



רשות ההגבלים העסקיים

החלטה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988

בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל

להסדר שבין כרמית תעשיות ממתקים בע"מ לבין ש. שסטוביץ בע"מ

1. פתח דבר

מונחת בפניי בקשה למתן פטור לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן: "חוק ההגבלים העסקיים"), להסדר שבין כרמית תעשיות ממתקים בע"מ (להלן: "כרמית") לבין ש. שסטוביץ בע"מ (להלן: "שסטוביץ") שעניינו הסכם להפצה בלעדית של מוצרי כרמית.

לאחר שבחנתי את ההסדר על כבילותיו, כמו גם את השפעתם האפשרית על התחרות בשוק הרלוונטי, ולאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ולמיזוגים, שוכנעתי כי ההסדר אינו מגביל את התחרות בחלק ניכר של השוק ושאינו בו כדי לפגוע פגיעה של ממש בתחרות בשוק. בהתאם לכך, ראוי ההסדר לפטור לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, והכל בשל הנימוקים שיפורטו להלן.

2. ההסדר והצדדים לו

א. הצדדים להסדר

כרמית הינה חברה ציבורית העוסקת בייצור, שיווק, יבוא וייצוא של מוצרי שוקולד, מוצרי מאפה, סוכריות ומוצרי מתיקה אחרים, וכן במכירת שוקולד כחומר גלם לחברות הפועלות בענף המזון.

שסטוביץ הינה חברה פרטית העוסקת ביבוא, שיווק והפצה של מוצרי מזון, לרבות סוכריות, וכן חומרי ניקוי, מוצרי קוסמטיקה, תמרוקים, מכשירי חשמל ביתיים, סוללות ומוצרי צריכה נוספים.

ב. תיאור ההסדר

ההסדר מכיל מספר תניות העולות כדי הסדר כובל, כפי שנפרט עתה.

בלעדיות הדדית ואי תחרות: על פי ההסכם בין כרמית לשסטוביץ, שסטוביץ תשמש כמפיצה הבלעדית של מוצרי כרמית לכלל ערוצי ההפצה הקמעונאיים, למעט מכירות מחנות המפעל של כרמית, מכירות למותג הפרטי של שופרסל, לשוק התעשייתי, לוועדי עובדים, לשוק הסיטונאי, לעמותות ולחברות הפועלות בתחום חבילות השי והמכונות האוטומטיות. כרמית מתחייבת שלא למכור או להפיץ במשך תקופת ההסכם את מוצריה או מוצרים דומים, ולא לקבל שירותי הפצה דומים אלא באמצעות שסטוביץ. כמו כן, על-פי ההסכם שסטוביץ תהא האחראית הבלעדית על ניהול הקשר עם הלקוחות שאליהם תפיץ את מוצרי כרמית.



רשות ההגבלים העסקיים

בד בבד, שסטוביץ מתחייבת שלא לעסוק באספקת מוצרים זהים או דומים לאלה של כרמית במשך תקופת ההסכם ולמשך שלושה חודשים נוספים ממועד סיומו, למעט מספר מותגי סוכריות שהופצו על ידה נכון למועד חתימת ההסכם ושאותם היא תמשיך להפיץ.

כבילת מחיר: על-פי ההסכם, מחירי המכירה של המוצרים ללקוחות, כמו גם מבנה ההנחות, הבונוסים והתמריצים, ייקבעו על-ידי כרמית, לאחר התייעצות עם שסטוביץ. כרמית תקבל את התמורה בעבור המוצרים רק לאחר שאלה יימכרו ללקוחות, בניכוי עמלת מפיץ.

תוקף ההסכם הוא לשנתיים, והוא כולל מנגנון לחידוש אוטומטי לתקופות נוספות של שנה בכל פעם, אלא אם תינתן הודעה מוקדמת על ידי מי מהצדדים במועד שנקבע לכך. בהתאם, החברות ביקשו פטור לתקופה של חמש שנים.

3. השפעת ההסדר על התחרות

3.א. החששות התחרותיים שמעורר ההסדר

כפי שיפורט להלן, הכבילות שבהסכם מעוררות מספר חששות תחרותיים, הן בפן האנכי, נוכח ההגבלות החלות בין כרמית כספק לבין שסטוביץ כמפיץ; והן בפן האופקי, בשים לב לכך שערב ההסדר כרמית ושסטוביץ מתחרות זו בזו בתחום היבוא וההפצה של סוכריות.

בפן האופקי, ההסדר מעלה חשש לפגיעה בתחרות בשיווק סוכריות, תחום פעילות משותף לכרמית ולשסטוביץ ערב ההסדר. יוזכר, כי ערב ההסדר כרמית מייצרת ומשווקת מגוון רחב של סוכריות, בעוד שסטוביץ מייבאת ומשווקת שלושה מוצרי סוכריות (מתוכם שני מוצרים הם של סוכריות ללא סוכר). הסכם ההפצה מצמצם הלכה למעשה את מספר המתחרים בתחום הסוכריות, ומעורר לכאורה חשש מפני הפעלת כוח שוק חד-צדדי על ידי הצדדים להסדר, ואף מפני השפעה מתואמת בשוק, באופן שעלול להוביל לעליית מחירים בתחום זה.

בפן האנכי, התחייבותה של כרמית להימנע מהפצת מוצריה אלא באמצעות שסטוביץ, מעוררת לכאורה חשש מפני **הזרה של מפיצים** אחרים בתחום בשל חסימת האפשרות שלהם להפיץ את מוצריה של כרמית.

כמו כן, התחייבותה של שסטוביץ להימנע מהפצת מוצרים המתחרים במוצרי כרמית במהלך ההסכם ושלושה חודשים לאחר סיומו מעוררת לכאורה חשש מפני **הזרת יצרנים ויבואנים** המתחרים בכרמית בשל חסימת ערוץ הפצה מרכזי לחנויות המזון. חשש זה מתעצם לכאורה נוכח כוחה של שסטוביץ כערוץ הפצה מרכזי לחנויות המזון.

בנוסף, ההסכם מכיל תניה לפיה כרמית היא שתקבע את מחיר המכירה של המוצרים ללקוחות. המדובר בכבילה שעניינה קביעה, על ידי הספק, של מחיר המכירה בו ימכור המפיץ את הסחורה ללקוחות. תניה זו עלולה למנוע תחרות מחירים בין המפיצים הרוכשים מאותו ספק.

3.ב. ניתוח החששות התחרותיים



רשות ההגבלים העסקיים

כמפורט מיד, מבדיקת הרשות עלה כי החששות התחרותיים שמעורר ההסדר מופגים בנסיבות העניין.

החששות האופקיים: מניתוח מעמדם של כרמית ושסטוביץ בתחום הסוכריות שוכנעתי כי החששות האופקיים הנזכרים שמעורר ההסדר בתחום הסוכריות (לרבות בתחום הסוכריות ללא סוכר) מופגים בענייננו. תחום הסוכריות בחנויות המזון כולל מגוון רחב של מוצרים, המסופקים על ידי מספר רב של ספקים, בעוד נתח השוק של כרמית בתחום אינו גבוה ונתח השוק של שסטוביץ בתחום זה הינו זניח. גם תחת הנחה מחמירה כי תחום הסוכריות ללא סוכר הינו תחום נפרד, שוכנעתי כי החששות מופגים בנסיבות העניין, הן לאור קיומם של מספר מותגים מובילים בתחום זה והן נוכח נתח השוק הנמוך יחסית של כרמית ושסטוביץ בתחום.

גם החשש מפני הפעלת כוח שוק על ידי שסטוביץ מול חנויות המזון כתוצאה מההסדר מופג בענייננו. התוספת של מוצרי כרמית לפעילותה של שסטוביץ במגזר הקמעונאי הינה זניחה, ואינה כוללת מוצרים שלחנויות המזון ישנה תלות גבוהה בהם. כמו כן, נתח השוק של המוצרים שמפיץ שסטוביץ מתוך כלל מוצרי רשתות השיווק הינו נמוך מאוד, וגם למותגים החזקים שהוא מפיץ קיימים תחליפים. לבסוף, פעילותו של שסטוביץ בתחום המזון מצומצמת יותר מאשר בתחומים האחרים, ובחלק מהרשתות ההתקשרות עם שסטוביץ בקשר עם מוצרי המזון הינה נפרדת. כל אלה מעידים כי חנויות המזון אינן כבולות לעבוד עם שסטוביץ ומקשים על הפעלת כוח שוק כלפי חנויות המזון בעקבות ההסדר.

החששות האנכיים: שוכנעתי כי החשש מפני הדרת מפיצים כתוצאה מההסדר מופג בנסיבות העניין. לאור היקף פעילותה המצומצמת של כרמית בחנויות המזון, מניעת היכולת להפיץ את מוצרי כרמית איננה יכולה להדיר משוק ההפצה מפיצים מתחרים של שסטוביץ.

החשש מפני הדרת ספקים המתחרים בכרמית מחנויות המזון רלוונטי בתחומים שבהם נתח השוק של כרמית הינו משמעותי, דהיינו תחום חטיפי הקרח, תחום חבילות השי ותחום הסוכריות. יחד עם זאת, כפי שנראה עתה, גם חשש זה מופג בנסיבות העניין:

חטיפי קרח: חטיפי קרח הם מוצר עונתי, בעל מחזור מכירות נמוך ומיעוט יחסי של מתחרים. כאמור, לכרמית נתח שוק משמעותי בתחום זה, ומלבדה פועלים בתחום שני יצרנים נוספים עיקריים, שהיקף פעילותם ומגוון המוצרים שהם מציעים קטן משמעותית מזה של כרמית. מבדיקת הרשות עלה כי מלבד שסטוביץ, אף אחד מהמפיצים הגדולים אינם פעילים בתחום זה. עם זאת, שוכנעתי כי בנסיבות העניין, הסבירות כי ההסדר יוביל לדחיקת ספקים מתחרים הינה נמוכה.

בשיחות עם ספקים מתחרים בתחום, אלה לא הביעו חשש כי יידחקו מהמדפים בחנויות המזון בשל הסדר ההפצה, על אף היתרון שהוא מקנה לכרמית. אחד היצרנים הקטנים בתחום אף ציין כי המותג שלו נמצא בימים אלה בתהליכי התרחבות, לאחר שחתם לאחרונה על הסכם לשיווק



רשות ההגבלים העסקיים

מוצריה באחת מרשתות השיווק. כמו כן, מבדיקה שנערכה מול מפיצים לרשתות השיווק עלה, כי קיימים מספר מפיצים, לרבות מפיצים גדולים, אשר הביעו נכונות עקרונית להפיץ מוצרים של ספקי חטיפי קרח לרשתות השיווק. מכאן, כי למתחרים של כרמית בתחום חטיפי הקרח קיימים ערוצי הפצה חלופיים לאלה של שסטוביץ בתחום זה.

חבילות שי: חבילות שי הן מוצר עונתי, הנמכר בעיקר לקראת החגים, ונחשב לקטגוריה קטנה מאוד במכירות חנויות המזון. משיחות עם רשתות השיווק עלה כי הן פועלות עם מספר רב של ספקים בתחום, ואילו רשתות פרטיות עובדות עם מספר קטן יותר של ספקים. כרמית הינה הספקית השנייה בגודלה בתחום במונחי נתח שוק, אך בפער משמעותי מהספקית הראשונה.

בדיקות הרשות העלו כי קיימים לא מעט ספקים, קיימים ופוטנציאליים, בתחום, שהינם שחקנים גדולים ובעלי סל מוצרים רחב ברשתות המזון. משיחות עם מפיצים לרשתות השיווק עלה כי חלק ניכר מהם, לרבות מפיצים משמעותיים יחסית, נכונים מבחינה עקרונית להפיץ חבילות שי של ספקים המתחרים בכרמית לרשתות. מכאן, כי למתחרים של כרמית קיימים ערוצי הפצה חלופיים לאלה של שסטוביץ בתחום זה.

סוכריות: תחום הסוכריות בחנויות המזון כולל מגוון רחב יחסית של מוצרים, המשווקים על ידי מספר רב של ספקים, חלקם ספקים גדולים יחסית. לכרמית מספר מותגים חזקים בתחום (מרשמו, סוכריות טופי וסוכריות על מקל) אך נתח השוק הכולל שלה בתחום זה ממצב אותה כשחקנית בינונית בלבד.

נוכח מספר המתחרים הרב בתחום הסוכריות, מעמדה הבינוני של כרמית בתחום, והיקף הפעילות הנרחב של חלק ניכר מהמתחרים מעבר לתחום הסוכריות, הסבירות לדחיקת מתחרים מחנויות המזון בעקבות ההסדר אינה גבוהה.

מאחר שחלק מהשחקנים בתחום טענו כי מרשמו הינו מוצר מבודל במידת מה מיתר מוצרי הסוכריות, נוכח הביקוש העונתי הייחודי שלו לקראת יום העצמאות ול"ג בעומר, ולמען הזהירות, נבחנה גם האפשרות כי מרשמו מהווה תת-תחום נפרד. גם תחת הנחה זו, שוכנעתי כי החשש מפני חסימת מתחרים בתחום המרשמו מחנויות המזון מופג בנסיבות העניין.

לפי מספר גורמים בתחום, מותג המרשמו של כרמית הינו המותג החזק ביותר בתחום. עם זאת, משיחות עם המתחרים העיקריים של כרמית באספקת מרשמו, עלה כי אלה ברובם אינם חוששים מדחיקתם מהשוק בעקבות הסדר ההפצה הבלעדית בין כרמית לשסטוביץ. זאת, נוכח סל המוצרים הרחב שאותם מתחרים מוכרים לחנויות המזון וכן לאור הבידול הקיים בין המוצרים בחלק מן המקרים. כמו כן, שיחות עם מפיצים בתחום העלו כי מרביתם, לרבות מפיצים גדולים יחסית, נכונים להפיץ לרשתות מוצרי מרשמו של ספקים מתחרים לכרמית. מכאן, כי למתחרים של כרמית בתחום המרשמו קיימים ערוצי הפצה חלופיים לאלה של שסטוביץ בתחום זה.



רשות ההגבלים העסקיים

כבילת המחיר: כאמור, בהתאם להסכם בין הצדדים, מחירי המכירה של המוצרים ללקוחות, כמו גם מבנה ההנחות, הבונוסים והתמריצים, ייקבעו על-ידי כרמית לאחר התייעצות עם שסטוביץ. בנסיבות העניין שבפניי, שוכנעתי כי אין בכבילה זו כדי לפגוע פגיעה של ממש בתחרות. הסכם ההפצה קובע מנגנון של קונסיגנציה, המטיל את הסיכונים הכלכליים השונים ביחס למוצרים על כרמית, אשר נשארת הבעלים במוצרים שישופקו עד למועד מכירתם לחנויות המזון. כלומר, שסטוביץ מהווה מעין סוכן של כרמית המספק לה שירותי סבלות והמקשר בינה לבין רשתות המזון. במצב זה, ובנסיבות המקרה כאן, יש מקום לאפשר לכרמית להיות מעורבת בקביעת מחיר המוצרים, בשים לב לכך שכרמית היא שנושאת בסיכון הכלכלי בגין אותם המוצרים.¹

לאור מכלול הדברים המפורטים לעיל, שוכנעתי כי הכבילות שבהסדר אינן מגבילות את התחרות בחלק ניכר של השוק, ושהן אינן פוגעות פגיעה של ממש בתחרות בשוק.

מבדיקת הרשות עלה כי הסדר ההפצה הבלעדית בין כרמית לשסטוביץ אף מגלם מספר יעילויות ההופכות את הכבילה לכבילה שאינה עירומה. עבור שסטוביץ, הבלעדיות בהפצה מאפשרת לה לכסות את העלויות הגלומות בלימוד השוק והתמחות בו, לרבות עלויות השיווק וקידום המכירות. עבור כרמית, שסטוביץ משמשת כסוכן אשר יכול "להילחם" עבורה על השגת שטחי מדף והשאת מכירותיה, מבלי שיהיה מצוי בניגוד אינטרסים עקב העדפת טובתם של ספקים אחרים שהוא מפיץ בתחום. בשים לב לאלה, שוכנעתי כי עיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה וכי אין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו.

4. סוף דבר

לאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ומיזוגים, ראיתי לנכון להשתמש בסמכות הנתונה לי בסעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים ולהעניק את הפטור המבוקש, וזאת לתקופה של שלוש שנים מהיום.

בהתאם לסעיף 15(א) לחוק ההגבלים העסקיים נתונה החלטתי זו לערר בתוך 45 יום בפני אב בית הדין להגבלים עסקיים על ידי איגוד עסקי, ארגון צרכנים, או כל אדם העלול להיפגע מההסדר הכובל עליו ניתן הפטור.

פרופ' דיויד גילה

הממונה על הגבלים עסקיים

ירושלים, י"ח אדר, תשע"ג

28 פברואר, 2013

¹ וראו למשל, שם; החלטה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל להסדר בין דיפלומט מפיצים (1968) בע"מ לבין זיתא תעשיות שמן (1999) בע"מ, 2006 הגבלים עסקיים 5000453.