

## החלטה לפי סעיף 7(ב) לחוק קידום התחרות בענף המזון, התשע"ד-2014

### בעניין אמצעי תצוגה ממותגים המסופקים על ידי

#### סנו מפעלי ברונוס בע"מ

#### 1. פתח דבר

בפניי בקשה לפי סעיף 7(ב) לחוק קידום התחרות בענף המזון, התשע"ד-2014 (להלן חוק המזון) למתן פטור מאיסור הקבוע בסעיף 7(א)(3)(ב) וסעיף 7(א)(4) לחוק המזון, בנוגע לאספקה לקמעונאים של אמצעי תצוגה ממותגים עבור מקדמי הגנה מהשמש על ידי סנו מפעלי ברונוס בע"מ (להלן סנו).

לאחר שבחנתי את הבקשה, הגעתי לכלל מסקנה כי אספקת אמצעי תצוגה ממותגים עבור מקדמי הגנה מהשמש המסופקים על ידי סנו ראוייה לפטור לפי סעיף 7(ב) לחוק המזון. להלן, אפרט את הנימוקים לכך.

#### 2. הבקשה

סנו היא ספק גדול כמשמעותו בחוק המזון והיא נכללת ברשימת הספקים הגדולים שפורסמה בהתאם להוראות סעיף 4 לחוק המזון.

סנו היא חברה ציבורית הפועלת בתחום הייצור, הפיתוח, השיווק, ההפצה והמכירה של מוצרי צריכה ביתיים שאינם מוצרי מזון (Non-Food Products), ובפרט עוסקת החברה במוצרי נייר, מוצרי ניקיון ואחזקת הבית ובמוצרי טואלטיקה וקוסמטיקה. ההפצה של סנו נעשית באמצעות חברת בת, החברה הדרומית לשיווק בע"מ. כמו כן סנו משווקת מקדמי הגנה תחת המותג "סקין גארד".

במסגרת הבקשה מבקשת סנו פטור נוסף לאחר שהחלטת הממונה האחרונה הנוגעת לאספקת אמצעי תצוגה ממותגים ניתנה ביום 17.8.2016.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> החלטה לפי סעיף 7(ב) לחוק קידום התחרות בענף המזון, התשע"ד-2014 בעניין אמצעי תצוגה ממותגים המסופקים על ידי סנו מפעלי ברונוס בע"מ (17.8.2016) רשות התחרות 501033

### 3. השפעת הבקשה על התחרות

פרק ב' לחוק המזון עוסק בהסדרה של פעילות 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, בסעיף 7(א)(3)(ב) לחוק המזון נקבע איסור על הכתבה, המלצה או התערבות אחרת של ספק גדול אצל קמעונאי בהקצאת שטח מכירה בשיעור כלשהו למצרף שהספק מספק. בסעיף 7(א)(4) לחוק המזון, נקבע איסור על קמעונאי גדול להיות צד להסדר עם ספק גדול הנוגע, בין היתר, למפורט בסעיף 7(א)(3)(ב).

שטחי המכירה בחנות של קמעונאי הם זירת תחרות משמעותית בין ספקים בתחום המזון. נוכחות על המדף מהווה תשומה הדרושה לספק לשם מכירת מוצריו לצרכן.<sup>2</sup> היקף התצוגה, מיקום המוצרים ודרך הצגתם הם שיקולים המשפיעים על העדפות הצרכן.

שימוש באמצעי תצוגה ממותג, אשר נמסר על ידי ספק גדול לקמעונאי, מהווה התערבות בהקצאת שטח מדף, שכן הוא מקבע, הלכה למעשה, שטחי מכירה בעבור הספק הגדול גם אם לפרק זמן מוגבל, בניגוד לתכליתו של האיסור הקבוע בסעיף 7(א)(3)(ב) לחוק המזון. הגיונם של הדברים ברור – כאשר ספק גדול מספק לקמעונאי אמצעי תצוגה ממותגים הדבר נעשה על מנת שאלה ישמשו לתצוגת מוצריו, כאשר המיתוג משמש ככלי לזיהוי מתקן התצוגה עמו.

מכאן לבקשה של סנו. כפי שיפורט להלן, בנסיבות העניין הייחודיות, מצאתי כי אין בביצוע הפעולות מושא הפטור כדי ליצור חשש לפגיעה בתחרות.

מקדמי הגנה הם מוצרים עונתיים ומרבית המכירות של מוצרים אלה היא בתקופת הקיץ. בהתאם לכך, מכירת המוצרים והצגתם במדפים נעשית באמצעות הצבת אמצעי תצוגה זמניים (למשל "סטנדים").

יתר על כן, בקטגוריית מקדמי ההגנה פועלת, במקביל לסנו (עם המותג "סקין גארד", כאמור), חברת ד"ר פישר בע"מ (להלן ד"ר פישר) עם המותג "אולטרסול". נתח השוק של סנו נמוך משמעותית מנתח השוק של ד"ר פישר השולטת בקטגוריה. נתחי השוק של חברות נוספות הפועלות בקטגוריה והן מתחרות רחוקות יותר, זניחים ונראה כי לא מדובר במתחרים העלולים להיפגע כתוצאה מאספקת אמצעי תצוגה ממותגים על ידי סנו.

<sup>2</sup> ר' דברי ההסבר להצעת חוק קידום החתרות בענף המזון, התשע"ג-2013, ה"ח 769, בעמ' 833.

לנוכח דברים אלה, ובשים לב לנסיבות הייחודיות של שיווק עונתי של המוצרים באמצעות תצוגות זמניות, הגעתי לכלל מסקנה כי הצבת אמצעי התצוגה על ידי סנו אינה מעלה חשש לפגיעה בתחרות.

#### 4. סוף דבר

לאור האמור, שוכנעתי כי בנסיבות העניין אין בפעולה האמורה כדי ליצור חשש לפגיעה בתחרות. על כן אני רואה לנכון להשתמש בסמכות הנתונה לי לפי סעיף 7(ב) לחוק המזון, ולהעניק את הפטור המבוקש.

תוקף הפטור הוא לשש שנים.

מירב כהן  
הממונה על התחרות

ירושלים, ט"ז סיון תשפ"ג

5 מאי 2023