that behaviour to exclude from the market competitors that are at least as efficient [...] In that context, economic evidence proving, after the contested conduct has ceased, the absence of foreclosure effects must be allowed when the dominant undertaking seeks to demonstrate that the conduct was not capable of restricting competition. Moreover, the anti-competitive effect of a given practice is not sufficient to be purely hypothetical, and the evidence disproving the capacity to restrict competition may corroborate such a hypothetical nature. Therefore, from a procedural standpoint, to the extent that the competition authorities bear the burden of proving anti-competitive foreclosure effects, I consider that those authorities are required to take carefully into account the evidence adduced by the dominant undertaking, even ex post, in the context of their analysis on the existence of an abuse..”.

¹⁸⁵ Υπόθεση C- 52/09, Konkurrensverket v. TeliaSonera Sverige AB και υπόθεση Τα-398/07, Βασιλείο της Ισπανίας

¹⁸⁶ Βλ. υπόθεση Tomra T-155/06, Tomra Systems v. Commission, (2010), ECR II-4361.

¹⁸⁷ Περί του ποσοστού της αγοράς που δύναται να δημιουργήσει τέτοιο αποτέλεσμα, βλέπε επίσης OFT CE/9322/10 IDEXX (>15%), παράγρ. 6.35 & 6.36 και 6.66-6.71.

[..%]-[..%] της συνδρομητικής βάση της, κατά την περίοδο των ετών 2014-2017. Αντίστοιχα, οι επίμαχες εξεταζόμενες τηλεφωνικές πωλήσεις των εναλλακτικών σε συνδρομητές της εταιρείας ΟΤΕ, αποτυπώθηκαν στο ποσοστό του [..%]-[..%] της συνδρομητικής βάση της, κατά την περίοδο των ετών 2014-2017, με ακόμη χαμηλότερο ποσοστό για το έτος 2016, ήτοι σε ποσοστά που δύσκολα κατονομάζονται «δυσνητικά αποκλεισμού ανταγωνιστών» από την α ή β αγορά και τη στιγμή που οι ανταγωνιστές συνέχισαν να δραστηριοποιούνται εμπορικά και να διαφημίζουν τα προϊόντα τους σε αυτήν-ές. Κυρίως όμως, από τ' ανωτέρω στοιχεία, δεν διεπιστώθη ούτε η αιτιώδης συνάφειά της πρακτικής με αυτό το ενδεχόμενο αποτέλεσμα, για να χαρακτηριστεί εν προκειμένω ως «δυσνητική πρακτική αποκλεισμού» των ανταγωνιστών.

298) Ομοίως, ως αναφέρθηκε, η ανάλυση της πρακτικής ως προς την ενδεχόμενη βλάβη της προς τους καταναλωτές της σχετικής αγοράς, επίσης δεν στοιχειοθετήθηκε από κανένα σημείο του φακέλου μ' ενδεχόμενη πρόκληση «ζημίας» σε αυτούς, ενώ με την ίδια προσέγγιση, υπό το πρίσμα των καταναλωτών, μια συζήτηση για ενδεχόμενη χειροτέρευση (ή υποβάθμιση) των παρεχόμενων υπηρεσιών σε αυτούς ή ενδεχόμενη αύξηση των τιμών εις βάρος των καταναλωτών, συνεπεία της εν λόγω πρακτικής, αφενός δεν στοιχειοθετείται και αφετέρου αποδεικνύεται άτοπη.

299) Με βάση λοιπόν την ανωτέρω εικόνα, τα στοιχεία της έρευνας και την παρατεθείσα ανάλυση της ΕΕΤΤ, προκύπτει το συμπέρασμα ότι:

Κατά την εξεταζόμενη περίοδο μεταξύ των ετών 2014-2016, η καταγγελλόμενη πρακτική της «μη ορθής εφαρμογής του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006», αφορώσα αποκλειστικά στο κανάλι της τηλεφωνικής κλήσης των ανταγωνιστών των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, δεν απεδείχθη ότι πληροί τις προϋποθέσεις της κατάχρησης της δεσπόζουσας θέσης από τις 2 εταιρείες και συγκεκριμένα του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011, για τους λόγους που διεξοδικώς αναλύθηκαν ανωτέρω.

γ) Επί της αντικειμενικής αιτιολόγησης (efficiencies) από τις καταγγελλόμενες εταιρείες - Απουσία αντικειμενικής αιτιολόγησης και αποτελεσματικότητας υπό το πρίσμα της αντικειμενικής αναγκαιότητας ή/και τις ενδεχόμενες βελτιώσεις

300) Η ανάλυση της δυνατότητας μιας πρακτικής αποκλεισμού που θεωρητικά εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011 ή/και του άρθρου 102 ΣΛΕΕ ν' αποκλείσει, σχετίζεται και με την αξιολόγηση της εν λόγω πρακτικής ως προς το κατά πόσο μπορεί να αιτιολογηθεί και αντικειμενικά. Ομοίως, κρίσιμη πτυχή της αξιολόγησης είναι και η εξέταση του κατά πόσο η εκάστοτε εκ πρώτης αντι-αντι-ανταγωνιστική πρακτική να μπορεί να ισορροπηθεί από τις λεγόμενες βελτιώσεις

αποτελεσματικότητας, οι οποίες εμφανώς ευνοούν τους τελικούς καταναλωτές¹⁸⁸. Συνεπώς, γίνεται μια εξέταση εξισορρόπησης των θετικών απέναντι στις αρνητικές συνέπειες της α' ή β' πρακτικής, προκειμένου να τεκμηριωθεί ότι έχουν τη δυνατότητα να αποκλείσουν έναν ή περισσότερους εξίσου αποτελεσματικούς ανταγωνιστές¹⁸⁹.

301) Σε κάθε περίπτωση, και παρ' ότι εν προκειμένω η πρακτική δεν απεδείχθη καταχρηστική, με βάση τα όσα αναλύθηκαν ανωτέρω, **η δεσπόζουσα και καταγγελλόμενη επιχείρηση είναι αυτή που πρέπει να παρουσιάσει μια τέτοια αμυντική υπερασπιστική στάση επιχειρημάτων «βελτιώσεων αποτελεσματικότητας» της πρακτικής/συμπεριφοράς της, με συμπαγή στοιχεία και ανάλογη επιχειρηματολογία**¹⁹⁰, όταν και εφόσον εξετάζεται μια καταρχήν περιοριστική του ανταγωνισμού πρακτική. Με βάση τη μέχρι σήμερα νομολογιακή πρακτική, οι δεσπόζουσες επιχειρήσεις επικαλούνται γενικούς λόγους δημοσίου συμφέροντος ή ειδικούς λόγους οικονομικής αποτελεσματικότητας¹⁹¹, χωρίς βεβαίως αυτό να σημαίνει ότι θεσμικά εναπόκειται σε μια δεσπόζουσα επιχείρηση να θεσπίσει/ρυθμίσει το δημόσιο συμφέρον, ούτε ότι μια εμπορική επιχείρηση δεν δικαιούται να προστατεύσει τα θεμιτά εμπορικά της συμφέροντα¹⁹².

302) Στην παρούσα εξεταζόμενη υπόθεση, **είναι άξιο απορίας το γεγονός ότι καμία από τις καταγγελλόμενες 2 εταιρείες δεν επικαλέστηκαν κάποιον αντικειμενικό δικαιολογητικό λόγο για την εξεταζόμενη πρακτική του Άρθρου 11 στις σχετικές αγορές**, δεδομένου ότι οι ίδιες δεν θεώρησαν, κατά την κρίση τους (και τα επιχειρήματά τους), ότι πληρούνται οι προϋποθέσεις της στοιχειοθέτησης της κατάχρησης της δεσπόζουσας θέσης τους δια της εξεταζόμενης πρακτικής. Ομοίως, ανέφεραν ότι δεν «είδαν κανέναν ουσιώδη αντίκτυπο» ούτε στην αγορά της σταθερής, αλλά ούτε και στην αγορά της κινητής τηλεφωνίας. Σε κάθε περίπτωση, και ασχέτως του γεγονότος της ύπαρξης ή μη παράβασης, θα μπορούσαν, στο πλαίσιο της παρούσης καταγγελίας και της άμυνάς τους να είχαν παραθέσει τα επιχειρήματά τους και για το ζήτημα αυτό.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ:

303) Με βάση τ' ανωτέρω, κατά την εξεταζόμενη περίοδο μεταξύ των ετών 2014-2016, η καταγγελλθείσα πρακτική της «μη ορθής εφαρμογής του Άρθρου 11 του Ν. 3471/2006», ως προς την πρόσβαση επί της συνδρομητικής βάσης των εταιρειών ΟΤΕ και COSMOTE, μέσω του καναλιού της τηλεφωνικής προώθησης των ανταγωνιστών τους, δεν απεδείχθη ότι πληροί τις προϋποθέσεις της κατάχρησης της

¹⁸⁸ Case C-95/04 P British Airways, EU:C:2007:166, paragraphs 85 and 86; Case C-209/10 Post Danmark A/S v Konkurrencerådet, EU:C:2012:172, paragraphs 40 and 41; Case C-23/14 Post Danmark A/S v Konkurrencerådet, EU:C:2015:651, paragraphs 47 and 48; Case C-413/14 P Intel Corp. v Commission, EU:C:2017:632, paragraph 140.

¹⁸⁹ Case C-413/14 P Intel Corp. v Commission, EU:C:2017:632, paragraph 140.

¹⁹⁰ Case T-201/04 Microsoft Corporation v Commission, EU:T:2007:289, paragraph 688; Case C-209/10 Post Danmark A/S v Konkurrencerådet, EU:C:2012:172, paragraph 42; Case C-23/14 Post Danmark A/S v Konkurrencerådet, EU:C:2015:651, paragraph 49.

¹⁹¹ Βλ. Απόφαση ΕΑ 520/2011.

¹⁹² Υπόθεση C-27/76, United Brands Company and United Brands Continental BV v. Commission.

δεσπόζουσας θέσης των 2 εταιρειών και του άρθρου 2 του Ν. 3959/2011, για τους ανωτέρω παρατεθέντες λόγους.

304) Συνεπεία τούτου, η ΕΕΤΤ, λαμβάνοντας υπόψη την ανωτέρω ανάλυση, διαπιστώνει ότι δεν συντρέχει λόγος ανάληψης δράσης από μέρους της αναφορικά με το άρθρο 102 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης («ΣΛΕΕ»), διατηρώντας βεβαίως την επιφύλαξη να παρακολουθήσει στενά την/τις πρακτικές των 2 ανωτέρω εταιρειών στη σχετική αγορά, λόγω και εξαιτίας της δεσπόζουσας θέσης τους σε αυτήν/-ές.

δ) Επί των κυρώσεων για τις παραβάσεις των διατάξεων της νομοθεσίας περί Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών από τις εταιρείες ΟΤΕ/COSMOTE - Άρθρο 65 του Ν. 4070/2012 - Άρθρα 1.2.2 α), 2.1.2 α), 2.1.15 του Παραρτήματος Β' του Κανονισμού Γενικών Αδειών της ΕΕΤΤ (ΑΠ.ΕΕΤΤ 676/41/2013)

305) Ως προαναφέρθηκε ανωτέρω, στο πρώτο τμήμα της αξιολόγησης για την τήρηση της περί Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών νομοθεσίας, οι 2 εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE φαίνεται να παραβίασαν τις διατάξεις του τότε ισχύοντος Νόμου Ν. 4070/2012 και του Κανονισμού Γενικών Αδειών της ΕΕΤΤ, οι οποίοι προέβλεπαν, μεταξύ άλλων, και την υποχρέωση των αδειοδοτημένων παρόχων στην τήρηση της νομοθεσίας περί προσωπικών δεδομένων, καθώς και των αποφάσεων των άλλων αρχών, μεταξύ των οποίων και της ΑΔΠΔΠΧ.

306) Σύμφωνα με το άρθρο 77 του τότε ισχύοντος Ν. 4070/2012, εφόσον η ΕΕΤΤ διαπιστώσει παράβαση των διατάξεων του Ν. 4070/2012, αλλά και των υπόλοιπων κανονιστικών αποφάσεών της, κατ' εφαρμογή του εν λόγω νόμου, δύναται: «...με ειδικά αιτιολογημένη απόφασή της και ύστερα από προηγούμενη ακρόαση των ενδιαφερομένων, να απαιτήσει την παύση της παράβασης στην οποία αναφέρεται η παράγραφος 1, είτε αμέσως είτε εντός ευλόγου χρονικού διαστήματος, και να λαμβάνει κατάλληλα και αναλογικά μέτρα που αποβλέπουν στην εξασφάλιση της συμμόρφωσης και να επιβάλλει μία ή περισσότερες από τις παρακάτω κυρώσεις: α) Σύσταση. β) Πρόστιμο έως 3.000.000 ευρώ το οποίο εισπράττεται σύμφωνα με τον Κώδικα Εισπράξεων Δημοσίων Εσόδων (Κ.Ε.Δ.Ε.)...».

307) Είναι σαφές ότι η επιβολή της όποιας κύρωσης από την ΕΕΤΤ, πρέπει να έχει **διττό χαρακτήρα: ήτοι αφενός κυρωτικό- κατασταλτικό** για τις επιχειρήσεις εκείνες (ή την επιχείρηση εκείνη) ή την ένωση επιχειρήσεων που παραβιάζουν τις σχετικές διατάξεις και **αφετέρου αποτρεπτικό** για τις υπόλοιπες επιχειρήσεις που δεν εμπλέκονται στην παράβαση, ή άλλως ειδικό αποτρεπτικό αποτέλεσμα για τις εμπλεκόμενες επιχειρήσεις και αφετέρου γενικό αποτρεπτικό αποτέλεσμα για τις υπόλοιπες.

308) Ως ανωτέρω εξηγήθηκε, οι 2 εταιρείες ΟΤΕ και COSMOTE δεν τήρησαν προσηκόντως τη διάταξη του Ν. 3471/2006, ως εξάλλου απεφάνθη αρμοδίως η αρμόδια αρχή ΑΔΠΔΠΧ και συνεπώς δεν τήρησαν και ως προς το σημείο αυτό τις αδειοδοτικές τους υποχρεώσεις, ως πάροχοι Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, σύμφωνα

με το άρθρο 65 του Ν. 4070/2012 και τ' άρθρα 1.2.2 α), 2.1.2 και α, 2.1.15 του Παραρτήματος Β' του Κανονισμού Γενικών Αδειών της ΕΕΤΤ, βάσει του ισχύοντος αναφερόμενου πλαισίου. Εντούτοις, και με δεδομένο ότι είναι η πρώτη φορά που οι 2 εταιρείες εξετάζονται για την τήρηση των εν λόγω διατάξεων προσωπικών δεδομένων από παρόχους Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών και προς το σκοπό της περαιτέρω συμμόρφωσής τους, η ΕΕΤΤ δύναται να προβεί στην ελαφρύτερη των κυρώσεων προς το σκοπό της αποτροπής όμοιων πρακτικών στο μέλλον από τις 2 εταιρείες, ήτοι σε αυτή της Σύστασης προς αυτές, για τους ανωτέρω αναλυτικά αναφερόμενους λόγους.

Με βάση όλα τ' ανωτέρω:

Αποφασίζει:

- 1) Διαπιστώνει την, επί τη βάσει των ανωτέρω στοιχείων, ολοκλήρωση της διερεύνησης της ΕΕΤΤ επί των με ΑΡ.ΠΡ. 5251/Φ.960/16-04-2014, ΑΡ.ΠΡ.6003/14-10-2015, ΑΡ.ΠΡ. 6261/Φ.960/22-07-2016, ΑΡ. ΠΡ. 13551/23-04-2015, ΑΡ. ΠΡ. 18209/05-08-2016, ΑΡ. ΠΡ 27695/01-12-2016, και ΑΡ. ΠΡ. 27705/01-12-2016 καταγγελιών των εταιρειών «WIND HELLAS Α.Ε.Β.Ε.», «FORTHNET Α.Ε.», «MEDIATEL Α.Ε.», «CYTA Α.Ε.», και «VODAFONE-PANAFON ΑΕ.Ε.Τ.», δεδομένου ότι δεν αποδείχθηκε, ότι οι 2 καταγγελλόμενες εταιρείες «ΟΤΕ Α.Ε και «COSMOTE Α.Ε» καταχράστηκαν τη δεσπόζουσα θέση τους, κατ' άρθρο 2 του Ν. 3959/2011 (ΦΕΚ 93 Α') στην Ελληνική αγορά των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, σύμφωνα με τ' αναλυτικώς αναφερόμενα ανωτέρω.
- 2) Διαπιστώνει ότι δεν συντρέχει, επί του παρόντος λόγος ανάληψης δράσης από μέρους της αναφορικά με το άρθρο 102 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης («ΣΛΕΕ»), ως ορίζουν οι διατάξεις και η διαδικασία του Κανονισμού 1/2003, σύμφωνα με τα επίσης αναλυτικά αναφερόμενα ανωτέρω.
- 3) Διαπιστώνει ότι οι εταιρείες «ΟΤΕ Α.Ε» και «COSMOTE Α.Ε» παραβίασαν το άρθρο 65 του Ν. 4070/2012 (ΦΕΚ 82/Α/10.04.20120), καθώς και τ' άρθρα 1.2.2 α), 2.1.2 α), 2.1.15 του Παραρτήματος Β' του Κανονισμού Γενικών Αδειών της ΕΕΤΤ (ΑΠ.ΕΕΤΤ 676/41/2013).
- 4) Επιβάλλει στις εταιρείες «ΟΤΕ Α.Ε» και «COSMOTE Α.Ε» την κύρωση της Σύστασης, για την παράβαση των ανωτέρω διατάξεων, ήτοι του άρθρου 65 του Ν. 4070/2012 (ΦΕΚ 82/Α/10.04.20120), καθώς και των άρθρων 1.2.2 α), 2.1.2 α), 2.1.15 του Παραρτήματος Β' του Κανονισμού Γενικών Αδειών της ΕΕΤΤ (ΑΠ.ΕΕΤΤ 676/41/2013).
- 5) Εξουσιοδοτεί τον Πρόεδρο της ΕΕΤΤ να κοινοποιήσει την υπό έκδοση απόφαση στις εταιρείες με την επωνυμία «ΟΤΕ Α.Ε.», «COSMOTE Α.Ε.», «WIND HELLAS Α.Ε.Β.Ε.», «VODAFONE-PANAFON Α.Ε.», «CYTA HELLAS Α.Ε.», «FORTHNET Α.Ε.» και «MEDIATEL Α.Ε.», προς γνώση τους και για τις νόμιμες συνέπειες.
- 6) Να δημοσιευτεί η μη εμπιστευτική έκδοση της παρούσης απόφασης στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως (ΦΕΚ), σύμφωνα με τα οριζόμενα στα άρθρα του 27 και 47 του Ν. 3959/2011.

Μαρούσι, 1 Νοεμβρίου 2021

Ο Πρόεδρος

ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΜΑΣΣΕΛΟΣ