



## רשות ההגבלים העסקיים

### החלטה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988

#### בדבר מתן פטור חלקי מאישור הסדר כובל

#### להסדר שבין ש. שסטוביץ בע"מ

#### לבין צ.ח.מ. חברה לשיווק והפצת חומרי ניקוי בע"מ

#### 1. פתח דבר

מונחת בפניי בקשה למתן פטור לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן: "החוק"), להסדר שבין ש. שסטוביץ בע"מ (להלן: "שסטוביץ") לצ.ח.מ. חברה לשיווק והפצת חומרי ניקוי בע"מ (להלן: "צ.ח.מ."), שעניינו הסכם הפצה בלעדית של מוצרי מזון וטואלטיקה המיובאים לישראל על ידי שסטוביץ. המדובר בבקשה להאריך פטורים קודמים שניתנו להסדר האמור, האחרון שבהם מיום 14 בפברואר 2008 (להלן: "הפטור הקודם"), תוך הוספת מספר תיקונים להסכם.<sup>1</sup>

לאחר שבחנתי את ההסדר על כבילותיו, כמו גם את השפעתו האפשרית על התחרות בשוק הרלוונטי, ולאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ולמיזוגים, שוכנעתי כי בעוד תניית הבלעדיות שבהסדר ותניית אי התחרות הנוגעת לשטח ההסכם בלבד ראויות לפטור, אין מקום ליתן פטור לתניית אי-התחרות הנוגעת לשטח שמחוץ לשטח ההסכם לפי הוראות סעיף 14 לחוק, והכל בשל הנימוקים שיפורטו להלן.

#### 2. ההסדר והצדדים לו

##### א. הצדדים להסדר

**שסטוביץ** היא חברה פרטית ליבוא, שיווק והפצה של מוצרי צריכה, מזון, קוסמטיקה, טואלטיקה וניקיון.<sup>2</sup>

**צ.ח.מ.** היא חברה פרטית העוסקת בשיווק והפצה של מוצרי טואלטיקה וחומרי ניקיון לשוק הפרטי והמוסדי. החברה מתמחה בשיווק והפצה במגזר הערבי.

<sup>1</sup> החלטה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל להסכם בין ש. שסטוביץ בע"מ לבין צ.ח.מ. חברה לשיווק והפצת חומרי ניקוי בע"מ; 2008 הגבלים עסקיים 5000771.

<sup>2</sup> בין מותגי החברה: קולגייט-פלמוליב, גיונסון & גיונסון, קלוגס, רבלון וגרלן.



## רשות ההגבלים העסקיים

### 2.ב. ההסדר

הסכם ההפצה שבין הצדדים, אשר נחתם לראשונה בשנת 2004, תוקן בשנת 2008 ובשנת 2009. משך ההסכם נקבע לתקופה של 12 חודשים, עם אפשרות להארכתו ב-12 חודשים נוספים בכל פעם, על פי שיקול דעתה של שסטוביץ. הצדדים מבקשים כעת להאריך את הפטור להסכם לתקופה של חמש שנים נוספות.

ההסכם כולל תניית בלעדיות הדדית ותניית אי-תחרות כמפורט להלן:

**בלעדיות הדדית:** על-פי הסכם ההפצה, צ.ח.מ. תפעל כמפיצה הבלעדית של מוצרי שסטוביץ ב"אזור המכירה", כהגדרתו בהסכם. "אזור המכירה" כולל אך ורק את נקודות המכירה בהן מבוצעת מכירה קמעונאית, לא כולל רשתות שיווק (מזון, פארם, ועשה זאת בעצמך), וזאת בשטחי יישובים הערביים שנקבעו בהסכם (בין כפר קאסם מדרום ועד יישובי הדרוזים ברמת הגולן מצפון). בתיקון האחרון של ההסכם משנת 2009, הורחב "אזור המכירה" הגיאוגרפי של ההסכם. לטענת הצדדים, הרחבת שטח ההפצה נעשתה בשל היתרון המיוחד לצ.ח.מ. בהפצה במגזר הערבי על פני הפצה עצמאית על-ידי שסטוביץ.

**אי תחרות:** צ.ח.מ. מתחייבת שלא להתחרות בעסקי שסטוביץ בשטחי מדינת ישראל, יהודה ושומרון וחבל עזה והרשות הפלשתינאית, וזאת במהלך תקופת ההסכם ולתקופה של 12 חודשים ממועד פקיעתו, למעט לגבי אותם מוצרים שצ.ח.מ. הפיצה עובר לחתימת ההסכם.

### 3. השפעת ההסדר על התחרות

כמתואר בפטורים הקודמים, אזור המכירה המוגדר בהסכם כולל יישובים המאוכלסים ברובם על ידי תושבים לא-יהודיים, אשר להם סממני צריכה ייחודיים. בהתאם למה שמסרו הצדדים, לצ.ח.מ. המומחיות והניסיון בשיווק המוצרים לאוכלוסיה זו, על מאפייניה.

### 3.א. תניית הבלעדיות ההדדית בהפצה

על פי החוק, הסדרים שעניינם בבלעדיות הדדית בין ספק למפיץ, אינם נחשבים הסדרים כובלים, בכפוף לתנאי סעיף 3(6) לחוק ההגבלים העסקיים. בנסיבות מסוימות עשויות תניות בלעדיות ליהנות אף מהפטור הקבוע בכללי ההגבלים העסקיים (פטור סוג להסכמי הפצה בלעדית), תשס"א-2001. עם זאת, ההסדר שבפניי אינו בא בגדרי הפטורים האמורים, הן משום שהבלעדיות ההדדית בהסכם ההפצה איננה מלאה (צ.ח.מ. רשאית להפיץ מוצרים מתחרים שהפיצה ערב ההסכם), והן משום ששתי החברות עוסקות במתן שירותי הפצה (ועל כן מהוות מתחרות אופקיות).



## רשות ההגבלים העסקיים

החשש התחרותי העיקרי הנובע מהסכמי הפצה בלעדית הינו חשש מפני דחיקה של מפיצים המתחרים ב.צ.ח.מ באזור המכירה ו/או העלאת עלויותיהם.<sup>3</sup> באשר לרכישה הבלעדית, החשש העיקרי הוא מפני פגיעה אפשרית במתחריה של שסטוביץ בשל חסימת ערוץ הפצה פוטנציאלי, והחשש כי הדבר יפגע במבנה התחרותי של שוק האספקה בו פועלת שסטוביץ.<sup>4</sup>

באשר להפצה הבלעדית, שוכנעתי כי לא עולה חשש סביר לחסימת מתחריה של צ.ח.מ. או העלאת עלויותיהם. מבדיקת הרשות עלה כי בענף פועלים מספר ספקים של מוצרי מזון וטואלטיקה המתחרים במוצרי שסטוביץ, אשר מוצריהם מופצים גם באזור הרלוונטי להסדר בידי מפיצים אחרים. חלק מאותם ספקים ציינו כי הם מפיצים את מוצריהם באזור הרלוונטי להסדר באמצעות מספר מפיצים.

כמו כן, שוכנעתי כי לא עולה חשש סביר לחסימת מתחריה של שסטוביץ מלהפיץ מוצריהם באזור ההפצה אליו מתייחס ההסדר. בדיקות הרשות העלו, כי באזור ההפצה אליו מתייחס ההסדר פועלים מפיצים רבים ולא קיים קושי ברכישת שירותי הפצה בשטח ההסכם.

לאור האמור, שוכנעתי כי תניית הבלעדיות ראויה לפטור בהתאם לסעיף 14 לחוק.

### 3.3. תניית אי-התחרות

כמתואר לעיל, במסגרת ההסכם מתחייבת צ.ח.מ. שלא להפיץ מוצרים המתחרים במוצרי שסטוביץ, למעט מוצרים אשר אותם הפיצה ערב חתימת ההסכם, וזאת בשטחי מדינת ישראל, יהודה ושומרון וחבל עזה והרשות הפלשתינאית.

ככלל, תניות אי-תחרות עשויות להיחשב פוגעניות, והן אסורות כשלעצמן כאשר כל מטרתן אך ורק להגביל את התחרות בין הצדדים להסכם. עם זאת, בנסיבות מסוימות מערך ההגבלים העסקיים עשוי להכיר בצורך בשילובן של תניות אי-תחרות ביחסים החוזיים שבין צדדים אשר נחשפים זה לסודותיו המסחריים של זה, ובכלל זה ספק ומפיץ, ובלבד שהצדדים יצליחו לשכנע כי הן נחוצות למימוש עיקרו של ההסכם, כי כל מטרתן איננה הגבלת התחרות, וכי הן לא פוגעות פגיעה של ממש בתחרות.

בענייננו, בשטח ההסכם פועלים מפיצים רבים אחרים מלבד צ.ח.מ. ונראה כי חסמי הכניסה להפצה בשטח ההסכם אינם גבוהים. לאור זאת, ובשים לב למשכה הסביר של תניית אי-התחרות, איני רואה חשש סביר לפגיעה בתחרות כתוצאה מתניית אי-התחרות **בשטח ההסכם**.

יחד עם זאת, לא שוכנעתי כי יש מקום לפטור את תניית אי התחרות הנוגעת לשטח **שמחוץ לשטח ההסכם**. שסטוביץ טענה, אמנם, כי במסגרת ההסכם נחשפת צ.ח.מ. לתוכניות עסקיות ומבצעים של שסטוביץ, הנוגעים גם לשטח שמחוץ לשטח ההסכם. אולם, מאחר שכבילה זו עלולה להגביל

<sup>3</sup> וראו: דיויד גילה ויוסי שפיגל "הסדרים אנכיים" ניתוח משפטי וכלכלי של דיני ההגבלים העסקיים כרך ראשון 323, 426 (מיכל גל ומנחם פרלמן עורכים, 2008).

<sup>4</sup> שם, בעמ' 454.



## רשות ההגבלים העסקיים

את התחרות בהפצה בשטח שמחוץ להסכם, ומכיוון שלא שוכנעתי כי היא נחוצה למימוש עיקרו של הסכם ההפצה שבין הצדדים, מצאתי כי היא איננה עומדת באמות המידע הקבועות בסעיף 14 לחוק.

זה המקום להוסיף, כי בתיקון ההסכם משנת 2009 נוסף תנאי, לפיו צ.ח.מ מתחייבת כי לקוחות עם מחזור קנייה של 7,000 ₪ ומעלה בחודש ישורתו על ידי סוכן המוכר את מוצרי שסטוביץ בלבד (בעוד שלקוחות עם מחזור קניה הנמוך מ-7,000 ₪ בחודש, ישורתו על ידי סוכן הרשאי למכור גם מוצרים נוספים על אלה של שסטוביץ). תיקון זה מרחיב למעשה את תניית אי-התחרות, שכן הוא מונע מכירה של מוצרים מתחרים על-ידי אותם סוכני המכירות. בעקבות פניית הרשות, הסכימו הצדדים לתקן את ההסכם ולבטל את הסעיף האמור.

### 4. סוף דבר

לאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ומיזוגים, ראיתי לנכון להשתמש בסמכות הנתונה לי בסעיף 14 לחוק ולהעניק את הפטור המבוקש לתניית הבלעדיות ההדדית ולתניית אי התחרות הנוגעת לשטח ההסכם בלבד, וזאת למשך **שלוש שנים מהיום**.

עם זאת, הגעתי לכלל מסקנה כי תניית אי התחרות, הנוגעת לשטח שמחוץ לשטח ההסכם, איננה ראויה למתן פטור, ועל המבקשים לפנות לבית הדין להגבלים עסקיים בבקשה לקבלת אישור להסדר, אם ברצונם לקיימו.

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 עליו ניתן הפטור.

פרופ' דיויד גילה

הממונה על הגבלים עסקיים

ירושלים, ל' ניסן, תשע"ב

22 אפריל, 2012