

הכרזה על בעל מונופולין לפי סעיף 26 לחוק התחרות הכלכלית, התשמ"ח-1988:

אינטר-אפ מעליות בע"מ - בעלת מונופולין בשירות למעליות MRL של מיצובישי בבנייני

### מגורים

1. בהתאם לסמכותי לפי סעיף 26 לחוק התחרות הכלכלית, התשמ"ח-1988 (להלן החוק או חוק התחרות) הריני מכריזה על חברת אינטר-אפ מעליות בע"מ (להלן אינטר-אפ או החברה) כבעלת מונופולין במתן שירותי תיקונים, אחזקה ואספקת חלקי חילוף למעליות (להלן שירות למעליות) מסוג Machine Room Less (להלן MRL), שהותקנו בבנייני מגורים ושיוצרו או עיקר חלקיהן יוצר על ידי Mitsubishi Corporation (להלן מיצובישי או היצרן) או עבורה לשם הרכבתם יחד (להלן שירות למעליות מיצובישי).

2. ביום 26 ביוני 2024 הודעתי לאינטר-אפ על כוונתי להכריז עליה כבעלת מונופולין. כעת לאחר שמיעה ושקילה של טיעוניה כמו גם קיום בדיקות נוספות במהלך פרק הזמן שחלף, הגעתי למסקנה כי יש להכריז על אינטר-אפ כבעלת מונופולין בשירות למעליות מיצובישי, והכל כפי שיפורט להלן.

#### א. רקע כללי

3. ההחלטה להכריז על אינטר-אפ כבעלת מונופולין, נעוצה בניתוח שנפרש בפסק דין שניתן עוד בשנת 2009 בעניינה של אינטר-אפ, שם נקבע כך:

"...המשיבה, אמנם, ספקית בלעדית (כנראה), של שירותי אחזקה למעליות מיצובישי, ואולם אין להכתירה כמונופולין כמשמעותו של מונח זה בסעיף 26 לחוק ההגבלים העסקיים, שכן אין היא מספקת שירותי אחזקה לכלל המעליות (או כמעט ולא) המותקנות בארץ. "בלעדיותה" מתייחסת למעליות מסוג אחד בלבד (מיצובישי) מתוך מספר סוגים או דגמים הקיימים בשוק ועל כן אין בה, כאמור, ליצור מונופולין."

4. ביולי 2023 כאשר רשות התחרות פנתה אל אינטר-אפ על מנת לקבל את תגובתה לתלונה הקשורה לשירות למעליות מיצובישי, אינטר-אפ טענה כי היא אינה בעלת מונופולין והפנתה לפסק דין ספקטור (כפי שעשתה בעבר) כאסמכתה לעניין זה. בשנים קודמות, גם חברות אחרות העוסקות בהתקנה ובמתן שירות למעליות טענו בפני רשות התחרות, בין השאר על בסיס פסק הדין הנזכר, כי הן אינן בעלות מונופולין בתחום מתן השירותים למעליות המותקנות על ידן.

<sup>1</sup> תא(ת"א) 2043/06 ספקטור נ' אינטר-אפ מעליות בע"מ, פס' 7 (נבו 17.9.2009) (להלן פסק דין ספקטור).

טענות כאלה יכולות לעלות במענה לתלונות מצד דיירים שמוגשות לרשות התחרות וכן בתביעות פרטיות של דיירים או מטעמם.

5. ואולם כפי שנראה מיד, הניתוח המוצג בפסק הדין האמור, המתייחס באופן ספציפי לאינטר-אפ, אינו נכון, בוודאי לא ביחס למעליות מושא הכרזה זו.
6. הכרזה זו נועדה, בין השאר, להעמיד דברים על דיוקם ולהציג את הניתוח הכלכלי הנכון ביחס למעמדה של אינטר-אפ, שעשוי להיות רלוונטי גם לשווקי המשך אחרים. בפרט, דומה שהניתוח שיוצג כאן רלוונטי גם לשווקים למתן שירות למעליות מתוצרת חברות אחרות, שגם לגביהן קיימות אינדיקציות לתחרות מועטה בשוק מתן שירות למעליות שהותקנו על ידן.
7. ככלל, הכרזת מונופולין לפי סעיף 26 לחוק, היא דקלרטיבית. על כן, החובות המושתות על בעל מונופולין מכוח חוק התחרות חלות עליו בין אם הוכרז ככזה ובין אם לאו. כך שתביעות פרטיות מוגשות מכוח החוק גם נגד בעלי מונופולין שלא הוכרזו.<sup>2</sup>
8. המשאבים הנדרשים במסגרת הליכי הכרזה רבים ובאים על חשבון נקיטה בצעדי אכיפה כנגד הפרות חוק והפסקתן.<sup>3</sup> על כן, מדיניות הממונה היא להשתמש בסמכות ההכרזה כאשר יש טעם המצדיק את השקעת המשאבים הכרוכה בכך (לדוגמא: כאשר הכרזה נדרשת על מנת להביא

<sup>2</sup> לפי סעיפים 26(א) ו-43(ה) לחוק, הכרזת מונופולין משמשת ראיה לכאורה לנקבע בה בכל הליך משפטי, ובתור שכזו עשויה לסייע גם לאכיפה פרטית של החוק. עם זאת, לא מדובר בתנאי בלעדיו אין לאכיפה כנגד בעלי מונופולין, וניתן להוכיח קיומו של בעל מונופולין גם בהיעדרה. ראו למשל ת"א (מחוזי ת"א) 12-1921-09 פרו' יונה תדיר נ' אסותא מרכזים רפואיים בע"מ (נבו 06.01.2015). שם, בית המשפט המחוזי קבע בפס' 14 כי "בית משפט אינו כפוף להכרזה של הממונה בבואו לקבוע קיומו של מונופולין, אלא אך ורק לתנאים הקבועים בחוק"; כך גם בת"א (מחוזי מרכז) 11-07-33666 אוניפארם בע"מ נ' Sanofi, פס' 82 (נבו 10.10.2015). שם, בית המשפט המחוזי קבע כי חברת Sanofi נהנתה ממעמד מונופוליסטי בשוק הרלוונטי, Sanofi אף לא חלקה על כך ובית המשפט העליון לא התערב בקביעה זו (דנ"א 5679/21 SANOFI S.A נ' אוניפארם בע"מ פס' 104 לפסק דינו של השופט סולברג (נבו 26.12.2023)).

<sup>3</sup> לדוגמה, הכרזה בדבר קיום מונופולין: טמבור בע"מ (25/12/1988) רשות התחרות 4100073. טמבור הוכרזה עוד בשנת 1988, כבעלת מונופולין בתחום הצבעים בכללותו. בהמשך צומצמה ההכרזה כך שלא תחול על משפחות צבעי עץ לשימוש תעשייתי, צבעי בטון ומרצפות, צבעי קלייה וצבעי רכב (צמצום הכרזה בדבר קיום מונופולין: טמבור בע"מ; 2003 הגבלים עסקיים 3016348); בהמשך צומצמה ההכרזה כך שלא תחול על צבעי מתכת חד רכיביים לשימוש תעשייתי על בסיס אלקיד "קצר" ו"בינוני" ומשפחת ציפויי החוץ (צמצום הכרזה בדבר קיום מונופולין: טמבור בע"מ; 2005 הגבלים עסקיים 4100085); בהמשך, צומצמה ההכרזה כך שלא תחול על צבעים אקריליים, צבעים אפקטיים, צבעים דקורטיבים לעץ ומתכת, צבעים מעכבי בעירה, צבעים תעופתיים ובטחוניים, צביעת אלמנטים בקו המים ומתחת לקו המים, צביעה חיצונית של אלמנטים הנדרשים לטמפרטורות גבוהות, צביעה פנימית למכלים לעמידות כימית גבוהה וכן צביעה פנימית לצנרת להובלת גז (צמצום הכרזה בדבר קיום מונופולין: טמבור בע"מ; 2013 הגבלים עסקיים 4100085); בהמשך, צומצמה ההכרזה כך שלא תחול על צבעי סימון דרכים (צמצום הכרזה בדבר קיום מונופולין: טמבור בע"מ; 2016 רשות התחרות 500955).

להחלת הוראות חוק קידום התחרות בענפי המזון והפארם, התשע"ד-2014 (המיוחדות לספקים גדולים) על ספק מזון שאינו מגיע לרף הכספי הקבוע בחוק;<sup>4</sup> או כאשר מתעורר צורך לתקן או לבטל הכרזה בעקבות שינויים שחלו בענף.<sup>5</sup> בענייננו, מדובר בצורך להבהיר ולתקן את העיוות שיצר פסק הדין.<sup>6</sup>

#### א.1. תחום המעליות:

9. מעלית היא תא הנע באופן אנכי או כמעט אנכי, למעלה ולמטה<sup>7</sup> ומהווה חלק בלתי נפרד ממתאר הבניה המודרני, המאופיין בבנייה לגובה של בניינים גבוהים, רבי קומות ומגדלים המשמשים בין היתר למגורים.<sup>8</sup> המעלית מאפשרת את שינועם של אנשים או משא ומאפשרת נגישות בבניינים וחשיבותה רבה במיוחד כאשר מדובר באנשים קשישים או בעלי מוגבלות פיזית.

10. הפעילות בתחום המעליות כוללת שני מקטעים עיקריים. המקטע הראשון הוא שיווק המעליות והתקנתן. הלקוחות במקטע זה הם קבלנים ויזמים. חובת התקנת מעלית בבניינים ומספר המעליות שיוצקו היא נגזרת של גובה הבניין, מספר הדירות בו ומספר הדיירים הצפויים להתגורר בו. ההתקנה מהווה תנאי לקבלת היתר בניה.<sup>9</sup> דהיינו, כדי לבנות את הבניין נדרש הקבלן להתקין בו מעלית (ולעיתים מספר מעליות), אותה יש לתחזק למשך כל מחזור חייה.

11. המקטע השני הוא מתן שירות ואחזקה למעליות (להלן מקטע השירות). אחזקת המעליות בבניינים משותפים היא באחריות בעלי הדירות בבניין, היות שבפועל הם הבעלים של הרכוש

<sup>4</sup> ראו הכרזה בדבר קיום מונופולין: הכרזה על בעל מונופולין לפי סעיף 26 לחוק התחרות הכלכלית, התשמ"ח-1988: תה ויסוצקי (ישראל) בע"מ - בעלת מונופולין בתה ירוק ובחליטות צמחים (26.06.2023) רשות התחרות 501754.

<sup>5</sup> ראו למשל את הכרזה בדבר קיום מונופולין: נשר מפעלי מלט ישראליים בע"מ 1988 (25.12.1988) רשות התחרות 4100054. לאחר שנים רבות שבו נשלט שוק המלט בידי המונופול המקומי המוכרז, נשר מפעלי מלט ישראליים בע"מ, הממונה על התחרות החליטה כי ניתן להסיר את הכרזת המונופולין (ביטול הכרזה בדבר קיום מונופולין נשר מפעלי מלט ישראליים בע"מ (02.09.2020) רשות התחרות 4100054).

<sup>6</sup> פסק דין ספקטור, לעיל ה"ש 1.

<sup>7</sup> הגדרת "מעלית" בסעיף ההגדרות פקודת הבטיחות בעבודה [נוסח חדש], תש"ל-1970 (להלן פקודת הבטיחות).

<sup>8</sup> "דו"ח תחזוקת מבנים גבוהים בישראל" אתר משרד הבינוי והשיכון בעמ' 10 (דצמבר 2017) [https://www.gov.il/he/pages/the\\_maintenance\\_of\\_residential\\_towers](https://www.gov.il/he/pages/the_maintenance_of_residential_towers) (להלן דו"ח משרד הבינוי והשיכון). יצוין כי בדו"ח מוגדרים בניינים גבוהים הם בניינים של בין 5 ל-9 קומות, בבניינים רבי קומות הם בניינים של בין 10 ל-20 קומות ומגדלים הם בניינים של 21 קומות ומעלה.

<sup>9</sup> ראו לעניין זה סעיף 158א(א) חוק התכנון והבניה, תשכ"ה-1965 (להלן חוק תכנון ובניה) וכן תקנות התכנון והבניה (בקשה להיתר, תנאיו ואגרות), תש"ל-1970 סימן ג (סעיפים 3.7.3.2 ו-3.7.3.3) (להלן תקנות התכנון והבניה). בבניינים גבוהים (עד 9 קומות) יש להתקין לפחות מעלית אחת; בבנייני רבי קומות (10 קומות ומעלה); דו"ח משרד הבינוי והשיכון, לעיל ה"ש 8, בעמ' 28.



המשותף בבניין, לרבות המעלית. מקטע השירות ניתן ללקוחות להם יש מעלית, כלומר המוצר נרכש כבר במקטע הראשון, ולכן זהו שוק המשך, כפי שיפורט להלן.

12. מקטע השירות כולל בין השאר, טיפול שוטף, אשר ניתן להגדירו כמעין טיפול מונע, הנעשה בהתאם להוראות יצרן או תקן; ובנוסף, תיקוני מעלית, דהיינו פעולות שנעשות בדיעבד לאחר שהתרחשה תקלה.

13. הכרזה זו תתמקד, כאמור, במעליות מסוג MRL, אשר התקנתן ב-15 השנים האחרונות הפכה לרווחת יותר ויותר בבנייני מגורים, בין היתר בשל מאפייניהן. מעליות אלו הן מעליות חשמליות, ללא חדר מכונות. המנוע שלהן מותקן בתוך פיר המעלית, דבר המקל על הליך ההתקנה הטכני וחוסך את העלויות הכרוכות בבניית חדר מכונות ייעודי,<sup>10</sup> וכן את השטח עליו נבנה חדר המכונות. מאפיין נוסף של מעליות אלו, המקל על התקנתן, הוא ייצורן על ידי היצרן הזר (וייבואן כפועל יוצא לישראל) כערכה ("Kit").

## א.2. חברת אינטר-אפ

14. אינטר-אפ היא חברה פרטית אשר הוקמה ב-1989. בשנת 1998 נכרת בינה ובין חברת מיצובישי חוזה הפצה המוארך מעת לעת. במסגרת החוזה ניתנת לאינטר-אפ בלעדיות בישראל במכירה, התקנה, אחזקה, שירות, שדרוג ותיקון של מעליות וחלקי חילוף מתוצרתה של מיצובישי בישראל.

15. יודגש כבר כעת כי במסגרת בדיקת הרשות, חלקה של אינטר-אפ במתן שירות למעליות מיצובישי שהתקינה עמד על כ-99% במהלך התקופה שנבחנה.

16. כעת, ארחיב אודות הגדרת השוק ואופן ביצוע הבדיקה.

## ב. שירות למעליות מיצובישי

17. מעלית היא מוצר בר קיימא, ונזקקת לשירותי אחזקה לאורך כל מחזור חייה (מחזור חיי מעלית MRL של מיצובישי מוערך לכל הפחות ב-25 שנה).<sup>11</sup>

<sup>10</sup> בהתאם לנתונים משנת 2018, שיעורן מתוך כלל המעליות המותקנות נוסק ל-100%. ראו לעניין זה את דו"ח הערכת השפעת רגולציה (RIA) על הצעת חוק לעיון הציבור לשמירה על בטיחות במעליות, התשפ"ב-2022, 7, אתר האינטרנט משרד הכלכלה והתעשייה (מאי 2022) <https://www.tazkirim.gov.il/s/legislativeworkactivity/a133Y00000K4N5LQAV/%D7%94%D7%A4%D7%A6%D7%94-%D7%9C%D7%94%D7%A2%D7%A8%D7%95%D7%AA-%D7%A6%D7%99%D7%91%D7%95%D7%A8?language=iw> (להלן דו"ח משרד העבודה) בעמודים 7-8. בנוסף, בבדיקת הממונה עלה כי בבניינים מעל 3 קומות חייבים להתקין מעלית עם חדר מכונות. <sup>11</sup> ראו לעניין זה את מאפייניה של מעלית MRL-Nexiez באתר Mitsubishi Elevator Europe <https://www.mitsubishi-elevators.com/elevator-types> (להלן אתר מיצובישי).

18. הלקוחות של שירות למעליות מיצובישי, אשר הותקנו בבניין על ידי הקבלן או היזם, הם בעלי הדירות בבניין. אלה נדרשים לפי חוק (לרוב באמצעות הועד או חברת ניהול), להתקשר עם חברה למתן שירות למעליות,<sup>12</sup> אשר אמונה על הטיפול השוטף ותיקונן בעת הצורך, ובכלל זה: היענות לקריאות, איתור תקלות בתפקוד המעליות, החלפת חלקים במידת הצורך ועוד.
19. מבדיקת רשות התחרות עולה כי קיים קושי משמעותי עבור חברות שאינן אינטר-אפ להעניק שירות למעליות מיצובישי ולהתחרות מול החברה, היות שכ-30% מרכיבי המעלית הם ייחודיים ומיוצרים באופן בלעדי על ידי מיצובישי או עבודה, לרבות לוח הפיקוד אשר משמש כ"מוח המעלית". הדבר יוצר תלות באינטר-אפ של חברות אחרות המעוניינות להתחרות בשוק השירות למעליות מיצובישי.
20. בנוסף, עולה מהבדיקה כי על מנת להתקין חלק מהרכיבים, חלקי חילוף או לבצע תיקונים נדרשת גישה לידע או הכשרה ספציפית וכן שימוש בחומרה או תוכנה, המאפשרים גישה ללוח הפיקוד, ודרושים לאיתור תקלות.
21. אינטר-אפ ומיצובישי התקשרו בהסכם לפני עשרות שנים, המחודש מעת לעת ומקנה לאינטר-אפ יתרון מובנה במתן שירות למעליות מיצובישי, זאת בשל גישה בלעדית לידע, הכשרה, חומרה, תוכנה וייבוא חלקי חילוף.
22. עוד עולה מבדיקת רשות התחרות כי בעוד שהלקוחות של שירות למעליות מיצובישי הם בעלי הדירות בבניין בו הותקנו המעליות, הרי שהלקוחות המרכזיים במקטע שיווק המעליות והתקנתן הם קבלנים או יזמים של פרויקט הבנייה. לקוחות אלו (לעיתים בליווי יועצי מעליות) הם שבחרים את המעליות שיוותקנו במהלך תכנון הבניין.
23. מממצאי הבדיקה עולה כי עלות מחיר השירות למעליות, לאחר שלב מסירת הדירות לבעליהן, הוא שיקול משני של הקבלנים או היזמים בעת בחירת המעלית, וכי ישנם שיקולים משמעותיים אחרים כגון עלות ההתקנה או איכות המעלית.
24. חוזה שירות למעליות ככל שנחתם על ידי הקבלנים או היזמים הוא לרוב לתקופה הנעה בין 3 ל-5 שנים בממוצע, בעוד שכפי שצוין מעלה, מחזור חייה של מעלית MRL של מיצובישי מוערך לכל הפחות ב-25 שנה<sup>13</sup> ואף מעבר לכך אם המעלית תשופץ. דהיינו, גם אם קיים הסכם בין חברה ההתקנה לקבלן או היזם לעניין עלויות אחזקת המעליות עבור בעלי הדירות, משכו קצר

<sup>12</sup> סעיף 2(ב) לצו הפיקוח על מצרכים ושירותים (התקנת מעליות ושירות למעליות), התשמ"ד-1984 (להלן צו הפיקוח).

<sup>13</sup> אתר מיצובישי, לעיל ה"ש 11.

ביחס למחזור חייה של המעלית. יתרה מכך, קיים פער מידע בעניין חוזה השירות למעלית. גם אם נחתם, בעלי הדירות לא תמיד מודעים לקיומו והקבלן לא יודע בהכרח אם ההסדר מתקיים. כמו כן קיים פער זמן בין רכישת המעלית לבין קבלת שירות התיקון, שמועדו ותוכנו אינו ידוע מראש.

25. הרי כי כן, הלקוחות שצורכים שירות מעליות בבנייני מגורים הם בעלי הדירות בבניין שבו הותקנה מעלית, בהתאם להחלטת הקבלן או היזם אשר היו אחראים על בניית בניין המגורים. כלומר, רכישת השירותים בשוק זה מותנית בכך שללקוח יש מעלית בבניין מגוריו, ועל כן מדובר בשוק המשך (או שוק משני), כאשר השוק הראשי (או השוק הראשוני) הוא שוק רכישת והתקנת מעליות. לקוחות מוסדיים אינם חלק מהשוק הרלוונטי, היות שמדובר במאפייני שוק שונים.

#### ג. הגדרת שוק המשך

26. שוק המשך הוא שוק למוצרים או שירותים הדרושים לשימוש במוצר שנמכר בשוק הראשי, דהיינו המוצר הראשוני (primary product).<sup>14</sup> שוק המשך יכול להכיל מוצרים "מתכלים" (consumable product), מוצרים משלימים למוצר בשוק הראשי, או שדרוגים ותוספות (למשל עדכוני תוכנה). בעניינו, שירות למעליות הוא שוק המשך לשוק התקנת המעליות.

27. לאחר התקנת המעלית, השירות יינתן למעלית זו בלבד. כלומר, הלקוח לא יוכל לקבל את שירותי התחזוקה במקום אחר או לרכוש "בשוק יד-שניה", כלומר מבעל מעלית זהה אחרת, שרכש כבר את השירות. לכן, השוק הרלוונטי מוגדר עבור כל מעלית, שלה ניתן שירות מחברת שירות אחת, וזו בעלת מונופולין מושלם בשוק.

28. יחד עם זאת, לצורך הדיון, ובגלל התחליפיות בין נותני שירות שונים והצורך הזהה בכל מעלית (שוק), נתייחס לכלל מעליות מיצובישי כשוק אחד בו התנאים התחרותיים דומים.

29. שירות למעליות מיצובישי מחייב ידע, חלפים וגישה לחומרה ותוכנה ייעודית (המחייבת גם עדכונים), באמצעותם נותן השירות למעליות מטפל במוצר. ידע, חלפים, חומרה או תוכנה של יצרן מעליות מיצובישי, לא זהה למעליות של יצרן אחר. לכן, לא די בכך שאיש מקצוע יידע לטפל במעלית גנרית, אלא עליו להכיר את המעלית המסוימת בה עליו לטפל. כן צריך שיהיו בידיו החלפים, הכלים, החומרה והתוכנה המתאימים לטיפול באותה מעלית מסוימת. כלומר,

<sup>14</sup> (28.4.2017) OECD "Competition Issues in Aftermarkets" [https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2017/04/competition-issues-in-aftermarkets\\_a9413c03/82258734-en.pdf](https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2017/04/competition-issues-in-aftermarkets_a9413c03/82258734-en.pdf) (להלן מסמך ה-OECD).



שירות למעלות מסוג אחד אינו תחליפי לשירות למעלות מסוג אחר. מסיבה זו, קיימים שוקי המשך מובדלים עבור שירות לכל סוג מעלית.

30. לכן, שוק השירות למעלות מיצובישי הוא שוק המשך מסוג שווקים רבים (Multiple Markets), שוק בו לכל מוצר בשוק הראשי (מעלית) יש שוק מוצרי המשך משלו, הגורם לכך שאין תחרות בין מוצרי המשך.

ד. אינטר-אפ בעלת מונופולין בשירות למעלות מיצובישי

31. סעיף 26(א) לחוק התחרות מגדיר בעל מונופולין באמצעות שני מבחנים חלופיים: נתח שוק העולה על מחצית וכוח שוק משמעותי המצוי בידיו, כדלקמן:

(1) אדם שחלקו בכלל האספקה של נכסים או בכלל רכישתם, בכלל מתן שירותים או בכלל רכישתם, עולה על מחצית;

(2) אדם המחזיק כוח שוק משמעותי ביחס לאספקת נכסים או רכישתם, או ביחס למתן שירותים או רכישתם.

32. בדיקת רשות התחרות העלתה כי אינטר-אפ מחזיקה בנתח שוק העולה על מחצית מכלל שוק השירות למעלות מיצובישי וכן בכוח שוק משמעותי, כפי שנראה כעת.

ד.1. נתח השוק של אינטר-אפ

33. בדיקת הרשות לעניין נתחי השוק מבוססת על זהות נותני השירות למעלות מיצובישי בישראל לגבי התקופה הנבדקת (ינואר 2008 עד פברואר 2024). הנחונים התקבלו מאינטר-אפ עצמה.

34. לפי נתונים אלו, הותקנו מעליות MRL מתוצרת מיצובישי בבנייני מגורים על ידי חברת אינטר-אפ. עבור מעליות (כ-99.2%) נרכשו שירותים מחברת אינטר-אפ בלבד לאורך כל התקופה. רק עבור מעליות נרכשו שירותים במהלך התקופה הנבדקת ממתחרים של חברת אינטר-אפ וגם זאת רק למשך תקופת זמן מסוימת (ולאחר מכן חזרו לרכוש שירותים מאינטר-אפ).

35. כלומר, נתח השוק של אינטר-אפ עמד על כ-99.2% במהלך התקופה שנבחנה.

ד.2. כוח השוק של אינטר-אפ

36. סעיף 26(א)(2) לחוק התחרות קובע כי המחזיק בכוח שוק משמעותי הוא בעל מונופולין. גילוי דעת 2/19 שנושאו "אופן בחינת כוח שוק משמעותי"<sup>15</sup> דן במבחנים לקיומו של כוח שוק משמעותי:

"היכולת לקבוע תנאי אספקה – ובכללם מחיר – שנחותים באופן משמעותי מתנאי האספקה שהיו מתקיימים בשוק תחרותי ובאופן שאינו ארעי".<sup>16</sup>

37. כוח שוק משמעותי מאפשר למי שמחזיק בו להתנהל ללא חשש מרסנים תחרותיים משמעותיים מצד הביקוש ומצד ההיצע. אדגיש כי חברה יכולה להיות בעלת כוח שוק בשוק המשני, גם אם היא בעלת נתח שוק נמוך בשוק הראשוני, בהינתן מאפיינים מסוימים המתקיימים בשוק הנדון.<sup>17</sup>

38. כעת נפנה לבחינת האינדיקציות לכוח השוק המשמעותי המצוי בידי אינטר-אפ.

39. אתחיל בבחינת צד הביקוש. כפי שנכתב בגילוי דעת כוח שוק:

"שיקול חשוב בבחינת הריסון מצד הביקוש הוא נתח השוק שבידי הגורם הנבחן. ככל שהגורם מספק נתח שוק גדול יותר מהמוצרים בשוק שבשוק רלוונטי מסוים, כך הדבר ישמש אינדיקציה לכך שקיים כוח שוק משמעותי. ככל שנתח השוק בידי הגורם גדול יותר, כך עולה הסיכוי שאין לצרכנים חלופה אחרת מלבד התקשרות עם אותו ספק וכי הוא פועל עם פחות רסנים תחרותיים".<sup>18</sup>

40. כאמור, אינטר-אפ קרובה מאוד לנתח שוק של מונופול מושלם, והדבר מדבר בעד עצמו.

41. בשוק המשך מסוג שווקים רבים, ככל שהמוצר בשוק הראשי בעל אורך חיים ממושך יותר ומחירו גבוה יותר, כך הצרכנים יהיו "כבולים" (locked in) למוצר שנרכש בשוק הראשי ובהתאם למספר מוגבל של ספקים בשוק המשני, מכיוון שהחלפת המוצר בשוק הראשי (ובהתאם הגדלת האפשרויות בשוק המשני) אינה תחליף קרוב. בענייננו, העלות של החלפת מעלית היא ניכרת. בנוסף, מבחינה טכנית הליך החלפת המעלית הוא מורכב ועשוי לדרוש השבתה ממושכת של המעלית. על כן, גם אם החברה תעלה משמעותית את מחיר השירות למעליות, אין לבעלי הדירות שבבניינם כבר מותקנת מעלית מסוימת – הלקוחות בשוק המשני, כדאיות כלכלית להחליף את

<sup>15</sup> גילוי דעת 2/19 של הממונה על התחרות: אופן בחינת כוח שוק משמעותי(21.7.2019) אתר רשות התחרות 501671 (להלן גילוי דעת כוח שוק).

<sup>16</sup> שם, בעמ' 5.

<sup>17</sup> מסמך ה-OECD, לעיל ה"ש 14, עמ' 5.

<sup>18</sup> גילוי דעת כוח שוק, לעיל ה"ש 15, בעמ' 6.



המעלית כדי להימנע מעלויות גבוהות בשוק ההמשך. כלומר, החלפת מעלית אינה תחליף קרוב ולא מהווה רסן תחרותי על אינטר-אפ בכל הנוגע למתן השירות למעליות מיצובישי.

42. מצד ההיצע, בדיקת הרשות העלתה כי ישנם מספר חסמים כמעט בלתי עבירים המקשים על שחקנים חדשים בכניסה לשוק השירות ועל שחקנים קיימים להתרחב בשוק זה. כפי שיפורט להלן.

43. חלקי חילוף – לחברת אינטר-אפ יש הסכם הפצה עם מיצובישי לייבוא של מעליות וחלקי חילוף לישראל. כאמור לעיל, למעלית MRL שיוצרה בשלמותה על-ידי היצרן או עבורו ויובאה לארץ בערכה, נדרשים חלקי חילוף מיוחדים ומקוריים. שיעור החלקים הייחודיים לתיקון מעליות מיצובישי, הנדרשים להיות מוחלפים על ידי חלקים מקוריים שיוצרו על ידי יצרן המעלית, אינו מבוטל ועל כן, ישנה תלות ברורה באינטר-אפ כספקית של חלקי החילוף.

44. לעניין זה יודגש כי ישנה חשיבות רבה לתיקונה של המעלית תוך זמן סביר של שעות עד מספר ימים, היות שהיא הכרחית לנגישותם של דיירי הבניין בבניינים גבוהים או רבי קומות. בפרט, עבור אנשים קשישים ובעלי מוגבלות פיזית.

45. אף אם אינטר-אפ תבחר למכור חלפים למעליות מיצובישי לכל מי שיפנה אליה,<sup>19</sup> אין משמעות הדבר שתחזיק מלאי לצרכיו של המתחרה. משכך, עשוי לחלוף זמן רב בין מועד התקלה במעלית ועד להגעת חלקי החילוף הרלוונטיים שיאפשרו את תיקונה.

46. חומרה ותוכנה – חסם טכני נוסף המחזק את כוח השוק של אינטר-אפ הוא שימוש במכשירי בדיקה או אבחון ייעודיים למעלית המצויים בידי אינטר-אפ. הטיפול במעליות ה-MRL לרוב דורש התחברות ללוח הפיקוד של המעלית באמצעות חומרה ייעודית לסוג המעלית. בדומה לאמור ביחס לחלקי החילוף, מדובר במכשירים המיוצרים על-ידי היצרן הזר, כך שחברות המבקשות להתחרות על מתן שירות למעלית בחברת אינטר-אפ שהתקינה את המעלית, זקוקים למכשירים ייעודיים אלו וכן ידע לגבי התוכנות, על-מנת לקבל גישה ללוח הפיקוד או לשלוט הלוח הפיקוד וכך לטפל בתקלות.

47. ידע – חסם טכני נוסף הוא ידע, לאינטר-אפ, כאמור, יתרון מובנה של ידע טכני והכשרה הנדרשים למתן שירות למעליות MRL המותקנות בבנייני מגורים. מדובר בחסם כניסה גבוה ביותר עבור נותני שירות אחרים.

<sup>19</sup> ראו צו ההגבלים עסקיים (דרכי הספקה של חלקי חילוף לשירותי תיקון ואחזקה של מעליות חשמליות), התשמ"ד-1984 (להלן צו המעליות).

48. לפיכך, גם בבחינת צד ההיצע, ניכר כי אינטר-אפ אוחדת בכוח שוק משמעותי.
49. משכך, מתקיימים המבחנים הקובעים כי אינטר-אפ היא בעלת מונופולין בשירות למעלות מיצובישי, הן על פי מבחן נתח השוק הן על פי מבחן כוח שוק משמעותי.
- ה. מענה לטענות אינטר-אפ במסגרת השימוע
50. ביום 26 ביוני 2024 הודעתי לאינטר-אפ על כוונתי להכריז עליה כבעלת מונופולין (להלן מכתב השימוע). ביום 25 בנובמבר 2024 הוגשו טענות השימוע בכתב. ביום 24 בדצמבר 2024 התקיים שימוע בעל-פה במסגרתו העלתה אינטר-אפ את טענותיה.
51. אינטר-אפ העלתה טענות רבות בנוגע למסד העובדתי, הניתוח הכלכלי והסבירות המנהלית של ההחלטה. להלן אתייחס לעיקריות שבהן, אשר לא זכו למענה לעיל.

#### טענות בדבר הגדרת השוק

52. אינטר-אפ טענה כי הגדרת השוק כשוק המשך נפרד לשוק הראשי של רכישה והתקנה של המעלית היא שגויה, היות שהקבלנים או היזמים הרוכשים את המוצר בשוק העיקרי לוקחים בחשבון את העלות הכוללת לאורך חיי המוצר (Whole life Costing). על כן, יש לראות בשוק הראשי ובשוק המשני שוק אחד. אין בידי לקבל ניתוח זה.
53. ראשית, אם נחתם בין החברות המתקינות לקבלן או ליזם הסכם לגבי עלות השירות למעלות, משכו הממוצע הוא לתקופה שבין 3 ל-5 שנים בלבד, בעוד שמשך חייה של מעלית MRL של מיצובישי הוא לכל הפחות 25 שנה.<sup>20</sup> כלומר, הוא לא נוגע לכל אורך חיי המעלות והעלות עשויה להשתנות בהמשך, זאת בנוסף לתקלות לא צפויות שלא ניתן לחזות מראש. כך, שהלקוח בשוק הראשי לא יכול לשקלל את עלותם של המוצרים בשוק ההמשך.
54. שנית, וכפי שצוין לעיל, מבדיקת הרשות עולה כי זהות הלקוחות בשוק הראשי – שוק ההתקנה ובשוק ההמשך – שוק השירות למעלות מיצובישי, שונה. כלומר, קיימת "בעיית נציג",<sup>21</sup> הבאה לידי ביטוי בכך שהיזם או הקבלן אשר בחרו את המעלית בעת בניית הבניין ועל בסיס החלטתם נקבע השירות למעלות שצריך להיות מותאם לה, אינם אלה שנושאים בתשלום עבור השירות או מושפעים מאיכותו המתקבלת למשך מחזור חייה:

<sup>20</sup> אתר מיצובישי, לעיל ה"ש 11.

<sup>21</sup> בעיית הנציג היא הבעיה המתעוררת כתוצאה מכך שהפרט האחד (או קבוצת הפרטים האחת, להלן, הנציג) מנהל את ענייניו של הפרט האחר (או קבוצת הפרטים האחרת, להלן, המיוצג), כך שתוצאותיהן של פעולות הנציג משפיעות על כיס העושר של המיוצג. ראו: אירית חביב-סגל דיני חברות כרך א 380 (2007).

"סיטואציה זו רלוונטית בעיקר למעליות MRL, המגיעות כאמור כערכה אחידה המותקנת בקלות יחסית. מעליות אלה נוחות אפוא ליזם/קבלן, שלא יצטרך לשאת בעלויות האחזקה השוטפות שלהן, וממילא אין לו אינטרס לבחור לבניין מעלית שעלויות האחזקה שלה יהיו נמוכות. אדרבא, מעליות אלה מחייבות התקשרות ארוכת טווח לאחזקה שוטפת, בעלויות גבוהות לדיירים".<sup>22</sup>

55. בנוסף טענה אינטר-אפ, כי גם אם נסיק כי שוק השירות למעליות מיצובישי הוא שוק נפרד משוק הרכישה וההתקנה של מעליות על בסיס השוני בזהות הלקוחות, ליזמים ולקבלנים יש אינטרס לקחת בחשבון את מחירי השירות ואיכותם. היות שחוסר שביעות רצונם של בעלי הדירות ממחירי השירות ומאיכות השירות ישפיע על מוניטין היזם ועל המוניטין של חברת המעליות בשוק הראשי. דהיינו, השוק הראשי – שוק רכישת והתקנת המעליות, מרסן את השוק המשני – שוק השירות למעליות מיצובישי.

56. מבדיקת הרשות עלה כי אין בשיקולי הפגיעה במוניטין בשוק הראשי כדי לרסן את החברה מהפעלת כוח שוק בשוק המשני. לצד "בעיית הנציג", שאחת ההשלכות שלה היא כי הקבלנים או היזמים לא שוקלים או נותנים משקל נמוך לשיקולי מוניטין הרלוונטיים למחיר או טיב השירות למעליות, גם רוכשי הדירות לא צפויים לשקול שיקולי מוניטין לחברת המעליות או ליזם. על פי רוב, בעת קניית דירה, רוכשי הדירות בוחנים את עלות הדירה ולא לוקחים בחשבון את עלות השירות למעליות כיוון שהיא זניחה ביחס לעלות רכישת הדירה. על כן, עבור מרבית רוכשי הדירות, מותג המעלית המותקנת לא ישפיע על רכישתה של דירת מגורים שהיא אירוע נדיר יחסית. על כן, אין בחווייתו השלילית של בעל דירה בעניין עלות השירות למעליות המותקנת בבניינו כדי לפגוע באופן ממשי במוניטין היזם או במוניטין חברת המעליות. כך, שאין בעלויות אלו כדי להשפיע על החלטת רכישת הדירה, ולשיקולי המוניטין ישנה השפעה מועטה על השוק הראשי, אם בכלל.

#### טענות לגבי רלוונטיות פסק דין ספקטור<sup>23</sup>

57. אינטר-אפ טענה כי פסק דין ספקטור אינו רלוונטי לעניין ההכרזה, היות שאינו עוסק במעליות מסוג MRL של מיצובישי.

<sup>22</sup> דו"ח משרד העבודה, לעיל ה"ש 10.

<sup>23</sup> פסק דין ספקטור, לעיל ה"ש 1.



58. ראשית, יצוין, כי הדבר אינו עולה מפורשות מפסק הדין, הקביעה בעניינה של אינטר-אפ היא כללית. שנית, אינטר-אפ הפנתה בעבר לפסק הדין ללא אבחנה בין מעליות MRL לאלו שאינן, לצורך ביסוס טענתה שאינה בעלת מונופולין. שלישית, חברות מעליות מתחרות נוספות עשו שימוש בעבר, בקביעה הכללית שבפסק דין ספקטור כדי לטעון שאינן בעלות מונופולין, על כן ישנה חשיבות בהכרזה זו גם לעניין פסק הדין.

#### סיכום – הכרזה

59. נוכח כל האמור לעיל ומתוקף סמכותי לפי סעיף 26(א) לחוק התחרות, אני מכריזה על אינטר-אפ כבעלת מונופולין במתן שירות למעליות MRL שהותקנו בבנייני מגורים, שיוצרו או עיקר חלקיהן יוצר על ידי מיצובישי או עבורה לשם הרכבתם יחד. הכרזת המונופולין תהא ראייה לכאורה בכל הליך משפטי בהתאם לסעיף 43(ה) לחוק.

60. אינטר-אפ רשאית לחלוק על הכרזה זו בדרך של ערר לבית הדין לתחרות בתוך 30 יום מיום קבלת הודעה על הכרזת הממונה.



מיכל כהן

הממונה על התחרות

ירושלים, ג' טבת תשפ"ו

23 בדצמבר 2025