

116

מס'	שמות הצדדים להסדר	מהות הכבילה	הנכס/השירות
6637	ג'ונסון יבואנים וסחר (2003) בע"מ אדמה מוצרי מזון אורגניים בע"מ	הסכם אי-תחרות	תוספי תזונה מזון אורגני

החלטת הממונה מתבססת על כך שאין בהסכם פגיעה של ממש בתחרות וכי עיקרן של הכבילות אינו בהפחתת התחרות או מניעתה, ואין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו.
בהתאם לסעיף 15(א) לחוק, נתונה החלטתי זו לערר לפני אב בית הדין להגבלים עסקיים על ידי איגוד עסקי, ארגון צרכנים או כל אדם העלול להיפגע מההסדר הכולל שעליו ניתן הפטור.
החלטת הפטור פתוחה לעיון הציבור בתיק פטור מס' 6637, במשרד רשות ההגבלים העסקיים, רח' כנפי נשרים 22, ירושלים, בשעות העבודה הרגילות.

ה' בשבט התשס"ז (24 בינואר 2007)

(חמ 3-41)

רונית קן
הממונה על הגבלים עסקיים

הודעה על פטור מאישור הסדר כובל

לפי חוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988

בתוקף סמכותי לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן - החוק), ולאחר התייעצות עם הוועדה לפטורים ולמיוזגים, אני מודיעה כי ביום י"ב בכסלו התשס"ז (3 בדצמבר 2006) החלטתי לפטור את הצדדים להסדר מהחובה לקבל את אישור בית הדין להסדרים כובלים שפרטיהם כלהלן:

מס'	שמות הצדדים להסדר	מהות הכבילה	הנכס/השירות
6676	אייץ' אנד או אופנה בע"מ תג וזמן בע"מ תג וזמן אופנה (2009) בע"מ	הסכם אי-תחרות	מוצרי אופנה

החלטת הממונה מתבססת על כך שאין בהסכם פגיעה של ממש בתחרות וכי עיקרן של הכבילות אינו בהפחתת התחרות או מניעתה, ואין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו.
בהתאם לסעיף 15(א) לחוק, נתונה החלטתי זו לערר לפני אב בית הדין להגבלים עסקיים על ידי איגוד עסקי, ארגון צרכנים או כל אדם העלול להיפגע מההסדר הכולל שעליו ניתן הפטור.
החלטת הפטור פתוחה לעיון הציבור בתיק פטור מס' 6676, במשרד רשות ההגבלים העסקיים, רח' כנפי נשרים 22, ירושלים, בשעות העבודה הרגילות.

ה' בשבט התשס"ז (24 בינואר 2007)

(חמ 3-41)

רונית קן
הממונה על הגבלים עסקיים

י"ח התשמ"ח, עמ' 128; התש"ס, עמ' 113.

הודעה על פטור מאישור הסדר כובל

לפי חוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988

בתוקף סמכותי לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן - החוק), ולאחר התייעצות עם הוועדה לפטורים ולמיוזגים, אני מודיעה כי ביום כ"ט באב התשס"ז (23 באוגוסט 2006) החלטתי לפטור את הצדדים להסדר מהחובה לקבל את אישור בית הדין להסדרים כובלים שפרטיהם כלהלן:

מס'	שמות הצדדים להסדר	מהות הכבילה	הנכס/השירות
6369	דיפלומט מפיצים (1968) בע"מ זיתא תעשיות שמן (1999) בע"מ	הסכם הפצה בלעדי	מוצרי שמן זית

י"ח התשמ"ח, עמ' 128; התש"ס, עמ' 113.

ולקוט הפרסומים 5663, כ"ה באייר התשס"ז, 13.5.2007

2718

19

4

החלטת הממונה מתבססת על כך שאין בהסכם פגיעה של ממש בתחרות וכי עיקרן של הכבילות אינו בהפחתת התחרות או מניעתה, ואין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו.
 תוקפו של הפטור האמור למשך תקופת ההסכם או למשך 5 שנים מיום נתינתו – לפי המוקדם.
 בהתאם לסעיף 5(א) לחוק, נתונה החלטתי זו לערר לפני אב בית הדין להגבלים עסקיים על ידי איגוד עסקי, ארגון צרכנים או כל אדם העלול להיפגע מההסדר הכובל שעליו ניתן הפטור.
 החלטת הפטור פתוחה לעיון הציבור בתיק פטור מס' 6369, במשרד רשות ההגבלים העסקיים, רח' כנפי נשרים 22, ירושלים, בשעות העבודה הרגילות.
 ד' בשבט התשס"ז (24 בינואר 2007)
 (חמ 41-3)

רונית קן
 הממונה על הגבלים עסקיים

הודעה בדבר שיעורי ריבית החשב הכללי

להלן מפורטת רשימת שיעורי ריבית החשב הכללי, על פי פסקה 17 בפרק 1 של הוראות התכ"ם, לתקופה שמיום 1 בינואר 2004:

ריבית פיגורים לחודש ב-%	ריבית בגין איחור בהעברת כספים מהמערכת הבנקאית לחודש ב-%	ריבית החשב הכללי לחודש ב-%	מתאריך
1.0667	0.9	0.525	1.1.2004
1.0417	0.875	0.5	29.1.2004
1.025	0.8583	0.4833	26.2.2004
1.0083	0.8417	0.4667	1.4.2004
0.9917	0.825	0.45	25.11.2004
0.975	0.8083	0.4333	30.12.2004
0.9583	0.7917	0.4167	27.1.2005
0.9792	0.8125	0.4375	30.9.2005
1.0	0.8333	0.4583	30.10.2005
1.0417	0.875	0.5	2.12.2005
1.0625	0.8958	0.5208	27.1.2006
1.083	0.917	0.542	2.4.2006
1.104	0.938	0.563	28.4.2006
1.125	0.958	0.583	28.7.2006
1.104	0.938	0.563	26.10.2006
1.083	0.917	0.542	30.11.2006
1.042	0.875	0.5	28.12.2006
1.021	0.854	0.479	1.2.2007
1.0	0.833	0.458	1.3.2007
0.979	0.813	0.438	26.4.2007

ריבית מצטברת תחושב לפי חישוב רבעוני.

ח' באייר התשס"ז (26 באפריל 2007)
 (חמ 1884-3)

ירון זליבה
 החשב הכללי



רשות ההגבלים העסקיים

הודעה על פטור מאישור הסדר כובל לפי חוק

ההגבלים העסקיים התשמ"ח – 1988

בתוקף סמכותי לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח - 1988¹ (להלן – החוק), אני מודיעה כי ביום כ"ט באב התשס"ו (23 באוגוסט 2006) החלטתי לפטור את הצדדים להסדר מהחובה לקבל את אישור בית הדין להסדרים כובלים שפרטיהם כלהלן:

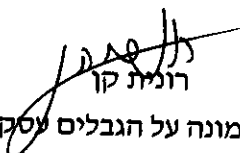
מספר	שמות הצדדים להסדר	מהות הכבילה	הנכס / השרות
6369	דיפלומט מפיצים (1968) בע"מ זיתא תעשיות שמן (1999) בע"מ	הסכם הפצה בלעדי	מוצרי שמן זית

החלטת הממונה מתבססת על כך שאין בהסכם פגיעה של ממש בתחרות וכי עיקרן של הכבילות אינו בהפחתת התחרות או מניעתה, ואין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו.

תוקפו של פטור זה למשך תקופת ההסכם או למשך 5 שנים מיום נתינתו – לפי המוקדם

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 שעליו ניתן הפטור.

החלטת הפטור פתוחה לעיון הציבור בתיקי פטור מס' 6369 במשרד רשות ההגבלים העסקיים, רחוב כנפי נשרים 22, ירושלים, בשעות העבודה הרגילות.


רונת קון
הממונה על הגבלים עסקיים

ירושלים, ה' שבט, תשס"ז
24 ינואר, 2007

¹ ס"ח התשמ"ח, עמ' 128; התש"ס, עמ' 113.

18



רשות ההגבלים העסקיים

ירושלים, כ"ט באב, תשסו
23 אוגוסט, 2006

פטור: 6369

בפקס: 6235556-03

בפקס: 6232020-03

לכבוד

זהבי בלאו עו"ד

משרד זהבי בלאו ושות'

רחוב יגאל אלון 98

תל-אביב 67891

לכבוד

ניב סבר עו"ד

משרד מ. פירון ושות'

דרך אבא הלל 16

רמת גן 52506

הנדון: החלטה בעניין פטור מאישור הסדר כובל בין הצדדים: דיפלומט מפיצים

(1968) בע"מ- זיתא תעשיות שמן (1999) בע"מ

הנני מתכבדת להעביר אליכם את החלטת הממונה על הגבלים עסקיים, לפי סעיף 14 לחוק
ההגבלים העסקיים התשמ"ח - 1988, בדבר מתן פטור מהחובה לקבל את אישור בית הדין להסדר
כובל שבין הצדדים בנדון.

בכבוד רב ובברכה,

צפורה נחמד, עו"ד

רשמת הגבלים עסקיים



רשות ההגבלים העסקיים

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

הסכם בין דיפלומט מפיצים (1968) בע"מ לבין זיתא תעשיות שמן (1999) בע"מ

1. פתח דבר

ביום 12 במרץ 2006 הונחה בפני בקשה למתן פטור לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן: "החוק"), להסכם בין דיפלומט מפיצים (1968) בע"מ (להלן: "דיפלומט") לבין זיתא תעשיות שמן (1999) בע"מ (להלן: "זיתא"), שעניינו מתן שירותי הפצה בלעדיים על ידי דיפלומט למוצרי שמן זית אותם מייצרת זיתא תחת המותג "זיתא" (להלן: "ההסכם").

לאחר שבחנתי את ההסדר ואת הכבילות המצויות בו, כמו גם את השפעתם האפשרית על התחרות בשוק הרלוונטי, ולאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ולמיוזוגים, 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. ההסכם

2.1 הצדדים להסכם

דיפלומט הינה חברה פרטית, העוסקת ביבוא, מכירה והפצה של מוצרי צריכה מגוונים, לרבות מוצרי טיפוח אישי וקוסמטיקה ומוצרי מזון.

זיתא הינה חברה פרטית המייצרת שמן זית תחת שם המותג "זיתא". כן מייצרת זיתא שמן זית עבור חברות אחרות: תחת שם המותג "עץ זית" עבור חברת שמן תעשיות בע"מ (בעלת השליטה בזיתא) המוכרת ומפיצה אותו, וכן תחת המותג הפרטי "סופר קלאס" עבור שופרסל בע"מ המשווק דרך מרלוג שופרסל לסניפי הרשת.



רשות ההגבלים העסקיים

2.2. תיאור ההסכם

על פי ההסכם נושא החלטה זו, זיתא ממנה את דיפלומט כמפיץ בלעדי של כל מוצרי שמן הזית שהיא מייצרת תחת שם המותג "זיתא", לרבות מוצרים עתידיים שייוצרו תחת שם מותג זה (להלן: "המוצרים"). מנגד מתחייבת דיפלומט שלא להפיץ במהלך תקופת ההסכם שמן זית לסוגיו למעט המוצרים. הסכם ההפצה מאמץ מנגנון של קונסיגנציה, דהיינו המוצרים יישארו בבעלותה של זיתא עד לאספקתם ללקוחות.

הסכם ההפצה אינו חל על מספר ערוצי שיווק בהם משווקת זיתא את תוצרתה במישרין, ובהם שיווק שמן זית בצובר לייצוא וללקוחות מוסדיים, מכירה קמעונאית בחנות המפעל, מכירה קמעונאית בדיוור ישיר, מכירה דרך האינטרנט ומכירה לארגוני קניות וועדי עובדים.

עבור שירותי ההפצה תהא דיפלומט זכאית לעמלת הפצה בשיעור שנקבע בין הצדדים.

תקופת ההסכם הינה לזמן בלתי מוגבל, כאשר לשני הצדדים קיימת אפשרות לצאת מההסכם על פי שיקול דעתם המוחלט בהודעה מראש בת 120 ימים לצד שכנגד.

2.3. הכבילות בהסכם

ההסכם כולל את הכבילות הבאות:

- בלעדיות:

זיתא מתחייבת שלא למכור /או לשווק /או להפיץ את המוצרים במהלך תקופת ההסכם שלא באמצעות דיפלומט, למעט באחד מערוצי ההפצה שצוינו לעיל. כמו כן מתחייבת דיפלומט שלא להפיץ שמן זית של יצרנים אחרים במהלך תקופת ההסכם וכן שלא למכור /או לשווק /או להפיץ, במהלך תקופת ההסכם, בין במישרין ובין בעקיפין את המוצרים מחוץ לישראל ולרשות הפלשתינאית.

- קביעת מחיר ומדיניות השיווק:

בהתאם להסכם, זיתא היא הקובעת את מחירי המוצרים, מבנה ההנחות והתמריצים ללקוחות. בנוסף לזיתא זכות החלטה הסופית בעניינים שיווקיים הנוגעים למוצר, כגון עיצוב ומיצוב המוצרים.



רשות ההגבלים העסקיים

3. ההשפעה על התחרות

3.1 בלעדיות הדדית

סעיף 3 לחוק הוציא מתחולתו הסדרים מסוימים אשר על פי מהותם ותכליתם הסדרים כובלים הם. כך, ס' 3(6) לחוק קובע כי הסדר בין רוכש נכס לבין ספק שכל כבילותיו הם התחייבות הספק שלא יספק נכסים לשיווק אלא לרוכש והתחייבות הרוכש כי לא ירכוש אותם נכסים אלא מן הספק איננו הסדר כובל.

מאחר והצדדים להסכם דגן הוציאו ערוצי שיווק מסוימים מגדר הבלעדיות ההדדית לה התחייבו, אין עוד מקום להוציא את ההסדר מתחולתו של החוק ויש לראות אותו כהסדר כובל. יחד עם זאת, ערוצי השיווק אשר אינם נכללים בהסכם הם בעלי מאפיינים מיוחדים, שהמשותף להם הוא העדר היעילות השיווקית בשימוש במפיץ. משכך, הבלעדיות לה התחייבו הצדדים עדיין דומה במהותה להסדר הבלעדיות המצוי בס' 3(6) לחוק, ויפים לעניין זה הדברים שנאמרו בהחלטת הממונה על ההגבלים העסקיים בעניין הסכמי הבלעדיות בין חברות הדלק לבין מפעילי התחנות:

"הפטור שבסעיף 3(6) לחוק ההגבלים העסקיים משקף הסדר לגיטימי מבחינת המציאות הכלכלית, באמצעות פטור זה ספק המוצר מקבל טובת הנאה משקידתו הממוקדת של הרוכש המשווק על מכירת מוצריו ואין בלתם. מצדו הוא מקבל הרוכש המשווק טובת הנאה מבחינת זה שבאזור זיכיונו אין לו מתחרים במוצריו של אותו ספק. כתוצאה מן ההסדר כפי שנחזה נפגמת רק התחרות בין משווקים של מוצרים מסוג אחד (intrabrand competition) לעומת זאת אין נפגמת התחרות בין מוצרי הספק למוצרי מתחריו (interbrand competition).

אכן הסעיף נועד לחול על הסדרים אנכיים שבהם טמונים שיקולים כלכליים לגיטימיים במה שנוגע לשני הצדדים המשתתפים בהם. ברם, הסעיף לא נועד לחול על הסדרים המגלמים בהם פגיעה אופקית משמעותית בתחרות..."¹

ההיגיון הכלכלי העומד בבסיסה של ההתחייבות ההדדית לבלעדיות שבין הצדדים, עומד איתן במקרה זה, אף לנוכח הוצאתם של ערוצי שיווק מסוימים מגדרו של ההסכם.

ההסכם שלפני איננו יוצר סכנה לפגיעה אופקית בתחרות מאחר ועובר להתקשרות, זיתא הפיצה את המוצרים באמצעות מפיץ יחיד (היינץ פודליין שיווק בע"מ), ואילו דיפלומט לא עסקה כלל בהפצת מוצרים מתחרים למוצרים נשוא ההסכם.

¹ 1993 הגבלים עסקיים 3003595, הגבלים עסקיים החלטות הממונה ופסקי דין, הוצאת וועד מחוז תל אביב, כך א', 19, 45. לעניין זה ראה גם רע"א 2059 / 98 וולטה יצוב קרקע בע"מ נ' S.R.P. מדיטרינין בע"מ נב (4) 721, 729.

14



רשות ההגבלים העסקיים

זאת ועוד, בתחום שמני הזית קיימים מתחרים רבים נוספים, ולא נשקפת כל פגיעה בתחרות בעקבות תנית הבלעדיות. למעשה, לאור האמור, צירוף שמן הזית זיתא לארסנל המוצרים אותם מפיצה חברת דיפלומט עשוי דווקא לתרום ולעודד התחרות בשוק לאור חגישות הרבה לנקודות מכירה אותה מציעה דיפלומט.

3.2 קביעת מחיר ומדיניות שיווק

כאמור לעיל, בהתאם להסכם, זיתא היא הקובעת את המחיר לפיו ימכרו המוצרים על ידי דיפלומט ללקוחות ואת מבנה ההנחות, הבונוסים והתמריצים שינתנו ללקוחות בגין רכישת המוצרים וכן את מדיניות השיווק. המדובר בכבילה שעניינה קביעה, על ידי הספק, של מחיר המכירה בו ימכור המפיץ את הסחורה ללקוחותיו (RPM – Resale Price Maintenance).

במקרה זה, היות שההסכם הנדון הינו התחייבות לבלעדיות דו-צדדית של היצרן והמפיץ האחד כלפי השני, אשר שולל אפשרות של הפצת המוצרים שלא באמצעות דיפלומט (למעט החריגים שתוארו לעיל), ניתן לראות את דיפלומט כזרוע הפצת המוצרים הקמעונאית של זיתא, בדומה למצב בו זיתא היתה שומרת בידיה את פעילות הפצתם, וממילא היתה קובעת את מחירם. ראוי להדגיש, כי קביעת המחיר על ידי זיתא מתייחסת למחיר המוצר לקמעונאי ואינה חלה על מחיר המוצר לצרכן הסופי, אשר ביחס אליו נשמר שיקול הדעת העצמאי בקביעת המחיר לכל קמעונאי.

זאת ועוד. ההסכם הנדון קובע מנגנון של קונסיגנציה. ככלל, עסקאות קונסיגנציה טומנות בחובן יתרונות גדולים בחלוקת הסיכונים בין הצדדים ולפיכך תניית RPM ביחסי קונסיגנציה מובהקים תיבחן, ככלל, בעין אוחדת יותר, על ידי רשויות התחרות.²

בעניין זה נאמר כבר על ידי הממונה על ההגבלים העסקיים בענין דנשר³:

בעסקת קונסיגנציה נושא הספק בסיכונים שונים שמקורם בקניינו בתוצרת עד לרגע מכירתה. בין סיכונים אלה: ירידת ערך התוצרת קודם למכירתה, נזק אשר עשוי לקרות לתוצרת קודם למכירתה, העדר ביקוש לרכישת התוצרת, כשל תשלום התמורה על-ידי הלקוחות וכן שינויים בשערי המטבע כאשר עסקינן ביבוא. קיים הגיון כלכלי בכך כי מי שנושא בסיכונים יתאפשר לו אף לתמחרם ולפיכך ניתן לומר כי כבילת RPM בהסכם קונסיגנציה נחוצה, פעמים רבות, לשם קיום ההסכם. כל

² דברים ברוח זו הובעו אף בארה"ב, ראה: Antitrust Law Developments, 4th ed. Vol. I p. 133.

Acreeda, Antitrust Developments, 1473, p. 310.

³ החלטה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים התשמ"ח-1988 בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל להסכם בין דנשר בע"מ לבין אגיס הפצה ושיווק (1989) בע"מ ובין דנאגיס בע"מ (חברה בייסוד) 2001 הגבלים עסקיים 3010585

13



רשות ההגבלים העסקיים

אלה הם טעמים למתן פטור או אישור להסדר הכובל הטמון בהכתבת המחיר על ידי הספק למשווק. אולם בכך לא סגי: בבחינת תנייה כזו בהסכמי קונסיגנציה יש להתחשב אף בנתחי השוק של הגורמים המעורבים ובמספר משווקים הקשורים בעסקה, שהרי אין דינו של הסכם קונסיגנציה עם משווק יחיד כדינו של הסכם כזה עם מספר משווקים המעלה חששות שנוגעים גם לכבילות שבין המשווקים עצמם, ואין דינו של הסכם קונסיגנציה שעורך מתחרה דומיננטי בשוק כדינו של הסכם מסוג זה הנערך על ידי מתחרה אשר נתח השוק שבידיו מזערי.

בנסיבות המקרה דנן מצאתי כי הסיכונים בהם נושאת זיתא בשל מנגנון הקונסיגנציה מהווה טעם של ממש להכתבת המחיר ולקביעת מדיניות השיווק על ידה לדיפלומט.

יצוין, כי במקרים מסוימים עשויה תניית RPM להקים או לחזק חשש לתיאום אוליגופולי, דהיינו להשפעות מותאמות בשוק הרלוונטי, היות שבין היתר היא מגבירה את השקיפות בתנאי ההתקשרות. יחד עם זאת, העובדה שהכתבת המחיר אינה חלה על החוליה הקימעונאית, העובדה שמדובר במפיץ יחיד, ומאפייניו של השוק בו עסקינן, לרבות ריבוי המתחרים וקיומם של לקוחות גדולים (כגון רשתות המזון), מפיגים את החשש לתיאום כאמור.


אשר על כן, מצאתי כי גם תניה זו, שעניינה קביעת מחיר ומדיניות שיווק, אינה מקימה חשש לפגיעה משמעותית בתחרות.

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 תקופת ההסכם או למשך 5 שנים מיום נתינתו – לפי המוקדם.

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 קון
הממונה על הגבלים עסקיים

ירושלים, כ"ט באב תשס"ו

23 באוגוסט 2006

תיק מס' 6369/326823



רשות ההגבלים העסקיים

הועדה לפטורים ולמיזוגים
החלטות

מועד הועדה: 23.8.06 שעה : 10:30
מקום הדיון: במשרדי הרשות ברחוב כנפי נשרים 22, קומה ג', ירושלים

בקשות מיזוג במסלול ירוק
בפני חברי הועדה הוצגו בקשות המיזוג וחוו"ד של המחלקה הכלכלית בבקשות כלהלן:

מס' תיק	הצדדים למיזוג	כלכלנית
6532	טנא להשקעה במשטחי קוורץ (באמצעות טנא ניהול השקעות בקיבוצים) אבן קיסר - שדות ים בע"מ	זהר פרידמן
6537	קמ"ן סחר (קבוצת מנדלסון) 2005 המחדש אחזקות (1971) בע"מ המחדש תעשיות משאבות בע"מ	זהר פרידמן
6538	חברת השקעות דיסקונט בע"מ אלרון תעשיה אלקטרונית בע"מ	יובל אליעז
6540	סרטי יונייטד קינג (1999) בע"מ אן.אם.סי. מוסיקה בע"מ	טל פניני

החלטה

חברי הועדה ממליצים לאשר את כל בקשות המיזוג הנ"ל כאמור בחוו"ד הכלכליות

בקשות פטור

בפני חברי הועדה הוצגו בקשות הפטור וטיוטא של החלטת הממונה בבקשות כלהלן:

מס' תיק	הצדדים	בטיפול	ההסדר
6369	דיפלומט מפיצים (1968) בע"מ זיתא תעשיות שמן (1999) בע"מ	נאווה	הסכם הפצה
6489	חטיבת קופות הגמל – רשימת חברות	יאירה	ניהול מו"מ משותף

החלטה

חברי הועדה ממליצים לאשר את בקשות הפטור הנ"ל כאמור בטיוטא של החלטות הממונה.

רח' כנפי נשרים 22 ת.ד. 34281, ירושלים 91341 טלפון : 02-6556111 פקס : 02-6515330

308525

11

חוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח - 1988

בקשת פטור מאישור הסדר כובל

בהתאם לסעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח - 1988 ("החוק"), מוגשת בזה בקשה לפטור מאישור בית הדין, הסדר כובל שפרטיו כדלקמן:

1. הצד להסדר המבקש את הפטור:

שם: דיפלומט מפיצים (1968) בע"מ (להלן: "דיפלומט").

מקריית שדה התעופה בן גוריון 70100.

באמצעות עו"ד ניב סבר, מ. פירון ושות', עורכי-דין ונוטריונים

מדריך אבא הלל 16, רמת גן 52506

2. הצד האחר להסדר:

שם: זיתא תעשיות שמן (1999) בע"מ (להלן: "זיתא").

מא.ת. ציפורית, נצרת עילית

באמצעות זהבי בלאו ושות', משרד עורכי דין

מרח' קפלן 2, תל אביב 64734

3. צורת ההסדר:

בכתב

4. תיאור המסמכים הקובעים אותו ואלה הנוגעים לו:

הסכם בין דיפלומט לזיתא מיום 7 בספטמבר 2005 (להלן: "ההסכם").

(העתק מההסכם מצורף כנספח "א" לבקשה זו ומהווה חלק בלתי נפרד ממנה).

5. הנכס או השירות נושא ההסדר:

מוצרי שמן זית, שזיתא מייצרת בהווה ושתייצר בעתיד תחת המותג 'זיתא' בלבד (להלן:

"המוצרים").

6. מהות הכבילה ופרטים עליה:

6.1. התחייבות זיתא שלא למכור, לשווק או להפיץ את המוצרים בישראל אלא באמצעות

דיפלומט (למעט מכירה בצובר ומכירה קמעונאית בחנות המפעל, בדיוור ישיר, דרך

האינטרנט ולארגוני קניות וועדי עובדים) (סעיף 1.2 להסכם).

6.2. החלטות שיווקיות סופיות הנוגעות למוצרים כגון עיצוב ומיצוב המוצרים תהיינה של זיתא בלבד (סעיף 1.4 להסכם).

6.3. התחייבות דיפלומט שלא להפיץ במהלך תקופת ההסכם שמן זית לסוגיו (ס' 1.10 להסכם).

6.4. קביעת מחירי המוצרים ומבנה ההנחות והתמריצים על-ידי זיתא (בסייגים מסוימים) (סעיף 7 להסכם).

יובהר, כי כניסתם לתוקף של הכבילות הנזכרות בסעיפים 6.2 ו- 6.4 לעיל תלויה בקבלת הפטור המבוקש בבקשה זו מאישור בית הדין. עמדת המבקשת הינה, כי הכבילות הנזכרות בסעיפים 6.1 ו- 6.3 לעיל, לבדן, אין בהן משום הסדר כובל מכוח הוראת סעיף (6) לחוק, והפטור המבוקש בעניינן על-פי בקשה זו, נדרש עקב בקשת המבקשת וזיתא כי יכנסו לתוקפן הכבילות הנוספות המפורטות לעיל.

7. תקופת ההסדר הכובל:

החל ממועד חתימתו לתקופה בלתי מוגבלת שתסתיים בהודעה שימציא צד להסכם למשנהו, 120 יום לפני מועד הסיום הנדרש על ידו. (סעיף 2.1 להסכם).

8. הנימוקים המצדיקים פטור מאישור בית הדין

א. הצדדים להסכם ותמצית הטעמים המצדיקים מתן פטור

1. המבקשת, דיפלומט, היא חברה פרטית הרשומה בישראל. על-פי ההסכם, דיפלומט אינה עתידה לשווק את המוצרים לצרכן הסופי בעצמה, אלא אך ורק באמצעות ערוצי שיווק קמעונאיים. לדיפלומט אין כל פעילות קודמת בשוק שמן הזית בפרט ובשוק שמני המאכל בכלל. אשר על כן, עובר למועד התקשרותה בהסכם, היה חלקה של דיפלומט בשווקים אלו - 0%.

2. זיתא, למיטב ידיעת המבקשת, היא חברה הפעילה מאז שנת 1992 והמייצרת שמן זית. למיטב ידיעת המבקשת, סך הצריכה בישראל של שמן זית בשנה עומד על כ- 14,000 טון, מתוכם מהווים המוצרים כ- 7.1% (כ- 1,000 טון בשנה). נתח השוק של זיתא בשוק שמן הזית בכלל הינו, למיטב ידיעת המבקשת, כ- 14%, ובשוק שמני המאכל (שהיקפו למעלה מ- 100,000 טון בשנה) חלקה זניח.

3. הפצת המוצרים הנושאים כאמור את המותג "זיתא", העתידה להיות מבוצעת מעתה באמצעות דיפלומט, בוצעה בעבר על-ידי היינץ פודליין שיווק בע"מ (להלן - "פודליין"). למיטב ידיעת המבקשת הפסיקה פודליין את הפצת המוצרים (ואת פעילותה ככלל), לאחר שנכנס לתוקפו הסכם מיום 21.8.2005 לפיו רכשה דיפלומט מפודליין, בין היתר, נכסים קבועים, מלאי ויתרות ספקים, הכל כמפורט בהודעת מיזוג שהגישה המבקשת לממונה על ההגבלים העסקיים (להלן - "הממונה") עוד ביום 22.8.2005 ואשר אישור בעניינה ניתן על-ידי הממונה עוד ביום 15.9.2005.

4. עם הפסקת פעילות הפצת מוצרי זיתא באמצעות פודליין נדרשה זיתא למצוא מפיץ חדש למוצרים, ומכאן ההסכם נשוא בקשה זו.

5. ההסכם בין דיפלומט לבין זיתא איננו חוסם בפני מתחרי הצדדים שוק כלשהו, היות שנתח השוק של המוצרים נשואי ההסכם הוא זניח (1% משוק שמני המאכל), או למצער - קטן (כ - 7.1% בלבד משוק שמן הזית). בדומה, שוק השיווק הקמעונאי של שמני מאכל אינו נחסם בפני מתחריה של זיתא היות שדיפלומט איננה מחויבת במכירת המוצרים בלבד והינה רשאית לשווק שמני מאכל אחרים נוספים, ובאשר לשמני זית, משום שלדיפלומט לא היה עובר למועד הסכם זה כל חלק בו, וכן לאור קיומם של מפיצים רבים אחרים. במצב דברים זה, כל תכליתו ותוצאתו של ההסכם היא פעילות דיפלומט כזרוע ההפצה הקמעונאית של המוצרים, בדומה למצב בו היתה זיתא שומרת בידיה את פעילות הפצתם.

מהות ההסכם נשוא הבקשה והרקע לכריזתו

6. עניינו המרכזי של ההסכם נשוא בקשה זו הוא בהפצת המוצרים המיוצרים על-ידי זיתא באמצעות דיפלומט בישראל, למעט באמצעות מספר ערוצי שיווק קיימים בהם משווקת זיתא את תוצרתה במישרין, וללא שימוש במפיץ (סעיפים 1.1 ו- 1.2 להסכם).

7. זיתא משווקת את תוצרתה בישראל כבר מאז שנת 1992. המוצרים, המיוצרים רק החל משנת 2001, שווקו בין השנים 2001 ל- 2005 בישראל באמצעות פודליין, למעט אותם ערוצי שיווק המפורטים להלן, בהם נמכרים מוצרי זיתא ללא שימוש במפיצים -

(1) שיווק, מכירה והפצה על ידי היצרן של שמן זית בצובר.

(2) כמכירה קמעונאית בחנות המפעל של היצרן.

(3) במכירה קמעונאית בדיוור ישיר.

(4) מכירה דרך האינטרנט.

(5) מכירות ארגוני קניות וועדי עובדים.

8. לפני חודשים ספורים, הפסיקה פודליין את פעילותה, לאחר שמכרה נכסים קבועים, מלאי ויתרות ספקים וכן המחתה מספר הסכמי הפצה לדיפלומט, על-פי הסכם שעליו ניתנה הודעת מיזוג ונתקבל אישור הממונה, והכל כמפורט בסעיף 3 לעיל. עם הפסקת פעילותה של פודליין, אבד לזיתא, הלכה למעשה, מערך ההפצה של מוצריה והיא נדרשה למצוא מפיץ חדש למוצרים, ולצורך כך נתקשרה בהסכם ההפצה נשוא בקשה זו.
9. במסגרת ההסכם, התחייבה זיתא כלפי דיפלומט למכור, לשווק ולהפיץ את המוצרים בישראל, במהלך תקופת ההסכם, אך ורק באמצעות דיפלומט, באופן בלעדי. הוסכם בין הצדדים כי התחייבות זו לא תחול לגבי אותם ערוצי שיווק קיימים בהם פעלה זיתא עובר להסכם בעצמה, ללא שימוש במפיצים, כמפורט בסעיף 7 לעיל (להלן - "**כבילת בלעדיות דיפלומט**").
10. מנגד, התחייבה דיפלומט כלפי זיתא שלא להפיץ במהלך תקופת ההסכם שמן זית לסוגיו (למעט המוצרים כמובן) (להלן - "**כבילת בלעדיות זיתא**").
11. במסגרת ההסכם הסכימו הצדדים על הסדרים אשר יחולו בשיווק המוצרים ובכל הנוגע לקשרי הסחר שביניהם. בין הסדרים אלה, נכללים סידורי האספקה והמכר של המוצרים (בקונסיגנציה), אספקת שירותי סדרנות, ניהול מלאי המוצרים, הסדרי התשלום וכיוצ"ב.
12. מבין ההסדרים השונים מן הראוי להדגיש שני הסדרים, בקשר אליהם, בין היתר, מתבקש הפטור נשוא בקשה זו. הראשון, הינו קביעת הצדדים, כי זיתא תקבע את מחירי המוצרים ומבנה ההנחות והתמריצים, הגם שתוך שיתוף דיפלומט בתהליך קבלת ההחלטות לגביהם, אולם תוך שמירת זכות ההחלטות הסופיות בנושאים אלה לזיתא (סעיף 7 להסכם) (להלן - "**כבילת המחיר**"). הכבילה השנייה עניינה בהחלטות השיווקיות הנוגעות למוצרים (כגון עיצוב ומיצוב המוצרים), אשר על אף שזיתא התחייבה לשתף את דיפלומט במידע אודות אילו, הרי ששמרה לעצמה את זכות ההחלטה הסופית בעניינין (סעיף 1.4 להסכם) (להלן - "**כבילת מדיניות השיווק**").
13. הנה כי כן, לפנינו הסכם הפצה בלעדי של מוצרים מסוימים מתוצרת זיתא (אותם מוצרים בלבד, הנושאים את המותג "זיתא"), באמצעות דיפלומט בחלק מהשוק ישראל (דהיינו - לא כולל מכירה ו/או שיווק ישיר ללא שימוש במפיצים). בהתחשב בכך שפעילותם של הצדדים היא בחוליות עוקבות של השרשרת, עסקינן אפוא בהסדר אנכי.

השיקולים למתן פטור מאישור בית הדין להסדר כובל

14. סעיף 14 של חוק ההגבלים העסקיים קובע, כי הממונה רשאי לפטור צדדים להסדר כובל מהצורך בקבלת אישור בית הדין להגבלים עסקיים להסדר אם נוכח כי ההסדר מקיים את שני התנאים המצטברים הבאים:
- 14.1. הכבילות שבהסדר הכובל אינן מגבילות את התחרות בחלק ניכר של שוק המושפע מן ההסדר; או -

7

במקרה שהכבילות עלולות להגביל את התחרות בחלק ניכר משוק כאמור, אזי אין בהן כדי לפגוע פגיעה של ממש בתחרות בשוק האמור (ס' 14(א)(1) של החוק).

14.2. עיקרו של ההסדר הכובל אינו בהפחתת התחרות או במניעתה ואין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו (סעיף 14(א)(2) של החוק).

15. כפי שיפורט להלן, הכבילות הכלולות בהסדר נשוא בקשה זו הן כבילות נלוות (כלומר כאלו הנחוצות למימוש עיקרו של ההסדר ושעיקרן אינו בהפחתת התחרות) שאינן מגבילות את התחרות בחלק ניכר של השווקים הרלוונטיים העשויים להיות מושפעים מן ההסדר. בנוסף – ובבחינת למעלה מן הצורך – נראה כי אף אילו כתוצאה מן ההסדר דנא הייתה מוגבלת התחרות בחלק ניכר של איזה מהשווקים הרלוונטיים, הרי גם אז המדובר בפגיעה לא משמעותית וזניחה באיכותה, ובוודאי שלא "פגיעה של ממש".

עיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה - כבילות נלוות ונחוצות למימוש עיקרו של ההסדר

16. מטרתו העיקרית של ההסכם היא הסדרת שיתוף הפעולה בין הצדדים לשם הפצתם של המוצרים בישראל באמצעות דיפלומט, כזרוע ההפצה הקמעונאית של זיתא למוצרים. תכליתה של ההתקשרות בין הצדדים היא הקמת מערך הפצה חדש למוצרים בשוק הישראלי והפצתם בו באופן מוצלח ויעיל.

17. התחייבויות זיתא לבלעדיות במכירת המוצרים באמצעות דיפלומט, כמו גם התחייבותה של דיפלומט להימנע מלהפיץ שמן זית מתוצרת אחרים, הן כבילות חיוניות לצורך הפצתם המוצלחת של המוצרים בשוק. בדרך הענקת הבלעדיות כאמור מבקשים הצדדים למנוע את הנאת החינם (Free Riding) העשויה לצמוח למתחריהם - הן במישור ערוצי השיווק האחרים - נוכח השקעתם המשותפת והממוקדת בקידום מכירות המוצרים, על חשבונם של הצדדים (וראה לעניין זה התחייבות דיפלומט למתן שירות סדרנות שבסעיף 1.7 להסכם כמו גם הידרשותה לפיתוח שוק המוצר שבסעיף 1.5 להסכם, ומנגד התחייבות זיתא לפרסם את המוצרים, בסעיף 3.8 להסכם).

18. כבילות בלעדיות זיתא, לפיה תמנע דיפלומט מלהפיץ במהלך תקופת ההסכם שמן זית מתוצרת אחרת, חיונית לקיום התחייבויות הצדדים ומטרת ההסכם, שכן, כאמור לעיל, דיפלומט עתידה, בין היתר, להיחשף למידע ולהחלטות בדבר שיווק המוצרים ותימחורם (סעיפים 1.4 ו- 7 להסכם), מידע שהינו סודי ביותר, ואשר חלוקתו בין הצדדים הינה חיונית לצורך בניית מערכת הפצה בלעדית לזיתא, ולצורך מקסום יכולות התחרות של המוצרים בשוק. במסגרת יישום וביצוע ההסכם ייחשפו הצדדים זה לסודותיו המסחריים של זה. תנית אי התחרות מבטיחה את הצדדים כנגד ניצול לרעה של מידע מסחרי על ידי הצד השני, ומאפשרת להם לבסס יחסי אמון הדרושים למהלך התקין של עבודתם. תניה זו הינה כבילה הנלווית לעסקה העיקרית (ההפצה הבלעדית).

19. ניתן לטעון, כי כבילת בלעדיות דיפלומט מעלה לכאורה חשש לפגיעה בתחרות שבין המוצרים לבין עצמם - Intrabrand Competition. אלא שבמישור הזה לא חל כל שינוי ברמת התחרותיות בקשר למוצרים של זיתא נשואי הסכם זה. קודם למינוי דיפלומט על-ידי זיתא למפיצתה הבלעדית, לא הפיצה זיתא את המוצרים באמצעות מספר מפיצים שהתחרו זה בזה אלא הפיצה את המוצרים גם כן באמצעות מפיצה אחת - פודליין. דהיינו: אף קודם להסדר הנוכחי לא התקיימה תחרות בין מוצרי זיתא נשואי ההסכם לבין עצמם. מנוסח ההסכם וממדיניות ההפצה של זיתא בעבר עולה, כי מקום בו לא יינתן הפטור, אין בכוונת זיתא למנות מספר מפיצים למוצרים, כך שתחרות פוטנציאלית אינה עומדת על הפרק ואף היא לא נפגעה. לפיכך, אין בבלעדיות שניתנה לדיפלומט בהפצת המוצרים, כדי לפגוע בתחרות בכלל וכדי להגביל את התחרות בחלק ניכר של השוק בפרט.

20. באשר לקביעה הנזכרת בסעיף 7 לעיל, בדבר החרגת מכירות בערוצים מסוימים מכבילת בלעדיות דיפלומט, יצוין, כי הערוצים דן הם ערוצי שיווק בהם לא פועלת זיתא באמצעות מפיצים, לא כיום ולא בעבר. אלו הם ערוצי שיווק בעלי מאפיינים מיוחדים, שהמאחד אותם הינו העדר הצורך, או היעילות השיווקית, בשימוש במפיץ. כך למשל, התחייבות זיתא להימנע מלמכור את מוצריה בחנות מפעלה, תמנע מלקוחותיה המוכנים לכתת רגליהם ולהגיע לשערי מפעלה ליהנות מההנחה התמונה ברכישת המוצרים במישרין מהיצרן. כך גם, אין כל יתרון כלכלי לשימוש במפיץ ולשרותי האכסון וההפצה שהיה מעניק לצורך שיווק המוצרים בדיוור ישיר, דרך האינטרנט, לארגוני קניות או לוועדי עובדים. הימנעות מהחרגת ערוצי שיווק אלו היתה גורמת לפגיעה בצרכני הערוצים האמורים, אשר ברובם הינם "צרכנים סופיים" (End Users) אשר עד כה יכלו ליהנות מהחיסכון הברור שברכישת המוצרים במישרין מהיצרן. באשר להחרגת המכירה של שמן זית בצובר, יובהר כי לא כי מכירה מסוג זה דומה במהותה לחריגים האחרים שתוארו לעיל, שכן מרבית לקוחותיה הינם לקוחות סופיים המגיעים לרכוש בשערי המפעל, אלא שבנוסף לכך, היא מטבעה ייעודית ללקוחות מיוחדים, אשר דיפלומט עצמה כלל אינה נוהגת להפיץ אליהם מוצרים מסוג זה (היינו, בצובר).

21. כאמור בסעיף 3.4 להסכם, דיפלומט תחזיק את המוצרים נשוא ההסכם **בקונסיגנציה** ותמכור אותם ללקוחות השונים במחיר אשר תקבע זיתא. מדובר כאן בכבילה שעניינה קביעה על ידי הספק של מחיר המכירה בו ימכור המפיץ את הסחורה ללקוחותיו (RPM - Resale Price Maintenance). גם בהקשר אין כבילה זו

21.1. אמנם רשויות התחרות נוהגות להתנגד לכבילת RPM, שכן פעמים יש בה כדי לפגוע בתחרות בחוליית ההפצה, בין המפיצים השונים לבין עצמם. אכן, אם לספק ישנם מספר מפיצים, הרי שקביעת המחיר עבורם תסכל תחרות מחירים אשר עשויה הייתה להתפתח ביניהם ולהיטיב עם הצרכן. דע עקא, שבענייננו מדובר במפיץ אחד ויחיד למוצרים - המבקשת.

21.2. זאת ועוד, גם אופי ההתקשרות בין הצדדים - עסקת קונסיגנציה, יש בה כדי להצדיק את כבילת המחיר. ההשלכה השלילית הנובעת מהכתבת מחיר על ידי היצרן קיימת אמנם גם בעסקאות קונסיגנציה, מקום שהקניין במוצרים בעת ההתקשרות למכירתם, הנו של היצרן ולא של המפיץ, שכן מקום בו יצרן יתקשר בהסכמי קונסיגנציה עם מספר מפיצים ויקבע לכולם את מחיר המכירה תתקבל אותה תוצאה - העדר תחרות בין המפיצים.

21.3. עם זאת, הממונה כבר עמד בעבר, בהחלטתו בעניין דנשר¹, על היתרונות הגדולים שטומנות בחובן עסקאות קונסיגנציה, בחלוקת הסיכונים בין הצדדים. בהחלטתו דלעיל, קבע הממונה כי תניית RPM ביחסי קונסיגנציה מובהקים תיבחן, ככלל, בעין אוהדת יותר במסגרת שיקול הדעת בבקשה לפטור או לאישור הסדר כובל.

21.4. לאור הוראת סעיף 3.4 להסכם, נושאת זיתא בסיכונים שונים שמקורם בקניינה במוצרים עד לרגע מכירתם. בין סיכונים אלה: ירידת ערך המוצרים קודם למכירתם, נזק אשר עשוי לקרות למוצרים קודם למכירתם ולרבות בחצרי דיפלומט והעדר ביקוש לרכישת המוצרים. קיים הגיון כלכלי בכך כי זיתא, כמי שנושאת בסיכונים, יתאפשר לה אף לתמחרם ולפיכך ניתן לומר כי כבילת ה-RPM בהסכם זה, נחוצה לשם קיום ההסכם. בהחלטתו בעניין דנשר (דלעיל) קבע הממונה כי כל אלה הם טעמים למתן פטור או אישור להסדר הכובל הטמון בהכתבת המחיר על ידי הספק למשווק.

21.5. גם בבחינת כבילת המחיר בהסכם יש להתחשב, בנוסף לעובדת קיומו של מפיץ אחד, בנתחי השוק של הצדדים, ובכך שחלקם של המוצרים בשוק הרלוונטי קטן, אם לא זניח. וכדברי הממונה:

*"אין דינו של הסכם קונסיגנציה עם משווק יחיד כדינו של הסכם כזה עם מספר משווקים המעלה חששות שנוגעים גם לכבילות שבין המשווקים עצמם, ואין דינו של הסכם קונסיגנציה שעורך מתחרה דומיננטי בשוק כדינו של הסכם מסוג זה הנערך על ידי מתחרה אשר נתח השוק שבידו מזערני."*²

21.6. במקרה זה, לנוכח העובדה כי עסקינן במפיץ אחד בלבד, וכן ולנוכח נתחי השוק הבלתי משמעותיים של המוצרים כפי שתוארו לעיל, ברי שאין בכבילת המחיר, הנדרשת לשם קיומו של ההסכם, כדי להגביל את התחרות בחלק ניכר של השוק המושפע מן ההסכם, וודאי שאין בה כדי לפגוע בתחרות בכלל ובתחרות בחלק ניכר של השוק בפרט.

22. מכל מקום, הסכמות הצדדים נשוא בקשה זו והכבילות הכלולות בהן לא נועדו למנוע או להפחית את התחרות בשוק. הכבילות בענייננו נלוות למטרתה העיקרית של ההתקשרות. זאת ועוד, נקדים ונאמר כבר עתה כי כפי שיפורט להלן, השווקים הרלוונטיים – שוק שמני המאכל ושוק שמן הזית – נתונים לתחרות ערה וענפה ומתחרים בהם מגוון רחב ביותר של מותגים תחליפיים (למעלה מ-20 מותגים מובילים הכוללים מגוון של עשרות ומאות מוצרים), כאשר חלקה של "זיתא" בענף זה מגיע לכדי אחוזים בודדים בלבד.

23. הנה כי כן, לא רק שאין לומר כי הכבילות נשוא בקשה זו נועדו להפחית או למנוע את התחרות בענף, אלא נהפוך הוא – הן נחוצות לשם מימושו של הסכם שתכליתו הגברת התחרות בענף על-ידי יצירת מערך הפצה יעיל ואפקטיבי וקיום מחויבות הדדית לבנייתו ותפעולו על-ידי דיפלומט. נוכח תנאי השוק, ההסכמה על בלעדיות בשיווק המוצרים היא תנאי שאין בלתו להתקשרות הצדדים ולמיקוד המאמץ המשותף בהעמדתו ובהפעלתו של מערך הפצה חדש של המוצרים בישראל, באמצעות דיפלומט.
24. ניתן אם כן לסכם ולומר, כי הכבילות שבהתקשרות נשוא בקשה זו הן כבילות נילוות הנחוצות לשם מימוש עיקרו של ההסכם (הפרו-תחרותי כשלעצמו).

ההסדר אינו מגביל את התחרות בחלק ניכר של השוק

השווקים הרלבנטיים לענייננו: שוק שמני המאכל לסוגיו ושוק שמן הזית.

25. לענייננו קיימים שני שווקים רלבנטיים. הראשון – הינו שוק שמני המאכל, הכולל בתוכו את שמן הזית. השני, הינו שוק הזית עצמו. בין השווקים קיימת **מידה רבה** של תחליפיות וחפיפה.
26. אין המדובר בשוק ובו מספר מצומצם של גורמים בעלי נתח שוק משמעותי, כך שכל יתר המותגים הרבים חולקים ביניהם נתחי שוק זעומים. למיטב ידיעת דיפלומט אין בשוק מותג אחד מוביל המחזיק בנתח גבוה במיוחד, אלא באסופה של מותגים רבים המקיימים ביניהם תחרות מתמדת על נתחי שוק נמוכים יחסית (כך למשל נתח השוק של מותג "יד מרדכי" הנחשב לבעל נתח שוק גבוהה יחסית, עומד על כ- 9% בלבד).
27. עוד נוסיף ונציין בהקשר זה, כי על השוק הרלוונטי משפיעות אופנות משתנות וטעם קהל. כך, למשל, אם בעבר ראו הצרכנים בשמני מאכל שונים, כגון שמן תירס, שמן חמניות ושמן קנולה, משום מוצרים המקיימים יחס של תחליפיות מלאה כמעט, הרי שבעת האחרונה, בעקבות מסעות פרסום אגרסיביים, נתפס שמן הקנולה כ"בריא" יותר וכמופחת קלוריות, ונוצרה מידה של בידול בינו לבין שמני מאכל אחרים ומידה רבה יותר של תחליפיות בינו לבין שמן הזית. כך למשל, עקב העליה הצפויה במחירי שמן הזית, צופים המשווקים ירידה מקבילה בצריכתו, וכנגדה עליה בצריכת שמן הקנולה.
28. התחרות הענפה המתקיימת בשוק השמנים בכלל ובשוק שמני הזית בפרט מקבלת ביטוייה בפרסום ובפעולות קידום מכירות המתבצעות בישראל במגוון מדיות שונות (טלוויזיה, עיתונות, פרסום חוצות, דיילי מכירות, פליירים וכיו"ב). פרסום המותגים השונים נעשה בתקציבים משמעותיים המושקעים על-ידי היצרן או בעידודו, על-ידי הספק ו/או המפיץ.
29. הנה כי כן, השוק הרלוונטי הוא שוק מבוזר ובו מתחרים רבים בעלי נתחי שוק קטנים יחסית, הנתון לתחרות עזה ולהשפעות תקופה, טעם ואופנות תקופתיות ומשתנות.

30. **נתח השוק של המוצרים, הנושאים את המותג "זיתא" - כפי שעמדנו לעיל, ניתוח חלקם של הצדדים בשווקים אלו מצביע על כך שחלקם בשני השווקים הינו זניח במקרה הראשון, וקטן ביותר במקרה השני.**

31. למיטב ידיעת דיפלומט, היקף שוק שמני המאכל בישראל הינו כ- 100,000 טון בשנה, ממנו מייצרת זיתא כ- 2,000 טון בלבד, היינו כ- 2%. היקף שוק שמן הזית בישראל הינו כ- 14,000 טון בשנה, ממנו, למיטב ידיעת המבקשת, מייצרת זיתא כ- 2,000 טון בלבד, היינו כ- 14% בלבד, כשרק מחצית מכמות זו מופצת תחת המותג "זיתא", נשוא הסכם ההפצה עם דיפלומט. ושוב יודגש, כי הגם שהמבקשת אינה חולקת על הטענה כי השווקים נבדלים האחד מהשני במאפיינים מסוימים, אולם עמדתה היא כי מתקיימת ביניהם מידה רבה של תחליפיות, המקטינה בפועל עוד יותר את חלקם האפקטיבי של המוצרים בשוק.

הכבילות שבהסדר אינן מגבילות את התחרות בחלק ניכר של השווקים הרלוונטיים - שמני המאכל ושוק שמן הזית

32. בהתחשב בחלקם הקטן של המוצרים בשווקים האמורים, לא ניתן לדבר על הגבלת התחרות בחלק ניכר של השוק. הגבלת אפשרות השיווק של המוצרים באמצעות דיפלומט בלבד מהווה חסימה של חלק זניח של שוק מבוזר ותחרותי, ולפיכך השפעתו של ההסדר על שוק זה צפויה להיות (אם בכלל) זניחה לחלוטין, ובוודאי שלא תתייחס ל"חלק ניכר" של השוק.

33. אם לא די בכך, הרי שלפי סעיף 2.1 להסכם, לכל אחד מן הצדדים להסכם שמורה הזכות להביא את ההסכם לסיומו של ההסכם במשלוח הודעה מוקדמת בת 120 יום, כאשר בהודעה זו לא נדרש שולח ההודעה ליתן הסברים או נימוקים כלשהם להודעתו, וסיום ההתקשרות נתון למעשה לשיקול דעתו המוחלט. בהקשר זה ראוי להזכיר את החלטת הממונה בדבר מתן פטור להסדר שבין **פלאפון תקשורת בע"מ לבין משווקי רט"ן**³, שם דן הממונה בתקופת התקשרות דומה והתייחס אליה כשיקול המפחית את החשש לפגיעה התחרותית באמורו:

"משך תקופת הבלעדיות בהסכמים שלפנינו מצמצם את החשש לפגיעה בתחרות אף בקרב המשווקים המתחייבים לבלעדיות, שכן אלה, כפי שראינו לעיל, רשאים להתיר עצמם מן הכבילה בכל זמן נתון (בהודעה מראש כמפורט לעיל). אף על פי כן, הרי ההסכמים עצמם מסתיימים בכל שנה, וברצון פלאפון והמשווק - יחדשום".

34. הנה כי כן, גם מכאן עולה כי ההסדר נשוא בקשה זו אינו מגביל את התחרות בחלק ניכר מהשווקים הרלוונטיים. בהתחשב בכך, ובהינתן שהכבילות הכלולות בהסדר הן כבילות נלוות, יש לפטור את ההסדר מהצורך באישור בית הדין, בהתאם לסעיף 14 לחוק ההגבלים.

סיכומם של דברים

35. ההסדר שבין הצדדים מקיים, במלואם, את תנאי סעיף 14 לחוק ההגבלים, ומשום כך הוא ראוי לפטור מאישור בית הדין.

36. אשר על כן, מתבקש בזה הממונה הנכבד ליתן פטור מאישור הסדר כובל.

אני מצהיר שכל הפרטים האמורים הם מלאים ונכונים שהמסמכים המצורפים הם נכונים ומלבדם אין כל מסמך אחר הקובע את ההסדר שהוא נוגע אליו.

ד"ר חנה חפציץ (1968) בע"מ
חתימה וחותמת

וימן / עד
שם

1.2.06
תאריך

¹הסכם בין דנשר בע"מ לבין אגיס הפצה ושיווק (1989) בע"מ ובין דנאגיס בע"מ (חברה בייסוד) - החלטה בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל; 2001; הגבלים עסקיים 3010585, 4089/247464

²ראה לעיל, שם בעמ' 4

³פלאפון תקשורת בע"מ- משווקי רט"ן, תיקי פטור 4452, 4671, 4554 - החלטה בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל; 2002; הגבלים עסקיים 260018 / 4452