

החלטה לפי סעיף 14 לחוק התחרות הכלכלית, התשמ"ח-1988 בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל להסכם בין ש.שסטוביץ בע"מ לצ.ח.מ. חברה לשיווק והפצת חומרי ניקוי בע"מ

1. פתח דבר

בפניי בקשה למתן פטור לפי סעיף 14 לחוק התחרות הכלכלית, התשמ"ח-1988 (להלן **החוק**), להסדר שעניינו הפצה בלעדית בין חברת ש.שסטוביץ בע"מ (להלן **שסטוביץ**) לבין חברת צ.ח.מ. חברה לשיווק והפצת חומרי ניקוי בע"מ (להלן **צ.ח.מ.**). להסדר האמור ניתנו בעבר ארבעה פטורים מאישור הסדר כובל וכעת מבקשים הצדדים להסדר פטור נוסף בגין ההסדר מושא בקשת הפטור (להלן **ההסכם ההפצה**).¹

לאחר שבחנתי את ההסכם בין הצדדים ואת השפעתו על התחרות בשווקים הרלוונטיים ולאחר שהתייעצתי עם הוועדה לפטורים ולמיזוגים, שוכנעתי כי הכבילות שבהסדר בין הצדדים אינן מגבילות את התחרות בחלק ניכר של שוק המושפע ממנו, כי עיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה וכי אין בהסדר כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו. לאור האמור, מצאתי כי ההסדר ראוי לפטור לפי סעיף 14 לחוק, בהתאם לנימוקים שיפורטו להלן.

2. ההסדר והצדדים לו

2.1 הצדדים

שסטוביץ היא חברה פרטית העוסקת ביבוא, שיווק והפצה של מוצרי צריכה, טואלטיקה, מזון, ניקיון ובייצור מוצרי מזון מסוימים.

צ.ח.מ. היא חברה פרטית העוסקת בשיווק והפצה של מוצרי טואלטיקה וחומרי ניקוי לשוק הפרטי והמוסדי, החברה מתמחה בשיווק והפצה במגזר הערבי.

¹ החלטת הפטור האחרונה ניתנה ביום 9.7.2015.

2.2 ההסדר וכבילותיו

ההסדר הוא הסכם הפצה בלעדי במסגרתו שסטוביץ מינתה את צ.ח.מ. כמפיץ הבלעדי של מוצריה לנקודות מכירה קמעונאיות באזור גיאוגרפי מוגדר – יישובים במגזר הערבי ((בין כפר קאסם מדרום ועד יישובי רמת הגולן בצפון) (להלן אזור המכירה). הסכם ההפצה לא חל על מקומות שהוחרגו במפורש מהסכם ההפצה, בהם, רשתות השיווק, חנויות נוחות, פארם, עשה זאת בעצמך, קיוסקים וחנויות נוספות שהוצאו מטיפול של צ.ח.מ.

הסכם ההפצה כולל תניית בלעדיות הדדית ותניית אי תחרות. במסגרת תניית הבלעדיות נקבע כי צ.ח.מ. תפעל כמפיצה יחידה של מוצרי שסטוביץ באזור המכירה וצ.ח.מ. מצידה מתחייבת שלא להפיץ ולשווק מוצרים של ספקים אחרים באזור המכירה. במסגרת תניית אי התחרות מתחייבת צ.ח.מ. כי לא תתחרה בעסקי שסטוביץ למעט מספר מוצרים אשר צ.ח.מ. שיווקה עובר למועד החתימה על הסכם ההפצה, וזאת במהלך תקופת הסכם ההפצה ולתקופה נוספת של 12 חודשים ממועד פקיעת ההסכם, אי התחרות חלה על אזור המכירה בלבד.

3. הניתוח התחרותי

3.1 עיקרו של ההסדר ונחיצות הכבילות

בענייננו נראה כי התחייבותה של שסטוביץ כלפי צ.ח.מ. נחוצה נוכח הסיכונים שצ.ח.מ. לקחה על עצמה ועל מנת שצ.ח.מ. תוכל להשקיע את ההשקעות הנדרשות בשיווק ופרסום המוצרים מבלי לחשוש מהנאת חינם מצד משווקים מתחרים אחרים, לרבות שסטוביץ עצמה. מנגד, כבילת הבלעדיות ואי התחרות שאליהן התחייבה צ.ח.מ. נדרשת על מנת למנוע פגיעה בשסטוביץ, נוכח ההתחייבויות שלקחה על עצמה שסטוביץ.

לפיכך, אין מדובר בהסדר שעיקרו הפחתת התחרות או מניעתה ואין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו – בכך מתקיימים תנאי סעיף 14(א)(2) לחוק.

3.2 השפעת ההסדר על התחרות

החששות לפגיעה בתחרות שנובעים מן ההסדר פורטו בהרחבה בהחלטות הפטור הקודמות. החשש העיקרי הוא מפני פגיעה אפשרית במתחריה של שסטוביץ בשל חסימת ערוץ הפצה פוטנציאלי באזור המכירה, והחשש כי הדבר יפגע במבנה התחרותי של שוק האספקה בו פועלת שסטוביץ. כמו כן, נבחן חשש לחסימת מתחריה של צ.ח.מ.

בישראל פועלים ספקים נוספים של מוצרי צריכה המתחרים במוצרי שסטוביץ, אשר מוצריהם מופצים, גם באזור המכירה בידי מפיצים שונים או באופן ישיר על ידי הספק. כמו כן, בדיקת הרשות העלתה כי באזור המכירה פועלים מפיצים רבים וחסימי הכניסה להפצה בו אינם גבוהים, כך שלא קיים קושי ברכישת שירותי הפצה באזור המכירה. משכך, בנסיבות העניין כאן, החששות שנובעים מתניית הבלעדיות מופגים. אשר לתניית אי התחרות, בשים לב לכך שנראה כי חסימי הכניסה להפצה אינם גבוהים ובשים לב למשכה של תניית אי-התחרות, מופג גם החשש לפגיעה בתחרות כתוצאה מתניית אי-התחרות.

לאור האמור לעיל, שוכנעתי כי הסדר ההפצה אינו מגביל את התחרות בחלק ניכר של שוק המושפע ממנו.

4. סוף דבר

לאחר שהתייעצתי עם הוועדה לפטורים ולמיזוגים, ראיתי לנכון להשתמש בסמכות הנתונה לי בסעיף 14 לחוק ולהעניק את הפטור המבוקש לתקופה של 6 שנים. החלטתי זו נתונה לערר בפני בית הדין לתחרות על ידי איגוד עסקי, ארגון צרכנים או כל אדם העלול להיפגע מההסדר הכובל עליו ניתן הפטור, בהתאם לסעיף 15(א) לחוק.

מיכל הלפרין
הממונה על התחרות

ירושלים, ט' תמוז, תש"ף

01 יולי 2020