



**החלטה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 בדבר פטור
מאישור הסדר כובל להסדר בין
ג'נרל מילס ישראל בע"מ לבין נגה גלילות שותפות מוגבלת**

1. פתח דבר

מונחת בפניי בקשה למתן פטור לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן: **"החוק"** או **"חוק ההגבלים העסקיים"**) להסדר שבין ג'נרל מילס ישראל בע"מ (להלן: **"ג'נרל מילס"**) לבין נגה גלילות שותפות מוגבלת (להלן: **"נגה גלילות"**), שעניינו הפצת הגלילות של ג'נרל מילס על ידי נגה גלילות.

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 שבו כדי לפגוע פגיעה של ממש בשוק המושפע מן ההסדר. מטעמים אלה, אשר ינומקו בהמשך, מצאתי כי ההסדר ראוי לפטור לפי סעיף 14 לחוק.

2. הצדדים להסדר

ג'נרל מילס היא חברה פרטית הנמצאת בבעלות General Mills International Businesses Two Inc. (60%) ובודן אחזקות בע"מ (40%) ועוסקת בייצור, ייבוא ושיווק של מוצרי מזון שונים ובהם מוצרי מאפה קפואים לאפייה ואבקות להכנת עוגות תחת המותג "Pillsbury"; חטיפי "בריאאות" תחת המותג "Nature Valley" וגלידה תחת המותג "Haagen-Dazs".

נגה גלילות היא שותפות מוגבלת. השותף הכללי בה הוא נגה גלילות בע"מ – חברה פרטית בבעלות מלאה של אסם השקעות בע"מ (להלן: **אסם**) – והשותף המוגבל הוא אסם. אסם נמצאת בבעלות מלאה של חברת Nestle S.A. נגה גלילות עוסקת בייצור, שיווק והפצה של גלילות תחת המותג "Nestle", למגזר הקמעונאי והמוסדי. נגה גלילות היא כאמור חלק מקבוצת אסם – אחת מספקיות המזון הגדולות בישראל אשר עוסקת, במישרין ובאמצעות חברות בנות, בייצור ושיווק של מוצרי מזון רבים כגון חטיפים, פסטה, קטשופ, מרקים, עוגיות ועוגות, מזון מצונן וקפוא, תחליפי בשר, תחליפי חלב לתינוקות, גלילות ועוד.

3. ההסדר וכבילותיו

ההסדר מושא בקשת הפטור שבפני הוא הסכם במסגרתו נגה גלילות תעניק שירותי הפצה וסחר לג'נרל מילס עבור מוצרי האגן דאז בתמורה לעמלת הפצה (להלן: "הסכם ההפצה"). שירותיה של נגה גלילות במסגרת הסכם ההפצה כוללים ניהול לוגיסטי של הובלת המוצר ללקוח, גיבוש וניהול הסכמי הסחר, גבייה וכו'.

במסגרת הסכם ההפצה ממנה ג'נרל מילס את נגה גלילות כמפיצה בלעדית של גלילות האגן דאז (להלן: "תניית הבלעדיות") בישראל וכן מתחייבת שלא תפיץ (או תמכור), במישרין או בעקיפין, את גלילות האגן דאז – אלא באמצעות נגה גלילות. נגה גלילות מתחייבת מצידה שלא תפיץ גלילות של יצרנים אחרים בקטגוריית הסופר פרימיום – זולת ג'נרל מילס (להלן יחד: "תניות אי התחרות").

כפי שיוסבר להלן הסכם ההפצה בעל היבטים אופקיים ומשלימים בענף הגלילה והיבטים אופקיים בתחומי פעילות אחרים (מחלק זה יקראו נגה גלילות, אסס ו-Nestle S.A ביחד: "נסטלה").

4. ענף הגלילות

א. כללי

מבדיקת הרשות עולה כי בענף זה קיימים מגוון מוצרים: גלילה באריזה אישית, גלילה באריזה משפחתית, קינוחי גלילה ומאגדים (חבילה של מספר גלילות באריזה אישית).

נסטלה משווקת גלילה באריזות אישיות, אריזות משפחתיות ומאגדים תחת מספר מותגים שהעיקריים בהם הם: לה קרמריה; אקסטרים; לה פרוטה; ג'ויה; גומיגס; קראנץ וקוקילדה. ג'נרל מילס משווקת בעיקר מוצרים באריזות משפחתיות ובאופן זניח באריזות אישיות – הכל תחת המותג האגן דאז.

בנוסף לצדדים להסדר, בענף הגלילות קיימות מספר חברות המשווקות גלילות בישראל: המשמעותיות ביותר מביניהן היא יוניליוור ישראל מזון בע"מ, ששולטת בגלילת שטראוס בע"מ (להלן ביחד: "יוניליוור") – אשר מייצרת ומשווקת גלילות תחת מותגים בינלאומיים של יוניליוור (למשל "קרמיסימו"; "מגנום" ו-"סולרו") וכן משווקת מותגים שפותחו בארץ (למשל "פנטסיה" ו-"שטראוס"); מוצרי איכות אמריקאיים בע"מ – העוסקת ביצור ושיווק גלילות במותג בן אנד ג'ריס המשווקות בארץ ובחו"ל (להלן: "בן אנד ג'ריס");¹ פלקו בע"מ – העוסקת ביצור ושיווק גלילה בשוק המקומי תחת המותג גלילת פלדמן (להלן: "פלדמן"); ריאו נתניה ביח"ר לגלילה וממתקים בע"מ, העוסקת ביצור ושיווק גלילה בשוק המקומי ומתמחה ביצור ושיווק בעיקר

¹ המותג Ben & Jerry's, המיוצר ומשווק בישראל על ידי מוצרי איכות אמריקאים בע"מ נמצא בבעלות בעלת השליטה של יוניליוור – קבוצת יוניליוור העולמית – אשר במסגרת תיקון התנאים שנקבעו מיום 30 במאי 2000 במיזוג בין: Ben & Jerry's Homemade, Inc לבין Unilever N.V. (16.12.2001) הגבלים עסקיים 3012921 (להלן: "תנאי המיזוג"). תנאי המיזוג קבעו, בין היתר, כי מוצרי בן אנד ג'ריס יופצו בישראל באמצעות אדם שאיננו קשור ליוניליוור או גלילות שטראוס.

למגזר החרדי (להלן: "ריאיו"). בנוסף, פועלים בשוק הגלילות מספר יצרנים המייצרים ומשווקים גלילות בהיקפים זניחים. שחקנים אלו אינם מוכרים לרוב את מוצריהם ברשתות השיווק או בנקודות המכירה בהן נמכרות הגלילות באריות אישיות, אלא באמצעות גלילות.

ב. מאפייני הביקוש בענף

ענף הגלילות ניתן לחלוקה בהתאם לשני מאפייני ביקוש עיקריים: אופן והזדמנות צריכת המוצרים על ידי הצרכן ואיכותם. להלן נעמוד על מאפיינים אלו ונדגים את השפעתם על השוק הרלוונטי.

אופן הצריכה

ככלל, מקובל לסווג את תחום הגלילות, בראש ובראשונה, על פי האופן שבו נצרכים המוצרים. אופן צריכת המוצר משפיעה על מאפייני הביקוש ועל המוצר מבחינה פונקציונלית. בענף זה נהוג להבחין בין שני שווקים עיקריים: צריכה מיידית ("Impulse") וצריכה ביתית (Home "consumption").

בשוק הרכישה המיידית הצרכן צורך את המוצרים באופן מידי בנקודות המכירה המסוימת ובעיקר מוצרים באריות בודדות לצריכה אישית. נקודות המכירה בשוק הצריכה המיידית הן לרוב במקומות בילוי כגון מרכזי קניות, קיוסקים, חופי הים וכד'.

בשוק הצריכה הביתית, לעומת זאת, קיים אלמנט של צריכה מתוכננת. עיקר המוצרים האופייניים מבחינה פונקציונלית לשוק זה הם אריות משפחתיות ומאגדות. מוצרים אלה נמכרים, בחלק לא מבוטל של השוק, בנקודות השיווק הקמעונאיות ובמכולות.

איכות

לצד פילוח השוק על פי הזדמנות הצריכה כאמור, ענף הגלילות מתחלק ברצף על פי רמת האיכות הנתפסת של המוצרים.² אבחנה מקובלת של הנפשות הפועלות בענף הוא בין מספר קטגוריות מוצרים השונות ברמת האיכות: מוצרים "עממיים" (economy), מוצרי פרימיום ומוצרי סופר-פרימיום. האבחנה בין רמות האיכות עשויה להיקבע ביחס למרכיבי המוצר: אחוז השומן, רמת הדחיסות, הטעמים וכו'.

קטגוריות אלה אינן נוקשות שכן עשויה להתקיים מידה מסוימת של תחליפות בין מוצרים בקטגוריות השונות על פני הרצף. עם זאת, נראה כי קיימת אבחנה ברורה יחסית בין מוצרים עממיים לבין מוצרי סופר פרימיום – הן מבחינת האיכות והן מבחינת המחיר. לפיכך, מידת התחליפות בין מוצרים עממיים לבין מוצרי סופר פרימיום היא נמוכה.

באשר לאבחנה בין גלילות פרימיום וסופר פרימיום: הקטגוריות נבדלות זאת מזאת, בין היתר, בכך שהאחרונות עשויות ממרכיבים איכותיים יותר – חלב ושמן – להבדיל מחמאה וחומרים אחרים שמצויים בגלילות פרימיום; מידת הדחיסות של גלילה מסוג סופר פרימיום היא רבה יותר

² עם זאת יובהר כי מבדיקת הרשות עולה כי משקלו של מאפיין זה הוא בעל משקל ומבהקות רבה יותר בשוק הצריכה הבייתית לעומת שוק הצריכה המיידית.

ביחס לפרמימיום. דהיינו, שיעור האוויר בה נמוך; גודל האריזה והנפח הכולל של גלילות סופר פרימיום נמוך יותר מאשר פרימיום ולרוב גלילות סופר לפרמימיום אינה מכילה רכיבים מלאכותיים.

יובהר כי לצורך החלטתי זאת לא אכריע בשאלת התחליפות שבין קטגוריות הפרימיום לסופר פרימיום משום שהחשש התחרותי אשר עשוי להתעורר מופג בין אם מדובר בהסדר שבו פרימיום וסופר פרימיום הם שוק אחד ובין אם מדובר בשווקים שונים. לפיכך, הכרעתי אינה נדרשת בנסיבות אלו וההתייחסות לקטגוריות אלו כשוק נעשה לשם ניתוח החלטה זאת בלבד.

5. ניתוח תחרותי

א. עיקרו של ההסדר ונחיצות הכבילות בו

בהתאם לסעיף 14(א)(2) לחוק, הסדר כובל ראוי לפטור אך ורק אם עיקרו אינו בהפחתת התחרות או במניעתה, ואין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו.³

ההסדר שבפני הוא הסדר שעיקרו הפצה של מוצרים במסגרתו יצרן אחד של גלילות מסכים עם יצרן אחר של גלילות שיפיץ את מוצריו. לכן, אין מדובר בהסדר שמטרתו הפחתת התחרות או מניעתה. בנוסף, וכפי שיוסבר, מדובר בהסדר יעיל במסגרתו מבקשת ג'נרל מילס – שמערך ההפצה שלה קטן ומצומצם – להפיץ את מוצריה באמצעות נסטלה. לפיכך, מתן פטור להסכם ההפצה צפוי להביא לגידול משמעותי במספר הנקודות אליהם מגיע המוצר וכן להוזלה ניכרת של העלות השולית של הפצת מוצרי ג'נרל מילס. נוכח האמור ובהתחשב גם בניתוח שיוצג להלן בעניין ההשפעות התחרותיות של ההסדר, שוכנעתי שעיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה.⁴

השלב השני בבחינת סעיף 14(א)(2) הוא בחינת נחיצות הכבילות בהסדר. בעניינינו נראה כי הכבילות בתניית הבלעדיות ואי התחרות נדרשות בנסיבות העניין. כבילות הבלעדיות נחוצה על מנת שנסטלה תוכל להשקיע את ההשקעות הנדרשות בשיווק ופרסום מוצרי האגן דאז מבלי לחשוש מהנאת חינם מצד משווקים מתחרים אחרים, לרבות ג'נרל מילס עצמה. מנגד, נוכח קיומן של תניות הבלעדיות ואי התחרות אליהן מתחייבת ג'נרל מילס, נראה כי התחייבותה של נסטלה שלא לשווק מוצר אחר בקטגוריית הסופר פרימיום זולת מוצרי האגן דאז נדרשת על מנת למנוע פגיעה בג'נרל מילס נוכח ההתחייבויות שלקחה על עצמה.

³ בהקשר זה ראו: גילוי דעת 18/____ בעניין פרשנות סעיף 14(א)(2) וסעיף 15(א)(2) לחוק ההגבלים עסקיים, תשמ"ח-1988 (6.5.2018) הגבלים עסקיים 501500.

⁴ להרחבה בנושא ראו: החלטה בדבר פטור מאישור הסדר כובל להסכם בין: Arla Foods amba ושטראוס שיווק בע"מ (28.5.2018) הגבלים עסקיים 501514 וכן החלטה בדבר פטור מאישור הסדר כובל להסכם בין: מפעלי ע. שנפ ושות' בע"מ ו-Exide Technologies Srl (27.6.2018) הגבלים עסקיים 501534.

נוכח כל האמור, שוכנעתי שמתקיים התנאי שבסעיף 14(א)(2) לחוק.

ב. השפעות ההסדר על התחרות

בקשת הפטור מעלה מספר חששות הנוגעים לתחום הפעילות מושא בקשת הפטור – תחום הגלילות – וחשש ליצירת שולחן משותף ביחס לפעילויות אחרות בהן הצדדים לבקשת הפטור מתחרים – חטיפי אנרגיה ומוצרי מאפה קפואים לאפיה. תחילה יתוארו החששות בתחום הגלילות ולאחר מכן החשש לזליגת שיתוף הפעולה לשווקים נוספים, שלא במסגרת הפטור הנוכחי.

מידת התחליפיות בשוק הגלילות לצריכה ביטית ושאלת קיומם של שווקי משנה בתוך אותו שוק משפיעה, מטבע הדברים, על טיב החשש שעשוי להתעורר כתוצאה מהסכם ההפצה. כך, תחת הגדרת שוק בתחום הצריכה הביתית הרואה במוצרי פרימיום וסופר פרימיום כשוק אחד (כאמור המוצרים העממיים אינם תחליפים קרובים לסופר פרימיום), עשוי להתעורר חשש לפגיעה בתחרות בין מוצרי ג'נרל מילס לנסטלה. חשש דומה לפגיעה בתחרות עשוי להתעורר בשוק הצריכה המיידית בו פעילים הצדדים.

מנגד, תחת הגדרת שוק בתחום הצריכה הביתית הרואה במוצרי פרימיום וסופר פרימיום שווקים נפרדים – פעילה ג'נרל מילס בשוק הסופר פרימיום ואילו נסטלה בשוק הפרימיום. לפיכך, החששות שמתעוררים במסגרת הגדרת שוק כאמור הם של הגברת כוח המיקוח של נסטלה מול הקמעונאים ושל היעלמות נסטלה כמתחרה פוטנציאלי בקטגוריית הסופר פרימיום.

חשש לפגיעה בתחרות בענף הגלילות ביחס למוצרים בהם מתחרים הצדדים

עניינו של חשש זה במוצרים המשווקים כיום על ידי הצדדים באותו שוק. ביחס למוצרים אלה, שיתוף הפעולה במסגרת ההסדר עלול לעורר חשש ליצירת כוח שוק חד צדדי בידי נסטלה כתוצאה משליטתה בתנאי האספקה של מוצרי ג'נרל מילס, נוסף על המוצרים שלה. חשש שני הוא ליצירת שיווי משקל מתואם בשוק כתוצאה מגריעת מתחרה מהשוק הרלוונטי.⁵

כאמור, תחת הגדרת שוק הרואה בפרימיום וסופר פרימיום שוק אחד, נסטלה וג'נרל מילס הן מתחרות. עם זאת, חלקה התוספתי של ג'נרל מילס לנתח השוק של נסטלה אינו משמעותי שכן מדובר באחוזים בודדים. בנוסף, בתחום הצריכה הביתית קיימים עוד שני מתחרים גדולים ומשמעותיים – בן אנד ג'ריס ויוניליוור – אשר חלקם אף עולה על חלקן של נסטלה וג'נרל מילס יחד. לפיכך, אפילו אם כתוצאה מן ההסדר נגרע מתחרה מן השוק, עסקינן במתחרה שולי ואין בכך כדי להשפיע באופן משמעותי על התחרות בשוק. לפיכך, חשש זה מופג.

הסכם ההפצה אף עשוי להעלות חשש ליצירת שיווי משקל מתואם כתוצאה מהפחתת מספר השחקנים מארבעה לשלושה. בדיקת הרשות העלתה כי חשש זה מופג בנסיבות העניין משום

⁵ זאת, בדומה לחששות המתעוררים כתוצאה ממיזוג אופקי. ראו בגילוי דעת 1/11 בעניין הנחיות לניתוח תחרותי של מיזוגים אופקיים (23.1.2011) **הגבלים עסקיים** 5001710.

שג'נרל מילס, הפעילה בתחום זה זמן רב, אינה נתפסת בענף כ"מחוללת תחרות" או ככזו המטילה רסן תחרותי על החברות הפעילות בתחום.⁶

בשוק הצריכה המיידית, המהווה כמחצית מענף הגלילות, שני שחקנים גדולים ומשמעותיים – נסטלה ויוניליוור. יתר המתחרים הם בעל נתח שוק נמוך באופן משמעותי אשר אינו עולה על אחוזים בודדים. נוכח חלקה הזניח, עד לא קיים, של ג'נרל מילס בשוק זה נראה כי החשש להפעלת כוח שוק חד צדדי מופג. בנסיבות העניין אף החשש מהפעלת כוח שוק מתואם מופג נוכח חלקה הזניח של ג'נרל מילס והעובדה שאין מדובר בהיעלמותו של "מחולל תחרות" כאמור.

חשש לפגיעה בתחרות הפוטנציאלית בקטגוריית הסופר פרימיום

כאמור, תחת הגדרת שוק הרואה בקטגוריית הפרימיום וסופר פרימיום כשווקים נפרדים, עולה החשש לפגיעה בתחרות בדרך של מניעת כניסת נסטלה לשוק הסופר פרימיום. בנסיבות העניין נראה כי שוק הסופר פרימיום הוא שוק ריכוזי, ממועט מתחרים, שכן אנד ג'ריס היא הגדולה והמשמעותית ביותר בו, באופן ניכר, משאר המתחרים. ג'נרל מילס היא השניה בגודלה ואחריה יוניליוור. יתר המתחרים הם בעלי נתח שוק נמוך עד זניח.

בענייננו, תניית אי התחרות מונעת מנסטלה כניסה לקטגוריית הסופר פרימיום. אולם בנסיבות שיפורטו, חשש זה מופג. נסטלה נכנסה לקטגוריית הסופר פרימיום בשנת 2013 עם המותג "ג'ויה" והפסיקה את פעילותה בקטגוריית הסופר פרימיום במהלך 2017. בדיקת הרשות העלתה כי היתכנות כניסתה של נסטלה לתחום עם מוצר אחר בקטגוריה זאת נמוכה. לפיכך, נסטלה אינה מהווה מתחרה פוטנציאלי לכניסה לשוק ומצאתי כי חשש זה מופג.

חשש להגדלת כוח השוק של נסטלה אל מול קמעונאים

נוסף על החששות שתוארו לעיל, הסדר בין שני גורמים שפועלים באותו ענף עשוי לעורר חשש להגדלת כוח שוק אל מול לקוחות זהים שיש לשניהם כתוצאה מהרחבת "סל המוצרים" המוצע ללקוחות שני הצדדים להסדר במשותף. הגדלת "סל המוצרים" של ספקים במשותף כלפי לקוח עשויה לעורר חששות להיווצרות כוח שוק בסל המוצרים ולהגברת יכולתם של הספקים לקשור בין המוצרים השונים שבסל. החשש האמור עשוי להתעורר הן ביחס ללקוחות בתחום הרכישה המיידית והן בתחום הצריכה הבייתית.

במקרה דנן, חשש זה מופג ממספר סיבות ובשל משקלן המצטבר: ראשית, ניסיון העבר מלמד כי החשש האמור לא התקיים, חרף פעילותה של נסטלה בתחום עם המותג ג'ויה – שכאמור במהלך 2017 הופסקה פעילותה של נסטלה בתחום תחת מותג זה; שנית, חשש זה לא עלה כחשש ממשי מצד הלקוחות עימם נערכו שיחות במסגרת בדיקת הרשות; שלישית, ג'נרל מילס מציעה מגוון קטן יחסית של מוצרים שבכולם היא שחקן שולי וקטן, בעוד שבכל אחת מהגדרות השוק שצויינו

⁶ שם, עמודים 16-20.

לעיל קיימים מתחרים גדולים ומשמעותיים יותר; לבסוף, בן אנד ג'ריס היא בעלת נתח שוק משמעותי בקטגוריית הסופר פרימיום, ומשיחות שנערכו עם לקוחות עולה כי בעוד האגן דאז אינו מוצר חובה עבורם, בן אנד ג'ריס נתפס כמוצר בעל חשיבות רבה יותר בקטגוריית הסופר פרימיום.

לפיכך, ולאור כל האמור לעיל, התרומה התוספתית של ההסדר לכוחה של נסטלה לא צפויה להיות משמעותית וההסתברות כי תוכל לקשור מוצרים כתוצאה מקיום הסכם ההפצה אינה סבירה.

חשש לקיומו של שולחן משותף בשווקים נוספים שאינם מושא בקשת הפטור

חשש נוסף שעולה כתוצאה מהסכם ההפצה הוא כי שיתוף הפעולה ייצור שולחן משותף בין חברות מתחרות עלול להביא לזליגת שיתוף הפעולה לתחומים אחרים בהן הן מתחרות. כאמור, קיימים שני תחומים נוספים בהן ג'נרל מילס ונסטלה מתחרות – חטיפי האנרגיה ומאפים קפואים.

בתחום חטיפי האנרגיה, ג'נרל מילס מייצרת ומייבאת את המותג "Nature Valley" ונסטלה מייצרת ומשווקת את מוצרי "Fitness". עם זאת, מוצרי Nature Valley מופצים על ידי חברת ליימן שליסל בע"מ בהסכם שתנאי הסחר בו נקבעים על ידה. לפיכך, חשש זה מופג.

בתחום המאפים הקפואים, ג'נרל מילס מייצרת ומשווקת מוצרי מאפה קפואים לאפייה ואבקות להכנת עוגות תחת המותג "Pillsbury" (האבקות להכנת עוגות מופצות על ידי ליימן שליסל), ואילו נסטלה מייצרת ומשווקת מוצרי מאפה קפואים תחת המותג "בונז'ור". מלבדן קיימים בתחום זה מספר רב של מתחרים כאשר חלקו של אחד השחקנים האחרים בשוק גבוה משמעותית מחלקם של הצדדים לבקשת הפטור. לכן, לא צפוי שהתמריץ לתיאום יגבר כתוצאה משיתוף הפעולה בתחום הגלילות.

זאת ועוד, ברי כי אין בהחלטה זו כדי לאשר חריגה ממה שאושר בה במפורש, ובכלל זה אין בה כדי לאשר העברת מידע בין הצדדים או מגעים ביניהם, אשר אינם הכרחיים לצורך פעילותם על פי ההסדר ואשר עשויים, כשלעצמם, לעלות כדי הסדר כובל.

לאור כל האמור לעיל, שוכנעתי שאין בהסדר כדי לפגוע פגיעה של ממש בתחרות בשווקים המושפעים ממנו.

בנוסף להפגת החששות התחרותיים כמפורט לעיל, בקיומו של ההסדר גלומה יעילות רבה נוכח יתרונות משמעותיים לגודל, המאפיינים מערכי הפצה. הפצה של גלידה נעשית בהקפאה בטווח טמפרטורה צר ובבקרה קפדנית, בדרך כלל במשאיות ייעודיות. עובדה זאת מקטינה את מספר מערכי ההפצה הפוטנציאליים ומגבירה את היעילות מהפצה משותפת. מבדיקת הרשות עולה כי ג'נרל מילס כמעט ולא פעילה בשוק הצריכה המיידית ומערך ההפצה שלה מגיע רק לכמה מאות בודדות של נקודות מכירה. מנגד, מערכי ההפצה של השחקנים הגדולים בענף מגיעים לאלפי

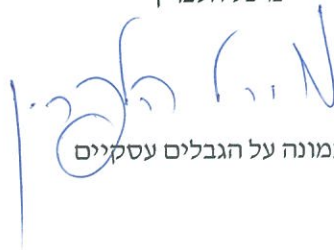
נקודות שונות. יש באמור כדי ללמד על היעילות ממנה נהנה מערך ההפצה של נסטלה, שכן ככל שמספר נקודות ההפצה עולות כך פוחתת העלות השולית להפצת המוצר.⁷

6. סוף דבר

לאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ומיזוגים, ראיתי לנכון להשתמש בסמכות הנתונה לי בסעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים ולהעניק את הפטור המבוקש וזאת למשך שש 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, ו' אב, תשע"ח
18 יולי, 2018

⁷ השוו: החלטה בדבר מתן פטור בתנאים מאישור הסדר כובל בין: הוצאת עיתון הארץ בע"מ ובר בי.טו.די. בע"מ (25.4.2017) הגבלים עסקיים 501233.