



רשות ההגבלים העסקיים

החלטה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 בדבר מתן פטור מאישור בית הדין להסדר כובל

הסכם בין אופיס דיפו (ישראל) בע"מ לבין דיונון (ע"ר)

1. פתח דבר

ביום 8 בפברואר 2006 הוגשה בקשה למתן פטור לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן: "החוק"), להסכם בין אופיס דיפו (ישראל) בע"מ (להלן: "אופיס דיפו") לבין דיונון (ע"ר) (להלן: "דיונון"), שעניינו במתן זכות מתוחמת בזמן לאופיס דיפו, לעשות שימוש בשם המסחר "דיונון" לשם הפעלתן של חנויות רשת דיונון.

לאחר שבחנתי את ההסדר ואת הכבילות המצויות בו, כמו גם את השפעתם האפשרית על התחרות בשוק הרלוונטי, ולאחר שנועצתי בועדה לפטורים ולמיזוגים, שוכנעתי כי הכבילות אינן מגבילות את התחרות בחלק ניכר של השוק המושפע מן ההסדר, וכי הן אינן פוגעות פגיעה של ממש בתחרות בשוק כאמור, כי עיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה, וכי אין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו. מטעמים אלו ראוי ההסדר לפטור לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן: "חוק ההגבלים העסקיים"), בשל הנימוקים שיפורטו להלן.

2. הצדדים ההסכם

דיונון היא עמותה, אשר חבריה הם אוניברסיטת תל אביב ואגודת הסטודנטים באוניברסיטת תל אביב (בחלקים שווים). לדיונון שלוש פעילויות. האחת, דיונון מפעילה רשת חנויות בעלות צביון סטודנטיאלי, לשיווק ולמכירת מוצרים שונים, לרבות ספרים, צעצועים, מוצרי נייר, מכשירי כתיבה, ציוד משרדי וציוד היקפי למחשבים. הרשת פועלת נכון להיום בשמונה קמפוסים: אוניברסיטת תל אביב, אוניברסיטת בן גוריון, מכללת הנגב ע"ש פנחס ספיר, המכללה האקדמית אשקלון, המכללה למינהל, המרכז הבינתחומי לעסקים, משפט וטכנולוגיה, מכון ויצמן למדע והמכללה האקדמית עמק יזרעאל (להלן: "הקמפוסים הקיימים"). כן מפעילה דיונון אתר אינטרנט הכולל חנות מקוונת לממכר מוצריה (להלן: "רשת דיונון"). פעילות שנייה של דיונון היא הוצאה לאור של ספרי לימוד וספרי עיון. פעילותה השלישית של דיונון היא ייבוא ספרים באמצעות חברת פרובוק בע"מ, בה היא מחזיקה יחד עם יוזמות הייליגר ואבי חמו, בחלקים שווים.

אופיס דיפו היא חברה המוכרת מוצרי נייר, ציוד משרדי, אלקטרוניקה למשרד וריהוט משרדי. רשת אופיס דיפו מונה 33 חנויות הפזורות ברחבי הארץ (להלן: "רשת אופיס דיפו").

3. ההסכם

לאורך השנים האחרונות צברה רשת דיונון הפסדים, ובעקבות כך נקשרה ביום 30 בדצמבר 2005 בהסכם הפעלה עם אופיס דיפו (להלן: "ההסכם"), במסגרתו רוכשת אופיס דיפו מידיה של דיונון את הזכות להפעיל את רשת דיונון תחת השם המסחרי "דיונון" או "דיונון אופיס דיפו" למשך תקופת ההסכם, בעבור דמי הפעלה מסוימים. זכות ההפעלה אינה כוללת את מחלקת ההוצאה לאור של דיונון.

במסגרת ההסכם ממחה דיונון לאופיס דיפו את זכויותיה והתחייבויותיה לפי הסכמי השכירות שלה בקמפוסים הקיימים, למעט הקמפוס באוניברסיטת תל אביב, ביחס אליו נקשרת אופיס דיפו בהסכם שכירות בינה לבין אוניברסיטת תל אביב – הסכם שכירות המהווה נספח להסכם (להלן: "הסכם השכירות"). במידה ומי מהמוסדות האקדמיים בקמפוסים הקיימים לא יסכים להמחאת הזכויות כאמור, תמשיך דיונון להפעיל את החנות באותו קמפוס עד לתום תקופת השכירות הנוכחית בקמפוס האמור.

בנוסף, אופיס דיפו מתחייבת לפעול להרחבתה של רשת דיונון הן לקמפוסים נוספים והן מחוץ לקמפוסים (כל החנויות, קיימות ועתידיות, שיופעלו על ידי אופיס דיפו במסגרת ההסכם ייקראו להלן: "רשת דיונון אופיס דיפו").

תקופת ההסכם הינה למשך 6 שנים. בנוסף קיימות 3 אופציות הארכה, בנות 4, 5, ו-5 שנים הנתונות לשיקול דעתה הבלעדי של אופיס דיפו.

ההסכם כולל את הכבילות הבאות:

- דיונון מתחייבת כי לא תעסוק, בכל צורה שהיא, בתחום המכירה של ציוד משרדי ו/או ספרים ומגוון המוצרים והשירותים שימכרו ברשת דיונון אופיס דיפו בעת הפעלתה על ידי אופיס דיפו.
- זכות השימוש בשם המסחרי "דיונון" הינה בלעדית לאופיס דיפו. בתקופת ההסכם דיונון לא תעשה שימוש בשם המסחרי "דיונון", ולא תעבירו לאחר, בכל צורה שהיא, למעט לצרכי הוצאה לאור.
- אופיס דיפו מתחייבת להפיץ את הספרים שיוצאו לאור על ידי דיונון ברשת דיונון אופיס דיפו, עבור עמלה של 35% או עמלה בתנאים הטובים ביותר הניתנים על ידי דיונון, לפי הגבוה.
- אופיס דיפו מתחייבת לשמר את אופייה הסטודנטיאלי והאקדמי של רשת דיונון, לרבות שמירת מגוון המוצרים הקיימים ברשת דיונון; שימור רמת מחירים הקיימת היום ברשת דיונון, ובכלל זה רמת מחירים נמוכה בלפחות 2.5% מהמחיר הקטלוגי של הספרים; הענקת הנחות מסוימות לסטודנטים ולחברי סגל האוניברסיטה, אשר ניתנות להם היום. כן נקבע בהסכם שבכל מקרה, מחירו של מוצר בו יחויב הצרכן ברשת דיונון אופיס דיפו

לא יהיה גבוה מזה של מוצר זהה שאותו מוכרת אופיס דיפו שלא באמצעות רשת דיונון אופיס דיפו.

- אופיס דיפו מתחייבת שלא לרכוש, לנהל, להפעיל או להיות בעלת זכויות שליטה בחנויות מחוץ לקמפוסים שהמרכיב העיקרי בהן הוא ספרים, וזאת אלא אם כן חנויות אלה הן חלק מרשת "דיונון אופיס דיפו".
- בנוסף, מתחייבת אופיס דיפו כי כל החנויות אשר תפתח בקמפוסים השונים (קיימים או אחרים), ככל שיפתחו, יהיו תחת רשת "דיונון אופיס דיפו".
- אופיס דיפו מתחייבת כי לא תפתח חנויות אופיס דיפו באזור רמת אביב הישנה ונווה אביבים ובאזור מתחם שוסטר ברמת אביב ג', אלא אם חנויות אלה הן חלק מרשת "דיונון אופיס דיפו". כבילה זו הינה למשך 10 שנים מתחילת ההסכם (ככל שמומשה האופציה השנייה).
- עם סיום ההסכם, אופיס דיפו מתחייבת כי שלא להפעיל חנויות בקמפוסים בהם הופעלו חנויות של "דיונון אופיס דיפו" במועד סיום ההסכם או שנתיים קודם לכן. תקופת הכבילה הינה למשך שנה מיום סיום ההסכם.
- במסגרת הסכם השכירות אשר נחתם בנוגע לחנות דיונון אופיס דיפו באוניברסיטת תל אביב, מתחייבת האוניברסיטה כי כל עוד הסכם השכירות הינו בתוקף, לא תאפשר בשטחה פתיחה של עסק אשר תחומי פעילותו כוללים ספרים, ציוד משרדי, או טכנולוגיה (כבילה זו לא תחול אם לאחר 10 שנים מתחילת ההסכם תפתח אופיס דיפו חנות באזור רמת אביב הישנה ונווה אביבים).

4. השפעת ההסכם על התחרות

כאמור לעיל, דיונון מוכרת בחנויותיה בקמפוסים שלוש קטגוריות של מוצרים: ספרים, ציוד משרדי, וציוד היקפי למחשבים. השפעתו של ההסכם שונה בכל קטגוריה, כפי שיפורט להלן.

בתחום מכירת הספרים, אופיס דיפו כמעט ואינה פעילה. היא מחזיקה בחנויותיה מספר מצומצם ביותר של ספרים רבי-מכר, כך שפעילותה בתחום מכירת הספרים הינה שולית ביותר, והיא לא מהווה שחקן בתחום זה. יתר על כן, ההסכם יהווה פלטפורמה לאופיס דיפו להיכנס לשוק מכירת הספרים (שוק הסובל נכון להיום מריכוזיות יתר), כך, שבהיבט זה להסכם השפעה פרו-תחרותית. אמנם, כאמור לעיל, במשך תקופת ההסכם, אופיס דיפו מתחייבת שלא לפתוח חנויות שהמרכיב העיקרי שבהן הינו ספרים (דוגמת סטימצקי), אולם היא יכולה לעשות זאת במסגרת רשת דיונון אופיס דיפו, ויש להניח שהחבירה של דיונון ואופיס דיפו, תיצור מתחרה משמעותי יותר בתחום מכירת הספרים.

בתחום מוצרי הטכנולוגיה אופיס דיפו מחזיקה מגוון רחב בהרבה של מוצרי טכנולוגיה לעומת דיונון. אמנם, קיימת לצדדים פעילות חופפת במכירת ציוד היקפי למחשבים, אולם מכירת מוצרים אלה ברשת דיונון אינה מרכזית ביחס לכלל המכירות. זאת ועוד, תחום מוצרי

הטכנולוגיה רווי תחרות, הקנייה בתחום זה מתאפיינת בלקוחות מתוחכמים המשווים מחירים. היות שכך, ובשל המחירים הגבוהים המאפיינים מוצרי טכנולוגיה, ההיבט הגיאוגרפי של התחרות בתחום זה נחלש, ורדיוס התחרות מתרחב, מה גם שבתחום זה קיימת תחרות רבה מצד אתרי האינטרנט, כך שאין סבירות ממשית להיווצרותו של כוח שוק בעקבות ההסכם.

בתחום מכירת הציוד המשרדי קיימת חפיפה במגוון המוצרים הנמכרים באופיס דיפו ובדיונון. מן ההיבט הגיאוגרפי, נמצאו 3 אזורים בעייתיים: באר שבע וראשון לציון, בהן פועלות הן דיונון והן אופיס דיפו נכון להיום, וכן אזור רמת אביב שבתל אביב. יחד עם זאת, בשלושת אזורים אלה לא עלה חשש ממשי להיווצרותו של כוח שוק לאופיס דיפו, מהסיבות הבאות: קיומם של מתחרים משמעותיים בכל אחד מאזורים אלה; סיומו של חוזה השכירות הנוכחי במכללה למינהל בראשון לציון ב- 2009; סיומו של הסכם השכירות בבאר שבע בספטמבר 2006 וכוונתה של הנהלת האוניברסיטה לצאת בשני מכרזים שונים – למכירת ספרים ולציוד משרדי.

זאת ועוד, כאמור לעיל, בהסכם קיימת תנייה המגבילה את יכולתה של אופיס דיפו להעלות מחירים. בנוסף הסכמי השכירות בקמפוסים מכילים בד"כ תניות המגבילות את יכולתו של הגוף המפעיל את החנות בקמפוס לקבוע את מחירי המוצרים הנמכרים.

עובדה נוספת, שיש בה להפיג את החשש להעלאת מחירים על ידי אופיס דיפו, היא שבתוך שנה ממועד תחילת ההפעלה המתוכנן, עתידים הסכמי השכירות של דיונון בקמפוסים הקיימים להגיע לכלל סיום, למעט הקמפוס בראשון לציון והקמפוס בתל אביב, ואין כל ודאות כי ייחתם הסכם חדש עם דיונון.

לאחר שבחנתי את הכבילות שפורטו לעיל, ואת אופיו של הסכם ההפעלה אשר נושא סממנים של הסכם זכיינות, מצאתי כי הכבילות עולות בקנה אחד עם מטרת העסקה – לשמר את פעילותה הקיימת של רשת דיונון, ולוודא את המשך קיומו של המותג "דיונון", על מאפייניו הייחודיים, לרבות מכירת ספרים ברשת דיונון – כולל ספרי לימוד שהם בהוצאת דיונון - ופנייה ממוקדת לקהל הסטודנטים על ידי מתן הנחות לאוכלוסייה זו.

באשר לכבילה המונעת מאופיס דיפו לפתוח חנות באזור אוניברסיטת תל אביב, הרי שלאור היותו של ההסכם נושא סממני זכיינות, וכן לאור קיומם של מתחרים המצויים במרחק הליכה מהאוניברסיטה, לא מצאתי כי תנייה זו מעוררת חשש סביר לפגיעה בתחרות.

באשר להתחייבותה של אופיס דיפו לאי-תחרות במשך שנה לאחר תום ההסכם, מצאתי כי אין בכבילה זו פגיעה משמעותית בתחרות לאור היותה מתוחמת לזמן לא ארוך.

4. סוף דבר

לאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ומיזוגים, ראיתי לנכון להשתמש בסמכות הנתונה לי בסעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים ולהעניק את הפטור המבוקש.

תוקפו של פטור זה הינו למשך 10 שנים מיום נתינתו.

בהתאם לסעיף 15(א) לחוק ההגבלים העסקיים 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.

רונית קן

הממונה על הגבלים עסקיים

ירושלים, י"ג בניסן תשס"ו

11 באפריל 2006