



ירושלים, י"ח אדר, תשע"ח

5 מרץ, 2018

פטור: 005404

בפקס: 073-3800629

לכבוד  
עו"ד רוית ארבל  
עו"ד נעם בן עמי  
עמית פולק מטלון ושות', עורכי דין  
ראול ולנברג 18  
תל אביב 6971915

**הנדון: החלטה בעניין פטור מאישור הסדר כובל בין:**  
**איגוד תעשיות המזון של התאחדות התעשיינים בישראל לחברים בו**

הנני מתכבדת להעביר אליכם את החלטת הממונה על הגבלים עסקיים, לפי סעיף 14 לחוק  
ההגבלים העסקיים התשמ"ח - 1988, בדבר מתן פטור מהחובה לקבל את אישור בית הדין להסדר  
כובל שבין הצדדים בנדון.

בכבוד רב,  
אנגילה טטרואשילי  
מנהלת לשכת הממונה



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

### **בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל להסדר שבין**

### **איגוד תעשיות המזון של התאחדות התעשיינים בישראל לחברים בו**

#### **1. פתח דבר**

מונחת בפניי בקשה למתן פטור לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן: **"החוק"**) להסדר כובל בין איגוד תעשיות המזון של התאחדות התעשיינים בישראל (להלן: **"איגוד המזון"**) לחברים בו (להלן: **"הצדדים להסדר"**), שעניינו אמנה בדבר פרסום ושיווק למוצרי מזון לילדים שבכוונת איגוד המזון לקרוא לחבריו להצטרף אליה (להלן: **"ההסדר"**).

לאחר שבחנתי את ההסדר ואת הכבילות המצויות בו, כמו גם את השפעתם האפשרית על התחרות בשווקים הרלוונטיים, ולאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ולמיזוגים, שוכנעתי כי עיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה, אין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו וכי אין בכבילות כדי להגביל את התחרות בחלק ניכר של שוק המושפע מן ההסדר. מטעמים מצטברים אלו, אשר ינומקו בהמשך, מצאתי כי ההסדר ראוי לפטור לפי סעיף 14 לחוק.

#### **2. ההסדר והצדדים לו**

**איגוד המזון** הוא ארגון המייצג את יצרני המזון בישראל ומונה מעל 200 חברים – יצרני מזון.

בכוונת איגוד המזון לפרסם לחבריו אמנה בדבר פרסום ושיווק אחראי למוצרי מזון לילדים (להלן: **"האמנה"**). במסגרת האמנה יתחייבו החותמים כי פרסום ושיווק לילדים ובני נוער ייעשה תוך עידוד לצריכה אחראית ומאוזנת של מוצרי מזון וכי הם יימנעו מפרסום של מוצרי מזון אשר יחויבו בסימון "סמל מזון אדום" בהתאם לתקנות הגנה על בריאות הציבור (מזון) (סימון תזונתי), התשע"ח-2017 (להלן: **"תקנות הסימון"**), לילדים מתחת לגיל 12. הימנעות מפרסום מוגדרת באמנה כהימנעות מפרסום במדיה בה 35% ומעלה מקהל היעד הם ילדים מתחת לגיל 12. האמנה מקודמת על ידי איגוד המזון על רקע הרפורמה שקידם משרד הבריאות בסימון מוצרי מזון בישראל ולאחר התקנת תקנות הסימון. האמנה אינה מוגבלת בזמן.

על רקע דברים אלה נתבקשתי להעניק את הפטור דנן.

#### **3. ניתוח תחרותי**

איגוד המזון הוא 'איגוד עסקי' שכן הוא עולה על הגדרת המונח בסעיף 1 לחוק. דהיינו מדובר כ"חבר בני אדם, בין מאוגד ובין שאינו מאוגד, שמטרותיו, כולן או חלקן, הן קידום ענייניהם העסקיים של החברים בו". לפיכך, האמנה מושא בקשה זאת עשויה לעלות כדי הסדר כובל לפי סעיף 5 לחוק, בהיותה קו פעולה עליו ממליץ האיגוד העסקי לחבריו, בין אם יאומץ על ידי חבריו

ובין אם לאו.<sup>1</sup> חברי האיגוד הפועלים בהתאם להמלצה על קו פעולה עשויים על פי החוק להיחשב כצד להסדר כובל. האמנה היא, הלכה למעשה, המלצה של איגוד המזון שמגבילה את מידת התחרות בין יצרני המזון החתומים עליה. זאת, מפני שבחתימתם על האמנה מקבלים על עצמם יצרני המזון מגבלות שונות לעניין אופן הפרסום והשיווק אשר נוגעות לליבת התחרות בינהן. הדבר עלול, אפוא, להפחית את מידת ההתחרות בין החברים באיגוד המזון.

עם זאת, בנסיבות המקרה נמצא כי חשש זה מופג. ראשית, ההגבלות על אופן הפרסום השיווק נוגעות למוצרי המזון שיסומנו תחת "סמל מזון אדום", בהתאם לתקנות הסימון, לילדים מתחת לגיל 12 בלבד. אין מדובר בהסדר שעלול להגביל או להפחית את הפרסום הנפרד והעצמאי של יצרני המזון ביחס לכלל המוצרים שהם מייצרים ומשווקים וביחס לכלל קהלי היעד (הרבים יותר). שנית, האמנה נוסחה על ידי איגוד המזון על רקע כניסתן לתוקף של תקנות הסימון וכחלק מן הרפורמה שמוביל משרד הבריאות בשנים האחרונות למניעת צריכת מזונות שאינם בריאים על ידי אוכלוסיית ישראל בכלל וילדים בפרט. ההתחייבויות שמקבלים על עצמם יצרני המזון, התחייבויות שבצידן אין כל מנגנון אכיפה, אינן נוקשות ומאפשרות ליצרני המזון שיקול דעת רחב כיצד יש ליישמן, באופן שיקשה עליהם להגיע לכדי תיאום. שלישית, האמנה מסייעת במניעת מצבים של הנאת חינו של ספק מזון אחד על חשבון ספקי מזון אחרים. אמנה הדדית של ספקי מזון שמייצרת מחויבות הדדית להימנעות מסוג מסוים של פרסום מונעת מצב שבו ספקי מזון שאין בכוונתם להימנע מפרסום כאמור באמנה ינצלו את הימנעות חלק מיצרני המזון מפרסום ויפרסמו ביתר שאת עבור אותה אוכלוסייה. סוג הנאת חינו כזה בתורו יימנע מספקי המזון שייאותו להגביל את הפרסום מהתקשרות באמנה כאמור. בכל אלה יש כדי לצמצם את החשש באופן משמעותי, עד הפגתו.

על יסוד הדברים האמורים שוכנעתי כי עיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה – מטרת ההסדר הוא במניעת פרסום מוצרים שיסומנו "בסמל אדום" לילדים מתחת לגיל 12 – כי אין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו, וכי הכבילות שבהסדר אינן מגבילות את התחרות בחלק ניכר של שוק המושפע מן ההסדר.

#### 4. סוף דבר

לאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ומיזוגים, ראיתי לנכון להשתמש בסמכות הנתונה לי בסעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים ולהעניק את הפטור המבוקש וזאת למשך 6 שנים. בהתאם לסעיף 15(א) לחוק נתונה החלטתי זו לערר בפני אב בית הדין להגבלים עסקיים על ידי איגוד עסקי, ארגון צרכנים או כל אדם העלול להיפגע מההסדר הכובל עליו ניתן הפטור.

מיכל הלפרין  
הממונה על הגבלים עסקיים

ירושלים, י"ח אדר, תשע"ח  
5 מרץ, 2018

<sup>1</sup> ראו גילוי דעת 3/14 בדבר איגודים עסקיים ופעילותם; 500682 הגבלים עסקיים 2014.