



**החלטה לפי סעיף 7(ב) לחוק קידום התחרות בענף המזון, התשע"ד-2014 בדבר  
מתן פטור מתחולת הוראות סעיף 7(א)(3)(א) בעניין סימון מחיר מומלץ לצרכן על  
מוצרי יפאורה-תבורי בע"מ ועין גדי בע"מ**

**א. פתח דבר**

בפניי בקשה לפי סעיף 7(ב) לחוק קידום התחרות בענף המזון, התשע"ד-2014 (להלן: "חוק המזון") למתן פטור מתחולת הוראות סעיף 7(א)(3)(א) לחוק המזון, בנוגע לסימון מחיר מומלץ לצרכן על המוצרים הבאים המסופקים על ידי יפאורה-תבורי בע"מ (להלן "יפאורה"):

א. מארז של שישה בקבוקי מים מינרליים מתוצרת חברת עין גדי מים מינרליים בע"מ (להלן: "עין גדי"), בנפח של 2 ליטר עליו נכתב "מחיר מומלץ לצרכן 12 ש"ח" (להלן: "מארז מים מינרליים").

ב. מארז של ארבעה בקבוקי סודה מתוצרת יפאורה תחת המותג "Schweppes", בנפח של 1.5 ליטר, עליו נכתב "4 ב-11 מחיר מומלץ לצרכן" (להלן: "מארז סודה").

ג. מארז של שישה בקבוקי מים מינרליים מתוצרת חברת עין גדי בנפח של 0.5 ליטר, עליו נכתב "מחיר מומלץ לצרכן 10 ש"ח" (להלן: "מארז מים מינרליים 0.5 ליטר").

יפאורה נוהגת לסמן מחיר מומלץ לצרכן על מארזי מים מינרליים החל משנת 2002, ועל מארזי סודה החל משנת 2004. מארז מים מינרליים 0.5 ליטר הוא מארז חדש של יפאורה ועין גדי, ועל כן נעדר נתח שוק קיים.

לאחר שבחנתי את הבקשה, הגעתי לכלל מסקנה כי סימון מחיר מומלץ לצרכן כמתואר, ראוי לפטור לפי סעיף 7(ב) לחוק המזון, מהטעמים שיפורטו להלן.

**ב. הרקע לבקשת הפטור והצדדים לה**

יפאורה היא ספק מזון גדול, כהגדרתו בחוק המזון. יפאורה היא חברה פרטית בשליטת קרור אחזקות בע"מ העוסקת בייצור, יבוא, שיווק והפצה של משקאות קלים ומוגזים. יפאורה משווקת ומפיצה מים מינרליים תחת המותג "עין גדי", המיוצרים על ידי חברת עין גדי, המוחזקת בבעלות משותפת של יפאורה וקיבוץ עין גדי. יפאורה גם מפיצה מים מינרליים תחת המותג "מי עדן", בהתאם להסכם הפצה בינה לבין מי עדן שיווק (2000) בע"מ.<sup>1</sup>

ביום 15 בינואר 2015 נכנסו לתוקף הוראות סימן א' בפרק ב' לחוק המזון, ביניהן סעיף 7(א)(3)(א) האוסר על ספק גדול להתערב בכל דרך, לרבות בדרך של המלצת מחיר, במחיר לצרכן שגובהו הקמעונאי בעבור מצרך שהספק מספק. בעקבות זאת ובסמוך לכניסתו לתוקף של הוראות החוק פנתה יפאורה בבקשת פטור דומה לזו שבפני, לסימון מארזי מים מינרליים ומארזי סודה. ביום 15

<sup>1</sup> פטור מאישור הסדר כובל להסכם בין מי עדן שיווק (2000) בע"מ, מי עדן בר – שירות מחלקה ראשונה בע"מ לבין יפאורה תבורי בע"מ (10.9.15) הגבלים עסקיים 500854.



ביוני 2015, ניתנה החלטת פטור בעניין לפי סעיף 7(ב) לחוק המזון והיא עומדת בתוקפה עד ליום 15 ביוני 2018. לקראת תום תוקפו של הפטור פנתה יפאורה בבקשת פטור נוספת להמשיך בהמלצת המחיר על גבי מארזי מים מינרליים ועל גבי מארזי סודה, וכן בבקשה חדשה להמלצת מחיר על גבי מארזי מים מינרליים 0.5 ליטר החדשים.

### ג. השפעת הבקשה על התחרות

פרק ב' לחוק המזון עוסק בהסדרת פעילותם של ספקים וקמעונאים וקובע שורה של איסורים על התנהגויות והסדרים שונים, אשר עלולים לחזק את מעמדם של ספקים או קמעונאים גדולים או להפחית את התחרות בין ספקים או בין קמעונאים. בין היתר, קובע סעיף 7(א)(3)(א) לחוק המזון איסור על הכתבה, המלצה או התערבות אחרת של ספק גדול במחיר לצרכן שגובה הקמעונאי בעבור מצרך שהספק מספק לו.

המלצת מחיר, בניגוד להכתבת מחיר מזערית או קבועה, זוכה על פני הדברים להתייחסות מקלה בדיני ההגבלים העסקיים. זאת, מקום בו מדובר בהמלצה טהורה, היינו, המלצה שאינה תולדה של הסכמה בין הצדדים, וכזו שהקמעונאים או המפיצים חופשיים לסטות ממנה, ואין ציפייה שימנעו מלעשות כן.<sup>2</sup> המלצה מסוג זה עשויה להיטיב עם הצרכן והיא אינה מונעת בהכרח הורדת מחירים.

החשש התחרותי הנוגע להמלצת מחיר הוא כי המחיר המומלץ ישמש נקודת ייחוס לקביעת מחיר לצרכן וכי קמעונאים יעדיפו שלא לגבות מחיר נמוך יותר. חשש נוסף הוא כי המלצת המחיר תשמש גורם המסייע ליצירת תיאום בין ספקים. בענייננו, נובעים חששות אלו בין היתר נוכח מעמדה של יפאורה בענפים הרלוונטיים והיותה ספק מזון גדול כהגדרתו בחוק המזון.

יחד עם זאת, בדיקת הרשות העלתה כי מארזי המים המינרליים ומארזי הסודה נמכרים על ידי קמעונאים במחירים שונים מאלו הרשומים כמחיר מומלץ על גבי האריזה, ובמקרים לא מעטים אף במחיר נמוך יותר. לפיכך, נמצא כי קיימת שונות רבה בין מחירי המארזים בין הקמעונאים. על כן, נראה שאכן לא מתקיים החשש האמור מפני הימנעות מסטייה מן המחיר המוטבע, וספקים מתחרים אינם יכולים להיעזר בו לצורך תיאום מחירי המכירה אצל הקמעונאים.

בכל הנוגע למארזי מים מינרליים 0.5 ליטר, המדובר במארז חדש, ולכן לא ניתן היה לבחון האם המלצת המחיר מהווה הלכה למעשה נקודת ייחוס לספקים מתחרים או לקמעונאים.

בדיקת הרשות העלתה כי המחיר המומלץ למארז 0.5 ליטר הוא מחיר נמוך ביחס למוצרים מתחרים, באופן שעשוי להפיג את החשש התחרותי ולהיטיב עם הצרכן. כמו כן, ניסיון העבר מראה, כי במקרים בהם סימנה יפאורה מחיר מומלץ לצרכן על גבי מוצריה, לא נמנעו הקמעונאים מלמכור את אותו המוצר במחיר שונה מזה המומלץ כמתואר לעיל. בנוסף, העלתה בדיקת הרשות כי קמעונאים אשר להם סופקו מוצרי יפאורה ללא סימון מחיר מומלץ, מכרו את המוצרים במחירים גבוהים יותר מקמעונאים להם סופק אותו המוצר, עם סימון מחיר מומלץ. בכל אלה,

<sup>2</sup> גילוי דעת 2/17 של הממונה על ההגבלים העסקיים "בעניין הסדרי הכתבת מחיר אנכית (RPM)" (28.6.17) **הגבלים עסקיים** 501266, בעמ' 13.



לצד משך הזמן הקצר המבוקש להמלצת המחיר על מוצר זה, יש בכדי להפיג את החששות התחרותיים העולים מסימון המחיר המומלץ על גביו.

#### ד. סוף דבר

לאור האמור, שוכנעתי כי בנסיבות העניין, המלצת המחיר על גבי מארזי מים מינרליים, מארזי סודה ומארזי מים מינרליים 0.5 ליטר, לא יוצרת חשש לפגיעה בתחרות. על כן אני רואה לנכון להשתמש בסמכות הנתונה לי לפי סעיף 7(ב) לחוק המזון, ולהעניק את הפטור למשך שש שנים לסימון מחיר מומלץ לצרכן על גבי מארזי מים מינרליים ומארזי סודה, ולמשך שישה חודשים לסימון מחיר מומלץ לצרכן על גבי מארזי מים מינרליים 0.5, כמבוקש בבקשת הפטור.

מיכל הלפרין  
הממונה על הגבלים עסקיים

ירושלים, כ"ד אדר התשע"ח  
11 מרץ 2018