



ΚΥΠΡΙΑΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



Απόφαση ΕΠΑ 45/2017

Αρ. Φακέλου 11.17.014.04

ΟΙ ΠΕΡΙ ΤΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΝΟΜΟΙ 2008 ΕΩΣ 2014

(Νόμος Αρ. 13(Ι)/2008)

Καταγγελία της εταιρείας Πληροφοριακή και Πολιτιστική Εταιρεία «Ο Λόγος» Ε.Ε. εναντίον της εταιρείας Nielsen Measurement (Cyprus) Ltd

Επιτροπή Προστασίας του Ανταγωνισμού:
κα. Λουκία Χριστοδούλου, Πρόεδρος
κα. Ελένη Καραολή, Μέλος
κ. Ανδρέας Καρύδης, Μέλος
κ. Χάρης Παστελλής, Μέλος
κ. Παναγιώτης Ουστάς, Μέλος

Ημερομηνία απόφασης: 18/9/2017

ΑΠΟΦΑΣΗ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στις 2/4/2014, η εταιρεία Πληροφοριακή και Πολιτιστική Εταιρεία «Ο ΛΟΓΟΣ» Ε.Ε. (εφεξής ο «Λόγος/MEGA/καταγγέλλουσα εταιρεία») υπέβαλε στην Επιτροπή καταγγελία εναντίον της εταιρείας Nielsen Audience Measurement (Cyprus) Ltd (εφεξής η «Nielsen/καταγγελλόμενη εταιρεία») για παράβαση του περί της Προστασίας του Ανταγωνισμού Νόμου αρ. 13(Ι)/2008, ως έχει τροποποιηθεί με τον περί της Προστασίας του Ανταγωνισμού (Τροποποιητικό) Νόμο αρ. 41(Ι)/2014 (εφεξής ο «Νόμος»).

2. ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ

Η Επιτροπή, υπό προηγούμενη σύνθεσή της, στη συνεδρία που πραγματοποιήθηκε στις 14/5/2014, έδωσε οδηγίες προς την Υπηρεσία να διεξάγει προκαταρκτική έρευνα αναφορικά με την πιθανολογούμενη παράβαση που περιέχεται στην καταγγελία και να υποβάλει σχετικό σημείωμα.

Η Επιτροπή, σε συνεδρία της που πραγματοποιήθηκε στις 31/3/2016, εξέτασε την υπό το ως άνω αριθμό και τίτλο καταγγελία υπό νέα σύνθεση, σύμφωνα με το διορισμό της από το Υπουργικό Συμβούλιο. Η Επιτροπή εξέτασε την υπόθεση υπό το φως της απόφασης του Διοικητικού Δικαστηρίου, ημερομηνίας 29 Ιανουαρίου 2016, στην Προσφυγή με αρ. 5651/2013 (Αρχή Τηλεπικοινωνιών Κύπρου και 1. Επιτροπής Προστασίας Ανταγωνισμού και 2. Κυπριακής Δημοκρατίας μέσω Επιτροπής Προστασίας του Ανταγωνισμού) με την οποία κρίθηκε ότι η συγκρότηση της Επιτροπής ήταν κακή λόγω της συμμετοχής σε αυτήν του κ. Χρίστου Τσίγκη, ο οποίος ήταν ταυτόχρονα και μέλος της Κεντρικής Επιτροπής του ΔΗΚΟ, καθιστώντας τις ληφθείσες αποφάσεις παράνομες.

Η Επιτροπή, στην υπό αναφορά συνεδρία της, αποφάσισε να ανακαλέσει όλες τις αποφάσεις που έλαβε, έχοντας στη σύνθεσή της τον κ. Χρίστο Τσίγκη και να εξετάσει την πιο πάνω υπόθεση εξ' υπαρχής, δεδομένου ότι η ανάκληση παράνομης διοικητικής πράξης εξαφανίζει εξ' υπαρχής την πράξη, δίδοντας ταυτόχρονα σχετικές οδηγίες για διεξαγωγή προκαταρκτικής έρευνας στην Υπηρεσία.

Η Επιτροπή, υπό τη νέα σύνθεσή της, σε συνεδρία που πραγματοποιήθηκε στις 26/5/2017 εξέτασε την υπόθεση υπό το φως της απόφασης της Ολομέλειας του Ανωτάτου Δικαστηρίου στην Αναθεωρητική Έφεση με αρ. 2/2016, με την οποία ανατράπηκε η απόφαση του Διοικητικού Δικαστηρίου ημερομηνίας 29/1/2016 στην Προσφυγή με αρ.5651/2013 (Αρχή Τηλεπικοινωνιών Κύπρου κ.α. και 1. Επιτροπής Προστασίας Ανταγωνισμού και 2. Κυπριακής Δημοκρατίας μέσω Επιτροπής Προστασίας του Ανταγωνισμού), με την οποία κρίθηκε ότι η συγκρότηση της Επιτροπής ήταν κακή λόγω της συμμετοχής σε αυτήν του κ. Χρίστου Τσίγκη, ο οποίος ήταν ταυτόχρονα και μέλος της Κεντρικής Επιτροπής του ΔΗΚΟ, καθότι τούτο παραβίαζε την αρχή της διάκρισης των εξουσιών. Η Επιτροπή, στην υπό αναφορά συνεδρία της, αποφάσισε την ανάκληση της ανακλητικής απόφασης της ημερομηνίας 31/3/2016, καθώς και όλων των μετέπειτα ληφθεισών αποφάσεων, προς ενεργό συμμόρφωση με την απόφαση του Ανωτάτου Δικαστηρίου στην Αναθεωρητική Έφεση με αρ. 2/2016. Ως εκ τούτου, σύμφωνα και με τη σχετική νομολογία, με την απόφαση της Επιτροπής αναβιώνουν

όλες οι ληφθείσες αποφάσεις που προηγούνται της ανακληθείσας, ήτοι οι αποφάσεις της Επιτροπής που είχαν ληφθεί με τη συμμετοχή του κ. Τσίγκη.

Το Μέλος της Επιτροπής κ. Παναγιώτης Ουστάς, ως ο διορισμός του από το Υπουργικό Συμβούλιο στις 5/9/2016, αφού ενημερώθηκε πλήρως σχετικά με όλες τις αποφάσεις που λήφθηκαν στο πλαίσιο εξέτασης της παρούσας υπόθεσης και οι οποίες προηγήθηκαν της εν λόγω ανακληθείσας απόφασης και έλαβε γνώση όλων των σχετικών με αυτές στοιχείων τα οποία είναι αναγκαία για το χειρισμό της υπόθεσης, τη διαμόρφωση γνώμης και άποψης επί αυτής και τη λήψη αποφάσεων, συμφώνησε με τις αποφάσεις της Επιτροπής που λήφθηκαν έχοντας στη σύνθεσή της τον κ. Τσίγκη και υιοθέτησε αυτές, συμπεριλαμβανομένης της απόφασης της Επιτροπής ημερομηνίας 14/5/2014 με την οποία αποφασίστηκε η διεξαγωγή προκαταρκτικής έρευνας αναφορικά με τις πιθανολογούμενες παραβάσεις που περιέχονται στην καταγγελία.

Η Επιτροπή, κατά την εν λόγω συνεδρία, έδωσε οδηγίες στην Υπηρεσία να κάνει χρήση του εντός του διοικητικού φακέλου της καταγγελίας υλικού που συλλέχθηκε μετά από την ανακληθείσα ανακλητική απόφαση και αποτελεί αντικειμενικό στοιχείο, το οποίο και δύναται να χρησιμοποιηθεί και αξιολογηθεί.

Στις 2/6/2017, η Υπηρεσία ενημέρωσε τα εμπλεκόμενα μέρη αναφορικά με την πιο πάνω απόφαση της Επιτροπής, ως οι οδηγίες της.

Η Υπηρεσία, στη βάση των οδηγιών της Επιτροπής, προέβη στη δέουσα προκαταρκτική έρευνα της καταγγελίας και κατέθεσε στην Επιτροπή σημείωμα ημερομηνίας 19/6/2017.

Η Επιτροπή, κατά συνεδρία της Επιτροπής ημερομηνίας 25/7/2017, αφού μελέτησε το περιεχόμενο του διοικητικού φακέλου της υπόθεσης και ενημερώθηκε πλήρως από τα στοιχεία και δεδομένα, τα οποία υπήρχαν σε αυτόν κατά τον ουσιαστικό χρόνο και υπό το φως του σημειώματος της Υπηρεσίας με ημερομηνία 19/6/2017, ομόφωνα κατέληξε σε προκαταρκτική θέση αναφορικά με τις κατ' ισχυρισμό παραβάσεις της καταγγέλλουσας εταιρείας.

Συνακόλουθα, η Επιτροπή, στις 31/8/2017 γνωστοποίησε στην καταγγέλλουσα εταιρεία την προκαταρκτική αυτή θέση της, δίδοντάς της τη δυνατότητα, εάν το επιθυμεί, να θέσει εγγράφως τις τυχόν απόψεις και θέσεις της επ' αυτής εντός είκοσι (21) ημερών από την ημερομηνία κοινοποίησης της.

Η Λόγος, μέσω του δικηγόρου της, απέστειλε σχετική επιστολή ημερομηνίας 6/9/2017 στην οποία αναφέρει ότι: «[...] *κατόπιν της αποστολής των προκαταρκτικών συμπερασμάτων της Επιτροπής σας, οι εν λόγω πελάτες μας δεν επιθυμούν οποιαδήποτε συνέχεια στο θέμα ούτε και επιθυμούν να υποβάλλουν οποιεσδήποτε άλλες θέσεις ή απόψεις. Ως εκ των ανωτέρω, παρακαλούμε όπως η εν λόγω καταγγελία θεωρηθεί ως αποσυρθείσα.*»

Η Επιτροπή επισημαίνει ότι η καταγγέλλουσα εταιρεία δεν προσκόμισε οποιαδήποτε γραπτή θέση όσον αφορά τα προκαταρκτικά της συμπεράσματα εντός της ταχθείσας προθεσμίας.

Η Επιτροπή, κατά τη συνεδρία της που πραγματοποιήθηκε στις 18/9/2017, λαμβάνοντας υπόψη τα πιο πάνω και υπό το φως της μη υποβολής οποιωνδήποτε θέσεων και παρατηρήσεων από την καταγγέλλουσα εταιρεία, σε σχέση με τις προκαταρκτικές θέσεις της ημερομηνίας 25/7/2017, ομόφωνα καταλήγει στην ακόλουθη απόφασή της.

3. ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΑ ΜΕΡΗ

3.1 Καταγγέλλουσα εταιρεία

Η Πληροφοριακή και Πολιτιστική Εταιρεία «Ο ΛΟΓΟΣ» Ε.Ε. είναι εταιρεία, δεόντως εγγεγραμμένη στην Κύπρο και με έδρα στη Λευκωσία και δραστηριοποιείται στο πεδίο των τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών καναλιών και της τηλεοπτικής και ραδιοφωνικής προβολής διαφημίσεων.

Η καταγγέλλουσα εταιρεία είναι ιδιοκτήτης και διαχειρίζεται το τηλεοπτικό κανάλι «Mega Κύπρου» και το ραδιοφωνικό σταθμό «Λόγος». Το τηλεοπτικό κανάλι Mega Κύπρου έχει άδεια λειτουργίας από την Κυπριακή Δημοκρατία για Παγκύπρια εμβέλεια και ελέγχεται από την Αρχή Ραδιοτηλεόρασης.

3.2 Καταγγελλόμενη εταιρεία

Η Nielsen Audience Measurement (Cyprus) Ltd είναι κυπριακή εγγεγραμμένη εταιρεία που ξεκίνησε τη λειτουργία της το 1997, ενώ τα πρώτα επίσημα στοιχεία τηλεθέασης παρήχθησαν την 1^η Ιανουαρίου 1998. Η εταιρεία δραστηριοποιείται στον τομέα της μέτρησης τηλεθέασης και προμηθεύει τη διαφημιστική αγορά στην Κύπρο με στοιχεία τηλεθέασης και διαφημιστικής δαπάνης σε καθημερινή βάση.

Η ανάλυση των στοιχείων, η αξιολόγηση και αποτίμηση της διαφημιστικής δαπάνης γίνονται μέσω του Λογισμικού Arianna, που αποτελεί την μετεξέλιξη των Λογισμικών TeleMonitor και TeleSpot. Το δείγμα νοικοκυριών της Nielsen που καλύπτει τις αστικές και αγροτικές περιοχές των επαρχιών Λευκωσίας, Λεμεσού, Λάρνακας, Πάφου και ελεύθερης Αμμοχώστου, αριθμεί 425 νοικοκυριά (790 μετρητές, 1230 άτομα ηλικίας 4+ ετών) πληθυσμό έρευνας 792,499 άτομα.

Οι παρακάτω τοπικές και πολυεθνικές διαφημιστικές εταιρείες προμηθεύονται στοιχεία και υπηρεσίες από την Nielsen: Pandora/O&M, DDB Cyprus, DeLeMa/McCann Group, Telia&Pavla/BBDO, Marketway/Publicis, Gnomi Advertising, Ledra/Lowe, Thompson Communications, Innovation/Leo Burnett, Contact Advertising, Ekkeshi Designs, Partners/Y&R, Entelia/TBWA, Kommo Media Lab Ltd, ORB Communications Ltd, Creative Revolution.

Οι τηλεοπτικοί σταθμοί που συνεργάζονται με την Nielsen στην παροχή τηλεοπτικών μετρήσεων είναι: οι ANT1, MEGA, SIGMA, PIK. Η Nielsen δεσμεύεται να δίνει στοιχεία και στις διαφημιστικές εταιρείες χωρίς επιπλέον χρέωση για όσα κανάλια πληρώνουν και συμμετέχουν στη μέτρηση με ολοκληρωμένες υπηρεσίες.

4. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΚΑΤΑΓΓΕΛΙΑΣ

Η καταγγέλλουσα εταιρεία, μέσω του δικηγόρου της, υπέβαλε καταγγελία ισχυριζόμενη ότι η εταιρεία Nielsen εκμεταλλεύεται καταχρηστικά τη θέση της ως μοναδική και αποκλειστική εταιρεία διεξαγωγής μετρήσεων τηλεθέασης κατά τρόπο που να καθορίζει το μερίδιο της τηλεοπτικής και κατ' επέκταση της διαφημιστικής αγοράς. Σύμφωνα με τους ισχυρισμούς της καταγγέλλουσας, η εταιρεία Nielsen συμπεριφέρεται σαν μονοπωλική εταιρεία, η οποία προσπαθεί να

επιβάλλει εκβιαστικούς όρους και αρνείται να συζητήσει ή να παραχωρήσει πιστοποιημένα στοιχεία που να αποδεικνύουν την έγκυρη και αντικειμενική αποτύπωση της τηλεοπτικής συμπεριφοράς με αποτέλεσμα τη χαλιναγωγή της αγοράς με όλες τις αρνητικές επιπτώσεις. Η Nielsen αρνείται πεισματικά να δώσει εξηγήσεις για τις μεγάλες δραματικές αυξομειώσεις στα ποσοστά τηλεθέασης από μέρα σε μέρα σε συγκεκριμένες εκπομπές που δεν υπάρχει καμιά λογική εξήγηση, καθώς και τη χαμηλή τηλεθέαση σε καινούργιες εκπομπές.

Κατά ή περί τον Δεκέμβριο του 2012, οι τηλεοπτικοί σταθμοί κατείχαν τα παρακάτω μερίδια τηλεθέασης: MEGA 16.2%, ΡΙΚ 15.3%, ΣΙΓΜΑ 16.9% και ΑΝΤ1 16.3%. Το MEGA δαπάνησε σημαντικά χρηματικά ποσά για την αγορά τηλεοπτικών προγραμμάτων με στόχο την αύξηση του μεριδίου τηλεθέασης, προσδοκώντας και το ανάλογο όφελος από διαφημιστικά έσοδα. Λόγω των επικείμενων προεδρικών εκλογών του Φεβρουαρίου 2013 αναμενόταν η διαφημιστική δαπάνη να ήταν ιδιαίτερα αυξημένη, όπως και τελικώς έγινε. Παρόλα αυτά, τα ποσοστά του MEGA, σύμφωνα με στοιχεία της Nielsen, για τον μήνα Ιανουάριο 2013 υποχώρησαν στο 13.7%.

Η εταιρεία Λόγος καταγγέλλει επίσης την Nielsen ότι, ενώ αρχικά, πάγια πρακτική της καταγγελλομένης ήταν η αλλαγή της σύνθεσης του δείγματος τηλεθέασης κατά τις νεκρές τηλεοπτικές περιόδους και συγκεκριμένα κάθε Αύγουστο, αυτή πραγματοποίησε αλλαγή στο δείγμα και στον τρόπο μέτρησης τηλεθέασης στην καρδιά της τηλεοπτικής περιόδου, δηλαδή κατά ή περί την 1^η Ιανουαρίου 2013, με αποτέλεσμα τα πραγματοποιηθέντα διαφημιστικά έσοδα της καταγγέλλουσας να ήταν κατά πολύ μικρότερα από τα αναμενόμενα και ο σταθμός να υποστεί σημαντικές απώλειες εσόδων.

Η συμφωνία μεταξύ της Nielsen και του MEGA έληξε στις 31/12/2012 και η συνεργασία τους δεν ανανεώθηκε. Στις 2/7/2013, υπογράφηκε νέα σύμβαση ανάθεσης υπηρεσιών μετρήσεως τηλεθέασης μεταξύ MEGA και Nielsen, η διάρκεια της οποίας έληξε στις 31/12/2014. Η νέα σύμβαση προέκυψε μετά από ανταλλαγή επιστολών και διαβουλεύσεων που αφορούσαν τόσο τη χρονική στιγμή αλλαγής της σύνθεσης του δείγματος όσο και το διακανονισμό χρέους της καταγγέλλουσας προς την καταγγελλόμενη. Πριν την υπογραφή της νέας σύμβασης και συγκεκριμένα στις 27/6/2013, τα μέρη κατέληξαν στον τρόπο αποπληρωμής του χρέους.

Η καταγγέλλουσα ισχυρίζεται ότι η καταγγελλόμενη εταιρεία παραβαίνει το άρθρο 6(1) του Νόμου εκμεταλλευόμενη τη δεσπόζουσα της θέση ως η μοναδική και αποκλειστική εταιρεία διεξαγωγής μετρήσεων τηλεθέασης για την κυπριακή επικράτεια και η συμπεριφορά της αυτή έχει ως αποτέλεσμα:

- Η παροχή στοιχείων εκ μέρους της Nielsen για την ποιότητα και την ακρίβεια των μετρήσεων, να εξαρτάται από το αν θα υπογράψει νέα σύμβαση μεταξύ MEGA και Nielsen.
- Να μειωθούν σημαντικά τα διαφημιστικά έσοδα του MEGA με αποτέλεσμα να μειωθεί η παραγωγή τηλεοπτικών εκπομπών.
- Να χαμηλώσει η ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας προς το τηλεοπτικό κοινό με αποτέλεσμα ο σταθμός να περιέλθει σε μειονεκτικότερη θέση σε σχέση με τους ανταγωνιστές του.

Η καταγγέλλουσα ισχυρίζεται, επίσης, ότι η καταγγελλόμενη εταιρεία παραβαίνει το άρθρο 6(2) του Νόμου, αφού:

- Η Nielsen προκειμένου να παρέχει στοιχεία για την ποιότητα και την ακρίβεια των μετρήσεων, απαιτούσε εκβιαστικά να υπογράψει νέα σύμβαση μεταξύ MEGA και Nielsen.
- Η Nielsen αρνήθηκε να υπάρξει πιστοποίηση των μετρήσεων από πραγματικά ανεξάρτητο εμπειρογνώμονα ως προς το έγκυρο και αμερόληπτο της λειτουργίας της έρευνας τηλεθέασης.
- Η Nielsen παρέχει τα στοιχεία τηλεθέασης και υπηρεσιών με ανάθεση και όχι με διεθνή διαγωνισμό.
- Δεν υπάρχει επαρκής διασφάλιση της μυστικότητας και ακριβούς διασπορά του δείγματος και της ταυτότητας των προσώπων που έχουν μηχανάκια της Nielsen ούτε και πιστοποίηση του σωστού δείγματος.
- Η Nielsen αποφασίζει από μόνη της την ανάθεση του ελέγχου της έρευνας χωρίς διασφάλιση της ακρίβειας των στοιχείων, ενώ μετέβαλε μονομερώς το δείγμα μέσα στο μέσο του τηλεοπτικού χρόνου.
- Το δείγμα που χρησιμοποιείται από την Nielsen είναι εξαιρετικά μικρό, ενώ υπάρχουν σημαντικές αυξομειώσεις μεταξύ των μετρήσεων από μέρα σε μέρα, οι οποίες είναι ανεξήγητες.

Σύμφωνα με την καταγγέλλουσα εταιρεία, η παροχή στοιχείων εκ μέρους της Nielsen, είναι αποφασιστικής σημασίας, αφού χωρίς αυτά τα στοιχεία δεν είναι δυνατή η τιμολόγηση του διαφημιστικού χρόνου, εφόσον το μερίδιο που αντλεί από την αγορά της τηλεοπτικής διαφήμισης ο κάθε ανταγωνιστής, είναι απόλυτα συνυφασμένο με το ποιοτικό και ποσοτικό μερίδιο τηλεθέασης που κατέχει στο τηλεοπτικό κοινό. Επίσης, δεν υπάρχει, ισοδύναμη εναλλακτική λύση, που να μπορεί να χρησιμοποιηθεί προκειμένου να τιμολογηθεί ο διαφημιστικός χρόνος, ελλείψει των στοιχείων αυτών.

Επίσης, σύμφωνα με την καταγγέλλουσα, η Nielsen προκειμένου να παρέχει στοιχεία για την ποιότητα και την ακρίβεια των μετρήσεων, απαιτούσε εκβιαστικά να υπογραφεί νέα σύμβαση μεταξύ MEGA και Nielsen. Υπήρξε αιφνίδια και αδικαιολόγητη διακοπή μακροχρόνιων εμπορικών σχέσεων κατά/ή περί τα μέσα Φεβρουαρίου 2013 και ενώ ο τηλεοπτικός σταθμός του MEGA βρισκόταν σε διαδικασία συγκρότησης νέου Διοικητικού Συμβουλίου, η Nielsen διέκοψε μονομερώς και χωρίς προηγούμενη ενημέρωση την παροχή στοιχείων μετρήσεων τηλεθέασης προς τον Σταθμό με αποτέλεσμα ο Σταθμός να περιέλθει σε δεινή θέση έναντι των ανταγωνιστών του. Μέχρι την ημέρα της καταγγελίας δεν έγινε πιστοποίηση του δείγματος ως έχει ζητήσει το MEGA, ενώ αμφισβητείται από την καταγγέλλουσα η ορθότητα των στοιχείων τηλεθέασης της Nielsen και του δείγματος, γεγονός που επηρεάζει την ορθότητα των μετρήσεων των τηλεοπτικών μεριδίων και κατά συνέπεια την λήψη διαφημιστικών μεριδίων.

Τέλος, η καταγγέλλουσα εταιρεία ισχυρίζεται αναφορικά με την επιβολή αυθαίρετων όρων συναλλαγής ότι, η Nielsen προκειμένου να παρέχει στοιχεία για την ποιότητα και την ακρίβεια των μετρήσεων, απαιτούσε εκβιαστικά να υπογραφεί νέα σύμβαση μεταξύ MEGA και Nielsen και επέβαλε αυθαίρετους όρους συναλλαγής, ενώ μονομερώς μετέβαλε το δείγμα και τους τρόπους μέτρησης και αρνείται να προβεί σε έλεγχο από πραγματικά ανεξάρτητους εμπειρογνώμονες του έγκυρου και αμερόληπτου της λειτουργίας της έρευνας τηλεθέασης.

5. ΘΕΣΕΙΣ ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ/ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΦΑΚΕΛΟΥ

5.1 Αίτημα απόσυρσης από καταγγέλλουσα εταιρεία

Η Επιτροπή, στο παρόν σημείο, επισημαίνει ότι, κατόπιν της κοινοποίησης προς την καταγγέλλουσα εταιρεία των προκαταρκτικών της συμπερασμάτων που λήφθηκαν κατά τη συνεδρία της στις 25/7/2017, η καταγγέλλουσα εταιρεία μέσω του δικηγόρου της απέστειλε σχετική επιστολή ημερομηνίας 6/9/2017 στην οποία αναφέρει ότι: «[...] κατόπιν της αποστολής των προκαταρκτικών συμπερασμάτων της Επιτροπής σας, οι εν λόγω πελάτες μας δεν επιθυμούν οποιαδήποτε συνέχεια στο θέμα ούτε και επιθυμούν να υποβάλλουν οποιεσδήποτε άλλες θέσεις ή απόψεις. Ως εκ των ανωτέρω, παρακαλούμε όπως η εν λόγω καταγγελία θεωρηθεί ως αποσυρθείσα.»

Η Επιτροπή, αφού μελέτησε το αίτημα της καταγγέλλουσας εταιρείας, σημείωσε ότι, η προκαταρκτική έρευνα της καταγγελίας, που ξεκίνησε με την υποβολή αυτής τον Απρίλιο του 2014, έχει διεξαχθεί και ολοκληρωθεί και πλέον κατά το χρόνο που υποβλήθηκε το εν λόγω αίτημα, η υπόθεση βρισκόταν στο στάδιο όπου η Επιτροπή είχε ήδη κοινοποιήσει προς την καταγγέλλουσα εταιρεία τα προκαταρκτικά της συμπεράσματα επί της καταγγελίας της με σκοπό να της δοθεί κάθε δυνατή ευκαιρία να υποβάλει τις απόψεις και θέσεις της επί τούτου πριν ληφθεί η τελική απόφασή της.

Η Επιτροπή σημειώνει ότι, στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων και εξουσιών της, ως ανεξάρτητη διοικητική αρχή, έχει καθήκον και αρμοδιότητα την εξέταση πιθανολογούμενων παραβάσεων του εθνικού Νόμου του ανταγωνισμού, αλλά και του αντίστοιχου Ευρωπαϊκού. Επομένως, η Επιτροπή, έχει υποχρέωση, ως το αρμόδιο, ορισμένο με βάση τη σχετική νομοθεσία, διοικητικό ανεξάρτητο όργανο, καθηκόντως να επιλαμβάνεται στη βάση του άρθρου 35 των περί της Προστασίας του Ανταγωνισμού Νόμων 2008-2014 (εφεξής ο «Νόμος») όλων των καταγγελιών, που αποδεικνύουν έννομο συμφέρον κατά το χρόνο υποβολής της καταγγελίας τους και άμα τη διεξαγωγή δέουσας έρευνας να λαμβάνει αποφάσεις που αφορούν παραβάσεις ή μη του δικαίου του ανταγωνισμού. Κατά συνέπεια, η Επιτροπή έχει την υποχρέωση βάσει και του άρθρου 35(5) του Νόμου, άμα τη ολοκλήρωσει της προκαταρκτικής έρευνας της Υπηρεσίας να εκδώσει σχετική απόφαση επαρκώς αιτιολογημένη (άρθρο 18 του Νόμου).

Η Επιτροπή, στη βάση όλων όσων έχουν σημειωθεί, ομόφωνα καταλήγει ότι στο παρόν στάδιο της διαδικασίας, όπου έχει ήδη ολοκληρωθεί η δέουσα προκαταρκτική έρευνα της Υπηρεσίας και η Επιτροπή έχει αποστείλει προς την καταγγέλλουσα εταιρεία τις προκαταρκτικές της θέσεις και συμπεράσματα επί των ισχυρισμών της, δεν μπορεί να αποδεχθεί το αίτημά της.

5.2 Στοιχεία διοικητικού φακέλου/έρευνα

Στα πλαίσια της όλης εξέτασης της καταγγελίας, η Επιτροπή διεξήλθε με προσοχή το υλικό, τα στοιχεία και τις πληροφορίες που συλλέχθηκαν κατά τη δέουσα προκαταρκτική έρευνα της Υπηρεσίας και βρίσκονται καταχωρισμένα εντός του διοικητικού φακέλου και, από τις δηλώσεις και τα στοιχεία που απεστάλησαν από τα εμπλεκόμενα μέρη της υπόθεσης, κατά την προκαταρκτική έρευνα της Υπηρεσίας μέσω σχετικών ερωτηματολογίων της, η Επιτροπή παραθέτει κατωτέρω τα σημαντικότερα στοιχεία που λήφθηκαν ξεχωριστά από την κάθε εταιρεία.

5.2.1 Στοιχεία από την καταγγέλλουσα εταιρεία

Σε ερωτηματολόγιο της Υπηρεσίας ημερομηνίας 28/7/2014, κατά την προκαταρκτική έρευνα, η εταιρεία Λόγος απάντησε με επιστολή ημερομηνίας 8/9/2014 τα ακόλουθα:

- Η συμβατική της σχέση με την Nielsen είναι μακροχρόνια. Υπήρχε οφειλόμενο υπόλοιπο στην Nielsen πέραν των τριών ετών από την υπογραφή της σύμβασης, τον Ιούλιο του 2013, όμως κατά τα τελευταία έτη εγίνετο τακτική αποπληρωμή των εν λόγω υποχρεώσεων, καθώς και μείωση του οφειλόμενου υπολοίπου και προσπλάθειες διακανονισμού του, τις οποίες πάντοτε η Nielsen συναρτούσε με την αποστολή στοιχείων.
- Η Nielsen άλλαξε τα δεδομένα μετρήσεων εν τω μέσω της τηλεοπτικής περιόδου 2012/2013, συγκεκριμένα την 1^η Ιανουαρίου 2013, ενημερώνοντας την σχετικά μόλις 10 ημέρες και αιφνιδιάζοντας το σταθμό. Αυτή η αλλαγή έγινε κατά παράβαση της πρακτικής που αποτυπώνεται στην υφιστάμενη σύμβαση της 2/7/2013, όπου ρητά αναφέρεται ότι: «η αναθεώρηση των πληθυσμών στάθμισης της έρευνας τηλεθέασης συμφωνείται να γίνεται κάθε 1^η Αυγούστου και κατόπιν παρουσίασης/ενημέρωσης επ' αυτού της Επιτροπής Ελέγχου Ερευνών Τηλεθέασης (EEET).» Η Nielsen είχε ως μοναδικό στόχο την άσκηση πίεσης, μέσω της διακοπής αποστολής των στοιχείων τηλεθέασης για την αποπληρωμή των οφειλόμενων και όχι τη βελτίωση της ποιότητας έρευνας μέτρησης τηλεθέασης.
- Η Nielsen απείλησε με τελεσίγραφο στις 3/6/2013, για διακοπή της υπηρεσίας παροχής στοιχείων προς τον Λόγο. Ενδεχόμενη διακοπή παροχής στοιχείων προς τον Λόγο, αλλά και τη διαφημιστική αγορά αναφορικά με τον τηλεοπτικό σταθμό MEGA θα είχε καταστροφικές συνέπειες για τα διαφημιστικά έσοδα του σταθμού, με βάση το μοντέλο λειτουργίας της διαφημιστικής αγοράς. Σύμφωνα με αυτό το μοντέλο, οι μεγάλοι διαφημιζόμενοι και ιδιαίτερα οι πολυεθνικές εταιρείες τοποθετούν διαφημιστικά πακέτα με βάση τα στατιστικά στοιχεία που δίνονται από την Nielsen και ελλείψει στοιχείων, είναι αδύνατη η καταγραφή της απόδοσης (επιτυχίας ή αποτυχίας) ενός διαφημιστικού πλάνου και του προϋπολογισμού του. Συνεπεία αυτής της αδυναμίας καταγραφής, οι διαφημιζόμενοι στρέφονται σε άλλους σταθμούς που συνεχίζουν να συνεργάζονται με την Nielsen. Εάν η Nielsen διέκοπτε την παροχή στοιχείων τηλεθέασης για το MEGA, τότε οι μόνοι σταθμοί για τους οποίους θα παραδίδοντο στοιχεία ήταν ο ANT1, το ΣΙΓΜΑ και το ΠΙΚ.
- Το δείγμα της εταιρείας Nielsen δεν είναι αντιπροσωπευτικό της κυπριακής αγοράς, με αποτέλεσμα τα στοιχεία τηλεθέασης να μην αποτυπώνουν την πραγματική τηλεθέαση του MEGA, η οποία αντέκρουσε τον ισχυρισμό αυτό.
- Η Επιτροπή Εποπτείας της Έρευνας Τηλεθέασης (εφεξής η «EEET») δεν έχει την τεχνολογία και εν τέλει τη δυνατότητα να διενεργήσει οποιονδήποτε έλεγχο. Ένας ανεξάρτητος εμπειρογνώμονας αναλύει και ελέγχει τα στοιχεία που περιέχονται στο δείγμα της έρευνας της Nielsen. Επισημαίνεται ότι, στη σύμβαση που έχει υπογράψει η Λόγος με την Nielsen περιγράφονται οι αρμοδιότητες της EEET. Ενδεικτικά, αυτές είναι οι ακόλουθες:

(α) η εποπτεία της εφαρμογής των τεχνικών και μεθοδολογικών προδιαγραφών της έρευνας της Nielsen.
(β) η διενέργεια εκτάκτων ελέγχων της έρευνας της Nielsen, εάν και εφόσον υπάρχουν συγκεκριμένες ενστάσεις, πάντοτε δαπάνες του ενιστάμενου.
(γ) η παροχή εγγυήσεως και διευκρινίσεων έναντι οποιουδήποτε τρίτου, νομικού προσώπου, πολιτειακού ή κοινωνικού θεσμού, για τυχόν ερωτήματα ή θέματα που προκύπτουν από τη δημοσιοποίηση ή σχολιασμό των στοιχείων της Nielsen.

- Σε περίπτωση που δεν καταστεί δυνατή η λειτουργία της ΕΕΕΤ, τότε η Nielsen δικαιούται να προχωρήσει στην ανάθεση, των ως άνω ελέγχων και πιστοποιήσεων σε ανεξάρτητους εμπειρογνώμονες. Σημειώνεται περαιτέρω ότι από τη σύμβαση Nielsen με τους τηλεοπτικούς σταθμούς, ως διαφαίνεται από την τελευταία δωδεκαετία, η ΕΕΕΤ φαίνεται να δημιουργήθηκε κατόπιν αναλυτικής συγκεκριμένης πρότασης. Είναι η θέση της καταγγέλλουσας ότι, «[...] η λειτουργία της ΕΕΕΤ όχι μόνον δεν επαρκεί για την εξασφάλιση έγκυρων και αποτελεσματικών μετρήσεων, αλλά ως ένα βαθμό αποτελεί και «πρόσχημα» για την ορθή λειτουργία της αγοράς. Η λειτουργία της καθίσταται περισσότερο διαδικαστικού χαρακτήρα, διαβίβασης των τακτικών reports της Nielsen και διεξαγωγής θεωρητικών συζητήσεων γύρω από ένα τραπέζι μιας αγοράς που ξέρουν όλοι πως λειτουργεί, αλλά δεν τολμούν να αλλάξουν, καθώς ακόμη και ο διορισμός «ανεξάρτητου» ελεγκτή είναι προτεινόμενος και εγκεκριμένος από αυτήν.»
- {...}, φαίνεται ότι αποχώρησε από την έρευνα, αντιμετωπίζοντας το ίδιο πρόβλημα και με δεδομένο ότι τίποτε δεν επρόκειτο να αλλάξει. {...} φαίνεται να είχε αποστείλει στο παρελθόν επιστολές αναφερόμενος στα προβλήματα των ερευνών της Nielsen. Πολλές διαφημιστικές εταιρείες, πελάτες της Nielsen φαίνεται να έχουν εκφράσει μικρότερα ή μεγαλύτερα παράπονα, ενώ πρόσφατα, τον Δεκέμβριο του 2013, η μία εκ των δύο εταιρειών που διενεργούσαν την έρευνα βάσης της Nielsen, η Pulse Market Research κατήγγειλε στην ΕΕΕΤ την παραβίαση από πλευράς Nielsen του κώδικα δεοντολογίας της έρευνας αγοράς και απαίτηση παραβίασης των συμφωνηθέντων με την εταιρεία Nielsen από πλευράς της τελευταίας και αποχώρησε από τη σύμβαση με την Nielsen μετά από αυτή την καταγγελία. Σημειώνεται ότι, η ΕΕΕΤ ανέθεσε τη διενέργεια ελέγχου για το 2014, στους κ. Χαιρετάκη και Σýfret, οι οποίοι προτάθηκαν από την Nielsen και είναι οι ίδιοι που έκαναν του ελέγχους της έρευνας μέτρησης τηλεθέασης τα τελευταία χρόνια. Επί των ευρημάτων του report έχουν ζητηθεί επανειλημμένα στοιχεία από την Nielsen, σχετικά με το δείγμα της έρευνας, για τα οποία μέχρι σήμερα, δεν έχουν δοθεί επαρκείς εξηγήσεις.
- Πρέπει να μελετηθεί το ενδεχόμενο παραβάσεων των άρθρων 6(1)(β), 6(1)(δ) και 6(2) της νομοθεσίας από την Nielsen. Η Nielsen λειτουργεί στην κυπριακή αγορά καταχρώμενη τη δεσπόζουσα και μονοπωλιακή θέση της και επιβάλλει στους εμπλεκόμενους τηλεοπτικούς σταθμούς και διαφημιστικές εταιρείες να συμβληθούν με συγκεκριμένο τύπο σύμβασης, χωρίς ουσιαστικά περιθώρια διαπραγμάτευσης, χωρίς να διεξάγεται οποιοσδήποτε διαγωνισμός για ένα τόσο σημαντικό και νευραλγικό ζήτημα όπως οι έρευνες μέτρησης τηλεθέασης, με τεράστια οικονομική σημασία, αλλά και ρόλο στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης. Η έρευνα μέτρησης τηλεθέασης βασίζεται σε λανθασμένο δείγμα, που εμπεριέχει λανθασμένη αντιπροσώπηση των κοινωνικοοικονομικών τάξεων ΑΒ, C1, C2 και DE και ουδέποτε η Nielsen έχει δώσει την πηγή καθορισμού των τάξεων αυτών, ενώ η καθημερινή μέτρηση των στοιχείων βασίζεται σε ένα ελάχιστο δείγμα 375 μηχανών, τα οποία είναι στα όρια του στατιστικού λάθους.
- Επισυνάπτονται σωρεία επιστολών της με την Nielsen, αναφορικά με τις οφειλές της και με τις αλλαγές που πραγματοποιήθηκαν την 1/1/2013.

Περαιτέρω, στις 15/1/2015, η καταγγέλλουσα εταιρεία, κατόπιν συνέντευξης της στα πλαίσια του άρθρου 30Α του Νόμου από την Υπηρεσία της Επιτροπής ανέφερε συνοπτικά τα κάτωθι:

- Το πρακτικό της 29/02/2012 της ΕΕΕΤ λέει: «μετά τις τοποθετήσεις όλων των μερών είναι ξεκάθαρο ότι προκύπτει σοβαρό θέμα με την εταιρεία Nielsen που επικεντρώνεται κυρίως στη σύνθεση του δείγματος στο εν δυνάμει δείγμα που χρησιμοποιείται για την παραγωγή στοιχείων κάθε μέρα στη διαφάνεια της όλης διαδικασίας και στην αντιμετώπιση που τυγχάνει η Βιομηχανία από την εταιρεία». Το θέμα ήταν υπό αμφισβήτηση από τότε, και κυρίως, το έθετε ο ΑΝΤ1.
- Υπάρχει λάθος δείγμα, λάθος αντιπροσώπηση των κοινωνικών τάξεων. Οι ενδεικτικές τιμές κατανομής του πληθυσμού σε κοινωνικοοικονομικές τάξεις, όπως απορρέουν από το σύστημα ταξινόμησης που χρησιμοποιούν τα μέλη του Συνδέσμου Επιχειρήσεων Δημοσκοπήσεων και Ερευνών Αγοράς Κύπρου (εφεξής ο «ΣΕΔΕΑΚ») είναι οι εξής: ΑΒ κατώτερο όριο 11% ανώτερο όριο 15%, Γ1 κατώτερο όριο 21% ανώτερο όριο 25%, Γ2 40% με 46%, και ΔΕ 19% με 23%. Σύμφωνα με τα όσα ο κύριος Ζαβιτσάνος (της Nielsen) λέει: «Η Nielsen θα συνεχίσει να χρησιμοποιεί τη δική της έρευνα βάσης» όχι του Συνδέσμου και για τον καθορισμό των κοινωνικών τάξεων και για τη διερεύνηση όλων των άλλων στοιχείων που δίνει η Στατιστική Υπηρεσία (π.χ. αριθμός συσκευών TV) και αν τα ποσοστά που η δική της έρευνα βάσης δίνει για την κοινωνικοοικονομική τάξη είναι εκτός του πλαισίου του ΣΕΔΕΑΚ, θα διερευνήσει γιατί συμβαίνει αυτό και θα έχει ευθύνη να τεκμηριώσει τα δικά της στοιχεία. Συνεπώς, δίδει καθημερινώς λανθασμένα στοιχεία, διότι τα σταθμίζει λανθασμένα, με αποτέλεσμα η τηλεθέαση και τα ποσοστά τηλεθέασης να είναι και αυτά λανθασμένα.

* Οι αριθμοί και/ή τα στοιχεία που παραλείπονται και δεν εμφανίζονται τόσο σε αυτό το σημείο, όσο και στη συνέχεια καλύπτονται από επιχειρηματικό/επαγγελματικό απόρρητο. Ενδεικτικό της παράλειψης είναι το σύμβολο {...}.

- Για το θέμα του ανταγωνισμού των εταιρειών τηλεμετρήσεων, η Λόγος δηλώνει ότι, ενώ γίνονταν συζητήσεις παράλληλα με δύο εταιρείες το 2011, η Nielsen, έστειλε μια επιστολή αναφέροντας: «κύριοι, εγώ ήμουν στην αγορά το 1998 και έχω εγκαταστήσει συστήματα και δεν είμαι διατεθειμένη να μπω σε διαδικασία προσφορών και εγώ ήδη σας ενημερώνω ότι ήδη ξεκίνησα συζητήσεις με τους πελάτες μου για ανανέωση της σύμβασης που έχω μαζί σας». Μετά την επιστολή που έστειλε η Nielsen πάγωσαν οι διαδικασίες εκ μέρους της ΕΕΕΤ να προκηρύξει σε διεθνή μειοδοτικό διαγωνισμό με όρους και προϋποθέσεις πως θα γινόταν αυτός ο διαγωνισμός και άρχισαν όλοι και υπόγραφαν με την Nielsen.
- Η διακοπή παροχής στοιχείων σε περίπτωση που αρνηθεί κανείς να συμβληθεί με την Nielsen με τους όρους που αυτή θέτει ή και επιβάλλει, με μια σύμβαση, τυποποιημένη και διαμορφωμένη από την ίδια την Nielsen, έχει ως αποτέλεσμα τον αυτόματο αποκλεισμό από τη διαφημιστική αγορά του πελάτη, που αρνείται να συμβληθεί με τους όρους της Nielsen. Διότι, όταν κάποιος τηλεοπτικός σταθμός αρνηθεί να συμβληθεί και υλοποιηθεί η απειλή της διακοπής παροχής των στοιχείων, αυτόματα, όλοι οι διαφημιζόμενοι δεν θα έχουν τη δυνατότητα να μετρήσουν την τηλεθέαση του και άρα, δεν θα έχουν τη δυνατότητα να μετρήσουν την απόδοση της διαφήμισης, την οποία απόδοση θα προμήθευε η Nielsen.
- Οποιαδήποτε οφειλή της καταγγέλλουσας προς την καταγγελλόμενη έχει επιλυθεί. Η Nielsen αναφέρει επί λέξει σε επιστολή της: «Αγαπητέ κύριε Ζερβέ, σε συνέχεια της χθεσινής αναθεωρημένης προσφοράς σας για τη διευθέτηση του υπολοίπου που εκκρεμεί είμαι στην ευχάριστη θέση να σας ενημερώσω ότι η Nielsen κάνει αποδεκτή την πρότασή σας επί της αρχής, σας παρακαλώ να μου αποστείλετε τις απαραίτητες πληροφορίες για το οικοπέδο που προτείνετε ώστε να αρχίσουμε τη διαδικασία για την τελική επίλυση του θέματος. Ελπίζω ότι η εξέλιξη αυτή θα συνδράμει στην περαιτέρω βελτίωση της συνεργασίας». Τα στοιχεία στάλθηκαν για να γίνει η διευθέτηση αυτή. Ενώ υπάρχει μια πρακτική πίστωση προς την εταιρεία, η Nielsen απαιτεί ουσιαστικά την εξόφληση του υπολοίπου ξαφνικά με εμφαντικό τρόπο και δηλώνει ότι θα διακόψει τα στοιχεία.
- Επιπρόσθετα, η καταγγέλλουσα δηλώνει ότι για να αυξηθεί το δείγμα από 375 νοικοκυριά σε 550 σταδιακά, «είναι απαραίτητη η δέσμευση της αγοράς», δηλαδή, των καναλιών «για την κάλυψη του πλέον κόστους, το οποίο υπολογίζεται να ανέλθει στις 40.000 ετησίως». Η ίδια καθορίζει την τιμή, χωρίς να ξέρει κανένας πώς ακριβώς, ούτε υπάρχει οποιοσδήποτε τιμοκατάλογος.
- Το ΡΙΚ χρεώνεται από την Nielsen σαν ένα κανάλι αντί για δύο.
- Στη σύμβαση του σταθμού με την Nielsen υπάρχει η πρόνοια ότι τα στοιχεία του δείγματος αλλάζουν την 1^η Αυγούστου. Η αιφνίδια αλλαγή του δείγματος τον Δεκέμβριο του 2012, μονομερώς από την Nielsen, είναι το βασικότερο στοιχείο παράβασης του άρθρου 6(2) του Νόμου. Τον Δεκέμβριο του 2012, η Nielsen μονομερώς αποφάσισε να αλλάξει τα δεδομένα επικαλούμενη, τα στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας του 2011, την ώρα που οι ελεγκτές, τρία χρόνια μετά, έρχονται και λένε ότι δεν πρέπει να βασίζονται στις στατιστικές έρευνες, διότι τα δεδομένα αλλάζουν, αλλά στις έρευνες των δημοσκοπών.
- Το να αποκλίνει μια τηλεθέαση από περίοδο σε περίοδο είναι φυσιολογικό γιατί μπορεί μια σειρά να έχει ανταπόκριση μια άλλη να μην έχει κλπ. Όταν όμως η ίδια σειρά, το ίδιο πρόγραμμα, η ίδια εκπομπή συγκεντρώνει ένα ποσοστό την εβδομάδα μεταξύ της 1^{ης} και 10^{ης} Δεκεμβρίου του 2012 π.χ. πριν τις γιορτές που αλλάζει η τηλεοπτική συνήθεια και η ίδια εκπομπή αμέσως μετά τις γιορτές του Ιανουαρίου 2013, ξεκινάει από διαφορετική βάση με απόκλιση Χ% χωρίς να έχει αλλάξει τίποτε, χωρίς να παρουσιάζεται να έχει επισυμβεί κάποιο γεγονός που να έχει επηρεάσει π.χ. τα γεγονότα εκείνης της περιόδου να έχουν αλλάξει τότε το ζήτημα, πρέπει να διερευνηθεί.

Η Επιτροπή τέλος επισημαίνει ότι στις 20/3/2015 και στις 12/10/2015, η εταιρεία Λόγος απέστειλε επιπρόσθετα στοιχεία, τα οποία περιλάμβαναν αρκετά έγγραφα και αλληλογραφία μεταξύ των εμπλεκόμενων μερών της υπόθεσης, καθώς και τις μεταξύ τους συμφωνίες συνεργασίας, τα οποία μελετήθηκαν και έτυχαν της δέουσας εξέτασης.

5.2.2 Στοιχεία από την καταγγελλόμενη εταιρεία

Η Επιτροπή σημειώνει κατωτέρω τις απαντήσεις της καταγγελλόμενης εταιρείας Nielsen, ημερομηνίας 30/6/2015 σε ερωτηματολόγιο της Υπηρεσίας με ημερομηνία 20/05/2015:

- Η εταιρεία λειτουργεί στην Κύπρο από το 1997 (τότε ως AGB, εξαγοράστηκε από την Nielsen διεθνώς το 2008) και προσφέρει υπηρεσίες Μετρήσεων Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας. Στην παρούσα φάση προσφέρει μόνον μετρήσεις τηλεθέασης. Η μεθοδολογία της έρευνας μέτρησης τηλεθέασης, καθώς και οι βασικές διαδικασίες ελέγχου περιγράφονται στο «Εγχειρίδιο Λειτουργίας - Σύστημα People Meters Nielsen Audience Measurement (Cyprus)»
- Αναφορικά με την καταγγελία, η Nielsen αναφέρει ότι δεν υφίσταται καμία καταχρηστική πρακτική. Οι καταγγελίες, που προσάπτει η καταγγέλλουσα είναι τελείως ατεκμηρίωτες και δεν συνιστούν κατάχρηση. Δεν υπήρξε ούτε τερματισμός μακροχρόνιας εμπορικής σχέσης αλλά ούτε και επιβολή αυθαίρετων όρων συναλλαγής ούτε και οποιαδήποτε άλλη παράβαση των κανόνων του ανταγωνισμού. Σε κάθε περίπτωση δεν υπήρξε άρνηση της Nielsen να παράσχει στοιχεία για την ακρίβεια των μετρήσεων ούτε και τέθηκε οποιοσδήποτε όρος ο οποίος δεν σχετίζεται με το αντικείμενο της συμφωνίας. Επίσης, δεν ευσταθεί ο ισχυρισμός ότι η εταιρεία Nielsen αρνήθηκε να επιτρέψει την πιστοποίηση από εμπειρογνώμονα.
- Επιπλέον, η καταγγελλόμενη εταιρεία αναφέρει ότι ο ισχυρισμός ότι απαιτείτο να υπογραφεί νέα σύμβαση για να δοθούν στοιχεία επίσης δεν ευσταθεί. Όλα τα στοιχεία παρέχονται αδιάλειπτα στην ΕΕΕΤ. Άλλωστε στο χρονικό διάστημα που δεν είχε υπογραφεί η σύμβαση πραγματοποιήσαν πάρα πολλές αναλύσεις και παρουσιάσαν τα στοιχεία τους στο MEGA (Λόγος).
- Η καταγγέλλουσα εταιρεία παρά τις οφειλές της ακόμη συνεχίζει να απολαμβάνει τις υπηρεσίες της Nielsen απρόσκοπτα. Επίσης, όταν υπεγράφη η νέα συμφωνία στις 2/7/2013 υπήρχαν μεγάλες οφειλές από μέρους

- της καταγγέλλουσας που θα μπορούσαν να δώσουν εύλογο δικαίωμα στους πελάτες μας για τερματισμό της σχέσης. Σε κάθε περίπτωση, η εταιρεία Nielsen εξάντλησε κάθε έννοια καλής θέλησης παρέχοντας υπηρεσίες για 7 μήνες διακινδυνεύοντας τη μη πληρωμή της. Μόνο μετά την παρέλευση 6 μηνών συζητήσεων εστάλη επιστολή με την οποία ενημερωνόταν το MEGA ότι θα σταματήσει η παροχή στοιχείων. Στην πράξη όμως ποτέ δεν σταμάτησε η παροχή στοιχείων και σε κάθε περίπτωση υπεγράφη η νέα συμφωνία στις 2/7/2013.
- Το πλαίσιο και η διαδικασία ελέγχου της μέτρησης τηλεθέασης που διεξάγει η Nielsen στην Κύπρο γίνεται ακολουθώντας τη βέλτιστη διεθνή πρακτική μετά από συμφωνία με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη της αγοράς, τηλεοπτικούς σταθμούς, διαφημιστικές εταιρείες και διαφημιζόμενους. Τα ανωτέρω μέρη έχουν συστήσει την ΕΕΕΤ στην οποία εκχωρείται η αρμοδιότητα για τη θέσπιση προδιαγραφών, τη διεξαγωγή ελέγχων και εν γένει της εποπτείας της έρευνας. Η ΕΕΕΤ αποτελείται από εκπροσώπους των Τηλεοπτικών Σταθμών (εκπροσωπούνται οι σταθμοί ΡΙΚ, MEGA, ANTI, ΣΙΓΜΑ δια εκπροσώπου τους) των Διαφημιστικών Εταιρειών (εκπροσωπούνται μέσω του Συνδέσμου Διαφήμισης Επικοινωνίας Κύπρου - ΣΔΕΚ δια του προέδρου του ή άλλου εκπροσώπου που ορίζεται, στην παρούσα φάση ο κ. Στέλιος Αναστασιάδης) και των Διαφημιζόμενων (εκπροσωπούνται μέσω του Συνδέσμου Διαφημιζόμενων Κύπρου - ΣΔΚ, δια του Προέδρου του ο οποίος Προεδρεύει και της ΕΕΕΤ). Στην παρούσα φάση, Πρόεδρος της ΕΕΕΤ είναι ο κ. Μάριος Λουκαΐδης. Η ΕΕΕΤ έχει σχηματισθεί κατά το πρότυπο αντίστοιχων επιτροπών (JIC - Joint Industry Committees) που υπάρχουν στις περισσότερες χώρες όπου λειτουργεί Μέτρηση Τηλεθέασης και βασικό σκοπό έχουν την θεσμοθέτηση των στόχων, την θέσπιση των προδιαγραφών και την διεξαγωγή των ελέγχων.
 - Ο ρόλος της ΕΕΕΤ δεν έχει περιορισθεί μόνο στην οργάνωση και ανάθεση των ελέγχων, αλλά συνείσφερε καθοριστικά στο να βρεθεί λύση για την ομαλή λειτουργία της αγοράς στην φάση της οικονομικής κρίσης του 2013 με κοινή συμφωνία όλων των τηλεοπτικών σταθμών, των διαφημιστικών εταιρειών και της Nielsen. Όλα τα διαθέσιμα στοιχεία για οποιουδήποτε ελέγχους παρέχονται στην ΕΕΕΤ και τους εντεταλμένους ελεγκτές της. Αυτό έγινε και στη συγκεκριμένη περίπτωση. Ο πιο πρόσφατος έλεγχος έγινε το 2014. Ο έλεγχος ανατέθηκε από την ΕΕΕΤ στους κ.κ. Εμμανουήλ Χαιρετάκη (Καθηγητής του Τμήματος Επικοινωνίας & ΜΜΕ, στο Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών) και Dr Toby Syfret, κορυφαίος ειδικός παγκοσμίως σε θέματα μετρήσεων Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας, σύμβουλος και ελεγκτής του BBC και του BARB.
 - Οι κκ. Χαιρετάκης και Syfret, ως εντεταλμένοι ελεγκτές της ΕΕΕΤ πραγματοποίησαν διεξοδικό και ενδεδειγμένο έλεγχο την χρονική περίοδο 4/2014 - 7/2014 που αφορούσε στην περίοδο 7/2012 έως 7/2014 και υπέβαλαν σχετικό report.
 - Με το MEGA έχουν γίνει το τελευταίο έτος 6-8 συναντήσεις στο ανώτατο επίπεδο (Διευθύνοντες Σύμβουλοι) όπου συζητήθηκαν ανάλογα θέματα, πέραν των σχεδόν καθημερινών συζητήσεων σε επίπεδο συνεργατών. Ανάλογες συζητήσεις και συναντήσεις γίνονται με όλους τους τηλεοπτικούς σταθμούς. Σημειώνεται ότι η μέτρηση τηλεθέασης δεν αξιολογεί ποιοτικά τα προγράμματα (ποιο είναι καλύτερο), αλλά απλά καταγράφει, χρησιμοποιώντας την τεχνολογία και την στατιστική επιστήμη, «πόσοι είδαν την δεδομένη στιγμή κάθε τηλεοπτικό πρόγραμμα» ανεξαρτήτως αν το θεωρούν καλό ποιοτικά και ακόμα πολλές φορές ανεξαρτήτως και αν τους άρεσε. Για να επιλύονται και τέτοιες περιπτώσεις και αμφισβητήσεις, δημιουργούνται Επιτροπές της μορφής της ΕΕΕΤ (JIC, Joint Industry Committees) που λειτουργούν ως εγγυητές της σωστής λειτουργίας της μέτρησης και επιλαμβάνονται της διεξαγωγής ελέγχων.
 - Στον τομέα της Μέτρησης Τηλεθέασης, η αγορά είναι παγκόσμια. Επομένως, οι ανταγωνιστές βρίσκονται σε ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο. Στο χώρο των Μετρήσεων Τηλεθέασης δραστηριοποιήθηκε στην Κύπρο και η εταιρεία Watch Media σε συνεργασία με την GfK. Η δραστηριότητα της εταιρείας άρχισε το 2009 παρέχοντας στοιχεία τηλεθέασης και ακροαματικότητας και ολοκληρώθηκε τον Ιούνιο 2012 όταν ως αποτέλεσμα προσφορών που έγιναν προς τους τηλεοπτικούς σταθμούς και τις διαφημιστικές εταιρείες για την Μέτρηση Τηλεθέασης μεταξύ της Watch Media και της Nielsen αποφασίσθηκε από την αγορά να προτιμηθεί η Nielsen. Στη συνέχεια, η εταιρεία Watch Media ανακοίνωσε ότι διακόπτει τη δραστηριότητά της στην Κυπριακή αγορά. Η αγορά της Μέτρησης τηλεθέασης στην Κύπρο είναι ανοικτή σε οποιονδήποτε διεθνή οίκο θα επιθυμούσε να επενδύσει και να προσφέρει αντίστοιχη υπηρεσία. Αυτό ακριβώς προσπάθησε να κάνει η εταιρεία Watch Media.
 - Σημαντικό βήμα στη μεθοδολογία της μέτρησης τηλεθέασης αποτελεί η έρευνα βάσης. Η έρευνα αυτή είναι έρευνα ερωτηματολογίου που ανατίθεται από την Nielsen σε άλλη εταιρεία ερευνών. Μετά τη συμφωνία του Ιουνίου 2012 αποφασίστηκε μετά από αίτημα όλων των πελατών (του MEGA συμπεριλαμβανομένου) να αλλάξει η μεθοδολογία της έρευνας βάσης από τηλεφωνική σε «face to face» και να ανατεθεί στις εταιρείες Pulse Market Research Ltd και CYMAR Market Research Ltd από κοινού. Πρέπει να τονιστεί ότι και η επιλογή των εταιρειών είχε τη σύμφωνη γνώμη του συνόλου της αγοράς. Τον Νοέμβριο 2013, για μία σειρά μεθοδολογικών, αλλά και οικονομικών αιτιών, η συνεργασία με την Pulse διεκόπη. Σε συνεδρίαση της ΕΕΕΤ, τον Ιανουάριο 2014, συμφωνήθηκε ομόφωνα να μην επιλεγεί άλλος δεύτερος υπεργολάβος για την έρευνα βάσης και να συνεχιστεί συνεργασία μόνο με την CYMAR Market Research Ltd.
 - Η αγορά, στην οποία απευθύνεται η Nielsen, είναι οι τηλεοπτικοί σταθμοί και οι διαφημιστικές εταιρείες και εταιρείες media specialists, οι οποίες εξειδικεύονται στην αγορά τηλεοπτικού χρόνου από τους σταθμούς για τη μετάδοση διαφημιστικών μηνυμάτων. Εμμέσως στην αγορά μετέχουν οι διαφημιζόμενοι, καθώς από αυτούς γίνεται η επένδυση για διαφήμιση των προϊόντων τους. Οι διαφημιζόμενοι δεν είναι άμεσοι πελάτες της Nielsen, καθώς οι διαφημιστικές εταιρείες/media specialists τους παρέχουν τις υπηρεσίες σχετικές με την τοποθέτηση των διαφημιστικών μηνυμάτων και την ενημέρωση για την απόδοσή τους, με βάση και τα στοιχεία της Nielsen. Η χρήση των στοιχείων αφορά στην εκτίμηση της απόδοσης του τηλεοπτικού προγράμματος. Οι τηλεοπτικοί σταθμοί με τα στοιχεία τηλεθέασης πληροφορούνται, μεταξύ άλλων, πόσο άνθρωποι παρακολούθησαν κάθε πρόγραμμα, πόσο ανταγωνιστικός είναι ο σταθμός και τα επιμέρους προγράμματά του, κλπ. Η έρευνα τηλεθέασης χρησιμοποιείται σε δύο κυρίως τομείς: Πρώτον, στο Τμήμα Προγράμματος, όπου τα στοιχεία χρησιμοποιούνται σε καθημερινή βάση για τον μηνιαίο

και καθημερινό προγραμματισμό (τοποθέτηση μέσα στο ημερήσιο πρόγραμμα) των τηλεοπτικών προγραμμάτων, και μεσοπρόθεσμα για την προμήθεια και το σχεδιασμό νέων προγραμμάτων. Δεύτερον, το Εμπορικό Τμήμα χρησιμοποιεί τα στοιχεία τηλεθέασης για τη δημιουργία του μηνιαίου τιμοκαταλόγου διαφημιστικού χρόνου. Ο τιμοκατάλογος κάθε σταθμού περιλαμβάνει διαφορετική τιμή για κάθε πρόγραμμα, για το διαφημιστικό διάλειμμα πριν και κατά τη διάρκεια του προγράμματος, κλπ. Η μέτρηση τηλεθέασης είναι ένας σημαντικός αλλά όχι ο μοναδικός παράγων που καθορίζει την τιμή του διαφημιστικού διαλλείματος. Ιδιαίτερη σημασία έχει η φύση του προγράμματος (talk show, σήριαλ, ταινία κλπ.) και το περιεχόμενό του, καθώς και η απήχρησή του σε ειδικότερες υποομάδες του πληθυσμού (παιδιά, νέες γυναίκες κλπ.).

5.2.3 Στοιχεία εταιρειών/τηλεοπτικών σταθμών που συνεργάζονται με την εταιρεία Nielsen

Η Επιτροπή σημειώνει ότι η Υπηρεσία απέστειλε ερωτηματολόγια προς τις εταιρείες/τηλεοπτικούς σταθμούς, οι οποίοι συνεργάζονται ή/και συνεργάζονταν στο παρελθόν με την καταγγελλόμενη εταιρεία Nielsen. Πιο κάτω καταγράφονται οι θέσεις τους:

1) {...}:

- Η εταιρεία {...} δραστηριοποιείται στους τομείς της παραγωγής και εκπομπής τηλεοπτικού και ραδιοφωνικού περιεχομένου ειδήσεων, αθλητικών γεγονότων και ψυχαγωγίας, της παροχής συναφών υπηρεσιών προς τρίτους καθώς επίσης και με τη λειτουργία διαδικτυακής πύλης. Η εταιρεία δραστηριοποιείται στην κυπριακή αγορά και ανέφερε ότι οι μετρήσεις τηλεθέασης διεξάγονται από την εταιρεία μετρήσεων τηλεθέασης Nielsen. Η εταιρεία θεωρεί ότι η ποιότητα και η ακρίβεια των μετρήσεων βρίσκεται μέσα στο πλαίσιο των διεθνώς αποδεκτών προδιαγραφών γι' αυτού του είδους την εργασία, εφόσον:
 - Τηρούνται οι προδιαγραφές, οι οποίες έχουν γίνει αποδεκτές από όλα τα μέρη, δηλαδή την ίδια την Nielsen, την ΕΕΕΤ (Επιτροπή Ελέγχου Ερευνών Τηλεθέασης) και τους συντελεστές της αγοράς, δηλαδή τους διαφημιστές, διαφημιζόμενους και τηλεοπτικούς σταθμούς.
 - Οι εμπειρογνώμονες που καλούνται κατά τακτά χρονικά διαστήματα από την ΕΕΕΤ για να ελέγξουν τη λειτουργία της Nielsen, διαβεβαιώνουν για την αξιοπιστία και το αδιάβλητο των μετρήσεων και των αποτελεσμάτων που παράγει.
 - Παρέχει λεπτομερή, καθημερινή ανάλυση της τηλεθέασης τόσο στο σύνολο του πληθυσμού όσο και σε όλες τις βασικές ηλικιακές ομάδες και κατηγορίες με κοινά κοινωνικο-οικονομικά χαρακτηριστικά.
- Η εταιρεία είναι συμβεβλημένη με την AGB - Nielsen από την έναρξη της λειτουργίας της στην Κύπρο, {...}. Θεωρεί δε, ότι η ΕΕΕΤ επιτελεί τα καθήκοντά της και ανταποκρίνεται στο σκοπό για τον οποίο έχει συσταθεί σε πολύ ικανοποιητικό βαθμό, κινούμενη πάντοτε μέσα στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων της, όπως αυτές έχουν καθοριστεί από τα μέλη της. Από το 2012, που ανανεώθηκε το συμβόλαιο της Nielsen με τους πελάτες της στη βάση των αλλαγών που συμφωνήθηκαν μεταξύ όλων των μερών, {...} δεν έχει κανένα πρόβλημα και δεν έχει θέσει οποιοδήποτε θέμα ενώπιον της ΕΕΕΤ σε σχέση με τη λειτουργία ή την ποιότητα ή αξιοπιστία των μετρήσεων της Nielsen.
- Η εταιρεία είχε στο παρελθόν - πριν από την ανανέωση της συμβολαίου της Nielsen με τους πελάτες της- {...}
- {...}. Σε ό,τι αφορά τις έρευνες βάσης, αυτές ανατέθηκαν σε άλλες εταιρείες, αντί της RAI και συμφωνήθηκε ότι θα γίνεται εναλλαγή των εταιρειών αυτών σε καθορισμένο χρονικό διάστημα.
- Η Nielsen ξεκίνησε τις εργασίες της στην Κύπρο, ως AGB το 1998, με δική της πρωτοβουλία κι όχι έπειτα από οποιοδήποτε διεθνή διαγωνισμό. Ως πελάτες συνεβλήθησαν με την εταιρεία όλοι οι ενδιαφερόμενοι, δηλαδή οι τηλεοπτικοί σταθμοί και οι διαφημιστικές εταιρείες. Με τον τρόπο αυτό εξομαλύνθηκε ένα τεράστιο πρόβλημα που υπήρχε στην αγορά τα προηγούμενα χρόνια, όταν η τηλεθέαση μετριόταν με μεθόδους ερευνών υποδεέστερες, σε σχέση με την μεθοδολογία και τις τεχνικές δυνατότητες της AGB, έρευνες των οποίων η αξιοπιστία ετύγχανε διαρκούς αμφισβήτησης.
- Οι όποιες τυχόν επιφυλάξεις σχετικά με την αξιοπιστία των ερευνών της AGB απαντιόνταν από τους εμπειρογνώμονες/ελεγκτές, οι οποίοι παρέδιδαν στην ΕΕΕΤ και σε όλους τους πελάτες λεπτομερή έκθεση με τα ευρήματα και τις εισηγήσεις τους. Κανένα σοβαρό παράπονο εις βάρος της AGB δεν κρίθηκε βάσιμο από τους εμπειρογνώμονες. Επιπλέον, η εξαγορά της AGB από την Nielsen κατέστησε την εταιρεία κορυφαία παγκοσμίως στο αντικείμενο των εργασιών της και ως εκ τούτου, καμία άλλη εταιρεία δεν εκρίθη ως ισάξια της Nielsen ώστε να γίνονται σκέψεις είτε σε επίπεδο πελατών ξεχωριστά είτε σε συλλογικό επίπεδο στο πλαίσιο της λειτουργίας της ΕΕΕΤ για διεθνή μειοδοτικό διαγωνισμό προς αναζήτηση άλλης εταιρίας.
- Περί τα τέλη της δεκαετίας του 2000 - 2010 ανέπτυξε εργασίες μια νέα πολυεθνική εταιρία, η Watch Media, η οποία ακολουθούσε εναλλακτική μέθοδο μετρήσεων τηλεθέασης. Η εταιρία αυτή δεν κατάφερε να εδραιωθεί και να πείσει την κυπριακή τηλεοπτική βιομηχανία ότι θα μπορούσε να ανταγωνιστεί την Nielsen. Με άλλα λόγια η Watch Media στο πειραματικό στάδιο λειτουργίας της στην Κύπρο, δεν κατάφερε να πείσει την αγορά ότι η εφαρμογή της δικής της μεθοδολογίας ήταν περισσότερο ή έστω εξίσου αξιόπιστη με αυτή της Nielsen.
- Περί τα τέλη της ίδιας δεκαετίας άρχισε επίσης να αναπτύσσεται ως ανταγωνίστρια της Nielsen στην Ευρώπη η γερμανική εταιρεία GfK, η οποία αποτάθηκε στην Κυπριακή αγορά το 2011. Το κύρος της GfK και η πρότασή της κρίθηκαν σοβαρές και οι πελάτες της Nielsen αποφάσισαν να συστήσουν μια ad hoc επιτροπή,

αποτελούμενη από αντιπροσώπους των σταθμών και των διαφημιστών, ώστε να εξετάσει με σοβαρότητα την πρόταση της GFK. Ήταν ωστόσο όλων κοινή πεποίθηση και απόφαση ότι η όποια επιλογή έπρεπε να στηριχθεί από όλους, ώστε να μην προκληθεί σύγχυση στην αγορά, με δύο διαφορετικές εταιρίες. Εξάλλου και διεθνώς η ίδια πρακτική ακολουθείται, δηλαδή μία εταιρία μετρά την τηλεθέαση και οι μετρήσεις της γίνονται από όλους αποδεκτές.

- Η αρχική πρόθεση της μεγάλης πλειοψηφίας των πελατών ήταν η μετάβαση από την Nielsen στην GFK, ώστε να δοθεί η ευκαιρία για μια αλλαγή, εφόσον η GFK ήταν μια γοργά ανερχόμενη εταιρία στον τομέα των τηλεμετρήσεων. Ο μόνος εκ των πελατών της Nielsen που διατηρούσε έντονες επιφυλάξεις για την αλλαγή ήταν {...}. Ωστόσο μετά από συζητήσεις που κράτησαν μήνες και έπειτα από διεξοδική μελέτη όλων των προτάσεων αφ' ενός της GFK και αφετέρου της Nielsen, η τελική απόφαση της βιομηχανίας ήταν να παραμείνουν στην Nielsen, εφόσον η τελευταία έκανε αποδεκτούς όλους τους όρους και παρατηρήσεις που τέθηκαν από τους πελάτες της.
- Από τη στιγμή που η Nielsen συγκατένευσε σε όλες τις ποιοτικού τύπου αλλαγές που της ζητήθηκαν, μεγάλη μερίδα των διαφημιστικών εταιριών έκρινε ότι δεν υπήρχε λόγος να αναστατωθεί η αγορά με μια αλλαγή η οποία με κανένα τρόπο δεν μπορούσε εκ προοιμίου να διασφαλίσει ότι θα ήταν προς το καλύτερο, εφόσον καμία από τις δύο εταιρίες δεν θεωρείται περισσότερο αξιόπιστη ή αναξιόπιστη σε σχέση με την άλλη.
- Οι διαφημιστές ωστόσο έδωσαν την ευκαιρία στους μεγάλους τηλεοπτικούς σταθμούς να έχουν τον τελευταίο λόγο, καθώς αυτοί είναι και οι μεγαλύτεροι πελάτες της Nielsen. Πέρα από τη δεδομένη υπέρ της Nielsen θέση {...}, στη συνέχεια τάχθηκε υπέρ της ίδιας εταιρείας και ο Λόγος. Έπειτα από αυτή την εξέλιξη και δεδομένης της θέσης {...} ότι προτιμούσε ομόφωνη απόφαση, διαφορετικά θα ακολουθούσε την απόφαση της συντριπτικής πλειοψηφίας, {...}, προκειμένου να μην προκληθεί αναστάτωση στην αγορά, υποχώρησε από την αρχική θέση που ήταν υπέρ της GFK και συγκατένευσε στην συνέχιση της συνεργασίας με την Nielsen.
- Μέσα από το πιο πάνω ιστορικό, διαφαίνεται, δηλώνει {...}, ότι αφενός μεν δεν υπήρχε αξιόπιστος ανταγωνιστής της Nielsen από το 2004 (δηλαδή μόλις έξι χρόνια μετά την έναρξη της λειτουργίας της Nielsen) μέχρι το τέλος της δεκαετίας του 2000, αφετέρου δε, περί τα τέλη της δεκαετίας του 2000 και αρχές της δεκαετίας του 2010, οι ανταγωνίστριες εταιρίες της Nielsen αποτάθηκαν στην κυπριακή αγορά και οι προτάσεις τους εξετάστηκαν. Συνεπώς δεν τίθεται θέμα μη διεξαγωγής διεθνούς μειοδοτικού διαγωνισμού, διότι δεν κατέστη αναγκαίο κάτι τέτοιο.
- Ως ανταγωνιστικές εταιρείες στον τομέα της τηλεόρασης θεωρούνται οι τηλεοπτικοί σταθμοί, οι οποίοι μεταδίδουν με ανοικτό σήμα. Οι παγκύπριοι τηλεοπτικοί σταθμοί ανοικτού σήματος, όπως αντιγράφηκαν από την επίσημη ιστοσελίδα του Γραφείου Τύπου και Πληροφοριών, με πλήρη στοιχεία επικοινωνίας είναι {...}.
- Η θέση της εταιρείας σε σχέση με την εισήγηση της Λόγος, για τοποθέτηση ανεξάρτητου εμπειρογνώμονα για τον έγκυρο και αμερόληπτο της λειτουργίας της έρευνας τηλεθέασης, είναι ότι ο έλεγχος της Nielsen για το έγκυρο και αμερόληπτο των ερευνών πρέπει να διεξάγεται κατά τακτά χρονικά διαστήματα. Αυτό ακριβώς είναι το αντικείμενο της εργασίας που διεξάγουν σε τακτά χρονικά διαστήματα οι εμπειρογνώμονες που μετακαλεί προς το σκοπό αυτό η ΕΕΕΤ και θεωρεί ότι ο έλεγχος αυτός είναι πλήρης, καθώς αυτός διεξάγεται από εμπειρογνώμονες εγνωσμένου κύρους, που διεξάγουν την ίδια αυτή εργασία και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Αυτοί παραδίδουν στην ΕΕΕΤ και σε κάθε πελάτη της Nielsen ξεχωριστά αναλυτική έκθεση με όλα τα ευρήματα και τις εισηγήσεις τους.
- Αυτό που κατ' ακρίβεια έγινε ήταν ότι η στάθμιση του δείγματος δεν έγινε τον Αύγουστο του 2012, κατά τη συνήθη πρακτική αλλά από την 1^η Ιανουαρίου 2013. Οι συντελεστές της αγοράς, έπειτα από τη διαδικασία εξέτασης των προτάσεων της GFK και της Nielsen - η οποία κατέληξε στην απόφαση να ανανεωθεί η συνεργασία με τη δεύτερη- ζήτησαν από την Nielsen να προχωρήσει σε πλήρη αλλαγή του δείγματος και να συνδυάσει την αλλαγή αυτή τόσο με τα στοιχεία της στατιστικής υπηρεσίας σε σχέση με την απογραφή του πληθυσμού του 2011 όσο και με τις έρευνες βάσης των δύο εταιριών με τις οποίες η Nielsen συνεβλήθη προς αυτό το σκοπό.
- Σε επιστολή του προς τον πρόεδρο της ΕΕΕΤ, ημερομηνίας 12/6/2012, ο διευθυντής της Nielsen συνόψισε τα συμφωνηθέντα μεταξύ της εταιρείας του και των συντελεστών της αγοράς. Στην επιστολή δεν αναφέρεται ρητώς η καθυστέρηση στην αλλαγή της στάθμισης του δείγματος, το μήνα Αύγουστο του 2012, αλλά αυτή υποβάλλεται από την ίδια τη λογική, εφόσον οι αλλαγές που συμφώνησαν οι συντελεστές της αγοράς με τη Nielsen, τον Ιούνιο του 2012, σε σχέση με τη σύνθεση και στάθμιση του δείγματος, ήταν πρακτικώς αδύνατον υλοποιηθούν δύο μήνες αργότερα. Συνεπώς, η εταιρεία θεωρεί ότι η αγορά γνώριζε ότι δεν θα γινόταν η αλλαγή τον Αύγουστο, όχι μόνο από την επιστολή του διευθυντή της Nielsen αλλά και διά των προφορικών συζητήσεων που γίνονταν τότε.
- Προστίθεται ότι ένα εύλογο διάστημα μέχρις ότου παραχθούν αποτελέσματα από τις έρευνες βάσης και βάσει αυτών των ερευνών να γίνει «στρατολόγηση» νέου δείγματος (βάσει της συμφωνίας ανανέωσης της συνεργασίας αγοράς - Nielsen) και ανακατάταξη της στάθμισης βάσει της απογραφής του πληθυσμού, θεωρεί {...} αυτό των έξι μηνών. Για τους λόγους αυτούς λοιπόν θεωρείται εύλογη και δικαιολογημένη η καθυστέρηση από τον Αύγουστο του 2012 στην 1^η Ιανουαρίου 2013.
- Διευκρινίζεται ότι η Στατιστική Υπηρεσία δεν καθορίζει το δείγμα της Nielsen, αλλά διαθέτει τις επίσημες μετρήσεις και πιο ακριβείς πληροφορίες για τον πληθυσμό και τη δημογραφική δομή της χώρας. Είναι επίσης η πιο ανεξάρτητη πηγή. Αυτό γίνεται σε όλες τις προηγμένες χώρες. Μόνο σε χώρες του τρίτου κόσμου που δεν γίνεται αξιόπιστη απογραφή χρησιμοποιούνται άλλες πηγές για υπολογισμό του πληθυσμού και κατ' επέκταση του δείγματος μιας έρευνας. Συνεπώς η Nielsen ορθώς βασίζεται στα στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας προκειμένου να προβαίνει σε στάθμιση του δείγματός της.

2) {...}:

- Η εταιρεία {...} λειτουργεί κυπριακό ιδιωτικό σταθμό Παγκύπριας εμβέλειας. Η εταιρεία θεωρεί ότι η ποιότητα και ακρίβεια των μετρήσεων τηλεθέασης εξαρτάται από τον τρόπο που συλλέγεται το δείγμα νοικοκυριών που συμμετέχουν στην έρευνα. Το δείγμα από το οποίο παρέχονται καθημερινά τα στοιχεία τηλεθέασης αποτελείται από νοικοκυριά που έχουν συμμετάσχει στην έρευνα βάσης και επιλέγονται βάσει συγκεκριμένων διαδικασιών, ώστε να εξασφαλίζεται ότι το δείγμα είναι τυχαίο και η αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος. Η Nielsen ελέγχεται από την ΕΕΕΤ μέσω της Επιτροπής Ελεγκτών της τελευταίας και σύμφωνα με διεθνείς πρακτικές. Τα πορίσματα επιβεβαιώνουν την ορθή εφαρμογή και τήρηση της μεθοδολογίας από την εταιρεία. Οι όποιες μεταβολές στις προδιαγραφές της έρευνας συζητούνται και συμφωνούνται με την ΕΕΕΤ.
- Η ανάλυση τηλεθέασης που γίνεται καθημερινά στο κανάλι με βάση τα στοιχεία της Nielsen έχει μεγάλη ακρίβεια (ανά πρόγραμμα, ανά ζώνη, διαφημιστικό διάλειμμα, διαφημιστική εκστρατεία, ανά λεπτό ανά κοινό, ανά κοινωνικοοικονομική τάξη κτλ). Το λογισμικό που χρησιμοποιείται με το οποίο γίνονται αναλύσεις έχει τη δυνατότητα να παρέχει μεγάλο αριθμό διαφορετικών αναλύσεων και επεξεργασιών των στοιχείων, τα οποία αποστέλλονται καθημερινά. {...} είναι σε μεγάλο βαθμό ικανοποιημένο από το παρόν σύστημα τηλεμέτρησης καθώς παρέχει την πλήρη εικόνα της τηλεθέασης σε καθημερινή βάση. Η εταιρεία έχει συμβληθεί με την Nielsen από την ημέρα έναρξης της λειτουργίας της στην Κύπρο χωρίς να αντιμετωπίζει οποιαδήποτε ουσιαστικά προβλήματα. Το θέμα του δείγματος είναι κάτι που κατά καιρούς προβληματίζει αλλά πάντα σε συνεννόηση με τα άλλα μέλη της ΕΕΕΤ και την εταιρεία Nielsen βρίσκονταν λύσεις. Η ΕΕΕΤ επιτελεί το έργο που καθορίζεται από τη διεθνή πρακτική και βασίζεται στις εκθέσεις των ανεξάρτητων ελεγκτών όσον αφορά τον έλεγχο της εταιρείας παροχής στοιχείων τηλεθέασης. Η εταιρεία θεωρεί ότι η ΕΕΕΤ και οι ανεξάρτητοι ελεγκτές αρκούν ως ασφαλιστικές δικλίδες ελέγχου. Προσπάθεια για κάθοδο άλλης εταιρείας έγινε πριν από τέσσερα χρόνια περίπου αλλά η προσφορά της απορρίφθηκε από τον κλάδο στο σύνολό της.
- Σε σχέση με την αλλαγή στη σύνθεση του δείγματος, η εταιρεία δηλώνει ενήμερη και σύμφωνη όπως καταγράφεται και στα σχετικά πρακτικά, συμφώνησαν όλα τα μέλη. Δηλώνει όμως ότι δεν γνωρίζει γιατί η αναπροσαρμογή έγινε στην 1/1/2013.

3) {...}:

- {...}. {...} έχει σαν κύρια δραστηριότητα την παραγωγή και μετάδοση τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών προγραμμάτων στο κοινό, {...}.
- Η συνεργασία με την AGB άρχισε {...} και {...} είναι ικανοποιημένος με το παρόν σύστημα τηλεμέτρησης. Ο ρόλος της ΕΕΕΤ είναι σημαντικός αφού τα μέλη της ενημερώνονται για σημαντικές αλλαγές στο δείγμα/αριθμό μηχανών και υποβάλλουν παρατηρήσεις/ερωτήματα προς την Nielsen. Επίσης έχουν επαφή με τους ελεγκτές που τους ενημερώνουν για τα αποτελέσματα του ελέγχου τους. Δεν υπάρχει άλλη εταιρεία στην Κύπρο που παρέχει τις συγκεκριμένες υπηρεσίες και {...} δεν μπορεί μεμονωμένα να προβεί σε {...} διαγωνισμό λόγω κόστους. Οι υφιστάμενοι έλεγχοι και η χρήση στοιχείων της Στατιστικής Υπηρεσίας διασφαλίζουν την ορθότητα και αξιοπιστία των στοιχείων της Nielsen.

4) {...}:

- {...} είναι κυπριακός ιδιωτικός σταθμός Παγκύπριας εμβέλειας {...}.
- {...}.
- {...}.
- Ως ανταγωνιστές της στην κυπριακή αγορά αναφέρει τους τηλεοπτικούς σταθμούς {...}.
- {...}.
- Τέλος, {...} θεωρεί ότι η Στατιστική Υπηρεσία είναι μια ανεξάρτητη Υπηρεσία και άρα το δείγμα της είναι αντικειμενικό.
- Σύμφωνα με {...}, ο τιμοκατάλογος για διαφημίσεις του καναλιού γίνεται με βάση το κόστος ανά πρόγραμμα. Σε σχετική ερώτηση της Υπηρεσίας, αναφορικά με το κατά πόσο θεωρεί απαραίτητες τις μετρήσεις τηλεθέασης για τη λειτουργία του σταθμού, {...} απάντησε ότι οι μετρήσεις είναι απαραίτητες για να μπορεί το εμπορικό τμήμα του καναλιού να διεκδικήσει μέρος της διαφημιστικής δαπάνης.

6. ΣΧΕΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

6.1 Σχετική Αγορά Προϊόντος/Υπηρεσίας

Σύμφωνα με την ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής αναφορικά με τον τρόπο οριοθέτησης της σχετικής αγοράς για σκοπούς του ενωσιακού δικαίου του ανταγωνισμού (97/C 372/03):

«η αγορά του σχετικού προϊόντος περιλαμβάνει όλα τα προϊόντα ή και τις υπηρεσίες που είναι δυνατό να εναλλάσσονται ή να υποκαθίστανται αμοιβαία από τον καταναλωτή, λόγω των χαρακτηριστικών, των τιμών και της χρήσης για την οποία προορίζονται»¹.

¹ Βλ. Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τον καθορισμό της σχετικής αγοράς, ΕΕ C 372 της 3.12.1997.

Η εναλλαξιμότητα ή η υποκατάσταση δεν εκτιμάται μόνον από την άποψη των αντικειμενικών χαρακτηριστικών των σχετικών προϊόντων και υπηρεσιών, αλλά λαμβάνονται κυρίως υπόψη οι συνθήκες ανταγωνισμού και η διάρθρωση της ζήτησης και προσφοράς στην αγορά.²

Με τον ορισμό της σχετικής αγοράς προσδιορίζονται τα όρια εντός των οποίων ασκείται ο ανταγωνισμός μεταξύ επιχειρήσεων και καθορίζεται το πλαίσιο εντός του οποίου εφαρμόζεται η εθνική και η ενωσιακή πολιτική ανταγωνισμού. Επίσης, κύριος σκοπός του προσδιορισμού της σχετικής αγοράς είναι να διαπιστώσει η Επιτροπή τους ανταγωνιστικούς περιορισμούς τους οποίους αντιμετωπίζουν οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις. Προκειμένου δε, περί εφαρμογής του άρθρου 6(1) του Νόμου, ο ορισμός της αγοράς αποτελεί αναγκαία προϋπόθεση για να εξεταστεί αν υπάρχει δεσπόζουσα θέση σε αυτήν την αγορά.

Η Επιτροπή, λαμβάνοντας υπόψη τα στοιχεία του διοικητικού φακέλου, σημειώνει ότι σύμφωνα με την καταγγέλλουσα εταιρεία, η σχετική αγορά είναι αυτή της μέτρησης τηλεοπτικών προγραμμάτων. Η εταιρεία Nielsen είναι η εταιρεία στην οποία έχει ανατεθεί από τους τηλεοπτικούς σταθμούς το αποκλειστικό δικαίωμα να διενεργεί μετρήσεις τηλεθέασης, προκειμένου να καθορίζονται τα μερίδια τηλεθέασης του κάθε τηλεοπτικού σταθμού.

Σύμφωνα με την καταγγελλόμενη εταιρεία, η αγορά στην οποία αυτή δραστηριοποιείται είναι «η Έρευνα Αγοράς». Ως μέρος αυτής της αγοράς περιλαμβάνεται και η υπο-αγορά Μέτρησης Τηλεθέασης (διεθνώς γνωστή ως television audience measurement ("TAM"), η οποία, σύμφωνα με σχετικές αποφάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, φαίνεται να αποτελεί ξεχωριστή αγορά από τις υπόλοιπες υπηρεσίες μετρήσεων μέσω μαζικής επικοινωνίας. Σχετικές είναι οι αποφάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στις υποθέσεις συγκεντρώσεων *Case No COMP/M.5232 - WPP / TNS* και *Case No COMP/M.3512 - VNU/WPP / JV*.

Η Επιτροπή, μελετώντας την απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής *VNU/WPP/JV*, σημειώνει τα κάτωθι που αναφέρθηκαν αναφορικά με τη σχετική αγορά της εν λόγω συγκέντρωσης:³

"8. [...] TAM (television audience measurement) involves the estimation of nationwide or local television audiences and provides information on the percentage of a given population group viewing a channel during a particular time interval. There are basically two models for the provision of TAM services. (1) The industry concerned sets up an organisation which selects a TAM service provider and negotiates the terms of the supply of data. In general, the organisation has the ownership of the data and sells them to third parties. If the organisation is set up by TV stations, media buyers and advertisers, it is called Joint Industry Committee (JIC). In the JIC model, the TV stations usually hold the majority. Where the organisation is set up only by TV stations, it is called a Media Owner (MO) model. (2) The TAM service provider sets up and operates TAM services on his own account. In this Proprietary Service (PS) model, the service provider retains the ownership of the data and supplies them to several different customers on the basis of individual contracts.

9. In a previous decision,⁴ the Commission defined a market for media measurement services, but left open whether specific media (television, internet, broadcast etc.) form separate markets. From the demand side perspective, there seems to be no substitutability between the different media. TV companies or media buyers need information on television audiences and cannot replace them by information on audiences of other media. The market investigation confirmed that the provision of TAM services forms a separate market within the broader industry of media measurement services. Replies did not suggest substitutability between TAM services and other media measurement services.

10. The provision of TAM services includes several tasks such as the establishment of the monitoring panel, installation of data collection equipment, monitoring and collection of data, data analysis and supply of analysis software. Usually, the tasks are offered in a bundle, but the establishment of the monitoring panel and the supply of analysis software are sometimes sub-contracted. Replies to the market investigation indicate that the supply of analysis software is not perceived as part of the TAM services provision as such, but rather as downstream service."

Με τον ίδιο τρόπο η Ευρωπαϊκή Επιτροπή απεφάνθη και στην απόφασή της *WPP/TNS*.⁵

Δεδομένων των πιο πάνω, η Επιτροπή ομόφωνα καταλήγει ότι στην υπό εξέταση καταγγελία, η σχετική αγορά προϊόντων/υπηρεσιών αφορά την Μέτρηση Τηλεθέασης Τηλεοπτικών Προγραμμάτων ή πιο συνοπτικά την Μέτρηση Τηλεθέασης.

6.2 Σχετική Γεωγραφική Αγορά

Σύμφωνα με την Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, όσον αφορά τον προσδιορισμό της σχετικής αγοράς για σκοπούς του κοινοτικού δικαίου του ανταγωνισμού,

«η 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 σημαντικά.»⁶

Στην υπό εξέταση καταγγελία, η Επιτροπή σημειώνει ότι σύμφωνα με την καταγγελλόμενη εταιρεία, ο γεωγραφικός ορισμός της αγοράς για την Μέτρηση Τηλεθέασης πρέπει να περιλαμβάνει όλες τις εταιρείες που δραστηριοποιούνται παγκοσμίως στον τομέα αυτό και αυτό γιατί η τηλεοπτική αγορά κάθε χώρας επιλέγει έναν προμηθευτή για τη συγκεκριμένη υπηρεσία και στην επιλογή αυτή μετέχουν δυνητικά όλες οι εταιρείες που έχουν την τεχνολογία από οποιαδήποτε χώρα. Οι κυριότερες από αυτές τις εταιρείες είναι οι GFK (Germany), Kantar Media-TNS (UK), Mediametrie (France). Περαιτέρω αναφέρεται η απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής *VNU/WPP/JV*⁷ στην οποία καταγράφηκε:-

² Υπόθεση 322/81, *NV Nederlandshe Banden Industrie Michelin κατά Επιτροπής*, Συλλογή της Νομολογίας του Δικαστηρίου 1983 σελ.3461, παρ.37.

³ Απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής της 15/09/2004, *VNU / WPP / JV* (COMP/M.3512).

⁴ Απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, *VNU/ACNielsen* (COMP/M.2291), [2001], L-2985.

⁵ Απόφαση της Επιτροπής της 23/09/2008, *WPP / TNS* (COMP/M.5232), EE C 83 της 7.4.2009, σ. 18.

⁶ *Supra* υποσ. 1, Ανακοίνωση Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τον καθορισμό της σχετικής αγοράς.

⁷ Βλ. *supra* υποσ. 3.

“13. The contracts for TAM services are awarded on a national level, the demand side itself is organised on a national level (in particular the TV stations) and the data are needed on a national level because consumption trends still tend to differ from country to country. The market investigation has confirmed that most of the customers ask for data on a national level. However, in the case of tenders to provide TAM services, the conditions for competition to win a new contract are relatively homogenous within Europe. The market test confirmed that all companies currently active in this field in Europe can participate in a bid and are seen as credible suppliers. For the purpose of this case, it can therefore be concluded that the relevant geographic market on which the companies compete to win contracts for the supply of TAM services is European.

14. The parties submit that the market for TAM analysis software is national in scope given that software requirements and licensing conditions vary from country to country. Some replies in the market investigation suggest a wider geographic scope.”

Παρόμοια σχόλια έγιναν από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στην υπόθεση *WPP / TNS*⁸:

“37. In its decision on case VNU/WPP/JV the Commission concluded that the geographic scope of the market for the supply of TAM services is EEA-wide. The notifying party submits that the supply of TAM and other measurement services, such as RAM and PRINT, is international in scope, and that for the purposes of assessing the proposed transaction, it should be considered as being EEA-wide. On the demand side, the market investigation has confirmed that TAM services are provided on a national basis. Even though demand is national in scope, the market investigation confirmed that competition to win a new contract takes place at the EEA-level. It can thus be concluded, in line with precedent, that the market for the supply of TAM services is EEA-wide.”

Περαιτέρω, η Επιτροπή επισημαίνει ότι στην απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής *VNU/ACNielsen*,⁹ αν και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δεν κατέληξε σχετικά με τη γεωγραφική αγορά της συγκέντρωσης, ανέφερε τα εξής:

“29. The parties submit that the markets for marketing data services are organised on a national basis because (i) consumption trends for retail products remain essentially national in view of significant economic and cultural differences between consumers in different countries; (ii) data needs to be obtained at national level (for instance through contracts with retail stores or through national consumer panels); (iii) certain services (such as television audience measurement) are offered through contracts awarded on a national basis and finally (iv) because the retail, distribution, advertising and media industries are themselves organised on a national basis and are essentially interested in measuring consumers' behaviour and assessing competitors' marketing efforts on the same geographical basis.

30. Most third parties have confirmed that they consider the different markets for marketing data services to be national in scope. Some third parties, however, have indicated that the geographic markets may in the future become wider than national, and possibly European-wide, because consuming patterns tend to be more and more homogeneous across Europe.”

Επομένως, η Επιτροπή, στη βάση των όσων προαναφέρθηκαν, καταλήγει ότι στην υπό εξέταση καταγγελία, με βάση τη ζήτηση, την παρεχόμενη υπηρεσία, τον εθνικό χαρακτήρα των δεδομένων και του υπογραφέντος συμβολαίου και την ανάγκη για τοπική παρουσία, η σχετική γεωγραφική αγορά της μέτρησης τηλεθέασης τηλεοπτικών προγραμμάτων, αφορά την τηλεθέαση στην Κύπρο και προσδιορίζεται ως η επικράτεια της Κυπριακής Δημοκρατίας.

6.3 Δομή Αγοράς

Σύμφωνα με την εταιρεία Λόγος, η εταιρεία Nielsen είναι η εταιρεία στην οποία έχει ανατεθεί από τους τηλεοπτικούς σταθμούς το αποκλειστικό δικαίωμα να διενεργεί μετρήσεις τηλεθέασης, προκειμένου να καθορίζονται τα μερίδια τηλεθέασης του κάθε τηλεοπτικού σταθμού. Ο καθορισμός των μεριδίων τηλεθέασης είναι ο καθοριστικός παράγοντας στη βάση του οποίου επέρχεται η τιμολόγηση του διαφημιστικού χρόνου. Η συνολική διαφημιστική δαπάνη για το έτος 2013, σύμφωνα με στοιχεία της εταιρείας Nielsen, ανήλθε στα 30 εκατομμύρια Ευρώ και η αγορά τηλεοπτικών προγραμμάτων στα 20 εκατομμύρια Ευρώ. Οι άμεσοι ανταγωνιστές της Λόγος (Mega) είναι οι τηλεοπτικοί σταθμοί PIK, ΣΙΓΜΑ και ANΤ1.

Η καταγγέλλουσα εταιρεία δηλώνει ότι, η εταιρεία Nielsen είναι η μοναδική εταιρεία στην Κύπρο, η οποία πραγματοποιεί μετρήσεις τηλεθέασης, χωρίς να υπάρχει κάποιος άλλος ανταγωνιστής που να παρέχει την ίδια ή κάποια άλλη υποκατάστατη μέθοδο. Κατά συνέπεια, η εταιρεία Nielsen είναι ο μοναδικός παροχέας τέτοιων μετρήσεων. Επιπρόσθετα προς τα εγχώρια προγράμματα αγοράζονται επίσης από Ελλάδα ή άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή τις ΗΠΑ ή και διεθνώς.

Σύμφωνα με τις δηλώσεις της Nielsen, τον Μάρτιο του 2009, η ανταγωνιστική εταιρεία Watch Media ξεκίνησε δραστηριότητα στην Κύπρο χρησιμοποιώντας σύστημα με «ρολόγια» τα οποία κατέγραφαν τηλεθέαση και ακροαματικότητα ραδιοφώνου. Η υπηρεσία παρέχονταν για 2 περίπου χρόνια, παράλληλα με τη μέτρηση της Nielsen.

Τον Νοέμβριο του 2011, η Watch Media σε συνεργασία με την GFK υπέβαλε ανταγωνιστικές (σε αυτή της Nielsen) προτάσεις για την μέτρηση τηλεθέασης, προτείνοντας παρόμοια μεθοδολογία. Η προσφορά απευθυνόταν στο σύνολο της αγοράς (δηλ. στους τηλεοπτικούς σταθμούς και στις διαφημιστικές εταιρείες) και ως αποτέλεσμα ξεκίνησε μία ανταλλαγή προσφορών από την Watch Media και την Nielsen αντίστοιχα που κατέληξε στην διαμόρφωση της τελικής προσφοράς της Nielsen τον Απρίλιο 2012, η οποία και περιέλαβε όχι μόνο το κόστος, αλλά και προδιαγραφές της έρευνας.

Τον Απρίλιο του 2012, σύμφωνα και με τις απαιτήσεις της αγοράς, η Nielsen προέβη στην τελική της προσφορά, τα βασικά στοιχεία της οποίας ήταν:

⁸ Βλ. *supra* υποσ. 5.

⁹ Βλ. *supra* υποσ. 4.

- ο Νέα προσφορά κόστους για την υπηρεσία.
- ο Αλλαγή του τρόπου διεξαγωγής της έρευνας βάσης.
- ο Εφαρμογή των στοιχείων του πληθυσμού της απογραφής 2011. Είναι αυτή ακριβώς η δέσμευση, η οποία σύμφωνα με την Nielsen, ήταν απαίτηση του συνόλου της αγοράς που επέβαλε την αλλαγή των πληθυσμών αναφοράς την 1/1/2013.

Τον Ιούνιο του 2012, η πρόταση έγινε αποδεκτή από το σύνολο της αγοράς.

Επιπλέον, η Nielsen αναφέρει ότι η μέτρηση τηλεθέασης σε όλες τις αναπτυσσόμενες αγορές διεξάγεται με την μέθοδο «people meters». Παγκοσμίως υπάρχουν 4-5 εταιρείες που κατέχουν την τεχνογνωσία και την τεχνολογική δυνατότητα να διεξάγουν τέτοιες μετρήσεις. Η Nielsen είναι ο παγκόσμιος ηγέτης στον τομέα αυτό διεξάγοντας την μέτρηση τηλεθέασης σε 35 χώρες μεταξύ των οποίων οι ΗΠΑ, η Κίνα, η Αυστραλία, η Ιταλία κ.λ.π.

Παρότι μεταξύ των εταιρειών που διεξάγουν την μέτρηση υπάρχουν τεχνολογικές διαφορές, η βασική μεθοδολογία είναι η ίδια και περιγράφεται αναλυτικά στο βιβλίο «Television Peoplemeters in Europe» του Dr Toby Syfret.

Περαιτέρω, η Επιτροπή σημειώνει ότι η ΕΕΕΤ έχει συσταθεί το 1999 με στόχο την εποπτεία της έρευνας. Απαρτίζεται κυρίως από τους εκπροσώπους του Συνδέσμου Διαφημιζόμενων Κύπρου (ΣΔΚ), του Συνδέσμου Διαφημιστικών Επιχειρήσεων Κύπρου (ΣΔΕΚ), και των τηλεοπτικών σταθμών που είναι συνδρομητές των υπηρεσιών που η Nielsen προσφέρει στην Κυπριακή αγορά. Η ΕΕΕΤ ενημερώνεται σε τακτική βάση για την τήρηση των προδιαγραφών και των παραμέτρων της έρευνας (μέγεθος και κατανομή δείγματος, αντικαταστάσεις κτλ). Επιπλέον μπορεί να ορίζει ως ελεγκτές ξένους εμπειρογνώμονες που διεξάγουν σε σταθερή βάση ελέγχους της έρευνας.

Ως εκ τούτου, στη σχετική αγορά δραστηριοποιείται η εταιρεία παροχής Μετρήσεων Τηλεθέασης Nielsen και πελάτες αυτής είναι οι τηλεοπτικοί σταθμοί PIK, ANT1, SIGMA, MEGA, και PLUS (μέχρι το 2013).

6.4 Αριθμός του δείγματος

Η Επιτροπή σημειώνει ότι σε απάντηση σχετικού ερωτήματος της Υπηρεσίας, η εταιρεία Nielsen απέστειλε ενδεικτικά πίνακα με συγκεκριμένα παραδείγματα Ευρωπαϊκών χωρών, αναφορικά με τον μετρούμενο πληθυσμό (σε άτομα και νοικοκυριά), το μέγεθος του δείγματος (σε άτομα και νοικοκυριά) καθώς και την εταιρεία που παρέχει την υπηρεσία σε κάθε χώρα αντίστοιχα. Στον Πίνακα αυτό, δεν αναγράφεται ποια περίοδο αφορούν τα στοιχεία αυτά. Η Επιτροπή επεξεργάστηκε τα στοιχεία που δόθηκαν και υπολόγισε το ποσοστό δείγματος ατόμων σε σχέση με το συνολικό πληθυσμό και το ποσοστό δείγματος νοικοκυριών σε σχέση με το σύνολο των νοικοκυριών.

Πίνακας 1: Στοιχεία δειγμάτων από Ευρωπαϊκές Χώρες και υπολογισμός ποσοστού δείγματος ατόμων σε σχέση με τον πληθυσμό και ποσοστού δείγματος νοικοκυριών σχέση με το σύνολο των νοικοκυριών.

Countries	Total population	Tv Households	Panel Size/Persons	Panel Size Households	Company	Ποσοστό δείγματος ατόμων σε σχέση με τον συνολικό πληθυσμό	Ποσοστό δείγματος νοικοκυριών σε σχέση με το σύνολο των νοικοκυριών
Belgium National	10.341.000	4.580.000	3.665	1.532	CIM/GFK	0,000354	0,000334
Belgium North	5.937.000	2.550.000	1.860	766	CIM/GFK	0,000313	0,000300
Belgium South	4.404.000	2.030.000	1.805	766	CIM/GFK	0,000410	0,000377
Croatia	4.090.004	1.506.885	2.100	885	Nielsen Television Audience Measurement	0,000513	0,000587
France	59.093.000	27.134.000	11.489	5.006	Mediametrie	0,000194	0,000184
Germany	72.358.000	37.028.000	10.500	5.000	AGF/GFK	0,000145	0,000135
Greece	10.137.656	4.134.157	3.638	1.403	Nielsen Television Audience Measurement	0,000359	0,000339

Hungary	9.027.531	3.945.728	2.500	1.050	Nielsen Television Audience Measurement	0,000277	0,000266
Italy	58.629.109	24.888.923	14.590	5.697	Nielsen Television Audience Measurement	0,000249	0,000229
Portugal	9.684.300	3.869.000	3.300	1.100	CAEM	0,000341	0,000284
Spain	44.444.472	17.433.346	11.758	4.625	Kantar Media	0,000265	0,000265
UK	58.490.000	26.200.000	12.000	5.100	Barb/Kantar Media	0,000205	0,000195

source: Eurodata TV Worldwide

Στη συνέχεια, η Επιτροπή υπολόγισε τα αντίστοιχα ποσοστά για την Κύπρο με βάση στοιχεία που υπήρχαν στις συμβάσεις παροχής στοιχείων τηλεθέασης και υπηρεσιών.

Συγκεκριμένα, στο σημείο της ταυτότητα δείγματος αναφέρεται ότι από την 1^η Ιουλίου 2013 το δείγμα της έρευνας τηλεθέασης της Nielsen θα αποτελείται από 375 νοικοκυριά στις ελεύθερες περιοχές της Κύπρου επί του συνόλου 302.884 νοικοκυριών μόνιμης κατοικίας. Σε άλλη σύμβαση στο αντίστοιχο κομμάτι για την ταυτότητα δείγματος αναφερόταν ότι από την 1^η Αυγούστου 2011 το δείγμα της έρευνας τηλεθέασης της Nielsen θα αποτελείται από 450 νοικοκυριά στις ελεύθερες περιοχές της Κύπρου επί του συνόλου 276.600 νοικοκυριών μόνιμης κατοικίας. Το ίδιο δείγμα με το 2011 υφίστατο και από την 1^η Αυγούστου 2010, ήτοι 450 νοικοκυριά στις ελεύθερες περιοχές της Κύπρου επί του συνόλου 276.600 νοικοκυριών μόνιμης κατοικίας.

Πίνακας 2: Υπολογισμός δείγματος νοικοκυριών σε σχέση με το σύνολο των νοικοκυριών της Κύπρου

Ημερομηνία	Panel Size Households	Tv Households	Ποσοστό δείγματος νοικοκυριών σε σχέση με το σύνολο των νοικοκυριών της Κύπρου
1/8/2010	450	276.600	0,001626898
1/8/2011	450	276.600	0,001626898
1/7/2013	375	302.884	0,001238098

Η Επιτροπή επισημαίνει ότι η σύγκριση μεταξύ των Πινάκων 1 και 2 φανερώνει ότι το ποσοστό δείγματος νοικοκυριών σε σχέση με το σύνολο των νοικοκυριών της Κύπρου είναι πολύ υψηλότερο σε σχέση με όλες τις Ευρωπαϊκές χώρες που παρουσιάζονται στον Πίνακα 1.

7. ΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

7.1 Έννομο συμφέρον

Βάσει του άρθρου 35(1) και (2) του Νόμου, δικαίωμα καταγγελίας πιθανών παραβάσεων του Νόμου, έχει οποιοδήποτε φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο έχει έννομο προς τούτο συμφέρον. Η Επιτροπή, ως το αρμόδιο διοικητικό όργανο, οφείλει να διαπιστώσει κατά πόσο η εταιρεία Λόγος έχει έννομο συμφέρον να προβεί στην πιο πάνω καταγγελία, ήτοι κατά πόσο υπέστη ή κατά πόσο υπάρχει σοβαρός ή πιθανός κίνδυνος να υποστεί αισθητή οικονομική βλάβη ή να τεθεί σε μειονεκτική θέση στον ανταγωνισμό, ως άμεσο αποτέλεσμα της παράβασης.

Στη συγκεκριμένη περίπτωση, στη βάση των στοιχείων του διοικητικού φακέλου της υπόθεσης, διαφαίνεται ότι η εταιρεία Λόγος συνάπτει για πολλά έτη συμφωνίες συνεργασίας με την καταγγελλόμενη εταιρεία, η οποία παρέχει την υπηρεσία διεξαγωγής μετρήσεων και αποστολής των σχετικών δεδομένων προς την τηλεοπτική αγορά. Περαιτέρω, σύμφωνα με τους ισχυρισμούς της Λόγος στην καταγγελία της, η αλλαγή στη σύνθεση του δείγματος τηλεμέτρησης κατά ή περί την 1/1/2013, είχε ως αποτέλεσμα τα πραγματοποιηθέντα διαφημιστικά έσοδα της να ήταν πολύ μικρότερα από τα αναμενόμενα και ο σταθμός να υποστεί σημαντικές απώλειες εσόδων.

Επομένως, η εταιρεία Λόγος, στο πλαίσιο της συνεργασίας της με την εταιρεία Nielsen, είναι δυνατόν να επηρεάζεται άμεσα ή/και έμμεσα από οποιαδήποτε πολιτική που ενδεχομένως εφαρμόζει η καταγγελλόμενη εταιρεία και εφόσον υπάρχει κίνδυνος σοβαρής οικονομικής βλάβης της καταγγέλλουσας με επιπτώσεις και στον ελεύθερο ανταγωνισμό, είχε έννομο συμφέρον να προβεί στην υπό εξέταση καταγγελία.

7.2 «Επιχείρηση»

Το άρθρο 2 του Νόμου ορίζει ως «επιχείρηση» κάθε φορέα που ασκεί οικονομική δραστηριότητα ανεξάρτητα από το νομικό καθεστώς που τον διέπει και τον τρόπο χρηματοδότησής του.

Σύμφωνα και με τη νομολογία του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης (εφεξής το «ΔΕΕ»), η έννοια επιχείρηση, στο πλαίσιο του ανταγωνισμού συμπεριλαμβάνει «κάθε οντότητα που ασκεί οικονομικής ή εμπορικής φύσεως δραστηριότητες», ανεξάρτητα από τη νομική της υπόσταση και τον τρόπο με τον οποίο χρηματοδοτείται.¹⁰ Επιπλέον, το ΔΕΕ έχει αποφανθεί ότι ο όρος «οικονομικής φύσεως δραστηριότητα», εφαρμόζεται σε οποιαδήποτε δραστηριότητα που έχει σχέση με την προσφορά αγαθών και/ή υπηρεσιών σε συγκεκριμένη αγορά, ανεξάρτητα από το νομικό καθεστώς που την διέπει και τον τρόπο της χρηματοδότησής της και η οικονομική δραστηριότητα συνίσταται σε κάθε δραστηριότητα προσφοράς αγαθών ή υπηρεσιών σε δεδομένη αγορά.¹¹

Η Επιτροπή παρατηρεί ότι, η καταγγελλόμενη αποτελεί εταιρεία, η οποία παρέχει υπηρεσίες Μέτρησης Τηλεθέασης. Προς τούτο συνάπτει συμφωνίες οικονομικής φύσεως με τηλεοπτικούς σταθμούς για τη διενέργεια μετρήσεων τηλεθέασης προκειμένου να καθορίζονται τα μερίδια τηλεθέασης του κάθε τηλεοπτικού σταθμού, ο οποίος θεωρείται σημαντικός παράγοντας στη βάση του οποίου ετέρχεται η τιμολόγηση του διαφημιστικού χρόνου. Ως εκ τούτου ασκεί οικονομικής φύσεως δραστηριότητες.

Με βάση τα ανωτέρω, η Επιτροπή ομόφωνα καταλήγει ότι, η εταιρεία Nielsen χαρακτηρίζεται ως επιχείρηση, σύμφωνα με τον ορισμό που δίδει ο Νόμος, εφόσον η διενέργεια των μετρήσεων τηλεθέασης συνιστά οικονομικής φύσεως δραστηριότητα.

7.3 Παραβάσεις του Νόμου

7.3.1 Άρθρο 6(1) του Νόμου

Υπό το πρίσμα των ισχυρισμών της καταγγέλουσας εταιρείας, η Επιτροπή επικέντρωσε την προσοχή της στις πρόνοιες του άρθρου 6(1) του Νόμου, το οποίο καθορίζει τα κάτωθι:

6.-(1) Απαγορεύεται η καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης μιας ή περισσότερων επιχειρήσεων, που κατέχει ή κατέχουν δεσπίζουσα θέση στο σύνολο ή μέρος της εγχώριας αγοράς ενός προϊόντος, ιδιαίτερα εάν η πράξη αυτή έχει ως αποτέλεσμα ή ενδεχόμενο αποτέλεσμα -

(α) τον άμεσο ή έμμεσο καθορισμό αθέμιτων τιμών αγοράς ή πώλησης ή άλλων μη θεμιτών υπό τις περιστάσεις όρων συναλλαγής

(β) τον περιορισμό της παραγωγής ή της διάθεσης ή της τεχνολογικής ανάπτυξης, προς ζημιά των καταναλωτών

(γ) την εφαρμογή ανόμοιων όρων για ισοδύναμες συναλλαγές, με συνέπεια ορισμένες επιχειρήσεις να τίθενται σε μειονεκτική στον ανταγωνισμό θέση

(δ) την εξάρτηση της σύναψης συμφωνιών από την αποδοχή εκ μέρους των αντισυμβαλλόμενων πρόσθετων υποχρεώσεων, οι οποίες, εκ της φύσεώς τους ή σύμφωνα με τις εμπορικές συνήθειες, δεν έχουν σχέση με το αντικείμενο των συμφωνιών αυτών.

7.3.1.1 Δεσπίζουσα θέση

Σύμφωνα με τον ορισμό που δίδεται στο άρθρο 2 του Νόμου, ο οποίος πηγάζει από την Ενωσιακή νομολογία, δεσπίζουσα θέση «περιλαμβάνει τη θέση οικονομικής δύναμης που απολαμβάνει η επιχείρηση, που την καθιστά ικανή να παρακωλύει τη διατήρηση αποτελεσματικού ανταγωνισμού στη σχετική αγορά και της επιτρέπει να ενεργεί σε αισθητό βαθμό ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές και τους πελάτες της και σε τελική ανάλυση ανεξάρτητα από τους καταναλωτές».¹² Βασικό στοιχείο της έννοιας της δεσπίζουσας θέσης είναι η ύπαρξη οικονομικής ισχύος, η οποία παρέχει στη δεσπίζουσα επιχείρηση ευχέρεια ανεξάρτητης συμπεριφοράς, την αποδεδειγμένη δηλαδή από τους περιορισμούς που υπάρχουν σε μια ανταγωνιστική αγορά.

Εξετάζοντας το θέμα από τη σκοπιά του άρθρου 6(1), θα πρέπει να διευκρινισθεί σε πρώτο στάδιο κατά πόσο η καταγγελλόμενη εταιρεία Nielsen κατέχει δεσπίζουσα θέση στη σχετική αγορά της μέτρησης τηλεθέασης τηλεοπτικών προγραμμάτων στην κυπριακή επικράτεια, ως έχει ορισθεί ανωτέρω, ώστε να προχωρήσει η Επιτροπή στην εξέταση της στοιχειοθέτησης ή όχι της ύπαρξης οποιασδήποτε κατάχρησης από μέρους της.

Σύμφωνα με τη νομολογία του ΔΕΕ, πολύ υψηλά μερίδια αγοράς, πλην εξαιρετικών περιπτώσεων, είναι αρκετά για την απόδειξη ύπαρξης δεσπίζουσας θέσης. Μία επιχείρηση που διαθέτει πολύ υψηλό μερίδιο αγοράς για αρκετό χρονικό διάστημα βρίσκεται, λόγω του μεριδίου αυτού, σε κατάσταση ισχύος που την καθιστά υποχρεωτικό συνέταιρο και της εξασφαλίζει την ελευθερία συμπεριφοράς (freedom of action) έναντι των ανταγωνιστών που χαρακτηρίζει την επιχείρηση με δεσπίζουσα θέση.¹³ Αντίθετα, όταν επιχείρηση δεν κατέχει μονοπωλιακή θέση στην αγορά, αλλά κατέχει ένα ποσοστό της τάξεως του 40-50% (μερίδιο αγοράς), θεωρείται ότι αποτελεί μία αξιόπιστη αλλά όχι επαρκή ένδειξη ύπαρξης δεσπίζουσας θέσης και, επομένως, απαιτείται να ληφθούν υπόψη και άλλοι παράγοντες, προκειμένου να θεμελιωθεί η ύπαρξη δεσπίζουσας θέσης.¹⁴

Το υψηλό μερίδιο αγοράς που μπορεί να κατέχει μια επιχείρηση στην αγορά θα μπορούσε πολύ γρήγορα να εξανεμιστεί, αν η αγορά είναι ανοιχτή και δεν υπάρχουν εμπόδια για την είσοδο άλλων ανταγωνιστών. Πρέπει, κατά συνέπεια, για να

¹⁰ Υπόθεση C-41/90, *Hofner & Elsnher v. Macrotron*, [1991] ECR I-1979; Υπόθεση 170/83, *Hydrotherm v. Compact*, [1984] ECR 2999.

¹¹ *Ibid.*

¹² *Supra* υποσ. 2, Υπόθεση C-322/81.

¹³ Υπόθεση 85/76, *Hoffmann- La Roche & Co. AG v. Commission*, [1979] ECR 461.

¹⁴ Υπόθεση 62/86, *Akzo Chemie κατά Επιτροπής*, [1991] Συλλογή της Νομολογίας 1991 I-03359, παρά.60-61.

διαπιστωθεί η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης στην υπό εξέταση υπόθεση να ληφθεί υπόψη ο δυνητικός ανταγωνισμός και να εξετασθούν πιθανά εμπόδια και περιορισμοί εισόδου νέων ανταγωνιστών στην αγορά, η ύπαρξη των οποίων απαγορεύει την αναδιάρθρωση και ανακατανομή της αγοράς σε σύντομο χρονικό διάστημα.

Η Επιτροπή, λαμβάνοντας υπόψη όλα τα στοιχεία που δόθηκαν από τα εμπλεκόμενα μέρη της υπόθεσης, ομόφωνα καταλήγει ότι η καταγγελλόμενη εταιρεία κατέχει μονοπωλική θέση, εφόσον είναι η μοναδική εταιρεία που πραγματοποιεί μετρήσεις τηλεθέασης τηλεοπτικών προγραμμάτων στην επικράτεια της Κυπριακής Δημοκρατίας για τα τελευταία 18 έτη (από το 1998).

7.3.1.2 Κατάχρηση Δεσπόζουσας Θέσης

Σύμφωνα με τον Νόμο καθώς και με την πάγια νομολογία του ΔΕΕ, η κατοχή δεσπόζουσας θέσης δεν είναι καθαυτή παράνομη. Κάτι τέτοιο θα ήταν παράδοξο αφού θα τιμωρούσε ουσιαστικά κάθε επιτυχημένη επιχείρηση. Σύμφωνα με την ενωσιακή νομολογία σε θέματα ανταγωνισμού, η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης μιας επιχείρησης δεν απαγορεύεται αυτό που βασικά απαγορεύεται είναι η καταχρηστική εκμετάλλευση αυτής της θέσεως. Μόνο η κατάχρηση της δεσπόζουσας αυτής θέσης στη σχετική αγορά μπορεί να οδηγήσει σε παράβαση του Νόμου.

Σύμφωνα πάντα με τη νομολογία του ΔΕΕ και τις αποφάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η κατάχρηση συνδέεται με τη συμπεριφορά της δεσπόζουσας επιχείρησης που επιδρά στη δομή της αγοράς, αποδυναμώνοντας τον ήδη ασθενή ανταγωνισμό, με τη χρήση μεθόδων που δεν αρμόζουν σε καθεστώς υγιούς ανταγωνισμού.¹⁵ Σημειώνεται επίσης, το λεκτικό του ΔΕΕ, όπου οι επιχειρήσεις με δεσπόζουσα θέση στην αγορά ενός προϊόντος έχουν «special responsibility» (ιδιαίτερη ευθύνη), πράγμα που τις κάνει ακόμα πιο υπεύθυνες σε περίπτωση παραβίασης του Νόμου.¹⁶

Στη δε υπόθεση *Tetra Pak International SA*,¹⁷ η ιδιαίτερη ευθύνη επεκτείνεται ώστε το άρθρο 102 (πρώην 82) της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (εφεξής η «ΣΛΕΕ»), το αντίστοιχο 6(1) του Νόμου, να εφαρμόζεται και να απαγορεύει κάθε συμπεριφορά επιχείρησης, η οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση, ικανή να εμποδίσει τη διατήρηση ή την ανάπτυξη του ανταγωνισμού που υφίσταται ακόμη σε μια αγορά όπου, λόγω ακριβώς της παρουσίας αυτής της επιχείρησης, ο ανταγωνισμός είναι ήδη εξασθενημένος. Το Δικαστήριο ανέφερε τα εξής: «*Επομένως, για να καθοριστούν οι προϋποθέσεις αυτές, πρέπει να ερμηνευθεί το άρθρο 86 της Συνθήκης βάσει του αντικειμένου του και του σκοπού του, όπως διευκρινίστηκαν από το Δικαστήριο, το οποίο έκρινε, με την προπαρατεθείσα απόφαση του Michelin κατά Επιτροπής (σκέψη 57), ότι το άρθρο αυτό επιρρίπτει σε επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση, ανεξάρτητα από τους λόγους μιας τέτοιας θέσεως, την ιδιαίτερη ευθύνη να μη θίγει με τη συμπεριφορά της την άσκηση πραγματικού και ανόθευτου ανταγωνισμού στην κοινή αγορά, σύμφωνα με τον γενικό σκοπό του άρθρου 3, στοιχείο στ', της Συνθήκης όπως ίσχυε την εποχή εκείνη. Εμπίπτει έτσι στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 86 κάθε συμπεριφορά επιχείρησης που κατέχει δεσπόζουσα θέση ικανή να εμποδίσει τη διατήρηση ή την ανάπτυξη του ανταγωνισμού που υφίσταται ακόμη σε μια αγορά όπου, λόγω ακριβώς της παρουσίας αυτής της επιχείρησης, ο ανταγωνισμός είναι ήδη εξασθενημένος (βλ. την προπαρατεθείσα απόφαση Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής, σκέψη 91).*»

Σημειώνεται ότι το άρθρο 6(1) του Νόμου μνημονεύει μια σειρά καταχρηστικών πρακτικών και όπως αναφέρεται στην υπόθεση *Continental Can*,¹⁸ η λίστα των καταχρηστικών πρακτικών είναι απλώς ενδεικτική όχι όμως εξαντλητική:

(α) Κατ' ισχυρισμό παραβάσεις του άρθρου 6(1) του Νόμου:

Η Επιτροπή επισημαίνει ότι η καταγγέλλουσα εταιρεία στην καταγγελία της κάνει λόγο για παραβάσεις του άρθρου 6(1) του Νόμου, αναφέροντας ότι η καταγγελλόμενη εταιρεία εκμεταλλεύεται τη δεσπόζουσα της θέση ως η μοναδική και αποκλειστική εταιρεία διεξαγωγής μετρήσεων τηλεθέασης για την κυπριακή γεωγραφική επικράτεια και η συμπεριφορά της αυτή έχει ως αποτέλεσμα:

- «*Η παροχή στοιχείων εκ μέρους της Nielsen για την ποιότητα και την ακρίβεια των μετρήσεων, να εξαρτάται από το αν θα υπογράψει νέα σύμβαση μεταξύ MEGA και Nielsen.*
- *Να μειωθούν σημαντικά τα διαφημιστικά έσοδα του MEGA με αποτέλεσμα να μειωθεί η παραγωγή τηλεοπτικών εκπομπών.*
- *Να χαμηλώσει η ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας προς το τηλεοπτικό κοινό με αποτέλεσμα ο σταθμός να περιέλθει σε μειονεκτικότερη θέση σε σχέση με τους ανταγωνιστές του.*»

Ακολούθως, η καταγγέλλουσα εταιρεία, διευκρινίζει σε επιστολή της ότι παραβιάζεται το άρθρο 6(1)(β) του Νόμου ως αποτέλεσμα της άρνησης της Nielsen να παράσχει στοιχεία για την ποιότητα και την ακρίβεια των μετρήσεων ως προς το έγκυρο και αμερόληπτο της λειτουργίας της έρευνας τηλεθέασης κατ' εκμετάλλευση της δεσπόζουσας θέσης που ασκεί στην αγορά, στη μη επαρκή διασφάλιση της μυστικότητας και διασπορά του δείγματος και ταυτότητας των προσώπων που αποτελούν το δείγμα, γεγονός που περιορίζει την τεχνολογική ανάπτυξη και την παραγωγή ως αποτέλεσμα του επηρεασμού της διαφημιστικής πίτας, προς ζημία των καταναλωτών και περαιτέρω κάνει αναφορά και στο άρθρο 6(1)(δ) του Νόμου αναφέροντας ότι παραβιάζεται το εν λόγω άρθρο για την εξάρτηση της σύναψης συμφωνιών από την αποδοχή εκ μέρους των αντισυμβαλλομένων πρόσθετων υποχρεώσεων, οι οποίες, εκ της φύσεώς τους ή σύμφωνα με τις εμπορικές συνθήκες, δεν έχουν σχέση με το αντικείμενο των συμφωνιών αυτών και συγκεκριμένα εφόσον η Nielsen προκειμένου να πάρει στοιχεία για την ποιότητα και ακρίβεια των μετρήσεων απαιτούσε εκβιαστικά να υπογράψει νέα σύμβαση μεταξύ Mega και της ίδιας.

¹⁵ Βλ. σχετικά *ibid*.

¹⁶ Βλ. *supra* υποσ. 2, C-322/81, παρά. 52, 59.

¹⁷ Υπόθεση T-83/91, *Tetra Pak International SA v. Commission*, [1994] ECR II-755, παρά. 114.

¹⁸ Υπόθεση 6/72, *Europemballage Corporation & Continental Can v. Commission*, [1973] ECR 215, παρά. 26.

(i) Περιορισμός της παραγωγής ή της διάθεσης ή της τεχνολογικής ανάπτυξης, προς ζημιά των καταναλωτών/Άρθρο 6(1)(β) του Νόμου

Βάσει του άρθρου 6(1)(β) του Νόμου, μία επιχείρηση που κατέχει δεσπόμενη θέση καταχράται τη θέση της εάν η πράξη της έχει σαν αντικείμενο ή αποτέλεσμα ή ενδεχόμενο αποτέλεσμα τον περιορισμό της διάθεσης, προς ζημιά των καταναλωτών. Ακόμα, ως έχει εξαχθεί από τη νομολογία του ΔΕΕ, αναφορικά με το αντίστοιχο άρθρο 102 της ΣΛΕΕ, θεωρείται ότι υπάρχει περιορισμός της διάθεσης ή άρνηση συναλλαγής εν γένει, είτε αυτή είναι άρνηση πώλησης προϊόντος ή υπηρεσίας ή άρνηση σύναψης σύμβασης, κτλ. και η οποία προβάλλεται από τη δεσπόμενη επιχείρηση και δεν δικαιολογείται αντικειμενικά.

Ο λόγος για τον οποίο απαγορεύεται η συγκεκριμένη πρακτική κατά το άρθρο 102 της ΣΛΕΕ, αντίστοιχο του άρθρου 6(1) του Νόμου, είναι ότι θα μπορούσε να οδηγήσει σε περιορισμό του ανταγωνισμού στις σχετικές αγορές, όπως επίσης και σε εξαφάνιση κάθε ανταγωνισμού εκ μέρους της επιχείρησης εναντίον της οποίας προβάλλεται.²⁰ Θα πρέπει δε να αποδεικνύεται ότι, η δεσπόμενη επιχείρηση δεν ήταν σε θέση να επιλέξει άλλο μέτρο, λιγότερο επώδυνο από την άρνηση πώλησης, για την προάσπιση των εμπορικών της συμφερόντων.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στο Discussion Paper²¹ που εξέδωσε προς Δημόσια Διαβούλευση το Δεκέμβριο του 2005, αναφέρει σχετικά ότι οι επιχειρήσεις, γενικά έχουν το δικαίωμα να προσδιορίζουν ποιον θα προμηθεύσουν και να αποφασίζουν να σταματήσουν την προμήθεια προϊόντων τους σε συγκεκριμένους συνεργάτες και αυτό ισχύει και για τις επιχειρήσεις με δεσπόμενη θέση στη σχετική αγορά.

Επίσης, στην Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής 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 δεσπόμενες επιχειρήσεις»,²² καταγράφεται σχετικά στο Κεφάλαιο για την άρνηση προμήθειας ότι: «75. Κατά τον καθορισμό των προτεραιοτήτων της όσον αφορά τον έλεγχο της εφαρμογής, η Επιτροπή ξεκινά από τη θέση ότι, γενικά, κάθε επιχείρηση, δεσπόμενη ή όχι, θα πρέπει να έχει το δικαίωμα να επιλέγει τους εμπορικούς εταίρους της και να διαθέτει ελεύθερα τα περιουσιακά στοιχεία της. Για το λόγο αυτό, η Επιτροπή θεωρεί ότι κάθε παρέμβαση βάσει του δικαίου του ανταγωνισμού χρειάζεται προσοχή, ιδίως όταν η εφαρμογή του άρθρου 82 θα συνεπαγόταν την επιβολή υποχρέωσης προμήθειας στη δεσπόμενη επιχείρηση. Η ύπαρξη μίας τέτοιας υποχρέωσης, ακόμη και όταν πρόκειται για δίκαιη αμοιβή, ενδέχεται να αποθαρρύνει τις επιχειρήσεις από το να επενδύσουν και να καινοτομήσουν, και κατ' αυτόν τον τρόπο να ζημιώσει ενδεχομένως τους καταναλωτές (1). Εάν γνωρίζουν ότι ενδέχεται να έχουν καθήκον προμήθειας ακόμη και παρά τη θέλησή τους, δεσπόμενες επιχειρήσεις, ή επιχειρήσεις που αναμένουν ότι μπορεί να καταστούν δεσπόμενες, ενδέχεται να μην επενδύσουν ή να επενδύσουν λιγότερο στη συγκεκριμένη δραστηριότητα. Επιπλέον, αυτό ενδέχεται να δαμάσει τους ανταγωνιστές να χρησιμοποιήσουν δωρεάν τις επενδύσεις της δεσπόμενης επιχείρησης αντί να επενδύσουν οι ίδιοι. Καμία από τις συνέπειες αυτές δεν θα ήταν μακροπρόθεσμα προς όφελος των καταναλωτών.».

Επομένως, στη βάση των πιο πάνω Ανακοινώσεων και όσα καταγράφουν αυτές και στη βάση της σχετικής νομολογίας του ΔΕΕ, διαφαίνεται ότι, η άρνηση παροχής καταρχήν περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα πρακτικών, από τις οποίες οι πιο τυπικές αρνήσεις είναι: α) η άρνηση διάθεσης προϊόντων/υπηρεσιών σε υφιστάμενους ή νέους πελάτες, β) η άρνηση χορήγησης άδειας εκμετάλλευσης για δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, ακόμη και όταν αυτό είναι απαραίτητο για την παροχή πληροφοριών για διεπαφές και, γ) η άρνηση χορήγησης πρόσβασης σε εγκατάσταση (essential facility) ή δίκτυο πρωταρχικής σημασίας.

Επίσης, η Επιτροπή παρατηρεί ότι, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξετάζει σε αυτές τις πρακτικές εάν υπάρχουν οι ακόλουθες περιστάσεις:²³

- η άρνηση σχετίζεται με κάποιο προϊόν ή υπηρεσία, που είναι αντικειμενικά απαραίτητο για να είναι σε θέση να ανταγωνιστεί αποτελεσματικά σε μια επόμενο σταδίου αγορά (downstream market),
- η άρνηση είναι πιθανόν να οδηγήσει στην εξάλειψη του αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην αγορά του επόμενου σταδίου και,
- η άρνηση είναι πιθανόν να οδηγήσει σε ζημιά των καταναλωτών.

Επομένως, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αναλύει την ύπαρξη εναλλαξιμότητας του αρνούμενου προϊόντος ή της υπηρεσίας και αξιολογεί κατά πόσον οι ανταγωνιστές δύνανται να δημιουργήσουν ή έχουν εναλλακτική πηγή.

Τέλος, θα πρέπει να αναφερθεί ότι, η νομολογία γενικά αποδέχεται αναφορικά με την έννοια της άρνησης συναλλαγής ότι αυτή καλύπτει όχι μόνο μία ξεκάθαρη άρνηση, αλλά επίσης πρακτικές που προσρίζονται να μεταπίσουν έμμεσα έναν πελάτη από την επιδίωξη του για συναλλαγή (αντί για μία άμεση άρνηση). Οι πρακτικές αυτές, που αναφέρονται ως

¹⁹ Βλ. Υπόθεση 6 και 7/73, *Instituto Chemioterapico Italiano S.p.A. και Commercial Solvents Corporation κατά Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων*, [1974] ECR 223.

²⁰ Υπόθεση 311/84, *SA Centre belge d'études de marché - télémarketing (CBEM) κατά SA Compagnie luxembourgeoise de télédiffusion (CLT) και SA Information publicité Benelux (IPB)*, [1985] ECR 3261.

²¹ December 2005, DG Competition discussion paper on the application of Article 82 of the Treaty to exclusionary abuses, Public consultation

<http://ec.europa.eu/competition/antitrust/art82/discpaper2005.pdf> βλ. σχ. σελ. 60.

²² ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕΙΣ ΠΡΟΕΡΧΟΜΕΝΕΣ ΑΠΟ ΤΑ ΟΡΓΑΝΑ ΚΑΙ ΤΟΥΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ, ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ, 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 δεσπόμενες επιχειρήσεις (2009/C 45/02).

²³ *Ibid* παρά. 81.

εποικοδομητική άρνηση εφοδιασμού/συναλλαγής (constructive refusal to supply),²⁴ μπορεί να επιβάλουν αντικειμενικά παράλογους όρους, όπως αδικαιολόγητα υψηλές τιμές ή άλλους αθέμιτους όρους, καθώς και να συμμετέχουν σε διαπραγμάτευση με κακή πίστη, ή να χρησιμοποιούνται τακτικές παρέλκυσης ώστε να αποσυρθεί μια παραγγελία.²⁵

Η Επιτροπή, συνεκτιμώντας τα πιο πάνω, σημειώνει τις θέσεις και τους ισχυρισμούς της καταγγέλλουσας εταιρείας, που αφορούν ενδεχόμενη παράβαση του άρθρου 6(1)(β) του Νόμου, καθώς και τα δεδομένα και γεγονότα της υπόθεσης στη βάση της δέουσας προκαταρκτικής έρευνας, που πραγματοποιήθηκε και βρίσκονται καταχωρισμένα εντός του διοικητικού φακέλου της υπόθεσης:

Η καταγγέλλουσα εταιρεία έχει ισχυριστεί ότι η Nielsen καταχράται τη δεσπόζουσα θέση της με το να επιβάλλει στους εμπλεκόμενους τηλεοπτικούς σταθμούς και διαφημιστικές εταιρείες να συμβληθούν με συγκεκριμένο τύπο σύμβασης, χωρίς ουσιαστικά περιθώρια διαπραγμάτευσης και χωρίς να διεξάγεται οποιοσδήποτε διαγωνισμός. Επίσης, η έρευνα μέτρησης τηλεθέασης που λαμβάνει υπόψη της βασίζεται σε λανθασμένο δείγμα, που εμπεριέχει λανθασμένη αντιπροσώπηση των κοινωνικοοικονομικών τάξεων AB, C1, C2 και DE και αρνείται να δώσει τα στοιχεία και την πηγή καθορισμού των τάξεων αυτών, ενώ η καθημερινή μέτρηση των στοιχείων βασίζεται σε ένα ελάχιστο δείγμα 375 μηχανών, τα οποία είναι στα όρια του στατιστικού λάθους. Περαιτέρω, η καταγγέλλουσα εταιρεία επί των πιο πάνω δηλώσεών της, έχει αναφέρει ότι η διακοπή παροχής στοιχείων σε περίπτωση που αρνηθεί κανείς να συμβληθεί με την Nielsen με τους όρους που αυτή θέτει ή και επιβάλλει -διότι, η σύμβαση είναι τυποποιημένη και διαμορφωμένη από την ίδια την Nielsen- έχει ως αποτέλεσμα τον αυτόματο αποκλεισμό από τη διαφημιστική αγορά του πελάτη που αρνείται να συμβληθεί με τους όρους της Nielsen.

Ως αποτέλεσμα των πιο πάνω ισχυρισμών της, η καταγγέλλουσα ανέφερε ότι η μη παροχή στοιχείων εκ μέρους της Nielsen για την ποιότητα και την ακρίβεια των μετρήσεων, η οποία εξαρτάται από το αν θα υπογραφεί νέα σύμβαση μεταξύ MEGA και Nielsen, είναι να μειωθούν σημαντικά τα διαφημιστικά έσοδα του MEGA με αποτέλεσμα να μειωθεί η παραγωγή τηλεοπτικών εκπομπών. Η Λόγος επισημαίνει ότι τα ποσοστά τηλεθέασης που κατέχουν οι ανταγωνιστές είναι αυτά που καθορίζουν την τιμολόγηση, όπως και το μερίδιο που οι τηλεοπτικοί σταθμοί λαμβάνουν στην αγορά τηλεοπτικής διαφήμισης. Κατ' επέκταση, τα έσοδα των ανταγωνιστών από την τηλεοπτική διαφήμιση είναι αυτά που καθορίζουν και το ύψος της δαπάνης του κάθε ανταγωνιστή στην αγορά των τηλεοπτικών προγραμμάτων. Συνοπτικά, τα ποσοστά τηλεθέασης είναι αυτά που καθορίζουν, σε πολύ μεγάλο βαθμό, τα έσοδα των τηλεοπτικών σταθμών και τα έσοδα αυτά, σε μεγάλο βαθμό καθορίζουν το ύψος της δαπάνης για αγορά τηλεοπτικών προγραμμάτων.

Η Επιτροπή, στη βάση των πιο πάνω ισχυρισμών της καταγγέλλουσας εταιρείας και των στοιχείων που συλλέχθηκαν κατά την προκαταρκτική έρευνα της Υπηρεσίας και βρίσκονται καταχωρισμένα εντός του διοικητικού φακέλου της υπόθεσης, σημειώνει τα ακόλουθα γεγονότα, επί της ουσίας της καταγγελίας, τα οποία διαφαίνονται κυρίως μέσα από τις πολλές επιστολές που ανταλλάχθηκαν μεταξύ των μερών:

Όσον αφορά το θέμα του διαγωνισμού για λήψη προσφοράς από διάφορες εταιρείες διεξαγωγής μετρήσεων τηλεθέασης μέσω και της ΕΕΕΤ, όπως έχει αναφερθεί από την εταιρεία Nielsen, στις αρχές του 2012 ξεκινά μία ανταλλαγή προσφορών από την Watch Media και την Nielsen, που καταλήγει στη διαμόρφωση της τελικής προσφοράς της Nielsen τον Απρίλιο 2012, η οποία και περιλαμβάνει το κόστος και τις προδιαγραφές της έρευνας. Επίσης, σε αυτήν, η Nielsen κατέγραψε ως στοιχεία την «Αλλαγή του τρόπου διεξαγωγής της έρευνας βάσης» και «Εφαρμογή των στοιχείων του πληθυσμού της απογραφής 2011.»

Συγκεκριμένα, από τα στοιχεία της προκαταρκτικής έρευνας της Υπηρεσίας, που βρίσκονται εντός του διοικητικού φακέλου της υπόθεσης, επισημαίνεται ότι, στις 29/2/2012, είχε πραγματοποιηθεί συνάντηση μεταξύ του Διοικητικού Συμβουλίου ΣΔΕΚ και των ANΤ1, Mega, ΠΙΚ και Sigma, αφού είχαν προηγηθεί επιστολές ημερομηνίας 23/1/2012 από τις προαναφερομένες εταιρείες προς τις εταιρείες Watch Media και Nielsen, οι οποίες προτίθεντο να λάβουν μέρος σε διαγωνισμό για την ανάληψη της διεξαγωγής μετρήσεων τηλεθέασης. Σύμφωνα με το πρακτικό που τηρήθηκε, διαφαίνεται ότι κατά την εν λόγω συνάντηση αποφασίστηκε όπως δοθεί μια τελευταία ευκαιρία στην Nielsen να δεσμευτεί γραπτώς ότι θα ικανοποιήσει τις απαιτήσεις της βιομηχανίας, και καταγράφονται σχετικές προϋποθέσεις για τις οποίες δίδονται οδηγίες από την ολομέλεια και εξουσιοδοτείται ο κ. Γ. Χουλιάρης και η κα. Δ. Λευκαρίτη να διευθετήσουν άμεσα συνάντηση με την εταιρεία Nielsen για να παραθέσουν τους όρους.

Σύμφωνα με τα όσα αναφέρει η Nielsen, τον Ιούνιο του 2012, η πρόταση της, που είχε γίνει τον Απρίλιο του 2012, έγινε αποδεκτή. Σύμφωνα με την Nielsen, τον Δεκέμβριο του 2012, έγινε ενημέρωση του συνόλου της αγοράς για την επικείμενη αλλαγή πληθυσμών αναφοράς, σύμφωνα με τις απαιτήσεις όλων των τηλεοπτικών σταθμών (του MEGA συμπεριλαμβανομένου).

Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τα όσα αναφέρει η εταιρεία Nielsen, στις 20/12/2012 έγινε παρουσίαση στην ΕΕΕΤ, υπό την προεδρία του κ. Λουκαΐδη, με συμμετοχή όλων των σταθμών (και του MEGA), για την αλλαγή που επρόκειτο να γίνει από 1/1/2013. Η ΕΕΕΤ συμφώνησε ομόφωνα. Η Επιτροπή σημειώνει ότι σε πρακτικό της ΕΕΕΤ ημερομηνίας 26/11/2014 καταγράφεται: «*Όπως γνωρίζετε μετά την χωρίς προηγούμενο κρίση που έπληξε την Κυπριακή οικονομία το 2013, ήλθαμε σε συμφωνία μαζί σας για την μείωση του μεγέθους του δείγματος μέτρησης τηλεθέασης στην Κύπρο από 550 νοικοκυριά σε 375 νοικοκυριά.*» Επίσης, σε επιστολή της εταιρείας Nielsen προς το Γενικό Διευθυντή του MEGA, κ. Γ. Χουλιάρη, ημερομηνίας 25/1/2013, γίνεται αναφορά στη συνεδρία της ΕΕΕΤ ημερομηνίας 20/12/2012 και στην οποία συμμετείχε τον MEGA, όπου η Nielsen φέρεται να παρουσίασε τις αλλαγές που θα λάμβαναν χώραν από 1/1/2013 και έγινε συζήτηση κατά την οποία κανένας δεν εξέφρασε την οποιαδήποτε αντίθεση ή ανησυχία.

²⁴ Βλ. σχετικά 1999/243/ΕΚ: Απόφαση της Επιτροπής, της 16ης Σεπτεμβρίου 1998, σχετικά με διαδικασία εφαρμογής των άρθρων 85 και 86 της συνθήκης ΕΚ (Υπόθεση IV/35.134 - συμφωνία διατλαντικής ναυτιλιακής διάσκεψης) ΕΕ L 95 της 9.4.1999, σ. 1 έως 112, παρά. 141. 2001/892/ΕΚ: Απόφαση της Επιτροπής, της 25ης Ιουλίου 2001, σχετικά με διαδικασία βάσει του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ (COMP/C-1/36.915 — Deutsche Post AG — Παρακράτηση δασυνοριακού ταχυδρομείου) ΕΕ L 331 της 15.12.2001, σ. 40 έως 78, παρά. 553.

²⁵ FAULL & NIKPAY, § 3.146 – 3.148, ed. Oxford Univ. Press, εκδ. 1999.

Τα ανωτέρω αναφέρονται αναλυτικά στην απάντησή της Nielsen προς το MEGA στις 25/1/2013. Σύμφωνα με την Nielsen, η αλλαγή των πληθυσμών αναφοράς όχι μόνο δεν ήταν αυθαίρετη κίνηση της Nielsen, αλλά αντιθέτως ήταν ενέργεια που είχε ζητηθεί από το σύνολο της αγοράς (του MEGA συμπεριλαμβανομένου) και ήταν μάλιστα σημαντικό σημείο δέσμευσης της Nielsen στην προσφορά της με την οποία κέρδισε την προτίμηση του συνόλου της αγοράς για την μέτρηση τηλεθέασης τον Ιούνιο 2012. Παρενθετικά αναφέρεται ότι η έρευνα βάσης αποτελεί τη δημιουργία σταθερού δείγματος φυσικής αντικατάστασης βασιζόμενου σε μεγάλο εύρους δειγματοληπτική έρευνα με στόχους να υπάρχει αντιπροσωπευτική βάση νοικοκυριών, συλλογή πληροφοριών σχετικά με την κατοχή τηλεοπτικού εξοπλισμού και διερεύνηση άλλων θεμάτων ειδικού ενδιαφέροντος που κατά καιρούς χρήζουν ειδικότερης προσοχής.

Πριν από την πιο πάνω επιστολή είχε προηγηθεί επιστολή ημερομηνίας 23/1/2013 από το MEGA προς την Nielsen, στην οποία γίνεται αναφορά και σε μεταξύ τους συνάντηση στις 8/1/2013. Σε αυτήν καταγράφεται η έντονη διαφωνία του MEGA για την απότομη μετάλλαξη των μετρήσεων τηλεθέασης από την 1/1/2013 και επισημαίνεται ότι βάσει αυτής «*συνεχίζεται το στατιστικά και επιστημονικά δυσεξηγήτο φαινόμενο της δραματικής πτώσης μεριδίου τηλεθέασης του τηλεοπτικού σταθμού MEGA.*» Στη συνέχεια καταγράφεται ότι: «*Η απόφαση της Εταιρείας σας να αλλάξει τον τρόπο μέτρησης στην καρδιά της τηλεοπτικής περιόδου, δηλαδή από 1^η Ιανουαρίου, ενώ κάθε χρόνο την πράξη αυτή της αλλαγής δείγματος την έκανε σε «νεκρή τηλεοπτικά» περίοδο, δηλαδή τον Αύγουστο γεννά πολλά ερωτηματικά.*»

Σύμφωνα με την Λόγος, εντός του 2012 ξεκίνησαν οι άλλες εταιρείες να υπογράφουν συμφωνίες με την Nielsen και είχε παραμεριστεί η όλη διαδικασία για το διεθνή μειοδοτικό διαγωνισμό. Η ίδια αναφέρει ότι δεν προχώρησε να υπογράψει με την Nielsen και άρχισε τότε μια έντονη πίεση εκ μέρους της, αφού ανέλαβε ξανά τις μετρήσεις τηλεθέασης. Το 2013, η Nielsen προχώρησε και στην αλλαγή του δείγματος μονομερώς. Η Λόγος αναφέρει ότι, δεν ανανέωσαν τη σύμβασή τους, αλλά έπαιρναν τα στοιχεία από την Nielsen και πλήρωναν κάθε μήνα.

Στο σημείο αυτό, η Επιτροπή σημειώνει ότι, από τα στοιχεία της έρευνας που βρίσκονται εντός του διοικητικού φακέλου της υπόθεσης, που απέστειλαν τρίτες επιχειρήσεις, η εταιρεία {...} είχε υπογράψει τη σύμβαση παροχής στοιχείων τηλεθέασης και υπηρεσιών με την Nielsen στις {...} με διάρκεια από την {...} και η εταιρεία {...} στις {...} {...}. Σημειώνεται ότι {...} ανέφερε ότι {...}. Δηλαδή, κατόπιν την νέας αποδοχής της Nielsen, τον Ιούνιο του 2012, οι εν λόγω εταιρείες, εντός του {...} 2012, άρχισαν να υπογράφουν τις μεταξύ τους συμβάσεις.

Όσον αφορά τα γεγονότα πριν την υπογραφή της μεταξύ του MEGA και της Nielsen σύμβασης στις 2/7/2013, η Επιτροπή σημειώνει ότι με βάση τα ενώπιόν της στοιχεία, διαφαίνεται ότι στις 3/6/2013 απεστάλη επιστολή από την Nielsen προς την Λόγος αναφέροντας την μη ανταπόκριση της Λόγος στο αίτημα της Nielsen για εξόφληση του οφειλόμενου ποσού και την υπογραφή της σύμβασης συνεργασίας για το 2013. Συγκεκριμένα, αναφέρεται ότι λόγω της μη ανταπόκρισής της στο αίτημα για εξόφληση του οφειλόμενου ποσού και της υπογραφής σύμβασης συνεργασίας για το 2013 θα ανασταλεί η αποστολή στοιχείων τηλεθέασης και υπηρεσιών την 10^η Ιουνίου. Επίσης αναφέρθηκε ότι: «*Η συνεργασία με το MEGA Κύπρου εξαρτάται από την αποπληρωμή του οφειλόμενου ποσού ή έστω τη σύναψη και τήρηση μιας δεσμευτικής συμφωνίας με χρονοδιάγραμμα σταδιακής αποπληρωμής του οφειλόμενου ποσού μέχρι τέλος του 2013.*» Καταλήγοντας έγινε αναφορά ότι, η αποσπασματική έκδοση επιταγών έναντι του συνόλου του οφειλόμενου ποσού δεν μπορεί να ανατρέψει την κατάσταση.

Στις 4/6/2013 απεστάλη απαντητική επιστολή από την Λόγος προς την Nielsen, στην οποία αναφερόταν η έκπληξη της, καθώς στην μεταξύ τους συνάντηση είχαν διατυπώσει πρόταση διακανονισμού των μεταξύ τους διαφορών και πληρωμής του υπολοίπου και επ' αυτού απέστειλαν επιταγή, δείχνοντας την καλή πίστη τους και προσδοκώντας στη διευθέτηση των μεταξύ τους διαφορών. Περαιτέρω γίνονταν αναφορά στο θέμα της αλλαγής του management και της διαχείρισης του καναλιού και ότι από την 1/7/2011 ανέλαβε η Λόγος, ότι το υπόλοιπο του λογαριασμού στις 30/6/2011 δεν διεκδικήθηκε μέχρι εκείνη τη στιγμή με έγγραφη απαίτηση ούτε με διακανονισμό, αφήνοντας να νοηθεί ότι το ποσό θα μπορούσε, σύμφωνα με την Λόγος, να είναι ποσό ορίου στις μεταξύ τους συναλλαγές και ότι δεν υπάρχουν αποσπασματικές πληρωμές. Επίσης, έγινε αναφορά στην αλλαγή του δείγματος την 1/1/2013 και καταλήγοντας αναφέρθηκε ότι: «*Εάν όντως προχωρήσετε, εκμεταλλευόμενοι τη δεσπίζουσα θέση που κατέχει η εταιρεία σας στην αγορά, στη μονομερή διακοπή αποστολής στοιχείων τηλεθέασης την 10^η Ιουνίου όπως αναφέρετε στην επιστολή σας, είμαστε υποχρεωμένοι να λάβουμε όλα τα ένδικα μέσα για να προστατεύσουμε το κύρος του σταθμού, την επιχείρηση και τους καλώς εννοούμενους κανόνες ανταγωνισμού στην τηλεοπτική αγορά της Κύπρου.*» Στην εν λόγω επιστολή, η Λόγος επισύναψε σχετική Πρόταση Διευθέτησης οικονομικών οφειλών του MEGA.

Στις 26/6/2013, η εταιρεία Nielsen απέστειλε ηλεκτρονικό μήνυμα προς την Λόγος, αναφέροντας ότι επισυνάπτει τελικό κείμενο συμφωνίας για οικονομικό διακανονισμό, και με την παράκληση όπως απαντήσει μέχρι την επομένη.

Στις 27/6/2013 απεστάλη απαντητική επιστολή από την Λόγος, στο ηλεκτρονικό μήνυμα της Nielsen, αναφέροντας ότι είναι έτοιμοι να υπογράψουν την προτεινόμενη συμφωνία αφού γίνουν οι αλλαγές που ήθελαν να γίνουν στο κείμενο συμφωνίας για τον οικονομικό διακανονισμό. Η Nielsen ανταποκρίθηκε την ίδια ημέρα στην Λόγος αποδεχόμενη τα αιτήματα της και αιτιολογώντας όποια αιτήματα δεν συμφωνούσε και σαν αποτέλεσμα απέστειλε αναθεωρημένη συμφωνία, που ενσωματώνει στοιχεία τα οποία ζητήθηκαν από την Λόγος.

Ακολούθως, η Επιτροπή σημειώνει ότι, κατά τη συνεδρία της ΕΕΕΤ που πραγματοποιήθηκε στις 26/11/2014, στο πρακτικό αυτής, τα μέλη υπενθυμίζονται για τα εξής:

«*Την περίοδο 2011-2012 το δείγμα ήταν 450 νοικοκυριά.*

Το 2012 είχε συμφωνηθεί με τη Nielsen ότι στο δείγμα νοικοκυριών της έρευνας τηλεθέασης από το 2013 θα συμμετείχαν 550 νοικοκυριά.

Σύμφωνα με το Audit 2011/12 report: "As a result, the auditors recommend panel expansion from the present installed base of around 400 panel homes to somewhere between 500 and 600 panel homes. They believe that the extra investment required will, by helping to reduce the variability of ratings, improve the ability of channels to monitor the performance of their schedules". That recommendation remains as and when economic conditions permit a return to the expansion programme that was terminated in April 2012." Όπως επεσήμαναν στο report του 2014 "that recommendation remains as and when economic conditions permit a return to the expansion programme [...]."

Με τις αλλαγές που δρομολόγησε η Nielsen με τη σύμφωνη γνώμη της αγοράς μετά το Μάρτιο του 2013, το δείγμα μειώθηκε στα 375 νοικοκυριά.

Η εισήγηση τώρα αφορά σε αύξηση του δείγματος κατά 50 νοικοκυριά, συνολικά δηλαδή να υπάρχουν 425 νοικοκυριά με επιπλέον κόστος 40.000€ σε ετήσια βάση. Αυτό θα αποτελέσει το πρώτο βήμα για να επανέλθει η αγορά στο normal μέγεθος για τα κυπριακά δεδομένα που σύμφωνα με τον Σ. Ζαβιτσάνο (της Nielsen) είναι τα 550 νοικοκυριά.»

Κατά την εν λόγω συνεδρία διαφαίνεται στο πρακτικό ότι μετά από συζήτηση αποφασίστηκαν τα εξής:

«Συμφωνήθηκε η αύξηση του δείγματος κατά 50 νοικοκυριά από 375 σήμερα σε 425 νοικοκυριά.

Στόχος η αύξηση να ολοκληρωθεί στις 30/4/2015. Η αυξημένη χρέωση θα ξεκινήσει από την 1/5/2015.

Σε περίπτωση που το χρονοδιάγραμμα αλλάξει, η αυξημένη χρέωση θα ξεκινήσει μετά την υλοποίηση του αυξημένου δείγματος.

Το επιπλέον κόστος των €40.000 θα καταβληθεί κατά 75% από την TV και κατά 25% από τη διαφημιστική αγορά.

Σε περίπτωση που υπάρξουν αντιδράσεις είτε για την αύξηση είτε για την κατανομή του κόστους, η ΕΕΕΤ θα ενημερωθεί σχετικά.

Η Nielsen θα στείλει στον ΣΔΕΚ και στην ΕΕΕΤ στοιχεία για την αναπροσαρμογή των κλιμάκων για τις διαφημιστικές επιχειρήσεις.»

Επιπρόσθετα, σε απόσπασμα του ίδιου πρακτικού της ΕΕΕΤ ημερομηνίας 26/11/2014, αναφέρεται:

«Όπως γνωρίζετε το 2012 μετά από αίτημα του συνόλου των πελατών μας στην Κύπρο (τηλεοπτικών Σταθμών και διαφημιστικών εταιριών) και μετά τη σχετική συμφωνία, άλλαξε η μεθοδολογία διεξαγωγής της έρευνας βάσης από τηλεφωνική σε face to face. Παράλληλα άλλαξε και ο προμηθευτής της έρευνας από τη RAI στις CYMAR και PULSE.

Η αλλαγή αυτή επεξηγεί πλήρως τις διαφοροποιήσεις των αποτελεσμάτων της έρευνας του 2012 με τις προηγούμενες, καθώς είναι απολύτως αναμενόμενο να προκύψουν μετά την αλλαγή της μεθοδολογίας.

Όπως φαίνεται και στο πόρισμα ελέγχου (σελ. 33) η έρευνα αυτή (face to face) διεξήχθη ολοκληρωμένα μόνο το έτος 2012 ενώ στη συνέχεια λόγω οικονομικής κρίσης έγινε τον Ιούνιο 2013 νέα συμφωνία με την αγορά που επανέφερε την μέθοδο διεξαγωγής της έρευνας βάσης σε τηλεφωνική.

Αυτή η απόφαση είχε σαν αποτέλεσμα το 2013 να διεξαχθούν μόνο 1000 ερωτηματολόγια (πόρισμα ελεγκτών σελ. 33) ενώ το 2014 η έρευνα βρίσκεται σε εξέλιξη (μέχρι την περίοδο που έγινε ο έλεγχος είχαν ολοκληρωθεί 603 ερωτηματολόγια).

Θυμίζω επίσης ότι μετά από απαίτηση του συνόλου της αγοράς η αλλαγή των πληθυσμών αναφοράς και στάθμισης της έρευνας έγινε την 1/1/2013 εφαρμόζοντας τα στοιχεία της απογραφής του 2011 και τα αποτελέσματα της έρευνας βάσης του 2012, κατά παρέκκλιση της πάγιας τακτικής της εταιρείας μας που αλλάζει τους πληθυσμούς στην αρχή της τηλεοπτικής σεζόν.

Το αποτέλεσμα για τα στοιχεία της απογραφής και της έρευνας βάσης φαίνονται στο πόρισμα των ελεγκτών σελ. 33. Παρακαλώ δείτε τη σημείωση (1) όπου οι ελεγκτές αναφέρουν ότι τα αποτελέσματα της έρευνας του 2012 που αναφέρονται στο πόρισμά τους, προέρχονται μόνο από τα ερωτηματολόγια που διεξήγαγε η εταιρεία CYMAR και για τον λόγο αυτό τα ποσοστά έχουν μικρές διαφορές από αυτά που χρησιμοποιήθηκαν για τη στάθμιση.

Έτσι λοιπόν από τα στοιχεία αυτά προκύπτει ότι το ποσοστό του πληθυσμού στην κοινωνικοοικονομική τάξη ΑΒ είναι 7,1% το οποίο αναγόμενο στους ενήλικες (18+) που είναι 85,2% του πληθυσμού σύμφωνα με την απογραφή είναι: $7,1 \times 85,2\% = 6,05\%$. Το ποσοστό που χρησιμοποιείται στην στάθμιση είναι 6,9% και η διαφορά οφείλεται στο λόγο που ανέφερα ανωτέρω.

Το ποσοστό αυτό δεν έχει αλλάξει μέχρι σήμερα παρ' όλο που, όπως σωστά αναφέρετε, οι έρευνες του 2013 και του 2014 δείχνουν διαφορετικά ποσοστά, για τον λόγο ότι καμία από τις δύο δεν είναι ολοκληρωμένη, αυτή μεν του 2013 σταμάτησε ξαφνικά λόγω της κρίσης, αυτή δε το 2014 διεξάγεται τώρα. Είναι δε, νομίζω απολύτως προφανές γιατί είναι τελείως λάθος μεθοδολογικά να χρησιμοποιηθούν στοιχεία από ημιτελή έρευνα (δειγματοληψία, εποχικότητα κτλ).

Χρησιμοποιούμε δηλαδή τα ευρήματα της πιο πρόσφατης ολοκληρωμένης έρευνας βάσης. Οι αλλαγές θα γίνουν με βάση την έρευνα του 2014 τον Σεπτέμβριο του 2015.»

Σημειώνεται ότι τα πιο πάνω λέχθηκαν επίσης από τον κ. Σπύρο Ζαβιτσάνο, Διευθυντή της Nielsen, σε ηλεκτρονικό του μήνυμα προς το MEGA με τίτλο: «Απαντήσεις στα ερωτήματα του MEGA Κύπρου», ημερομηνίας 8/9/2014. Στο εν λόγω μήνυμα αναφέρονται ακόμα δύο σχετικές ερωτήσεις του MEGA για τις οποίες δίδονται οι σχετικές απαντήσεις από μέρους της Nielsen.

Επομένως, η Επιτροπή παρατηρεί ότι παρά τους ισχυρισμούς της καταγγέλλουσας εταιρείας ότι η καθημερινή μέτρηση στοιχείων βασίζεται σε ένα ελάχιστο δείγμα 375 μηχανών, τα οποία είναι στα όρια του στατιστικού λάθους, στη συνεδρία της ΕΕΕΤ, στις 26/11/2014, στην οποία συμμετείχε, αποφασίστηκε, μετά από συζήτηση, μεταξύ άλλων και η αύξηση του δείγματος κατά 50 νοικοκυριά, από 375 σε 425, με στόχο η αύξηση να ολοκληρωθεί στις 30/4/2015, ενώ διαφαίνεται ότι η αρχική μείωση του δείγματος σε 375 νοικοκυριά έγινε το 2013, κατόπιν κοινής απόφασης λόγω της κρίσης.

Η Επιτροπή περαιτέρω σημειώνει ότι, κατά την ίδια συνεδρία στις 26/11/2014, παρουσιάζονται οι ενδεικτικές τιμές κατανομής του πληθυσμού σε κοινωνικοοικονομικές τάξεις, όπως απορρέουν από το σύστημα ταξινόμησης που χρησιμοποιούν τα μέλη του ΣΕΔΕΑΚ (received 9/12/2014), οι οποίες είναι οι εξής:

Πίνακας 3:

Ενδεικτικές τιμές κατανομής του πληθυσμού σε κοινωνικοοικονομικές τάξεις από το σύστημα ταξινόμησης που χρησιμοποιούν τα μέλη του ΣΕΔΕΑΚ

Κοινωνική Τάξη	Κατώτατο όριο	Ανώτατο όριο
ΑΒ	11,00%	15,00%
Γ1	21,00%	25,00%

Γ2	40,00%	46,00%
ΔΕ	19,00%	23,00%

Όπως φαίνεται στον Πίνακα 3, το κατώτατο όριο για την κοινωνική τάξη ΑΒ είναι 11% και ανώτατο όριο 15%. Στις υπόλοιπες κοινωνικές ομάδες Γ1, Γ2 και ΔΕ το κατώτατο όριο είναι 21%, 40% και 19% και το ανώτατο όριο είναι 25%, 46% και 23% αντίστοιχα.

Σε ηλεκτρονικό μήνυμα στις 7/10/2015 από την εταιρεία Nielsen προς τα μέλη της ΕΕΕΤ αναφέρεται: «Σας ενημερώνουμε ότι υλοποιώντας την συμφωνία μας με την ΕΕΕΤ και με βάση τα στοιχεία από το Establishment Survey του τελευταίου έτους, θα αναπροσαρμόσουμε τις μεταβλητές του RIM των κοινωνικοοικονομικών τάξεων από 2^η Σεπτεμβρίου 2015. Η αναπροσαρμογή αφορά αλλαγή στους πληθυσμούς των κοινωνικοοικονομικών τάξεων ΑΒ από 6,9% σε 16,5%, Γ1 από 21,6% σε 20,6%, Γ2 από 36,0% σε 29,3% και τέλος ΔΕ από 20,7% σε 18,7%.» Επίσης αναφέρεται ότι, τα πιο πάνω ποσοστά ανάγονται στους ενήλικες (18+), που είναι το 85,1% του πληθυσμού, σύμφωνα με την απογραφή. Οι ηλικίες 4-17 δεν φέρουν κοινωνικοοικονομική τάξη.

Πίνακας 4:
Αναπροσαρμογή μεταβλητών του RIM των κοινωνικοοικονομικών τάξεων από 2/9/2015

Κοινωνική Τάξη	Από	Σε	Ποσοστό αυξομείωσης
ΑΒ	6,90%	16,50%	139,13%
Γ1	21,60%	20,60%	-4,63%
Γ2	36,00%	29,30%	-18,61%
ΔΕ	20,70%	18,70%	-9,66%

Όπως φαίνεται από τον Πίνακα 4 έχει αυξηθεί κατά 139,13% το δείγμα στον πληθυσμό για την κοινωνικοοικονομική τάξη ΑΒ και υπάρχει μείωση στις υπόλοιπες κοινωνικοοικονομικές τάξεις Γ1, Γ2 και ΔΕ κατά 4,63%, 18,61% και 9,66% αντίστοιχα.

Στον Πίνακα 5, πιο κάτω, παρουσιάζονται οι ενδεικτικές τιμές κατανομής του πληθυσμού σε κοινωνικοοικονομικές τάξεις, όπως απορρέουν από το σύστημα ταξινόμησης που χρησιμοποιούν τα μέλη του ΣΕΔΕΑΚ και η αναπροσαρμογή των κοινωνικοοικονομικών τάξεων στις 2/9/2015.

Πίνακας 5:
Σύγκριση ενδεικτικών τιμών κατανομής του πληθυσμού σε κοινωνικοοικονομικές τάξεις με αναπροσαρμογή μεταβλητών του RIM των κοινωνικοοικονομικών τάξεων από 2/9/2015

Κοινωνική Τάξη	Κατώτατο όριο ενδεικτικών τιμών	Ανώτατο όριο ενδεικτικών τιμών	Αναπροσαρμογή μεταβλητών από 2/9/2015
ΑΒ	11,00%	15,00%	16,50%
Γ1	21,00%	25,00%	20,60%
Γ2	40,00%	46,00%	29,30%
ΔΕ	19,00%	23,00%	18,70%

Στον Πίνακα 5 φαίνεται ότι, στην πρώτη κοινωνική τάξη ΑΒ, η αναπροσαρμογή των μεταβλητών από τις 2/9/2015 βρίσκεται πάνω από το ανώτατο όριο ενδεικτικών τιμών κατά 1,50% (16,50%-15,00%), αντίστοιχα η κοινωνική τάξη Γ1 βρίσκεται μέσα στα όρια των ενδεικτικών τιμών. Η αναπροσαρμογή των μεταβλητών από 2/9/2015 για την κοινωνική τάξη Γ2 είναι κατά 10,7% (40,00%-29,30%) κάτω από κατώτατο όριο ενδεικτικών τιμών και τέλος για την κοινωνική τάξη ΔΕ, η αναπροσαρμογή των μεταβλητών στις 2/9/2015, είναι κατά 0,3% (19,00%-18,70%) κάτω από το κατώτατο όριο ενδεικτικών τιμών.

Από διάφορα συμβόλαια, που υπογράφηκαν από την Nielsen και τους τηλεοπτικούς σταθμούς, καθώς και τις αναπροσαρμογές που πραγματοποιήθηκαν εντός του 2015 καταρτίστηκε ο Πίνακας 6, όπου φαίνονται τα ποσοστά διαχωρισμού των νοικοκυριών ανά κοινωνικοοικονομική τάξη σε διαφορετικές ημερομηνίες.

Πίνακας 6:
Διαχωρισμός νοικοκυριών ανά κοινωνικοοικονομική τάξη σε διαφορές ημερομηνίες

Ποσοστά

Κοινωνική Τάξη	1/8/2010	1/8/2011	2/7/2013	Αναπροσαρμογή μεταβλητών από 2/9/2015
ΑΒ	11,10%	11,10%	8,30%	16,50%
Γ1	27,80%	27,80%	25,10%	20,60%
Γ2	40,70%	40,70%	40,50%	29,30%
ΔΕ	20,40%	20,40%	26,10%	18,70%

Στον πιο πάνω πίνακα φαίνεται ότι τα ποσοστά διαχωρισμού των νοικοκυριών ανά κοινωνικοοικονομική τάξη ήταν τα ίδια για τις ημερομηνίες 1/8/2010 και 1/8/2011. Στις 2/7/2013 υπήρξε μείωση στην κοινωνική τάξη ΑΒ κατά 2,80% (11,10%-8,30%), στην κοινωνική τάξη Γ1 μειώθηκε κατά 2,70% (27,80%-25,10%), στην κοινωνική τάξη Γ2 μειώθηκε κατά 0,20% (40,70%-40,50%) και τέλος στην κοινωνική τάξη ΔΕ υπήρξε αύξηση κατά 5,70% (26,10%-20,40%).

Η Επιτροπή, επί των πιο πάνω, σημειώνει ότι στο πρακτικό ημερομηνίας 26/11/2014 διαφαίνεται ότι, αναφορικά με τον Πίνακα 3 πιο πάνω, που χρησιμοποιούν τα μέλη του ΣΕΔΕΑΚ, ο Διευθυντής της Nielsen ανέφερε ότι θα συνεχίσει να χρησιμοποιεί τη δική της βάση έρευνας, που είναι η μεγαλύτερη στην Κύπρο, για τον καθορισμό των κοινωνικοοικονομικών Τάξεων και για τη διερεύνηση όλων των άλλων στοιχείων που δεν δίνει η Στατιστική Υπηρεσία (π.χ. αριθμό συσκευών TV). Αν τα ποσοστά της είναι εκτός του πλαισίου του ΣΕΔΕΑΚ, ο Διευθυντής της Nielsen φαίνεται να σημειώσει ότι θα διερευνήσει γιατί συμβαίνει αυτό και θα έχει την ευθύνη να τεκμηριώσει τα δικά της στοιχεία. Περαιτέρω ανέφερε ότι η νέα πλήρης έρευνα βάσης που θα έχει στα χέρια της η Nielsen θα χρησιμοποιηθεί για την αναπροσαρμογή των στοιχείων από το καλοκαίρι του 2015.

Επ' αυτού, η Επιτροπή επισημαίνει ότι όπως αναφέρθηκε πιο πάνω, στις 7/10/2015 φαίνεται με ηλεκτρονικό μήνυμα να ενημερώνονται τα μέλη της ΕΕΕΤ για συνάντησή τους κατά την οποία θα συζητείτο και θα ζητούνταν διευκρινίσεις από την Nielsen, κατόπιν προβληματισμού μελών, για την αναπροσαρμογή στις μεταβλητές του RIM των κοινωνικοοικονομικών τάξεων από 2/9/2015.

Σημειώνεται ότι, η ΕΕΕΤ είχε αναθέσει τη διενέργεια ελέγχου της έρευνας μέτρησης τηλεθέασης για τη χρονική περίοδο 7/2012 έως 7/2014, στους εμπειρογνώμονες κ.κ. Χαιρετάκη και Syfret. Αναφορικά με τον εν λόγω έλεγχο, η Λόγος ισχυρίστηκε ότι επί των ευρημάτων του report ζητήθηκαν επαναλημμένα στοιχεία από την Nielsen, σχετικά με το δείγμα της έρευνας, για τα οποία μέχρι σήμερα, δεν δόθηκαν επαρκείς εξηγήσεις. Σχετικά, η Λόγος απέστειλε επιστολή προς την ΕΕΕΤ, ημερομηνίας 27/11/2013, καταγράφοντας σχετικά ερωτήματά της προς τους ελεγκτές, τα οποία αφορούσαν: 1) στοιχεία δείγματος για παραγωγή αποτελεσμάτων τηλεθέασης Nielsen και 2) Μεγάλες αυξομειώσεις ποσοστών τηλεθέασης.

Στο «Audit 2014 of Nielsen Cyprus-July 2014», η Επιτροπή παρατηρεί ότι υπάρχει κεφάλαιο, στο οποίο οι ελεγκτές αναφέρονται στα σχετικά ερωτήματα, που έθεσε προς την ΕΕΕΤ το MEGA με τις επιστολές του ημερομηνίας 27/11/2013 και 2/7/2014 και τα οποία στη συνέχεια απαντώνται, δίνοντας σχετικές επεξηγήσεις. Συγκεκριμένα, η Επιτροπή παρατηρεί ότι στο πρώτο θέμα που έθεσε το MEGA, οι ελεγκτές απαντούν: *“They (the auditors) are satisfied that the current system is functioning well and producing valid data”*. Επίσης, όσον αφορά την ερώτηση του MEGA για επιβεβαίωση ότι δεν υπάρχει πιθανότητα στατιστικού λάθους λόγω του μικρού δείγματος στα μηχανάκια, οι ελεγκτές απαντούν ότι: *“Of course there will be error. The most basic law of statistics is that every sample-based observation is subject to sampling error. [...]”* Για το 2^ο θέμα που θίγει το MEGA, αναφορικά με τις αυξομειώσεις στο ποσοστό τηλεθέασης, οι ελεγκτές φαίνεται να παραπέμπουν στους λόγους που κατέγραψαν και στο προηγούμενο Audit 2011/12 και καταγράφουν διάφορους παράγοντες και λόγους που υπάρχουν αυτές οι διαφοροποιήσεις στην τηλεθέαση ενός προγράμματος. Κατά τον ίδιο τρόπο, οι ελεγκτές απαντούν και τα ερωτήματα που έθεσε το MEGA στο 2^ο επιστολή του ημερομηνίας 2/7/2014. Η Επιτροπή επισημαίνει ότι σε σχετική ερώτηση του MEGA για το κατά πόσο το δείγμα είναι πολύ μικρό και δεν αντιπροσωπεύει τον πληθυσμό, η απάντηση των ελεγκτών ήταν ότι: *“In the view of the auditors, the current sample is broadly representative of the population in Cyprus, where discrepancies exist, they can be corrected for by the application of weights (as listed in Appendix 1). In the view of the auditors, the current panel sample and they have recommended a return to the planned expansion in 2013 at the earliest opportunity: i.e. financial circumstances permitting.”* Επίσης, σε σχετική ερώτηση του MEGA, αν το μικρό δείγμα προκαλεί νόθευση και ανεξήγητα αποτελέσματα τηλεθέασης, οι ελεγκτές απάντησαν: *“Yes, there is, indeed a high level of variance, but this does not imply distortion, in which respect the auditors believe that the current weighted output of viewing data accurately depicts current trends even though audiences may be highly variable for individual programmes. [...]”* Τέλος, η Επιτροπή σημειώνει ότι οι ελεγκτές αναφέρουν ότι έχουν πιστώσει την προσοχή στο ότι υπάρχει υπερ-εκπροσώπηση της κοινωνικοοικονομικής τάξης ΑΒ στο δείγμα, καθότι, όπως φαίνεται στο Appendix 3 του Audit 2014 για το 2013 και 2014 το target profile ήταν 6,9% ενώ το actual profile 14,1%. Η Επιτροπή επ' αυτού σημειώνει ότι ο ΣΕΔΕΑΚ για την κοινωνικοοικονομική τάξη ΑΒ αναφέρθηκε σε δείγμα 11%-15%, εξ' ου και φαίνεται να αναπροσαρμόζεται η Nielsen εντός του 2015 με δείγμα στο 16,5%.

Επιπρόσθετα των πιο πάνω, η Επιτροπή σημειώνει ότι η Nielsen επισύναψε σχετικό κατάλογο με τις ενέργειές της βάσει των προτάσεων και παρατηρήσεων των ελεγκτών.

Ακολούθως, η Επιτροπή παρατηρεί ότι στις 25/9/2015 φαίνεται ότι το MEGA απέστειλε προς την ΕΕΕΤ και την Nielsen ηλεκτρονική επιστολή, η οποία κοινοποιήθηκε προς τους ελεγκτές, κατόπιν αιτήματός του, την οποία απάντησε ο ελεγκτής κ. Toby Syfret με ηλεκτρονικό μήνυμα στις 26/9/2015. Ο ελεγκτής φαίνεται να απάντησε ότι: *“The issue is a misunderstanding. I thought that I had made perfectly clear the respective roles of SEDEAK in defining the social class categories and the associated algorithms for classifying households by social class. However, it is not SEDEAK's role to*

provide the population profiles. That is the job of the market research companies who work with SEDEAK definitions in designing their own survey questionnaires, which they can use to estimate the population profiles.» Σε απάντηση του πιο πάνω ηλεκτρονικού μηνύματος, το MEGA με επιστολή, ημερομηνίας 3/10/2014, προς την ΕΕΕΤ και με κοινοποίηση προς την Nielsen, αναφέρει ότι υπάρχει σοβαρότατο θέμα, καθώς υπάρχει αντίφαση για το δείγμα της Nielsen στις απαντήσεις των ελεγκτών και ζητά άμεσα να σταματήσει η κάλυψη του λανθασμένου δείγματος και να γίνει άμεσα διόρθωση.

Πέραν των πιο πάνω, η Επιτροπή σημειώνει ότι στις 15/1/2015 η Λόγος είχε αποστείλει επιστολή προς την Nielsen αναφορικά με τη συνεδρία της ΕΕΕΤ στις 26/11/2014, όπου και παρουσιάστηκαν τα στοιχεία για τις κοινωνικοοικονομικές τάξεις από τον ΣΕΔΕΑΚ, αναφέροντας ότι αυτά είναι τελείως διαφορετικά από τα στοιχεία που επιμένει να χρησιμοποιεί η Nielsen. Στην εν λόγω επιστολή, η Λόγος προβαίνει σε διάφορες τεχνικές ερωτήσεις προς την Nielsen, αναφορικά με το δείγμα και τα μηχανάκια που χρησιμοποιεί και αναφέρει ότι τα ποσοστά τηλεθέασής της κάθε Ιανουάριο πέφτουν χωρίς καμία εξήγηση, ενώ αυξήθηκαν του ΠΙΚ. Στο τέλος αυτής καταγράφεται η αμφισβήτηση της για τα στοιχεία της Nielsen και την πληροφορεί ότι η σύμβασή τους έχει λήξει στις 31/12/2014 και δεν πρόκειται να υπογράψει ανανέωση, εκτός εάν η Nielsen προβεί στις αναγκαίες ενέργειες για παροχή στοιχείων, που να αποτυπώνουν την πραγματική έγκυρη τηλεθέαση στην Κύπρο.

Η Nielsen, σε απαντητική επιστολή της ημερομηνίας 16/1/2015 αναφέρει ότι με έκπληξη παρέλαβε την επιστολή της Λόγος όπου σημειώνει ότι δεν θα υπογράψει την ανανέωση της μεταξύ τους σύμβασης και κάνει αναφορά σε επισυναπτόμενη ηλεκτρονική αλληλογραφία ημερομηνίας 8/9/2014, στην οποία είχε αναλύσει διεξοδικά το θέμα της ποσόστωσης των κοινωνικοοικονομικών τάξεων, που περιλαμβάνονται στο δείγμα της Nielsen και τους λόγους στους οποίους οφείλονται οι διαφορές από τα ενδεικτικά ποσοστά που διένειμε ο ΣΕΔΕΑΚ. Επίσης, στην εν λόγω επιστολή επεξηγούνται και άλλα θέματα των ποσοστών και καταλήγει ως εξής: «*Για το θέμα του μεγέθους του δείγματος όπως πολύ καλά γνωρίζετε έχουμε καταθέσει πρόταση, η οποία έγινε ομόφωνα αποδεκτή από την ΕΕΕΤ και ήδη προχωρούμε στην υλοποίησή της. [...] Θα ήθελα να υπενθυμίσω ότι πρόσφατα ολοκληρώθηκε ο έλεγχος που διεξάγει η ΕΕΕΤ και το πόρισμα ήταν απολύτως θετικό για την μέτρηση που διεξάγει η Nielsen. Με την ελπίδα ότι οι ανωτέρω απαντήσεις μου θα σας ικανοποιήσουν και θα αναθεωρήσετε την στάση σας για τη διακοπή της συνεργασίας μας, θα συνεχίσουμε να σας παρέχουμε τις υπηρεσίες μας μέχρι την 31/1/2015. Σε αντίθετη περίπτωση θα αναγκαστούμε να διακόψουμε την παροχή στοιχείων τηλεθέασης προς τον σταθμό σας και στη συνέχεια να αφαιρέσουμε το MEGA από τους μετρούμενους τηλεοπτικούς σταθμούς.»*

Στις 29/1/2015, η Λόγος με επιστολή της προς την Nielsen αναφερόμενη σε επιστολή της τελευταίας ημερομηνίας 27/1/2015 για διακοπή της υπηρεσίας από την 2/2/2015, καταγράφει: «*Στις 2/7/2013, λόγω της απειλής τερματισμού των στοιχείων τηλεθέασης εκ μέρους της Nielsen, αναγκασθήκαμε να υπογράψουμε συμφωνία με τη Nielsen μέχρι τις 31/12/2014. Πριν την υπογραφή της συμφωνίας στις 27/6/2013 είχαμε αποστείλει επιστολή στη Nielsen που δηλώναμε «Ο ΛΟΓΟΣ» Ε.Ε. έχει τη γνώμη ότι το δείγμα της εταιρείας Nielsen δεν είναι αντιπροσωπευτικό της Κυπριακής αγοράς, με αποτέλεσμα τα στοιχεία τηλεθέασης να μην αποτυπώνουν την πραγματική τηλεθέαση του MEGA. Δυστυχώς είμαστε πάλι μπροστά σε μια απειλή ενός τελεσιγράφου για διακοπή της υπηρεσίας από μια εταιρεία που κατέχει μονοπωλιακή και δεσπόζουσα θέση προσφέροντας υπηρεσίες χωρίς να έχει προκληθεί διαγωνισμός και υποχρεώνει στην υπογραφή σύμβασης με τους δικούς της όρους χωρίς να υπόκειται σε οποιονδήποτε έλεγχο από οποιονδήποτε θεσμοθετημένο σώμα ή αρχή.»*

Καταλήγοντας, η Λόγος αναφέρει ότι: «*[...] ενόσω η Nielsen μας παρέχει τα «στοιχεία» θα συνεχίσουμε να πληρώνουμε το τιμολόγιο που αποστέλλει. Ουδέποτε είπαμε ότι θα σταματήσουμε τη συνεργασία μας. Εάν η Nielsen αποφασίσει να διακόψει την παροχή της υπηρεσίας αυτή θα είναι μονομερής ενέργεια και σε τέτοια περίπτωση, επιφυλάσσουμε να προστατεύσουμε τα δικαιώματά της Εταιρείας μας με όλα τα ΝΟΜΙΜΑ ΜΕΤΡΑ.»*

Η Επιτροπή σημειώνει ότι στις 27/1/2015, η Nielsen είχε όντως αποστείλει επιστολή προς την Λόγος, στην οποία της ανέφερε ότι μέχρι εκείνη την ημέρα δεν είχε λάβει απάντηση στην από 16/1/2015 επιστολή της, σχετικά με την ανανέωση της μεταξύ τους σύμβασης και την ενημέρωσε ότι εάν δεν λάμβανε την απάντησή της μέχρι τις 30/1/2015, θα αναγκαζόταν στις 2/2/2015 να διακόψει την παροχή της υπηρεσίας της.

Σε απάντηση της πιο πάνω επιστολής, η Nielsen στις 30/1/2015 ανέφερε προς την Λόγος ότι δεν αποδέχεται και απορρίπτει συνολικά όλες τις θέσεις της περί «λανθασμένου δείγματος» και «ανακριβών» στοιχείων και υπενθύμισε ότι και η Λόγος συμμετείχε στον έλεγχο της ΕΕΕΤ, πριν λίγους μήνες. Τελειώνοντας, η Nielsen δήλωσε ότι είναι διατεθειμένη να συζητήσει μαζί της με σκοπό τη σύναψη νέας σύμβασης συνεργασίας και ότι μέχρι τότε θα συνεχίσει την παροχή της υπηρεσίας, δεδομένου ότι συνεχίζει και η Λόγος την πληρωμή των αντίστοιχων τιμολογίων.

Η Επιτροπή, στη βάση των όσων προαναφέρθηκαν και αφού μελέτησε όλη τη σχετική αλληλογραφία που ανταλλάχθηκε μεταξύ των μερών και η οποία βρίσκεται καταχωρισμένη εντός του διοικητικού φακέλου της υπόθεσης, έχει ομόφωνα καταλήξει ότι η καταγγέλλουσα εταιρεία δεν έχει στοιχειοθετήσει τους ισχυρισμούς της για παράβαση του άρθρου 6(1)(β) του Νόμου.

Τα συμπεράσματα που εξήγαγε η Επιτροπή, έχοντας μελετήσει τα πιο πάνω στοιχεία, που απεστάλησαν από τα εμπλεκόμενα μέρη, είναι τα ακόλουθα:

Καταρχάς έχει διαφανεί ότι πραγματοποιήθηκε παρουσίαση στην ΕΕΕΤ, με τη συμμετοχή του MEGA στις 20/12/2012 για την αλλαγή στην οποία θα προχωρούσε η Nielsen την 1/1/2013 στο δείγμα της έρευνας τηλεθέασης. Επομένως, διαφαίνεται ότι το MEGA γνώριζε τις προθέσεις της Nielsen. Επίσης, φαίνεται να γνώριζε και το λόγο που προέκυψε αυτή η αλλαγή της μείωσης του μεγέθους του δείγματος της μέτρησης τηλεθέασης από 550 νοικοκυριά σε 375, η οποία συμφωνήθηκε προσωρινά λόγω της «*χωρίς προηγούμενο κρίσης που έπληξε την Κυπριακή οικονομία το 2013*» και αργότερα εντός του 2015 αυξήθηκε πάλι σε 425. Τα πιο πάνω αποτυπώνονται στο πρακτικό συνεδρίας της ΕΕΕΤ στις 26/11/2014, ενώ στη συνέχεια, κατόπιν της αλλαγής ακολούθησε η μεταξύ των μερών ανταλλαγή επιστολών. Δεδομένων των πιο πάνω, η Επιτροπή θεωρεί ότι η αλλαγή του δείγματος δεν έγινε μονομερώς και αιφνιδίως από την Nielsen, ως ο ισχυρισμός της καταγγέλλουσας εταιρείας, αλλά έγινε ως μέρος της λύσης, που συμφωνήθηκε μεταξύ των μερών ώστε να μειωθεί σημαντικά το τίμημα, που οι πελάτες της Nielsen της κατέβαλλαν για την υπηρεσία της. Εξάλλου, αν η Nielsen πληρωνόταν από τους πελάτες της για την αύξηση του δείγματος να μην έχει οποιονδήποτε πρόβλημα να το αυξήσει.

Όσον αφορά τα όσα ανέφερε η Λόγος για το θέμα της προώθησης του διαγωνισμού για τις μετρήσεις τηλεθέασης και το ότι η ίδια δεν προχώρησε να ανανεώσει τη σύμβασή της που είχε λήξει με την Nielsen, η Επιτροπή παρατηρεί από τα ενώπιόν της στοιχεία ότι, εκείνο το διάστημα και συγκεκριμένα στις 29/2/2012 πραγματοποιήθηκε συνάντηση μεταξύ του Διοικητικού Συμβουλίου ΣΔΕΚ και των ANΤ1, Mega, ΡΙΚ και Sigma, κατά την οποία αποφασίστηκε όπως δοθεί μια τελευταία ευκαιρία στην Nielsen να δεσμευτεί γραπτώς ότι θα ικανοποιήσει τις απαιτήσεις της βιομηχανίας και δόθηκαν οδηγίες σε συγκεκριμένα άτομα, ένα εκ των οποίων ήταν ο γενικός διευθυντής του MEGA, να διευθετήσουν άμεσα συνάντηση με την εταιρεία Nielsen για να παραθέσουν τους όρους. Ενώ ακολούθως, η πρόταση της Nielsen έγινε αποδεκτή. Η Επιτροπή θεωρεί ότι ήταν λογικό επακόλουθο, εφόσον είχαν λήξει οι συμβάσεις των τηλεοπτικών σταθμών και αποφασίστηκε η ανανέωση με την Nielsen εντός του Ιουνίου του 2012, οι εταιρείες {...} να προχωρήσουν στη σύναψη συμβάσεων {...} του 2012.

Όσον αφορά τους ισχυρισμούς της Λόγος για το καθεστώς συνομολόγησης σύμβασης του ΡΙΚ με την Nielsen και το κατά πόσο έχουν πληρωθεί τα κριτήρια που θέτει η νομοθεσία για τις δημόσιες συμβάσεις, η Επιτροπή σημειώνει ότι η εξέταση του εν λόγω θέματος δεν εμπίπτει στις αρμοδιότητες της. Επίσης, η Επιτροπή σημειώνει ότι και το θέμα που θέτει η Λόγος της μη διεξαγωγής διαγωνισμού για την ανάθεση της έρευνας μέτρησης, καθότι, όπως αναφέρει, όλες οι προσπάθειες τους έπεσαν στο κενό, δεν φαίνεται να αποτελεί θέμα προς διερεύνηση στα πλαίσια του ανταγωνισμού. Καθότι μία τέτοια απόφαση, δηλαδή της επιλογής του τρόπου που θα συμβληθούν, ήτοι η επιλογή του κατά πόσο τα μέλη της ΕΕΕΤ θα προχωρήσουν σε διαγωνισμό ή θα επιλέξουν να συμβληθούν με συγκεκριμένο πρόσωπο με απευθείας ανάθεση, αποτελεί μέρος της επιχειρηματικής τους ελευθερίας/δράσης, που απορρέει από την ελευθερία του συμβάλλεσθαι και εκφεύγει της αρμοδιότητας της Επιτροπής.

Περαιτέρω, η καταγγέλλουσα εταιρεία ανέφερε ότι, αφότου ανέλαβε ξανά τις μετρήσεις τηλεθέασης η Nielsen δεν προχώρησε να υπογράψει με αυτήν σύμβαση συνεργασίας και άρχισε τότε μια έντονη πίεση εκ μέρους της. Επ' αυτού, η Επιτροπή παρατηρεί, από τις επιστολές που ανηλλάγησαν πριν την υπογραφή του νέου συμβολαίου συνεργασίας στις 2/7/2013, ότι το MEGA όφειλε ένα ποσό ύψους 246,332 Ευρώ μέχρι τις 30/4/2013 προς την Nielsen, το οποίο εκκρεμούσε περί των δύο (2) ετών και γι' αυτόν τον λόγο η Nielsen επισήμανε ότι δεν έχει υπογράψει νέο συμβόλαιο συνεργασίας ούτε έχει διευθετήσει το υπόλοιπό του. Με αυτό το δεδομένο διαφαίνεται ότι οι εν λόγω ενέργειες της Nielsen είχαν αποκλειστικά σκοπό τη διαφύλαξη των δικαιωμάτων της. Περαιτέρω, παρατηρείται ότι η Nielsen προέβη σε προσπάθειες για εξεύρεση λύσης στις μεταξύ τους διαφορές και διαπραγματεύτηκε διακανονισμό για το μεταξύ τους οφειλόμενο υπόλοιπο, αποδεχόμενη έκπτωση επ' αυτού 18% και καταβολή αυτού σε δόσεις, καθώς επίσης και αλλαγές και τροποποιήσεις επί της εν λόγω συμφωνίας από το MEGA, ενώ εν τω μεταξύ συνέχιζε, χωρίς την ύπαρξη συμβάσεως, να παραδίδει τα αποτελέσματα των μετρήσεων τηλεθέασης προς το MEGA, επί πληρωμή. Τέλος, η Επιτροπή παρατηρεί ότι το συμβόλαιο συνεργασίας που υπέγραψαν οι τηλεοπτικοί σταθμοί με την Nielsen εντός του 2013 είναι πανομοιότυπο, καθώς εμπεριέχει τις ίδιες πρόνοιες για όλους, με ελάχιστες εξαιρέσεις, ήτοι μικροδιαφορές που αφορούν οφειλές εκάστου μέρους προς την Nielsen.

Περαιτέρω, η Επιτροπή σημειώνει ότι η Λόγος αναφέρει, μεταξύ άλλων, στους ισχυρισμούς της έμμεση άρνηση παροχής στοιχείων από μέρους της Nielsen, που θα έχει ως αποτέλεσμα τον αποκλεισμό της από την αγορά και μείωση των εσόδων της, λόγω του ότι υποχρεώνεται να συμβληθεί με συγκεκριμένο τύπο σύμβασης με την Nielsen χωρίς διαπραγμάτευση. Επ' αυτού, η Επιτροπή, πέραν των όσων αναφέρθηκαν πιο πάνω, καταρχάς αναφέρει ότι η καταγγέλλουσα εταιρεία δεν έχει παρουσιάσει στοιχεία τέτοια, που να δείχνουν οποιαδήποτε άρνηση της Nielsen. Η Επιτροπή, παρατηρεί ότι η Λόγος, σε μετέπειτα επιστολή της προς την Nielsen ημερομηνίας 29/1/2015, έχει αναφέρει ότι *λόγω της απειλής τερματισμού των στοιχείων τηλεθέασης εκ μέρους της Nielsen, αναγκασθήκαμε να υπογράψουμε συμφωνία με την Nielsen μέχρι τις 31/12/2014*, όμως, δεν έχει διαφανεί οποιαδήποτε απειλή από μέρους της Nielsen. Από τις επιστολές του Ιανουαρίου 2015, που τα μέρη αντάλλαξαν, φαίνεται ότι η Λόγος ήταν αυτή που απείλησε την Nielsen με άρνηση ανανέωσης της σύμβασής τους, ενώ η Nielsen προσπάθησε να την προσεγγίσει για να ξανασκεφτεί την απόφασή της. Επίσης, από τις εν λόγω επιστολές, καθώς και σε προηγούμενες αυτών, αλλά και στα πρακτικά της συνεδρίας της ΕΕΕΤ στις 26/11/2014, η Nielsen απαντά εμπεριστατωμένα τα ερωτήματα της Λόγος, ενώ η τελευταία συνεχίζει να επιμένει στην ύπαρξη λανθασμένου ή μη επαρκούς δείγματος και στον ορισμό άλλων ανεξάρτητων εμπειρογνομώνων προς έλεγχο των στοιχείων της Nielsen. Απαφορικά με τον ισχυρισμό της Λόγος ότι η Nielsen αρνείται να της δώσει τα στοιχεία και την πηγή καθορισμού των κοινωνικοοικονομικών τάξεων, η Επιτροπή παρατηρεί ότι, εκτός των διευκρινίσεων που δόθηκαν από την Nielsen σε διάφορες επιστολές που ανηλλάγησαν μεταξύ τους, στις εξηγήσεις που δόθηκαν κατά τη συνεδρία της ΕΕΕΤ και στα συμβόλαια συνεργασίας καταγράφεται το δείγμα, η ταυτότητα του δείγματος και ο τρόπος που κατανέμεται αυτό βάσει διαφόρων παραγόντων.

Περαιτέρω, εκτός των ανωτέρω, η Λόγος έχει αναφερθεί σε αθέμιτους όρους από μέρους της Nielsen. Συγκεκριμένα, έχει ισχυριστεί ότι η Nielsen, προκειμένου να παρέχει στοιχεία για την ποιότητα και την ακρίβεια των μετρήσεων, απαιτούσε εκβιαστικά να υπογραφεί νέα σύμβαση και επέβαλε αυθαίρετους όρους συναλλαγής και ότι της επέβαλε να συμβληθεί με τους όρους που αυτή έθετε, με μια σύμβαση, τυποποιημένη και διαμορφωμένη από την ίδια την Nielsen. Η Επιτροπή παρατηρεί ότι, αν και γίνεται η εν λόγω αναφορά της Λόγος δεν δίδει καμία επεξήγηση για το ποιοι είναι αυτοί οι όροι που θεωρεί αθέμιτους, αλλά συνδέει τη σύναψη της σύμβασης, ως τυποποιημένης, με το γεγονός ότι θα επέλθει διακοπή παροχής στοιχείων σε περίπτωση που αρνηθεί κανείς να συμβληθεί με την Nielsen και επομένως, σε αυτό το σημείο επέρχεται το αθέμιτο των πράξεων της Nielsen, το οποίο όμως η Επιτροπή έχει εξετάσει ανωτέρω και έχει καταλήξει προκαταρκτικά ότι δεν έχει στοιχειοθετηθεί.

Η Επιτροπή, λαμβάνοντας υπόψη τον ισχυρισμό του MEGA για λανθασμένο δείγμα παρατηρεί ότι στον Πίνακα 6, πιο πάνω, έγιναν από την Nielsen αρκετές τροποποιήσεις στο διαχωρισμό ανά κοινωνικοοικονομική τάξη από το 2010 έως και το 2015. Η Επιτροπή καταρχάς σημειώνει ότι το MEGA, αν και αμφισβητεί την κατανομή του πληθυσμού σε κοινωνικοοικονομικές τάξεις και τα ποσοστά αυτών που χρησιμοποιεί η Nielsen, εντούτοις δεν έχει υποβάλει ή/και παραθέσει ποια ποσοστά θεωρεί ότι είναι τα ορθά. Κατόπιν της συνεδρίας της ΕΕΕΤ στις 26/11/2014, όπου παρουσιάστηκαν οι ενδεικτικές τιμές κατανομής του πληθυσμού σε κοινωνικοοικονομικές τάξεις από τον ΣΕΔΕΑΚ, το MEGA, βασιζόμενο σε αυτές, φαίνεται να τις υιοθετεί προς υποστήριξη των ισχυρισμών του για να υποστηρίξει την ύπαρξη λανθασμένου δείγματος από την Nielsen. Οι εν λόγω ενδεικτικές τιμές κατανομής του πληθυσμού

παρουσιάζουν, όπως διαφαίνεται ανωτέρω στον Πίνακα αρ. 5, μία απόκλιση σε σχέση με το τι εφαρμόζε η Nielsen, πράγμα το οποίο φαίνεται να αντιλαμβάνεται και η Nielsen, αλλά, μέσω του κ. Ζαβιτσάνου, δίδεται εμπειρισιασμένη απάντηση επί αυτού κατά τη συνεδρία της ΕΕΕΤ στις 26/11/2014 αλλά και στην ηλεκτρονική του απάντηση ημερομηνίας 8/9/2014 ενώ αργότερα διευκρινίζεται, κατόπιν σχετικής ερώτησης του MEGA, από τον ένα εκ των ελεγκτών σε ηλεκτρονική του απάντηση στις 26/9/2014.

Περαιτέρω, η Επιτροπή, αναφορικά με τον πιο πάνω ισχυρισμό του MEGA για τη χρήση από την Nielsen λανθασμένου δείγματος, σημειώνει ότι το αν το δείγμα έχει οποιοδήποτε στατιστικό λάθος δεν μπορεί να το κρίνει η Επιτροπή· εξάλλου, όπως ανέφεραν και οι ελεγκτές πάντα υπάρχει πιθανότητα λάθους στη στατιστική.

Συγκεκριμένα, η Επιτροπή παρατηρεί ότι η Nielsen αναφέρει κατά τη συνεδρία της ΕΕΕΤ στις 26/11/2014 ότι θα συνεχίσει να χρησιμοποιεί τη δική της έρευνα βάσης, που είναι η μεγαλύτερη στην Κύπρο, για τον καθορισμό των κοινωνικο-οικονομικών τάξεων και για τη διερεύνηση όλων των άλλων στοιχείων που δεν δίνει η Στατιστική Υπηρεσία (π.χ. αριθμό συσκευών TV). Ο κ. Ζαβιτσάνος ανέφερε ότι θα ερευνηθεί αν τα ποσοστά της είναι εκτός του πλαισίου του ΣΕΔΕΑΚ και θα έχει την ευθύνη να τεκμηριώσει τα δικά της στοιχεία. Περαιτέρω ανέφερε ότι η νέα πλήρης έρευνα βάσης που θα έχει στα χέρια της η Nielsen θα χρησιμοποιηθεί για την αναπροσαρμογή των στοιχείων από το καλοκαίρι του 2015. Επίσης καταγράφεται ότι δεν θα ήθελε να προβεί σε αλλαγές κατά τη διάρκεια της τρέχουσας τηλεοπτικής σεζόν, αν και αναγνωρίζει ότι τα στοιχεία που χρησιμοποιεί έχουν απόκλιση από το πλαίσιο που θα ανακοινώσει ο ΣΕΔΕΑΚ.

Επομένως, στη βάση όλων όσων έχουν καταγραφεί ανωτέρω, η Επιτροπή ομόφωνα έχει καταλήξει ότι η καταγγέλλουσα εταιρεία δεν έχει στοιχειοθετήσει τους ισχυρισμούς της ότι η Nielsen καταχράται τη δεσπόμενη θέση της με την έμμεση άρνησή της να παρέχει στοιχεία προς την Λόγος, που θα έχει ως αποτέλεσμα τον αποκλεισμό της από την αγορά και την μείωση των εσόδων της παρά μόνο εάν συμβληθεί μαζί της με συγκεκριμένο τύπο σύμβασης, χωρίς ουσιαστικά περιθώρια διαπραγματεύσεως. Επίσης, δεν έχουν στοιχειοθετηθεί ούτε οι ισχυρισμοί της ότι η Nielsen αρνείται παράλληλα να δώσει τα στοιχεία και την πηγή καθορισμού των κοινωνικοοικονομικών τάξεων, ενώ η έρευνα μέτρησης τηλεθέασης, που λαμβάνει υπόψη της η Nielsen βασίζεται σε λανθασμένο δείγμα, που εμπεριέχει λανθασμένη αντιπροσώπηση των κοινωνικοοικονομικών τάξεων και επίσης, βασίζεται σε ένα ελάχιστο δείγμα 375 μηχανών, τα οποία είναι στα όρια του στατιστικού λάθους.

Στη βάση των όσων αναλύθηκαν ανωτέρω και των ενώπιον της στοιχείων του διοικητικού φακέλου της υπόθεσης, η Επιτροπή ομόφωνα καταλήγει ότι, οι ισχυρισμοί της καταγγέλλουσας περί παράβασης του άρθρου 6(1)(β) του Νόμου από μέρος της Nielsen, δεν έχουν στοιχειοθετηθεί από μέρος της καταγγέλλουσας εταιρείας.

(ii) *Εξάρτηση της σύναψης συμφωνιών από την αποδοχή εκ μέρους των αντισυμβαλλομένων πρόσθετων υποχρεώσεων, οι οποίες, εκ της φύσεώς τους ή σύμφωνα με τις εμπορικές συνήθειες, δεν έχουν σχέση με το αντικείμενο των συμφωνιών αυτών -Άρθρο 6(1)(δ) του Νόμου*

Η καταγγέλλουσα εταιρεία στην καταγγελία της αναφέρει ότι η Nielsen εκμεταλλεύεται τη δεσπόμενη θέση ως η μοναδική και αποκλειστική εταιρεία διεξαγωγής μετρήσεων τηλεθέασης και η συμπεριφορά της έχει ως αποτέλεσμα: *“Η παροχή στοιχείων εκ μέρους της Nielsen για την ποιότητα και την ακρίβεια των μετρήσεων, να εξαρτάται από το αν θα υπογράψει νέα σύμβαση μεταξύ MEGA και Nielsen.”*

Το άρθρο 6(1)(δ) του Νόμου αφορά την επιβολή από μέρος μιας δεσπόμενης επιχείρησης προς τον αγοραστή της την προμήθεια από αυτήν και δευτερευόντων προϊόντων ή υπηρεσιών, συνδεδεμένων, τα οποία δεν έχουν καμία σχέση με το αντικείμενο της συμφωνίας (tying clauses). Το εν λόγω προϊόν ή υπηρεσία μπορεί να παρέχεται είτε τη στιγμή της αγοράς είτε κάποια στιγμή στο μέλλον. Απαραίτητη δε προϋπόθεση για την απαγόρευση των εν λόγω ρητών ως καταχρηστικές είναι η απόδειξη ότι δεν έχουν καμία σχέση με το αντικείμενο της σύμβασης.

Επομένως, η πρακτική των συνδεδεμένων πωλήσεων (tying or tied-in sales) ορίζεται ως η πρακτική εκείνη κατά την οποία μία επιχείρηση προσφέρει ένα προϊόν της (tied) με την προϋπόθεση ότι και ένα άλλο προϊόν της (tying) θα αγοραστεί μαζί με αυτό. Τα προϊόντα tied είναι εκείνα που διατίθενται και μόνα τους, ενώ τα προϊόντα tying είναι εκείνα που διατίθενται πάντα μαζί με τα πρώτα και συνιστούν το πακέτο. Γενικότερα, οι συνδεδεμένες πωλήσεις αναφέρονται σε καταστάσεις που απαιτούν από τους καταναλωτές των προϊόντων tying να προβούν στην αγορά και του προϊόντος tied.²⁶

Η πρακτική αυτή χρησιμοποιείται από μια δεσπόμενη επιχείρηση προκειμένου να επιτύχει τον αποκλεισμό ανταγωνιστών από τη σχετική αγορά. Το tying γενικά έχει δύο σαφή ή καλύτερα σαφώς υπονοούμενα χαρακτηριστικά. Πρώτον, αφορά δύο ξεχωριστά αγαθά και δεύτερον εμπεριέχει ένα είδος εξαναγκασμού. Η φύση του είναι τέτοια που συναντάται παντού στην οικονομία.²⁷

Στη συγκεκριμένη περίπτωση τίθεται ισχυρισμός από μέρος της Λόγος για παράβαση του άρθρου 6(1)(δ) του Νόμου αναφερόμενη σε εκβιαστική απαίτηση υπογραφής νέας σύμβασης μεταξύ MEGA και Nielsen και επιβολή αθέμιτων όρων. Η καταγγέλλουσα εταιρεία ισχυρίζεται σχετικά ότι η Nielsen προκειμένου να παρέχει στοιχεία για την ποιότητα και την ακρίβεια των μετρήσεων, απαιτούσε εκβιαστικά να υπογραφεί νέα σύμβαση, ενώ μονομερώς μετέβαλε το δείγμα και τους τρόπους μέτρησης και αρνείται να προβεί σε έλεγχο από πραγματικά ανεξάρτητους εμπειρογνώμονες του έγκυρου και αμερόληπτου της λειτουργίας της έρευνας τηλεθέασης.

Στη βάση των όσων έχουν αναφερθεί ανωτέρω, η Επιτροπή παρατηρεί ότι ο ισχυρισμός της Λόγος για παράβαση του άρθρου 6(1)(δ) του Νόμου, εφόσον τίθεται θέμα συμβολαίου, αφορά Contractual tying, δηλαδή συνδεδεμένων

²⁶ Βλ. *supra* υποσ. 13, *Hoffmann-La Roche*, παρά. 110-111.

²⁷ “GCLC Research papers on Article 82 EC”, Chapter: “An Antitrust Analysis of Tying: Position Paper”, Christian Ahlborn, David Bailey and Helen Crossley, Ιούλιος 2005, σελ. 167. “Article 82: Tying and Bundling. A half step forward?”, Penelope Papandropoulos, Competition Law Insight, Ιούνιος 2006, σελ.3

<http://ec.europa.eu/dgs/competition/economist/article82.pdf>

πωλήσεων σε συμβόλαιο,²⁸ όπου υφίσταται συμφωνία αγοράς ενός προϊόντος και υποχρεώνεται ο πελάτης να αγοράσει και ένα δευτερεύον προϊόν (συνδεδεμένο προϊόν) στο συμβόλαιό του. Αυτό μπορεί να γίνει την ίδια στιγμή ή κάποια στιγμή στο μέλλον. Στην ουσία όμως δεν γίνεται οποιαδήποτε αναφορά από μέρους της Λόγος σε γεγονότα και δεδομένα που αφορούν συνδεδεμένες πωλήσεις σε συμβόλαιο, αλλά σε ισχυρισμό για άρνηση παροχής στοιχείων από μέρους της Nielsen παρά μόνο εάν υπογραφεί συμβόλαιο συνεργασίας μεταξύ τους. Επομένως, οι εν λόγω ισχυριζόμενες παραβάσεις του εν λόγω άρθρου του Νόμου, αφορούν γεγονότα που εξετάστηκαν ανωτέρω ως παράβαση του άρθρου 6(1)(β) του Νόμου.

Περαιτέρω, η Επιτροπή παρατηρεί στη βάση των ενώπιον της στοιχείων ότι, η Nielsen, παρά τη μη υπογραφή από μέρους της Λόγος της συνήθους συμφωνίας τους, συνέχισε να την προμηθεύει με τα δεδομένα και τα μερίδια τηλεθέασης και να την πληρώνεται ανά μήνα για την εν λόγω υπηρεσία.

Επομένως, η Επιτροπή, έχοντας υπόψη τα δεδομένα και τα γεγονότα της υπόθεσης, ομόφωνα καταλήγει ότι οι εν λόγω ισχυρισμοί της Λόγος πέραν του ότι αφορούν το άρθρο 6(1)(β) του Νόμου και επομένως πρέπει να εξετασθούν υπό το πρίσμα αυτού, ως και ήδη έγινε, δεν αφορούν παράβαση που να εμπίπτει στο άρθρο 6(1)(δ) του Νόμου, εφόσον δεν γίνεται οποιαδήποτε αναφορά σε συνδεδεμένες πωλήσεις στο μεταξύ των εμπλεκόμενων μερών συμβόλαιο συνεργασίας.

7.3.2 Άρθρο 6(2) του Νόμου

Αναφορικά με τους ισχυρισμούς της καταγγέλλουσας εταιρείας στην καταγγελία της για ύπαρξη σχέσης οικονομικής εξάρτησης μεταξύ της και της Nielsen, την οποία καταχράται η τελευταία, η Επιτροπή σημειώνει ότι συγκεκριμένα η καταγγέλλουσα αναφέρει ότι παραβιάστηκε το άρθρο 6(2) του Νόμου: «για τους κάτωθι λόγους:

Η Nielsen προκειμένου να παρέχει στοιχεία για την ποιότητα και την ακρίβεια των μετρήσεων, απαιτούσε εκβιαστικά να υπογραφεί νέα σύμβαση μεταξύ MEGA και Nielsen.

Η Nielsen αρνήθηκε να υπάρξει πιστοποίηση των μετρήσεων από πραγματικά ανεξάρτητο εμπειρογνώμονα ως προς το έγκυρο και αμερόληπτο της λειτουργίας της έρευνας τηλεθέασης.

Η Nielsen παρέχει τα στοιχεία τηλεθέασης και υπηρεσιών με ανάθεση και όχι με διεθνή διαγωνισμό.

Δεν υπάρχει επαρκής διασφάλιση της μυστικότητας και ακριβούς διασπορά του δείγματος και της ταυτότητας των προσώπων που έχουν μηχανάκια της Nielsen ούτε και πιστοποίηση του σωστού δείγματος.

Η Nielsen αποφασίζει από μόνη της την ανάθεση του ελέγχου της έρευνας χωρίς διασφάλιση της ακρίβειας των στοιχείων, ενώ μετέβαλε μονομερώς το δείγμα μέσα στο μέσο του τηλεοπτικού χρόνου.

Το δείγμα που χρησιμοποιείται από την Nielsen είναι εξαιρετικά μικρό, ενώ υπάρχουν σημαντικές αυξομειώσεις μεταξύ των μετρήσεων από μέρα σε μέρα, οι οποίες είναι ανεξήγητες.»

Για την εξέταση της καταγγελίας υπό το πρίσμα του άρθρου 6(2) του Νόμου, Επιτροπή λαμβάνει υπόψη τη συγκεκριμένη νομοθετική ρύθμιση, με βάση την οποία:

«(2) Απαγορεύεται η καταχρηστική εκμετάλλευση, από μία ή περισσότερες επιχειρήσεις, της σχέσης οικονομικής εξάρτησης, στην οποία βρίσκεται προς αυτή ή αυτές μία επιχείρηση, η οποία κατέχει θέση πελάτη, προμηθευτή, παραγωγού, αντιπροσώπου, διανομέα ή εμπορικού συνεργάτη τους, ακόμη κι ως προς ένα ορισμένο είδος προϊόντων ή υπηρεσιών, και δε διαθέτει ισοδύναμη εναλλακτική λύση.

Η καταχρηστική αυτή εκμετάλλευση της σχέσης οικονομικής εξάρτησης μπορεί να συνίσταται ιδιαίτερα στην επιβολή αυθαίρετων όρων συναλλαγής, στην εφαρμογή διακριτικής μεταχείρισης, στη διακοπή εμπορικών σχέσεων με ανάληψη ή μεταφορά των δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται με τις εν λόγω εμπορικές σχέσεις κατά τρόπο που επηρεάζει ουσιαδώς τον ανταγωνισμό ή στην αιφνίδια και αδικαιολόγητη διακοπή μακροχρόνιων εμπορικών σχέσεων.»

Με το άρθρο 6(2) του Νόμου για την «Απαγόρευση καταχρηστικής εκμετάλλευσης της σχέσης οικονομικής εξάρτησης» γίνεται καταρχήν μία παρέκκλιση από το ενωσιακό δίκαιο του ανταγωνισμού και παρέχεται αποτελεσματική προστασία στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, που είναι ευάλωτες σε σχέσεις εξάρτησης από επιχειρήσεις, οι οποίες, λόγω του επιχειρηματικού τους εύρους και της δυναμικότητας, μπορούν να επιβάλλουν καταχρηστικούς όρους συναλλαγών.

Προϋπόθεση για την εφαρμογή της είναι η ύπαρξη σχέσης οικονομικής εξάρτησης μεταξύ των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων, (και όχι δεσπόζουσας θέσης), σε σημείο που η μονομερής διακοπή της σχέσης αυτής να καθιστά αδύνατη την εξεύρεση από την εκμεταλλεόμενη επιχείρηση ισοδύναμων εναλλακτικών λύσεων εμπορικών επιλογών και συναλλαγών. Η αυθαίρετη και καταχρηστική μονομερής διακοπή τέτοιων συμβάσεων από τον «ισχυρό» αντισυμβαλλόμενο μπορεί να δημιουργήσει ανεπανόρθωτη βλάβη στην επιχείρηση, η οποία έχει οργανωθεί και βασιστεί με γνώμονα τις συμβάσεις που έχει πετύχει. Η εφαρμογή του εν λόγω άρθρου προσθέτει μία ακόμα νομική βάση για τις μικρές κυρίως επιχειρήσεις ενάντια σε τυχόν αυθαιρεσίες των «ισχυρών», όταν η απρόσκοπτη τήρηση συγκεκριμένων όρων και συνθηκών συναλλαγών αποτελεί αποφασιστικό παράγοντα για την διατήρηση της ανταγωνιστικότητάς τους.

Περαιτέρω, η Επιτροπή σημειώνει το λεκτικό του Διοικητικού Εφετείου Αθηνών στην Υπόθεση αρ. 2498/2010, όπου έκρινε αναφορικά με την εφαρμογή του αντίστοιχου άρθρου 6(2) του Νόμου, το άρθρο 2α του Ν. 703/1977, ο οποίος εφαρμόζεται από την Ελληνική Αρχή Ανταγωνισμού και παραθέτει το ακόλουθο απόσπασμα: «Επειδή, με την επέκταση του ελέγχου καταχρηστικότητας με τις διατάξεις του άρθρου 2α του ν. 703/1977 σε επιχειρήσεις, που δεν κατέχουν δεσπίζουσα θέση, αποκλείεται το παράδοξο αποτέλεσμα να υπόκειται σε έλεγχο καταχρηστικότητας η πρακτική των επιχειρήσεων με μεγάλο μερίδιο αγοράς ενώ αυτή των εξισου ισχυρών αλλά με μικρό μερίδιο να εκφεύγει αυτού καθόσον η καταχρηστική εκμετάλλευση τόσο της δεσπίζουσας θέσης όσο και της οικονομικής εξάρτησης εκλείει όμοια αντανταγωνιστικά αποτελέσματα αφού δεν διασφαλίζει την πρόσβαση της εξαρτώμενης επιχείρησης στην αγορά, η οποία πρέπει να διατηρείται ανοικτή και να διασφαλίζεται ισότητα ευκαιριών στις επιχειρήσεις που συμμετέχουν σ' αυτήν.

²⁸ 166 "Tying under Competition Law: The Tetra Pac II Case", Essay by Daniel Gustafsson, Economi Hogskogolan Lunds Universitet, 02/02/2007, σελ.7 <http://biblioteket.ehl.lu.se/olle/papers/0002369.pdf>

Επομένως η τελεολογική προσέγγιση της εν λόγω διάταξης του άρθρου 2α του ν. 703/1977 πρέπει να υπολαμβάνει ότι δεν δύναται να διαφέρουν οι προϋποθέσεις εφαρμογής της διάταξης αυτής με τις αντίστοιχες του άρθρου 2 του ίδιου νόμου». Στη βάση της πιο πάνω αναφοράς, η Επιτροπή ομόφωνα καταλήγει ότι η διάταξη του άρθρου 6(1) και η διάταξη του άρθρου 6(2) του Νόμου κάνουν αναφορά σε όμοιες περιστάσεις, με διακριτή όμως τη διαφορά στην πρώτη περίπτωση, όπου η εταιρεία αποδεδειγμένα κατέχει δεσπόμενη θέση στη σχετική αγορά, ενώ στη δεύτερη περίπτωση, πρόκειται για ισχυρή επιχείρηση, χωρίς όμως την ύπαρξη δεσπόμενης θέσης από μέρους της, αλλά με σχέση οικονομικής εξάρτησης με τον πελάτη της ή/και προμηθευτή της κτλ.

Συμπερασματικά, η Επιτροπή θεωρεί ότι, οι δύο αυτές διατάξεις του Νόμου τέθηκαν με σκοπό να αλληλοκαλύπτουν η μία την άλλη και σε περιπτώσεις που δεν εφαρμόζεται η διάταξη 6(1) να προστατεύονται οι μικρές επιχειρήσεις από ισχυρές μεν επιχειρήσεις, που όμως στην ευρύτερη αγορά δεν κατέχουν δεσπόμενη θέση. Ως εκ τούτου, στην παρούσα υπό εξέταση καταγγελία, η παράλληλη εφαρμογή και των δύο διατάξεων του Νόμου, για τις ίδιες κατ' ισχυρισμό καταχρηστικές πρακτικές από μέρους μίας επιχείρησης, που αναφέρονται στα ίδια γεγονότα και δεδομένα έχουν ήδη εξετασθεί και στοιχειοθετήθηκε ότι η καταγγελλόμενη εταιρεία Nielsen κατέχει δεσπόμενη θέση, επομένως η εξέταση του εν λόγω άρθρου παρέλκει.

Επομένως, η Επιτροπή, έχοντας λάβει υπόψη της τα πιο πάνω και δεδομένου ότι η καταγγέλλουσα εταιρεία στους ισχυρισμούς της για εφαρμογή του άρθρου 6(2) του Νόμου προωθεί τα όσα ανέφερε για να τεκμηριώσει τους ισχυρισμούς της για καταχρηστική εκμετάλλευση της δεσπόμενης θέσης της Nielsen στη σχετική αγορά, ομόφωνα καταλήγει ότι οι ισχυρισμοί για καταχρηστικές πρακτικές έχουν ήδη εξετασθεί κάτω από το Κεφάλαιο της Κατάχρησης της Δεσπόμενης θέσης.

Ως εκ τούτων, η Επιτροπή ομόφωνα καταλήγει ότι η εξέταση των εν λόγω ισχυρισμών της καταγγέλλουσας εταιρείας περί καταχρηστικής εκμετάλλευσης της σχέσης οικονομικής εξάρτησης από την Nielsen προς αυτήν, παρέλκει.

8. ΚΑΤΑΛΗΚΤΙΚΟ

Υπό το φως όλων των πιο πάνω αναλυθέντων στοιχείων και μέσα από την αξιολόγηση και συνεκτίμηση των στοιχείων του διοικητικού φακέλου της υπόθεσης, η Επιτροπή έχει καταλήξει ομόφωνα ότι, στη βάση των όσων αναλύθηκαν ανωτέρω, η εταιρεία Nielsen κατέχει δεσπόμενη θέση στη σχετική αγορά της μέτρησης τηλεθέασης τηλεοπτικών προγραμμάτων στην κυπριακή επικράτεια, αλλά δεν στοιχειοθετείται η οποιαδήποτε καταχρηστική εκμετάλλευση της δεσπόμενης θέσης κατά παράβαση των διατάξεων του άρθρου 6(1) και του άρθρου 6(2) του Νόμου, ως οι ισχυρισμοί της εταιρείας Λόγος.

Ως εκ των ως άνω, η Επιτροπή ομόφωνα αποφασίζει να απορρίψει την καταγγελία της καταγγέλλουσας εταιρείας και να ενημερώσει τα εμπλεκόμενα μέρη για την ως άνω απόφασή της.

.....
Λουκία Χριστοδούλου

Πρόεδρος της Επιτροπής Προστασίας του Ανταγωνισμού