

Ο «πόλεμος» της μπίρας, η ιστορική απόφαση και τα νέα δεδομένα στον κλάδο

Δευτέρα 10 Ιουλίου 2017, 00:03



Του Απόστολου Σκουμπούρη

Ιστορική αποδεικνύεται η απόφαση της **Επιτροπής Ανταγωνισμού** που προ

τριετίας είχε επιβάλλει πρόστιμο – μαμούθ στην εταιρεία Αθηναϊκή Ζυθοποιία του ομίλου Heineken, για κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, αθέμιτες πρακτικές και σοβαρές παραβάσεις του δικαίου για τον ανταγωνισμό.

Και τούτο διότι «σφραγίστηκε» και από το Διοικητικό Εφετείο της περασμένης Δευτέρας - έστω και αν μειώθηκε κατά 15% το πρόστιμο - ενώ τελευταίος δικαστικός σταθμός θα είναι το Συμβούλιο της Επικρατείας, που όμως, ιστορικά, δεν έχει απορρίψει απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού, όταν αυτή έχει επικυρωθεί από το Διοικητικό Εφετείο.

Θυμίζουμε ότι πρόκειται για το υψηλότερο πρόστιμο που έχει επιβληθεί ποτέ στην Ελλάδα σε μια εταιρεία από την Επιτροπή Ανταγωνισμού και το τέταρτο υψηλότερο που έχει επιβληθεί συνολικά, σε κλάδους ή... καρτέλ εταιρειών.

Η ιστορία ανάγεται από το 2003, όταν μετά από καταγγελίες της εταιρείας Ζυθοποιία Μακεδονία Θράκης, η Επιτροπή Ανταγωνισμού ξεκίνησε έρευνα που διήρκησε 12 χρόνια (η μεγαλύτερη σε διάρκεια που έχει πραγματοποιηθεί) και το 2014 εξέδωσε απόφαση για το μεγάλο πρόστιμο με το αιτιολογικό της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης.

Το πρόστιμο λοιπόν μπορεί να μειώθηκε από 31,45 εκατ. σε 26,73 εκατ. ευρώ, καθώς το δικαστήριο προχώρησε σε νέο υπολογισμό με συντελεστή 8,5% επί του τζίρου, αντί του 10% που είχε χρησιμοποιήσει η Επιτροπή Ανταγωνισμού, όμως η ουσία είναι ότι το δικαστήριο δέχτηκε ότι υπήρξαν αθέμιτες πρακτικές κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης. Στην ουσία, το Εφετείο έκανε δεκτά λίγα μόνο από τα επιχειρήματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

Το Εφετείο απέρριψε το αίτημα της εταιρείας για παραγραφή των αδικημάτων, ενώ δεν δέχθηκε ότι ήταν υπαίτια η Επιτροπή Ανταγωνισμού για την καθυστέρηση στην έκδοση απόφασης. Αντιθέτως, μάλιστα, το δικαστήριο φέρεται να έκρινε ως λογική τη μεγάλη χρονική διάρκεια μέχρι την έκδοση της απόφασης, θεωρώντας ότι η ίδια η Αθηναϊκή Ζυθοποιία με συγκεκριμένες ενέρονειές της καθυστέρησε τη διαδικασία.

Η απόφαση (και) του Εφετείου επιβεβαιώνει ότι με αθέμιτες πρακτικές αναχαίτισης του ανταγωνισμού από μικρότερες εταιρείες, η Αθηναϊκή προσπάθησε επί σειρά ετών να «θωρακίσει» την επικυριαρχία της στην αγορά μύρας, στην οποία κάποτε έλεγχε άνω του 90% με τα σήματα Amstel και Heineken (το δεύτερο υψηλότερο τότε παγκοσμίως μετά το 99% στην αγορά της Αιγύπτου!).

Η απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού εκδόθηκε προ τριών ετών, στις 19 Σεπτεμβρίου του 2014 και δημοσιεύθηκε στο ΦΕΚ στις 15 Δεκεμβρίου του 2015.

Θυμίζουμε ότι όταν ξεκίνησε η διαδικασία η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έλεγχε άνω του 90% της ελληνικής αγοράς μύρας, όμως μετά την έναρξη της έρευνας, άρχισε να περιορίζει τη δεσπόζουσα θέση της...

Η ανακοίνωση της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης

Μετά την απόφαση του Εφετείου, ο ιδρυτής της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκη, **Δημήτρης Πολιτόπουλος** δηλώνει ότι πρόκειται για μεγάλη δικαίωση του πολυετούς αγώνα του.

Όπως αναφέρει σε ανακοίνωση της η ΖΜΘ, πρόκειται για μια απόφαση που στηρίζει τις απαιτήσεις της εταιρείας για αποζημίωση ύψους 100 εκατ. ευρώ κατά της μεγαλύτερης ζυθοποιίας στην Ευρώπη, για ζημία που υπέστη από την καταχρηστική συμπεριφορά της **Αθηναϊκής Ζυθοποιίας**.

Μεταξύ άλλων στην ανακοίνωσή της η ΖΜΘ αναφέρει η ΕΠΑΝΤ βρήκε αδιάσειστα στοιχεία ότι η ΑΖ εφάρμοζε μια ενιαία και στοχευμένη πολιτική για τον αποκλεισμό και τον περιορισμό των **δυνατοτήτων** ανάπτυξης των ανταγωνιστών της από όλα τα κανάλια διανομής, είτε αφορούσαν διανομή σε χονδρική, σε ξενοδοχεία, μπαρ και καταστήματα εστίασης και σε άλλα σημεία

λιανικής πωλητοίης.

Δημήτρης Πολιτόπουλος: «Απόλυτη δικαίωση»

Ο κ. Δημήτρης Πολιτόπουλος, ιδρυτής ΖΜΘ, μετά την απόφαση, δήλωσε: «Η Επιτροπή Ανταγωνισμού και τώρα και το Διοικητικό Εφετείο επικύρωσαν την παραβατική συμπεριφορά της Heineken στην Ελλάδα, μέσω της θυγατρικής της Αθηναϊκής **Ζυθοποιίας**. Η δέουσα νομική διαδικασία **θριάμβευσε** παρά τις όποιες απόπειρες της Heineken να αποποιηθεί των ευθυνών της και τις αδιάκοπες προσπάθειές της να αναιρέσει την απόφαση των ελληνικών αρχών».

Και πρόσθεσε ο ίδιος: «Η μακρόχρονη **κατάχρηση** δεσπόζουσας θέσης της Heineken στην ελληνική αγορά πρέπει να αντικατασταθεί από τον υγιή ανταγωνισμό και η ολλανδική πολυεθνική οφείλει να αποζημιώσει τη ΖΜΘ και όποιες άλλες ζυθοποιίες έχουν υποστεί ζημίες από τις πρακτικές της. Η **Ελλάδα** μπορεί να επιτύχει **οικονομικά** μόνο αν επικρατούν συνθήκες ελεύθερης και δίκαιης αγοράς, ενθαρρύνοντας τις επενδύσεις και τον υγιή ανταγωνισμό».

Και κατέληξε ο κ. Πολιτόπουλος: «Πιστεύουμε ότι η απόλυτη ευθύνη για σχεδόν δύο δεκαετίες καταχρηστικών πρακτικών στην ελληνική αγορά **ζύθου** βαρύνει τα **κεντρικά γραφεία** της Heineken στο Άμστερνταμ και για αυτό τον λόγο έχουμε καταθέσει αγωγή τόσο κατά της Heineken, όσο και κατά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στην έδρα της πολυεθνικής στην **Ολλανδία**».

Η αντίδραση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία από την πρώτη στιγμή είχε αντιδράσει χαρακτηρίζοντας αβάσιμη και άδικη την απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού και γι' αυτό το λόγο είχε προσφύγει στο Διοικητικό Εφετείο.

Εξ αρχής η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είχε υποστηρίξει ότι η απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού ήταν άδικη, ότι η Ανεξάρτητη Αρχή εξήντλησε όλη

της την αυστηρότητα και ότι η λειτουργία της αγοράς μπίρας είναι πλέον «απόλυτα ανταγωνιστική».

Τούτο, σύμφωνα με την εταιρεία αποδεικνύεται από το γεγονός ότι υπάρχουν πλέον 25 εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο έναντι μόλις πέντε το 2000, και από το γεγονός ότι το μερίδιο αγοράς της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας περιορίστηκε από 73% το 2000 σε κάτω από 50%.



Μετά την απόφαση του Διοικητικού Εφετείου, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία μεταξύ άλλων σε ανακοίνωσή της επισήμανε ότι «η εταιρεία εμπιστεύεται ότι η Ελληνική Δικαιοσύνη θα την δικαιώσει στον επόμενο βαθμό, για αυτό και θα συνεχίσει να μάχεται προς υποστήριξη των θέσεών της, στο μέτρο που θεωρεί ότι η Απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού δεν ήταν δίκαιη».

...η επιτυχία της Επιτροπής Ανταγωνισμού δεν ήταν σίκαη.

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία σεβόμενη την εθνική και ευρωπαϊκή νομοθεσία λειτουργεί πάντα με γνώμονα το όφελος των καταναλωτών, που ελεύθερα επιλέγουν τα προϊόντα που προτιμούν και εμπιστεύονται και αποτελεί πάγια πρόθεσή της η απόλυτη συμμόρφωσή της με τις γενικές αρχές και τους κανόνες του ελεύθερου ανταγωνισμού».

Ιστορικό της υπόθεσης

Η Βεργίνα από τα πρώτα χρόνια της παρουσίας της στη χώρα μας, διαπίστωσε... πόλεμο και αθέμιτο ανταγωνισμό. Λίγα χρόνια μετά, το 2003, ενημερώνει με επιστολή της την Ευρωπαϊκή Επιτροπή Ανταγωνισμού για τις αθέμιτες πρακτικές που δεν άφηναν να ανθίσει ο υγιής ανταγωνισμός. Κατόπιν, το 2005 ενημερώνει την αντίστοιχη Ελληνική Επιτροπή στην οποία παραδίδει έναν «πλούσιο» φάκελο με όλα τα στοιχεία για τις καταχρηστικές πρακτικές του ηγέτη της αγοράς. Το 2007 ήρθε μια πρώτη δικαίωση, όταν η Ευρωπαϊκή Επιτροπή επέβαλε πρόστιμο 219 εκατ. ευρώ για παράνομες εμπορικές πρακτικές της εταιρείας Heineken στην έδρα της στην Ολλανδία.

Νέες μικροζυθοποιίες - Πολλές φιλόδοξες προσπάθειες τα τελευταία χρόνια

Η ουσία είναι ότι με τις ανωτέρω εξελίξεις, άλλαξαν οι όροι στο χώρο της μύρας, αφέθηκε η αγορά να αναπνεύσει και να αναγεννηθεί. Συνδυαστικά με αυτό, ισχυρό ρόλο έπαιξε και η αλλαγή κουλτούρας που η κρίση έφερε στις καταναλωτικές συνήθειες των Ελλήνων σε ό,τι αφορά, τρόφιμα, ποτά και αναψυκτικά.

Πριν την κρίση τα ελληνικά προϊόντα υποτιμούνταν σε βαθμό πλήρους στρέβλωσης, με ότι συνεπάγεται αυτό για τις ελληνικές εταιρείες που προσπαθούσαν να μπουν σε αγορές που ελέγχονταν από ισχυρά ξένα brands. Πλέον, μετά το «χτύπημα» της κρίσης, σε όλους τους τομείς υπάρχει άνοιγμα των καταναλωτών στα ελληνικά προϊόντα. Αυτό, δίνει την ευκαιρία να

ξεπηδούν νέες επιχειρηματικές προσπάθειες στο χώρο της μύρας, όπου πολλές καινούριες μικροζυθοποιίες, διεκδικούν μερίδιο, παίζοντας πλέον σχεδόν επί ίσοις όροις.

Μάλιστα, από τις μόλις 13 εταιρείες το 2009, πλέον ο κλάδος απαρτίζεται από 35 εταιρείες, μικρές, μεγάλες και μεγαλύτερες, επιβεβαιώνοντας την κινητικότητα στο χώρο.

Περιοχές όπως Σαντορίνη, Κρήτη, Σέρρες, Άργος, Κέρκυρα, Τήνος, Εύβοια, Χαλκίδα, Χίος, Μεσσηνία κ.α. έχουν ήδη τα δικά τους, μικρά ή μεγαλύτερα ζυθοποιία, τα οποία δημιουργήθηκαν κυρίως τα τελευταία 6-10 χρόνια.

Προσπάθειες ανθρώπων με μόρφωση, εξειδίκευση και μεράκι στο αντικείμενο, με τεχνογνωσία μικρή ή μεγαλύτερη, ενώ πέρα από τα βασικά υλικά (βύνη, λυκίσκος, μαγιά), γίνονται αξιόλογες προσπάθειες για ξεχωριστό... φινίρισμα και προσωπικότητα, μέσα από συμπληρώματα από τοπικές πρώτες ύλες, τουλάχιστον όσον... επιτρέπεται.

Οι πιο γνωστές εξ αυτών είναι οι:

«Νήσος» Μικροζυθοποιία Τήνου,

Μικροζυθοποιία «Septem» Δήμος Κύμης – Αλιβερίου,

Μικροζυθοποιία Θεσσαλίας με έδρα το Βόλο,

Siris MicroBrewery Μικροζυθοποιία Σερρών & Βορείου Ελλάδος παράγει τη Voreia

Μικροζυθοποιία Θεσσαλονίκης παράγει την Αλη

Santorini Brewing Company που παράγει τις μπίρες Volkan και Crazy Donkey

Κερκυραϊκή μικροζυθοποιία Cortu beer,

Μικροζυθοποιία Έλιξη στη Χαλκίδα,

Ζέος ζυθοποιία από το Άργος,

Κερκυραϊκή Μικροζυθοποιία παράγει τη Royal Ionian,

Ζυθοποιία Ρόδου που παράγει τις Magnus beer και Knights beer of Rhodes,

ΝΕΔΑ στη Μεσσηνία,

Ρεθυμνιακή Ζυθοποιία παράγει βιολογικές μπίρες.

Ποια είναι η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης

Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης ιδρύθηκε το 1996 από τα αδέλφια Μιχάλη και Δημήτρη Πολιτόπουλο στην Κομοτηνή. Ο τελευταίος, εξ Αμερικής ορμώμενος, αποφάσισε να δημιουργήσει μια ελληνική «φίρμα» στο χώρο της μπίρας.

Εκείνη την εποχή η χώρα δε διέθετε ούτε μία 100% γνήσια ελληνική μπίρα αλλά περιοριζόταν στην παραγωγή ξενόγλωσσων σημάτων από τους πολυεθνικούς-κολοσσούς του κλάδου.

Την ίδια στιγμή, στη χώρα υπήρχαν 3.500 διαφορετικά κρασιά και 500 επωνυμίες ούζου! Και όλα αυτά, όταν χώρες όπως η Βουλγαρία διέθετε 18 δικές της μπίρες, η Αλβανία τέσσερις, οι ΗΠΑ 3.000 και το Μεξικό 500!

Το 1998 λανσαρίστηκε η premium μπίρα «Βεργίνα», έχοντας σήμερα μερίδιο περίπου 6% στην εγχώρια αγορά. Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης απασχολεί περισσότερους από 100 ανθρώπους στις εγκαταστάσεις της που βρίσκονται στην Κομοτηνή, τη Θεσσαλονίκη και την Αθήνα.

Έχουν γίνει σημαντικές επενδύσεις αρκετών εκατ. ευρώ, για τη δημιουργία μιας υπερσύγχρονης μονάδας παραγωγής και εμφιάλωσης διαφόρων τύπων μύρας, σύμφωνα με όλες τις διεθνείς προδιαγραφές και πιστοποιήσεις (ISO 22000 από την TUV Hellas, Agro 2.1 & 2.2 από την QMS cert.).

Πλην της «Βεργίνας», υπάρχει μια εκτενή γκάμα εταιρικών σημάτων και specialty beers, όπως η «Βεργίνα Κόκκινη», η «Βεργίνα Πορφύρα» και η «Βεργίνα Weiss», ενώ μια νέα γενιά από εποχικές και specialty μύρες αναμένεται να κυκλοφορήσει στην ελληνική και ξένη αγορά.
