



EBAZPENA (13/2009 esp., OINARRIZKO PRODUKTUEN PREZIOAK)

Osoko bilkura

Joseba Andoni Bikandi Arana jauna, lehendakaria

Juan Luis Crucelegui Gárate jauna, lehendakariordea

María Pilar Canedo Arrillaga andrea

José Antonio Sangroniz, idazkaria

Vitoria-Gasteiz, 2011ko urriaren 5a

Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegiak (LDEA), adierazitako kideak bertan direla eta Joseba Andoni Bikandi Arana jauna txostengile dela, ebazpen hau egin du OINARRIZKO PRODUKTUEN PREZIOEI buruzko 05/2009 espedientean. Lehiaren Defentsarako Euskal Zerbitzuak (LDEZ) hasi zuen hori, Aitor Beldarrain Begoña jaunak, Ausbanc Consumo (AUSBANC) Banku zerbitzuen erabiltzaileen elkartearen izen eta ordezkartzan, Eroski Kooperatibaren kontra ipini zuen salaketa baten ondorioz. Salaketa horren bitartez, Lehiaren Defentsari buruzko Legean debekatutako jokabideak ustez egin izana salatu zen.

AURREKARIAK

1. 2009ko apirilaren 21ean Aitor Beldarrain Begoña jaunak Ausbanc Consumo (AUSBANC) Banku zerbitzuen erabiltzaileen elkartearen izen eta ordezkartzan sinatutako idazkia sartu zen Eusko Jaurlaritzaren dagoeneko ez dagoen Ogasun eta Herri Administrazio Sailaren erregistroan. Idazki horren bitartez, *AUSBANC* elkarteak salaketa ipini zuen Eroski Kooperatibaren kontra, Lehiaren Defentsari buruzko Legean debekatutako jokabideak egin zituelako, ustez.

Salatutako gertakarietan AUSBANCek uste du justifikatu gabe garestitu direla oinarrizko produktuaren prezioak, Eroski Taldeak Nerbioi ibaiaren eskuinaldean (Gorliz, Berango, Sopelana, Leioa eta laster Plentzia) duen nagusitasunezko egoeraren ondorioz.

2. Salaketaren idazkian antzemandako zenbait hutsune zuzentzeko agindu zion LDEZk AUSBANCi, eta 2009ko maiatzaren 13an dagoeneko ez dagoen Ogasun eta Herri Administrazio Sailaren erregistroan sartu zen idazkiaren bitartez zuzendu ziren hutsuneok.



3. 2009ko ekainaren 1ean, LDEZk ohar laburra bidali zion Lehiaren Batzorde Nazionalako (LBN) Ikerketen Zuzendaritzari, salatutako jokabideari buruz, Estatuak eta autonomia-erkidegoek lehia babesteko dauzkaten eskumenak koordinatzeko otsailaren 21eko 1/2002 Legearen 2. eta 5. artikuluetan ezarritakoaren arabera. Ohar labur horren bitartez, LDEZk LBNri jakinarazi zion, espedientean jasota zegoen informazioaren arabera, ez zela hautematen jokabideak Euskal Autonomia Erkidegoarena baino maila goragoko esparruari eragiten zionik eta, 1/2002 Legearen 1. artikuluan xedatutakoarekin bat etorritz, kasu honi buruz jakiteko eskumena LDEZri zegokiola iritzi zen.

Lehiaren Batzorde Nazionalak, 2009ko ekainaren 17ko barruko oharraren bitartez, azaldutako kasuaren berri izateko eskumena duten organoak Euskal Autonomia Erkidegokoak direla ondorioztatu zuen.

4. 2009ko azaroaren 12an, Ekonomia eta Plangintzako zuzendariak, Lehiaren Defentsarako Euskal Zerbitzuak egindako ebazpen-proposamena bidali zion Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegi honi. Bertan LDEZk LDEAri proposatu zion salaketa artxibatzeke eta zehapen-espedienterik ez irekitzeko salatu zen jokabideari zegokionez.
5. Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegiak 2011ko urriaren 5eko batzarrean eztabaidatu eta erabaki zuen gaia, Joseba Andoni Bikandi Arana jauna zela txostengilea.

ZUZENBIDEKO OINARRIAK

6. Lehiaren Defentsari buruzko uztailaren 3ko 15/2007 Legearen 49.3. artikulua honako hau dio: *Lehiaren Batzorde Nazionalaren Kontseiluak, Ikerketen Zuzendaritzak proposatuta, lege honen 1, 2, eta 3. artikuluetan debekatutako jokaerak ustez izateagatik hasi beharreko prozedurak ez hastera erabakitzeke aukera izango du, eta ordura arteko jarduerak artxibatzeke aukera, legea urratu izanaren zantzurik ez dagoela irizten baldin badio.*
7. Lehiaren Defentsari buruzko legearen zortzigarren xedapen gehigarriaren arabera, *Lege honetan Lehiaren Batzorde Nazionalari eta bertako zuzendaritza-organoei buruz egiten diren erreferentziak, hain zuzen ere eginkizun, administrazio-ahalmen eta prozedurei buruzkoak, autonomia-erkidegoetan arlo horretako eskumenak dituzten instrukzio- eta ebazpen-organoei buruzkoak ere badirela ulertuko da, erreferentzia horiek lege honen 13. artikuluan aurreikusitako eskumenen ingurukoak direnean.*
8. Euskal Autonomia Erkidegoari dagokionez, apirilaren 12ko 81/2005 Dekretuak (Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegia sortu eta Lehiaren Defentsarako Zerbitzuak Euskal Autonomia Erkidegoan izango dituen eginkizunak ezarri zituen Dekretua aldatu zuen martxoaren 4ko 36/2008



Dekretuak aldatu zuena), alde batetik, Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegia eta, bestetik, Lehiaren Defentsarako Euskal Zerbitzua bereizten ditu. Biak beren eginkizunei dagokienez Lehiaren Defentsari buruzko 15/2007 Legeak ezarritakora egokitu beharko dira. Hala, Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegiari dagokio jarduerak artxibatzeari buruzko ebazpena ematea, legea urratu izanaren zantzurik ez dagoela uste duenean, Lehiaren Defentsari buruzko 15/2007 Legearen 44. artikuluekin bat etorritik.

9. Ebazpen-proposamenak dio, salatutako gertakariak ikusita, LDEZk ez duela ikusten Lehiaren Defentsari buruzko 15/2007 Legearen aginduak hautsi izanari buruzko zantzurik. Hori dela eta, zehapen-prozedurarik ez irekitzeko proposatu dio LDEA honi.

10. Batzordeak nagusitasunezko egoeraz abusatzeke debekua hautsi dela egiaztatzeke, merkatu adierazgarriak ezarri behar dira aurretiaz (EEJAren Epaia, 1978ko otsailaren 14koa, United Brands Continental/Batzordea, 27/76), enpresa inputatuak benetan nagusitasuna duen argitzeko; gero, hala badagokio, merkatuan duen nagusitasunezko egoera hori abusuz erabili duen aztertu beharko da. Hain zuzen ere, LDEZk ebazpen-proposamenean dioen bezala, Lehiaren Defentsari buruzko Legearen 2. artikulua aplikatu ahal izateko, lehenengo eta behin, argi egon behar da salatutako jokabidean sartuta dagoen eragileak, kasu honetan Eroski Kooperatibak, nagusitasunezko egoera duela aipatutako merkatu adierazgarrian. Bigarrenik, nagusitasunezko egoera hori abusuz erabili behar da, aztertzen gabiltzan salaketan zuzenean edo zeharka bidezkoak ez diren prezioak edo bestelako merkataritza- edo zerbitzu-baldintzak ezartzea izango litzatekeela abusu hori¹.

Hori dela eta, salatutako gertakariak aztertzearen, nagusitasunezko egoeraren abusua izan lezakeen merkatu adierazgarria zehaztu behar da aurretiaz.

11. Merkatu adierazgarria, produktuaren ikuspegitik, egunero kontsumitzeko produktuen txikizkako banaketaren merkatua da, zerbitzu libreko formatuan, laguntza pertsonalizaturik gabeko txikizkako salmentaren hainbat mota daudela horren barruan. Hain zuzen ere, hurbiltasun zerbitzuek (autozerbitzuak), gune ertainek (supermerkatuak), gune handiek (hipermerkatuak) eta deskontu-dendek osatzen dute aipatutako merkatua. Merkatu hori, nolana ere, ez da produktuak ohiko formatuan saltzeko merkatuaren berdina (gune txikiak eta arreta pertsonalizatua), ez eta denda espezializatuen bitartez saltzeko merkatuaren berdina ere, lehia asimetrikoa baitago horien artean².

¹ Lehiaren Defentsari buruzko Legearen 2 a) artikulua.

² Dagoeneko ez dagoen Lehiaren Defentsarako Auzitegiaren (LDA) Lehiaren Defentsarako Zerbitzuak (egungo Lehiaren Batzorde Nazionala, LBN) egindako txostena: n-07023 EROSKI/CAPRABO (Aktiboak).



12. Oinarrizko ondasunen txikizkako banaketaren merkatuaren geografia-eremuari dagokionez, lehia batez ere tokiko merkatuan egiten da, hau da, kontuan hartu diren denden eragin- edo erakarpen-eremuan edo eremuetan³. Tokiko merkatu horrek, merkataritza-formatuaren arabera, 15 minutu inguru har lezake, isokronoak kontuan hartuta⁴.
13. Salatutako gertakariak oinarri hartuta, Nerbioi-Ibaizabal ibaiaren eskuinaldeko udalerrak (Erandio, Leioa, Getxo eta Berango) izango liriteke aztertzen gabiltzan eremuaren zehaztapen geografikoa osatuko luketenak.

Bilbo kanpoan utzi da, berez delako erakarpen-eremua.

Merkatu honetan, kontsumitzaileak, euren produktuak merkataritza-formatu ezberdinen bitartez eskaintzen dituzten merkataritza-enpresa handien entseinak aukera ditzakete. Aztertzen gabiltzan kasuan 6 entseina daude (CARREFOUR/DIA, EROSKI, SABECO, LIDL, UVESCO/GELSA, ERCORECA/CEAL), eta horien artean EROSKI salmenta-azaleraren % 45 eta % 50 artean du⁵, baita denden herena ere. Eroski Kooperatiba, entseina nagusia EAEn, merkataritza-gune handi eta ertainen ustiapenaren bitartez ageri da, EROSKI Hipermerkatuak⁶, EROSKI/center⁷ eta EROSKI/city⁸ izena dutela gune horiek.

MERKATU-KUOTA / ENTSEINA, SALMENTA-AZALERAREN ARABERA

	CARREFOUR	EROSKI	SABECO	UVESCO	LIDL	ERCORECA
ESKUINALD EA	[% 15-% 20]	[% 45-% 50]	[% 0-% 5]	[% 15- % 20]	[% 0-% 5]	[% 10-% 15]

Iturria: Bertan eginda, Merkataritza Establezimendu Handien Batzordetik (2008. urtea) eskuratutako datuak oinarri hartuta.

³ Bezeroak bertatik dendara joateko prest egongo liritekeen kokapen geografikoen multzoa. Eragin-eremua, halaber, dendaren tamaina, kokalekua eta guneko kontsumo-ohituren arabera ere aldatuko da.

⁴ Lerro isokronoak: Merkataritza-dendara joateko denbora bera duten puntu guztiak lotzen dituzten lerroak.

Hain zuzen ere, dagoeneko ez dagoen Lehiaren Defentsarako Auzitegiak (egungo Lehiaren Batzorde Nazionala) Gune Handiei buruzko txostena aztertu zuenean aipatu zuen isokronoa 15 minutukoa izango dela hirigunean badago, eta 30 minutukoa landa-guneetan badago edo beste gune handirik ez badago. Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegiak uste du isokronoa 15 minutu ingurukoa izango litzatekeela. Iturria: *Eguneroko kontsumo ondasunen banaketa: lehia, oligopolioa eta isilpeko kolusioa.* http://www.ogasun.ejgv.euskadi.net/r51-14000/es/contenidos/informacion/imformes_mercados/es_infomerc/informes_mercados.html. Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegia.

⁵ Txikizkako banaketaren eremuan, salmenta-azaleraren edo fakturazio-bolumenaren arabera neurtzen dira merkatu-kuotak. Salmenta-bolumenaren irizpideak salmenta-azalera baino zehaztasun handiagoz islatzen du merkatuaren boterea, baina sarritan, kasu honetan bezala, zailagoa da kuantifikatzeko, eta horrexegatik hautatu da salmenta-azalera.

⁶ EROSKI hipermerkatuak: bezeroak behar duen guztia. Honelako establezimenduen azalera 4.500 eta 12.000 metro karraturen artekoa da eta bertan 50.000 produktutik gora daude salgai. Iturria: www.eroski.es.

⁷ EROSKI/center: bezeroak premiazkoa duen aukera zabalekoak eta gertukoak. 700 eta 2.000 metro karraturen arteko salmenta aretoak dituztela, produktu gama zabala eskaintzen dute. Iturria: www.eroski.es.

⁸ EROSKI/city: erosketa azkar eta erosoena. Hiriguneetan dauden denda hauek 450 metro karratu inguruko azalera dute eta bertara doan bezeroak eguneroko erosketa eroso eta azkar egin ahal izango du. Iturria: www.eroski.es.



Oharra: Merkataritza-gune handiek kontsumo handiko produktuak saltzeko erabiltzen duten merkataritza-azalera kalkulatzeko ALIMARKETek eta Eusko Jaurlaritzako Merkataritza Zuzendaritzak erabilitako parametroei jarraituz, salmenta-azalera zuzendu egin dira. Honako parametro hauek erabili dira egunero kontsumitzeko produktuen salmenta egozteko:

- Guztira 5.000 m² baino gehiagoko salmenta-azalera: % 50 (Alimarket, 2008)
- 2.500 eta 5.000 m² arteko salmenta-azalera: % 60 (Alimarket, 2008)
- 2.000 eta 2.500 m² arteko salmenta-azalera: % 80 (Alimarket, 2008)
- 400 eta 2.000 m² arteko salmenta-azalera: % 85 (Eusko Jaurlaritzako Merkataritza Zuzendaritza)

DENDEN BANAKETA

	CARREFOUR		EROSKI			SABECO	UVESCO	LIDL	ERCORECA			GUZTIR A
	m ²											
	> 5000	<400	>5000	5000- 2500	400- 2000	400- 2000	400- 2000	<400	400- 2000	400- 2000	<400	
BERANGO				1								1
ERANDIO	1	1			1	1	1	1	1			7
GETXO					5	1	7	1		2	2	18
LEIOA			2							1		3
ESKUINALD EA	1	1	2	1	6	2	8	2	1	3	2	29
ESKUINALD EA / ENTSEINA	2		9			2	10		1	5		

Iturria: Bertan eginda, Merkataritza Establezimendu Handien Batzordetik (2008. urtea) eskuratutako datuak oinarri hartuta.

14. Honela definitu izan da nagusitasunezko egoera: egoera hori duenari aukera ematen diona merkatu zehatz batean nolabaiteko independentziaz jarduteko bere lehiakide, bezero eta kontsumitzaileekiko eta, horrela, produktuaren prezioa edo beste ezaugarriren bat bere onerako aldatzeko gai izatea (Dagoeneko ez dagoen LDaren 2000ko uztailaren 27ko Ebazpena, Ikus-entzunezkoen Jabetza Intelektuala). Eragile ekonomiko batek nagusitasunezko egoera duenean, merkatuan lehiatzeko duen eskubide eta beharrari uko egin gabe, erantzukizun berezia du bere jarduera guztietan. Horrela bada, jarduera guztiak behar bezala justifikatuta egon behar dira, eta gainerako lehiakideei dagokienez —bai eta bezero edo kontsumitzaileei dagokienez ere— bidezkoa ez den portaera edo lehia murriztea ez dakarten baldintza objektiboetan oinarrituta.



15. Eroskik duen % 50 inguruko kuotak⁹ (bikoiztu egiten duela hurbilen dituen bi lehiakideen kuota) nagusitasunezko egoera egon litekeela adierazten du, baina ez du nahitaez zehazten, beste datu batzuen bitartez berretsi behar baita¹⁰.

Egitura-faktoreak aztertuz gero, ezaugarri berberak dituzte entseinek, eta enpresaren tamainak eragiten du ezberdintasuna, negoziatzeko eta antolatzeke gaitasuna baldintzatzen duela, zalantzarik gabe. ERCORECA eta UVESCO eskualdekoak dira, EROSKI estatuko lurralde osoan dago, eta LIDL, SABECO (AUCHAN TALDEA) eta CARREFOUR nazioarteko enpresenak dira. Gainera, CARREFOUR eta EROSKI estatuko eta hainbat eskualde-merkatuetako enpresa liderretako bi dira, eta Batzordeak eta dagoeneko ez dagoen Lehiaren Defentsarako Auzitegiak (LDA) —egungo Lehiaren Batzorde Nazionalak (LBN)— banakako edo taldekako nagusitasunezko egoera egoteari lotutako lehia-abantailak¹¹ betetzen dituzte.

16. Lehiaren egoerari dagokionez, aztertzen gabiltzan kasuan, sartzeko dauden legezko oztopoak nabarmendu behar dira¹². Izan ere, 2008ko uztailaren 7ra arte indarrean zegoen legeriak¹³ beste baldintza bat ezarri zuen merkataritza-denda handien baimenak eskuratzeko, Eusko Jaurlaritzak emandako bigarren lizentzia bat eskatuz¹⁴, eta eskualdeko gehieneko salmenta-azalera ezarri zituen tipologia eta sektoreen arabera. Azalera

⁹ Erkidegoko praxiak, kuotaren maila absolutuaz gain —enpresaren kuota zentzu hertsian—, beste lehiakide batzuen kuotekiko maila erlatiboa ere izan du kontuan. Praktika horretatik ondoriozta daiteke % 40tik beherako kuotek ez dutela nagusitasunezko egoerarik adierazten, salbuespenezko inguruabarrak egon ezean. % 40tik aurrera maila garrantzitsua dela uste da, nahiz eta kuotak beste lehiakide batzuekiko duen maila erlatiboaren arabera izan (bikoizta, pixka bat gehiagokoa...).

¹⁰ Europako Justizia Auzitegiak (EJA) 1978ko otsailaren 14ko *United Brands* Epaian adierazi zuen enpresa batek merkatuko kuota handia izateak ez duela esan nahi merkatu horren kontrol automatikoa duenik, nolatan ere beste faktore batzuk ikusita aztertu beharko litzatekeela. Era berean adierazi zuen enpresak nagusitasunezko egoera duen jakiteko gaiari buruzko ikerketan, lehenengo eta behin, egitura eta dagoen lehia-egoera aztertu beharko direla. Enpresaren egitura-faktoreei dagokionez, honakoak hartzen ditu kontuan: ekoizpenerako baliabide eta metodoak, aurkezpen-metodoak, garraioa eta salmenta, teknologia eta integrazio bertikala. Halaber, merkatuko lehia-egoeraren faktoreei dagokionez, aipatzen du honakoak izan behar direla kontuan: lehiakideen kopurua eta indarra, merkatu-kuotak eta salmenta-bolumenak, prezioak eta sartzeko oztopoak.

¹¹ Abantailak: (a) egoera gailena dute txikizkako banaketaren merkatu nazionalan eta, bereziki, gune handien azpimerkatuan; (b) txandakatu egiten dira eskualdeko eta tokiko merkatuen lidergoan, euren arteko elkarrengain eta disuasio-aukerak ugarituz; (c) marka zuri asko merkaturatzen dituzte, gero eta gehiago; (d) hornikuntza- eta banaketa-sistema integratua dute; eta (e) lidergo egoera dute hornikuntza-merkatuan. Iturria: *Eguneroko kontsumo ondasunen banaketa: lehia, oligopolioa eta isilpeko kolusioa*. http://www.ogasun.ejgv.euskadi.net/r51-14000/es/contenidos/informacion/informes_mercados/es_infomerc/informes_mercados.html. Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegia.

¹² Merkatuaren egiturak berak eta sartzeko dauden oztopoek —2008. urtearen amaieran Europako Batzordeak Jakinarazpen bat hartu zuen, eta bertan lotu egiten zituen legezko oztopoak eta txikizkako banaketako lehiaren kontrako jokabideak batetik eta elikagaien joera inflazionista bestetik, kontrol handiagoa egin behar dela adieraziz— merkatuan lehia murriztea eragin lezaketen jokabideak eragin ditzakete, eta era askotako irtenbideak hartzea ekar lezake horrek, Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegiaren *Eguneroko kontsumo ondasunen banaketa: lehia, oligopolioa eta isilpeko kolusioa* azterlanak dioen bezala. Irtenbideok, hala ere, proposamen honen eremutik kanpo daude.

¹³ Egun horretan argitaratu zen 7/2008 Legea, ekainaren 25ekoa, Merkataritza Jardueraren Legearen bigarren aldaketarena.

¹⁴ Bidezko udal-lizentziaz gain.



hori gaudituz gero, ez zen beste lizentziarik ematen eta, beraz, merkatua ixtearekin pareka daiteke. Gaur egun, EAEko Saltoki Handiak Antolatzen Lurraldearen Arloko Planaren baldintzapean dago nahitaezko udal-lizentzia. Legezko oztopo horiek, nolahi ere, lehiakide berriak sartzea edo beste entseina batzuen dendak irekitzea eragotzi dute eta, ondorioz, zeuden kuotak mantendu edo egonkortzen lagundu dute, nagusitasunezko egoera zehaztean merkatu-kuotek duten eragin nabaria azpimarratuz. Legezko eragozpenez gain, azpimarratu egin behar da egunero kontsumitzeko produktuen txikizkako banaketan kokapenak garrantzi handia duela eta Eskuinaldean lurzoru-eskasia dagoela, prezio garestiak eragiten direla biztanle ugari merkatu batean.

17. Eroski Kooperatibak nagusitasunezko egoera duela azaltzen duen zantzuekin batera, kontuan izan behar da merkatu horretan (oinarrizko produktuek oinarrizko beharrezko erantzuten diete eta erakartzeko erabili ohi dira) independentzia handia dagoela entseina ezberdinen artean. Horrenbestez, dende uneoro egon behar dute adi, elkarrekiko mugimenduei begira, eta ezinezkoa da lehiakideen eta bezero eta kontsumitzaileen balizko erreakzioak kontuan hartzen ez dituen portaera-independentzia erlatiboa izatea.
18. Gainera, Prezioen Behatokiak Espainiako txikizkako merkataritzaren prezioen mailari buruz emandako datuen arabera¹⁵ —elikagaigintza eta drogeriako prezioen entseina eta merkataritza-formatuen arteko konparazio-azterketan Eskuinaldeko hipermerkatuen inguruko datuak bildu ditu 2008ko azken hiruhilekoan eta 2009ko lehenengo hiru hiruhilekoetan— ez da ikusten EROSKI hipermerkatuei dagozkienak CARREFOUR hipermerkatuenean gainera daudenik halabeharrez. Izatez, 2009. urtean EROSKI bederatzi (9) aldiz izan ditu CARREFOUR baino indize txikiagoak, eta azken hori zortzi (8) aldiz geratu da EROSKIren azpitik.
19. Alboko merkatuekin alderatuz, esaterako Bilbokoarekin, EROSKI hipermerkatuen indize erlatiboak ez daude beste entseina batzuen gainera Eskuinaldean, eta abantaila bereziak dituzte horietako batzuekin alderatuz¹⁶. Prezioen Behatokiak eskainitako indizeak aztertuta¹⁷, Eskuinaldeko EROSKI hipermerkatuek Okelen atalean azaltzen dituzte indize erlatibo txarrenak —indize erlatiboa: 133, hau da, indize handiena (157) baino 24 puntu gutxiago—, baina bereziki abantailatsuak dira Ontziratutako Elikagai

¹⁵ <http://www.observatorioprecios.es/ObservaPrecios/Inicio.htm?in=0>

¹⁶ Entseinek antzeko posizioak azaltzen dituzte hiruhileko ezberdinen sailkapenean. Entseina batzuk, esaterako ERCORECA, beti daude indize erlatibo handienak ematen dituzten artean, bai Bilboko mailan (Prezioen Behatokiaren datuak) bai estatu mailan (OCU-Compra Maestra aldizkariaren 341. zenbakiko datuak). OCU Kontsumitzaileen eta Erabiltzaileen Elkartek *Compra Maestra* aldizkariaren 341. zenbakiko 13. orrialdean dioten bezala, supermerkatuei dagokienez, *merkeak zirenek merkeak izaten jarraitzen dute, eta garestiek hala jarraitzen dute.*

¹⁷ <http://www.observatorioprecios.es/ObservaPrecios/Inicio.htm?in=0>



Ekonomikoetan¹⁸, 103 puntuko indizearekin 2009ko bigarren seihilekoan, indizerik handiena 148 puntukoa dela.

20. Behatokiak Espainiako txikizkako merkataritzaren prezioen mailari buruz emandako datuak oinarri hartuta, Eroski kooperatibak aipatutako merkaturan nagusitasunezko egoera duela zehaztu arren, ezin izango litzateke ondorioztatu kooperatiba horrek egoera horren abusu-jokabidea egin duenik prezioak emandako zerbitzuaren balio ekonomikoarekiko arazoizko harremanik gabe ezartzean, eta eragin negatiboa ekarri dienik kontsumitzaileei eta, horrela, kaltea eragin lehia eraginkorra egoteari. Hori dela eta, Eroski kooperatibak merkatu adierazgarrian izan duen jokabidea, hau da, bertan merkaturatzen dituen produktuen prezioak ezartzean izandako jokabidea, ezin da sartu Lehiaren Defentsari buruzko Legeak debekatutako jokabideen artean (2. artikulua bitartez debekatu egiten du enpresa batek edo batzuek merkaturan duten nagusitasunaz neurritz kanpo baliatzea).

¹⁸ Marka zuriak eragin handia du datu honetan.



Hori guztia dela eta, Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegiak honakoa

EBATZI DU:

LEHENENGOA: Onetsi egingo da Lehiaren Defentsarako Euskal Zerbitzuaren ebazpen-proposamena, zehapen-espediterik ez irekitzeko.

BIGARRENA: Ebazpen hau LDEZri, Lehiaren Batzorde Nazionalari eta salatzaileari jakinarazi beharko zaie. Agerraraziko da ebazpen honek administrazio-bidea amaitzen duela eta bere kontra administrazioarekiko auzi-errekurtoa ipini ahal izango dela. Euskal Autonomia Erkidegoko Justizia Auzitegi Nagusiko Administrazioarekiko Auzien Salan ipini beharko da errekurtoa, bi hilabeteko epean, jakinarazten denetik aurrera zenbatzen hasita.

Vitoria-Gasteiz, 2011ko urriaren 5a

LEHENDAKARIA
JOSEBA ANDONI BIKANDI ARANA

LEHENDAKARIORDEA
JUAN LUIS CRUCELEGUI GARATE

KIDEA
M^a PILAR CANEDO ARRILLAGA

IDAZKARIA
JOSE ANTONIO SANGRONIZ OTAEGI