

ירושלים, י"ד תמוז, תשע"ט

17 יולי, 2019

פטור: 053097

בדוא"ל: Ziv@lma-law.com

לכבוד
עו"ד זיו אברמוביץ
לפידות, מלכיאור, אברמוביץ' ושות'
מגדל לוינסטיין, דרך מנחם בגין 23
תל אביב-יפו 6618356

הנדון: החלטה בעניין פטור מאישור הסדר כובל בין:

טמפו משקאות בע"מ וטמפו שיווק (1981) בע"מ - Royal Wine Corporation Ltd

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

בכבוד רב,



אנגילה טטראשוילי
מנהלת לשכת הממונה

החלטה לפי סעיף 14 לחוק התחרות הכלכלית, התשמ"ח-1988 בדבר מתן פטור לכבילות שבהסכם בין טמפו משקאות בע"מ וטמפו שיווק (1981) בע"מ לבין Royal Wine Corporation Ltd

1. פתח דבר

מונחת בפניי בקשה למתן פטור לפי סעיף 14 לחוק התחרות הכלכלית, התשמ"ח-1988 (להלן **החוק**) להסדר כובל שהצדדים לו הם טמפו משקאות בע"מ, טמפו שיווק (1981) בע"מ (להלן **ביחד טמפו**), ו-Royal Wine Corporation Ltd (להלן **קדם**).

לאחר שבחנתי את ההסדר ואת הכבילות המצויות בו, כמו גם את השפעתם האפשרית על התחרות בשוק הרלוונטי, ולאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ומיזוגים, שוכנעתי כי הכבילות אינן מגבילות את התחרות בחלק ניכר של שוק המושפע מן ההסדר, כי עיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה, וכי אין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו. מטעמים אלה ראוי ההסדר לפטור לפי סעיף 14 לחוק, בשל הנימוקים שיפורטו להלן.

2. ההסדר והצדדים לו

2.א. הצדדים להסדר

טמפו היא חברה פרטית בבעלות חברת טמפו תעשיות בירה בע"מ (60%)¹ ותאגיד Heineken העולמי (40%), העוסקת בייצור, ייבוא, שיווק והפצה של משקאות בחלוקה לשלושה תחומי פעילות עיקריים: בירה ומשקאות אלכוהוליים מיובאים; יין ומשקאות קלים. טמפו שולטת גם בכרמי צבי אחים סגל בע"מ (להלן **סגל**) המייצרת מוצרי תירוש ענבים תחת המותג "סגל".

קדם היא חברה פרטית אמריקאית העוסקת בייצור שיווק ומכירה של משקאות ומוצרי מזון למגזר הדתי והחרדי בצפון אמריקה. קדם מוכרת בישראל מוצרי תירוש ענבים (רגילים ומוגזים) המיוצרים בארה"ב תחת מותגים "קדם" ו-"גאולה" (להלן **המוצרים**).

2.ב. ההסדר והכבילות המצויות בו

ביום 12 ביוני 2019 התקשרו טמפו וקדם בהסכם הפצה בלעדי במסגרתו טמפו תפיץ ותשווק את המוצרים (להלן **ההסכם ההפצה**).

במסגרת ההסכם ההפצה קדם ממנה את טמפו כמפיצה בלעדית של המוצרים וכן מתחייבת שלא תפיץ (או תמכור), במישרין או בעקיפין, את המוצרים אלא באמצעות טמפו (להלן **כבילות הבלעדיות**). טמפו מצידה מתחייבת שלא לייבא מארצות הברית לצורך מכירה מוצרים דומים

¹ טמפו תעשיות בירה היא חברה פרטית בבעלות ובשליטת בני משפחת בר (60%) ובני משפחת בורנשטיין (40%)

למוצרים וכן מתחייבת כי כל עוד יקבי כרמל או יקבי טפרברג לא ישווקו או יפוצו מוצרי תירוש ממותגים בבקבוקי פלסטיק (PET), היא לא תפיץ תירוש ענבים בבקבוקי פלסטיק זולת המוצרים (להלן **כבילת אי התחרות**).

3. הניתוח התחרותי

עיקרו של ההסדר ונחיצות הכבילות

ההסדר שבפני הוא הסדר שעיקרו הפצה של מוצרים במסגרתו מפיץ יין תירוש אחד מסכים עם מפיץ תירוש אחר שיפיץ את מוצריו. אין מדובר בהסדר שמטרתו הפחתת התחרות או מניעתה. בנוסף, וכפי שיוסבר, מדובר בהסדר יעיל במסגרתו מבקשת קדם – שמערך ההפצה שלה קטן ומצומצם – להפיץ את מוצריה באמצעות טמפו. לפיכך, מתן פטור להסכם ההפצה צפוי להביא לגידול משמעותי במספר הנקודות אליהן מגיעים המוצרים וכן להוזלה ניכרת של העלות השולית להפצתם. נוכח האמור ובהתחשב בניתוח שיוצג להלן בעניין השפעת ההסדר על התחרות, שוכנעתי שעיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה.

בענייננו נראה כי כבילת הבלעדיות נחוצה על מנת שטמפו תוכל להשקיע את ההשקעות הנדרשות בשיווק ופרסום המוצרים מבלי לחשוש מהנאת חינוס מצד משווקים מתחרים אחרים, לרבות קדם עצמה. מנגד, כבילת הבלעדיות ואי התחרות שאליהן התחייבה טמפו נדרשת על מנת למנוע פגיעה בקדם, נוכח ההתחייבויות שלקחה על עצמה.

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

השפעת ההסדר על התחרות

מוצרי תירוש ענבים נבדלים זה מזה בהכשר, בגודל האריזה ובנפח הבקבוק. תירוש המיוצר בארץ משווק בבקבוקי זכוכית, לעומת חלק מהתירוש המיובא משווק בבקבוקי פלסטיק. תירוש נמכר בישראל בשני ערוצי הפצה עיקריים: כללי וחרדי, בכשרות רגילה ובכשרות בד"צ.

בנקודת המוצא עסקינן בהסדר אופקי, אשר עשוי לעורר חשש לפגיעה בתחרות, שכן שני הצדדים עוסקים בשיווק יין תירוש. עם זאת, חשש זה מופג נוכח קיומם של מספר רב של מתחרים גדולים ומשמעותיים בשיווק יין תירוש בערוצי השיווק האמורים, דוגמת יקבי כרמל; יקבי טפרברג; יקבי ארזה; יקבי אפרת ויקבי ציון. בנוסף, מבדיקת הרשות עלה כי עיקר פעילותה של סגל היא בערוץ השיווק הכללי, בו חלקה של קדם זניח, בעוד עיקר פעילותה של קדם הוא בערוץ השיווק החרדי, בו חלקה של טמפו זניח.

בנוסף, הרחבת סל המוצרים שאותם מפיצה טמפו עשויה להביא ליצירת חששות קונגלומרטיים ("Portfolio effect"). חששות אלה נוגעים בעיקר להגדלת כוח המיקוח של טמפו מול קמעונאים בשל הרחבת סל המוצרים שטמפו מציעה לקמעונאים ולחששות מפני קשירה בין מוצרים שונים בסל. אלא שבמקרה דנן נחה דעתי כי גם החששות הקונגלומרטיים מופסים. ראשית, עוד טרם העסקה מושא החלטה זאת יש בידי טמפו סל רחב של מוצרים, ולמרות רוחבו של הסל, לא נראה כי נתח השוק שלה בתחומי התירוש הפכו משמעותיים. שנית, קמעונאים עימם שוחחה הרשות לא ציינו כי קיים חשש מסוג זה.

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

4. סוף דבר

לאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ולמיזוגים, ראיתי לנכון להשתמש בסמכות הנתונה לי בסעיף 14 לחוק ולהעניק את הפטור המבוקש למשך שש שנים.

בהתאם לסעיף 15(א) לחוק נתונה החלטתי זו לערר בפני בית הדין לתחרות על ידי איגוד עסקי, ארגון צרכנים או כל אדם העלול להיפגע מההסדר הכובל עליו ניתן הפטור.

מיכל הלפרין
הממונה על התחרות

ירושלים, י"ד תמוז, תשע"ט

17 יולי, 2019