



החלטה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל להסדר בין טמפו משקאות בע"מ לבין מאסטרפיס טים בע"מ

א. פתח דבר

בפניי בקשה למתן פטור לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן: "החוק"), להסכם שנחתם בין טמפו משקאות בע"מ (להלן: "טמפו משקאות") וטמפו שיווק (1981) בע"מ (להלן: "טמפו הפצה") לבין מאסטרפיס טים בע"מ (להלן: "מאסטרפיס"), לפיו טמפו תמונה כמפיץ בלעדי של מוצרי המשקאות המיובאים על ידי מאסטרפיס (להלן ביחד "ההסדר"). ההסדר נחתם במקביל לעסקת מיזוג, במסגרתה רוכשת טמפו משקאות 50% מהזיכיון לייבוא ולשיווק של וודקה ואן גוך בטעמים בלבד מקבוצת רותדניש בע"מ (להלן: "רותדניש"), אשר יועבר לחברה החדשה בשם מאסטרפיס טים שתהיה בבעלות משותפת באופן שווה בין טמפו משקאות ורותדניש. עסקת המיזוג אושרה על ידי ביום 4 ביולי 2018 משום שסברתי שאינה מקימה חשש סביר לפגיעה משמעותית בתחרות.

לאחר שבחנתי את ההסדר על כבילותיו, כמו גם את השפעתו האפשרית על התחרות בשוק הרלוונטי, ולאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ולמיזוגים, שוכנעתי כי ההסדר אינו פוגע פגיעה של ממש בתחרות, כי עיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה ואין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו.

מטעמים אלה, ההסדר ראוי לפטור לפי הוראות סעיף 14 לחוק, בשל הנימוקים שיפורטו להלן.

ב. ענף המשקאות והצדדים להסדר

טמפו היא חברה פרטית בבעלות טמפו תעשיות בירה בע"מ¹ (60%) ו-Heineken International N.V.² (40%). טמפו עוסקת בייצור, ייבוא, שיווק והפצה של בירה, יין, משקאות חריפים, משקאות קלים ומים מינרליים.

מאסטרפיס טים בע"מ חברה חדשה הנמצאת בבעלות משותפת של טמפו ורותדניש. אשר תחזיק בזיכיון לייבוא ולשיווק של מוצרי וודקה בטעמים, הנמכרים תחת שם המותג "ואן גוך".

¹ חברה פרטית בבעלות רינה וז'יק בר (60%) ולאח ואמיר בורנשטיין (40%).

² חלק מתאגיד Heineken העולמי (להלן: "קבוצת היינקן"). קבוצת היינקן כוללת מספר חברות המוחזקות בשרשרת על ידי Heineken Holdings N.V., חברה ציבורית הנסחרת בבורסת אמסטרדם שבהולנד.

רותנ'ש היא חברה פרטית בבעלות דן שקל 75% ונרדי בוטל 25%. החברה עוסקת בייבוא שיווק והפצה של מוצרי אלכוהול ובהם וודקה, לרבות וודקה בטעמים, תחת המותג הבינלאומי " Van Gogh (להלן: "ואן גוך").

ג. ההסדר

ההסדר שבפניי הוא הסדר הפצה בלעדית. במסגרת ההסדר, מאסטרפיס ממנה את טמפו כמפיצה בלעדית של מוצריה בשטח מדינת ישראל והרשות הפלשתינית. בהתאם להוראות ההסדר, טמפו תרכוש את מוצרי הוודקה בטעמים הנמכרים תחת המותג ואן גוך, בהתאם לרשימה המצורפת להסכם (להלן: "המוצרים") ממאסטרפיס בלבד. מאסטרפיס תהיה אחראית על הזמנת המוצרים, הובלתם לטריטוריה ואחסנה שלהם במחסניה או במחסנים חיצוניים. המוצרים יימסרו לטמפו וטמפו תהיה אחראית על אחסונם והובלתם. מאסטרפיס תהא אחראית על שיווק ופרסום המוצרים ותישא בעלותם של אלה. המחיר הקמעונאי של המוצרים ייקבע על ידי מאסטרפיס על פי שיקול דעתה הבלעדי, והמוצרים יירכשו על ידי טמפו ויימכרו על ידה ללקוחות קמעונאים באותו מחיר. טמפו תהיה זכאית לעמלה בגין שירותי הפצת המוצרים.

תחום המשקאות האלכוהוליים מתאפיין בבידול רב בין המוצרים. ההבדלים העיקריים נוגעים לסוג המשקה, איכותו והמותג תחתיו הוא משווק. התחום כולל שתי קטגוריות מרכזיות לפילוח, הראשונה היא סוג המשקה: יין, וודקה, וויסקי, קוניאק, בירות, ליקר ועוד. הקטגוריה השנייה היא איכות המשקה כאשר יש מספר רמות איכות במשקה ספציפי על פי פרמטר ייעודי לכל משקה.

בדומה לשאר המשקאות, גם בנוגע למשקה הוודקה יש בידול רב הנובע מהמותגים הרבים הקיימים בשוק והשחקנים הרבים הפועלים בו. בידול אחד שקיים בשוק הוא הבחנה בין משקאות וודקה בטעמים שונים שהסכם ההפצה נוגע רק אליהם. בידול נוסף שקיים ומהותי הוא איכות המשקה, כאשר ההבדל בין הסוגים השונים בא לידי ביטוי במספר הפעמים שהוודקה עוברת זיקוק וסינון. התוצאה הסופית היא רמות שונות של וודקה - רמה בסיסית, פרימיום, סופר פרימיום ואולטרה פרימיום.

ד. השפעת ההסדר על התחרות

עיקרו של הסדר ההפצה הוא מתן אפשרות למאסטרפיס לעשות שימוש במערך ההפצה של טמפו. מערך ההפצה של טמפו הוא מערך בעל פריסה ארצית ויכולת להגיע לנקודות מכירה רבות. ולכן ההסדר אינו הסדר שעיקרו בפגיעה בתחרות יחד עם זאת, הסדר ההפצה בין טמפו לבין מאסטרפיס עשוי להעלות מספר חששות תחרותיים.

ראשית, הפצת מוצרי מאסטרפיס על ידי טמפו לא מותירה מקום לקיומה של תחרות בין טמפו לבין מאסטרפיס באותם תחומים בהם שתיהן פועלות. אמנם, מאסטרפיס קובעת את המחיר הסיטונאי למוצריה ואחראית על שיווק וקידום המכירות של המוצרים, אולם טמפו היא שמשווקת את המוצרים ללקוחותיה ובכך קובעת למעשה את כמות מוצרי מאסטרפיס שיימכרו אצל לקוחותיה.

הוספת מוצרי מאסטרפיס לסל המוצרים של טמפו אף עשויה לעורר חשש מהגדלת כוחה של טמפו בקטגוריות בהן היא פועלת.

החשש הראשון המצוין לעיל מופג, שכן בדיקת הרשות העלתה שאין בהסדר כדי להוסיף תוספת של ממש לנתח השוק של הצדדים אם נתייחס לשוק הוודקה בכללותו כשוק הרלוונטי, אזי נתח השוק המצרפי של הצדדים בשוק נמוך יחסית. עוד העלתה הבדיקה כי קיים מספר רב של מתחרים נוספים בשוק הוודקה ועל כן, בנסיבות העניין, ניתן להפיג את החשש מהפעלת כוח שוק חד צדדי בכל אחד מתחומי הפעילות של הצדדים כתוצאה מן ההסדר.

אם, לעומת זאת, נתייחס לשוק הוודקה בטעמים כשוק נפרד, הוא נשלט רובו ככולו על ידי ואן גוך, ולצידו פועל המותג "Three Olives", המשווק על ידי כספי משקאות חריפים בע"מ ונמנה בקטגוריית וודקה סופר פרימיום בטעמים יחד עם ואן גוך. מותג Absolut בטעמים המשווק על ידי טמפו, נמנה על קטגוריית הפרימיום, ונחשב מוצר נחות וזול יותר בעל נתח שוק שולי וזניח ביותר. במצב זה, אין בהסכם ההפצה כדי לשנות את יחסי הכוחות בשוק.

חשש נוסף שעולה, כאמור, מהסכם ההפצה הוא שהוספת מוצרי מאסטרפיס למגוון המוצרים של טמפו, מרחיבה את סל המוצרים אשר ביכולתה של טמפו לספק ללקוחותיה הכולל משקאות חריפים אחרים, בירה ומשקאות קלים. הרחבת הסל של טמפו עשויה לתרום להגדלת כוח המיקוח של טמפו כלפי לקוחותיה, דבר אשר עשוי לאפשר לה לנקוט בפרקטיקות אנטי תחרותיות שונות (כגון "קשירה" בין מוצרים) ואף להעלות המחירים של מוצריה, כולם או חלקם.

חשש זה קיים בעיקר בשוק הקר הכולל ברים, מועדוני לילה, מסעדות ואולמות אירועים. שוק זה מתאפיין בצריכה גבוהה של משקאות אלכוהוליים ביחס לכלל הלקוחות של טמפו, ואופי הלקוחות הוא של לקוחות קטנים יותר מאלה הפועלים בשוק החם הכולל רשתות שיווק וחנויות מתמחות במכירת אלכוהול.

בדיקת הרשות העלתה כי קיימות דרכים חלופיות לרכישת המוצרים שטמפו משווקת. משקאות אלכוהוליים, וודקה בפרט, נרכשים כבר כיום לעיתים קרובות מסיטונאים וזאת נוכח הנוחות בזמני האספקה, תנאי התשלום והגמישות הנלוות להם. עוד נמצא כי קיים יבוא מקביל של מוצרי ואן גוך וכי אין מגבלות משמעותיות ליבוא זה. בכך יש כדי להפיג את החשש מפני הגדלת כוחה של טמפו מול לקוחותיה.

הכתבת מחיר

במסגרת הסכם ההפצה, מכתיבה מאסטרפיס את המחיר אותו רשאית טמפו לגבות מלקוחותיה בעבור מוצריה של מאסטרפיס. בהתאם להוראות ההסכם, על טמפו לגבות מלקוחותיה את המחיר שנקבע על ידי מאסטרפיס. הכתבת מחיר מסוג זה עשויה ככלל להקים חשש תחרותי, שכן היא עשויה להביא לעליית מחירים ולהקל על תיאום.

הכתבת המחיר מהווה אמצעי פיקוח של מאסטרפיס ומאפשר למאסטרפיס לשמור בידיה את השליטה במדיניות התמחור של מוצריה. בשים לב לכך שמדובר בהסדר להפצה בלעדית (כלומר ממילא לא יכולה להתפתח תחרות פנים-מותגית בין מפיצים שונים), בשים לב לכך שכביילת המחיר נוגעת למחיר הסיטונאי ואינה נוגעת למחיר בו הקמעונאים יימכרו את המוצרים לצרכן

הסופי, וכן נוכח עסקת המיזוג במסגרתה רוכשת טמפו חצי ממניותיה של מאסטרפיס, החשש לפגיעה בתחרות הנובע מהכתבת המחיר מופג בנסיבות העניין.³

נוכח האמור לעיל, ובשים לב לכך שעסקת המיזוג אושרה על ידי, נחה דעתי כי בנסיבות העניין הסכם ההפצה ראוי לפטור.

ה. סוף דבר

בנסיבות המפורטות לעיל, עיקרו של ההסדר שבפניי אינו בהפחתת התחרות או במניעתה, אין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו, וההסדר אינו מעלה חשש לפגיעה של ממש בתחרות בשוק הרלוונטי ועל כן הוא ראוי לפטור. תוקף הפטור הוא **לשש שנים** ממועד מתן החלטה זו.

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

מיכל הלפרין
הממונה על הגבלים עסקיים

ירושלים, כ"ו תמוז, תשע"ח

9 יולי 2018

³ ראו לעניין זה גילוי דעת 2/17 בעניין הסדרי הכתבת מחיר אנכית
http://www.antitrust.gov.il/files/34699/%D7%92%D7%99%D7%9C%D7%95%D7%99%20%D7%93%D7%A2%D7%AA%20_17_PRM.pdf