

11/8

בתוקף סמכותי לפי
שהוקמו בידי המדינה א
(1 בינואר 1995), או נבי
(31 בדצמבר 1998), ובני
המתווכמים בעבע כחול

המקום	גז
גילת	242/2
גילת	242/2
גילת	242/2
כפר ורדים	18410
	18411
כפר ורדים	18410
כפר ורדים	18410
	18411
כפר ורדים	18411
כפר ורדים	18411
	18413
חג'רה	10343
אשדוד	2195
טבריה	5036
יפו	7023
	7024
	7029
	7036
	7046
	7073
	7089
רמת השרון	6551
ירושלים, גרעין הכפר	0455
נתיניה, גני פולג	7993
	7994

התשריטים מופקדי
לקהל.

ט' בחשון התשס"ה (24)
(חמ 3-74)

¹ ס"ח התשכ"ד, עמ' 2
² ס"ח התשכ"ה, עמ' 7

ילקוט הפרסומים 5348,

הודעה על פטור בתנאים מאישור הסדר כובל

לפי חוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988

בתוקף סמכותי לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988¹ (להלן - החוק), אני מודיע כי ביום י"ב בחשון התשס"ה (27 באוקטובר 2004), החלטתי לפטור בתנאים את הצדדים להסדר מהחובה לקבל את אישור בית הדין להסדרים כובלים שפרטיהם כלהלן:

מספר	שמות הצדדים להסדר	מהות הכבילה	הנכס או השירות
5626	אגרוסקו חברה ליצוא חקלאי בע"מ מגדלי תוצרת חקלאית	רכישה מרוכזת של אריות מקרטון גלי לצורכי יצוא תוצרת חקלאית	אריות קרטון גלי

החלטת הממונה ניתנה בתנאים ולפיהם, בין השאר, אגרוסקו לא תפלה ולא תחייב חקלאים המשווקים באמצעותה לחוץ-לארץ לרכוש את אריות הקרטון מיצרן כלשהו ותודיע על כך בכתב למי מהחקלאים המשווקים את תוצרתם לחוץ-לארץ באמצעותה. כמו כן תעמיד את הגלופה הנדרשת לייצור אריות הקרטון לכל חקלאי המשווק דרכה לחוץ-לארץ ויצרן קרטון המייצר אריות בעבור חקלאי כאמור.

תוקפו של פטור זה שנתיים מיום האישור.

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 הכובל שעליו ניתן הפטור.

החלטת הפטור פתוחה לעיון הציבור בתיק פטור מס' 5626, במשרד רשות ההגבלים העסקיים, רח' כנפי נשרים 22, ירושלים, בשעות העבודה הרגילות.

י"ח בחשון התשס"ה (2 בנובמבר 2004)

(חמ 3-41)

דרור שטרם
הממונה על הגבלים עסקיים

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

הודעה על פטור בתנאים מאישור הסדר כובל

לפי חוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988

בתוקף סמכותי לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988¹ (להלן - החוק), אני מודיע כי ביום י"ג באלול התשס"ד (30 באוגוסט 2004), החלטתי לפטור בתנאים את הצדדים להסדר מהחובה לקבל את אישור בית הדין להסדרים כובלים שפרטיהם כלהלן:

מספר	שמות הצדדים להסדר	מהות הכבילה	הנכס או השירות
5507	הדיה בע"מ קלאבמרקט רשתות שיווק בע"מ	הענקת בלעדיות להדיה בהתקנת אמצעי פרסום ושיווק מוצרים ברשתות השיווק של קלאבמרקט	פרסום

החלטת הממונה ניתנה בתנאים ולפיהם, בין השאר, ההתחייבות של הרשת לבלעדיות תוגבל אך ורק למניעת התקנה עצמית של אמצעי פרסום על ידי ספקים. כמו כן לא יהיה בהסדר כדי למנוע או להגביל את זכותה של קלאבמרקט להתקשר עם גורמים נוספים וזולת הדיה לצורך התקנת אמצעי פרסום כלשהם.

תוקפו של פטור זה שנתיים מיום האישור או במועד פקיעת ההסכם, לפי המוקדם מביניהם.

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 הכובל שעליו ניתן הפטור.

החלטת הפטור פתוחה לעיון הציבור בתיק פטור מס' 5507, במשרד רשות ההגבלים העסקיים, רח' כנפי נשרים 22, שלים, בשעות העבודה הרגילות.

י"ח בחשון התשס"ה (2 בנובמבר 2004)

(חמ 3-41)

דרור שטרם
הממונה על הגבלים עסקיים

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

ילקוט הפרסומים 5348, י"ח בכסלו התשס"ה, 1.12.2004



רשות ההגבלים העסקיים

11.04.04, ירושלים
5507 פטור מספר

לכבוד
הממונה על חקיקת משנה
משרד המשפטים
רחוב צאלאח א-דין
ירושלים

הנדון: הודעה בעניין פטור מאישור הסדרים כובלים לפרסום ברשומות

מצ"ב הודעה על פטור מאישור הסדר כובל לפרסום ברשומות, לפי סעיף 14 (ג) לחוק ההגבלים
העסקיים התשמ"ח – 1988.

בכבוד רב ובברכה,

צפורה נחמו, עו"ד
רשמת הגבלים עסקיים

העתק: כבוד אב בית הדין להגבלים עסקיים, כבוד השופט י. עדיאל, ביהמ"ש המחוזי,
רחוב צאלאח א-דין, ירושלים



רשות ההגבלים העסקיים

הודעה על פטור בתנאים מאישור הסדר כובל לפי חוק

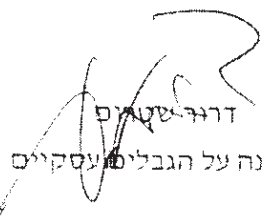
ההגבלים העסקיים התשמ"ח - 1988

בתוקף סמכותי לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח - 1988 ולהלן – החוק), אני מודיע כי ביום י"ג אלול תשס"ד החלטתי לפטור בתנאים את הצדדים להסדר מהחובה לקבל את אישור בית הדין להסדרים כובלים שפרטיהם כלהלן.

מספר	שמות הצדדים להסדר	מהות הכבילה	הנכס/השירות
5507	הדיה בע"מ קלאבמרקט רשתות שיווק בע"מ	הענקת בלעדיות להדיה בהתקנת אמצעי פרסום ושיווק מוצרים ברשתות השיווק של קלאבמרקט	פרסום

החלטת הממונה ניתנה בתנאים לפיהם, בין היתר, ההתחייבות של הרשת לבלעדיות תוגבל אך ורק למוניעת התקנה עצמית של אמצעי פרסום על ידי ספקים. כמו כן לא יהיה בהסדר כדי למנוע או להגביל את זכותה של קלאבמרקט להתקשר עם גורמים נוספים וזאת הדיה לצורך התקנת אמצעי פרסום כלשהם.

תוקפו של פטור זה שנתיים מיום האישור או במועד פקיעת ההסכם, לפי המוקדם מביניהם. בהתאם לסעיף 15 (א) לחוק, נתינה 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' 5507 במשרד רשות ההגבלים העסקיים, רחוב כנפי נשרים 22, ירושלים, בשעות העבודה הרגילות.


ד"ר שושנה
הממונה על הגבלים עסקיים

ירושלים, י"ח חשוון תשס"ה

02 נובמבר 2004

סי"ח התשמ"ח, עמ' 128; התש"ס, עמ' 113.

רח' כנפי נשרים 22, ת.ד. 34281 ירושלים 91341 טלפון: 02-6556105 פקס: 02-6512407



רשות ההגבלים העסקיים

ירושלים, י"ג אלול, תשס"ד

30 אוגוסט, 2004

לכבוד

מר יצחק לב, עו"ד

דוד לב, משרד עורכי דין ונוטריון

שדי שאול המלך 39

בית הדר דפנה

תל אביב, 64928

בדואר רשום ובפקס 03-6965171

שלום רב,

הנדון: החלטה בעניין מתן פטור להסדר כובל בין הדיה לקלאבמרקט

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

בכבוד רב ובברכה,

1

תמר דגלב, עו"ד

המחלקה המשפטית

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

jerusalem@antitrust.gov.il

300030 /5507



רשות ההגבלים העסקיים

החלטה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 בדבר פטור מאישור הסדר כובל

להסכם בין הדיה בע"מ לבין קלאבמרקט רשתות שיווק בע"מ

1. פתח דבר

ביום 8 בדצמבר 2003 הוגשה בקשה למתן פטור לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988, להסכם בין הדיה בע"מ (להלן: "הדיה") לבין קלאבמרקט רשתות שיווק בע"מ (להלן: "קלאבמרקט") בדבר הענקת בלעדיות להדיה בהתקנת אמצעי פרסום ושיווק מוצרים ברשתות השיווק של קלאבמרקט.

לאחר שבחנתי את ההסדר על הכבילות המצויות בו, ואת תוחלת השפעתם האפשרית על התחרות, ולאחר שנועצתי בועדה לפטורים ולמיזוגים באתי למסקנה, כי בכפוף לתנאים המפורטים בסיפת החלטתי זו, אין ההסדר מעלה חשש לפגיעה ממשית בתחרות, אין עיקרו במניעת התחרות או בהפחתתה ואין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו. עם זאת, שוכנעתי כי היבט מוגדר של תניית הבלעדיות שפטור בגינה נתבקש אינו ראוי למתן פטור לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן: "חוק ההגבלים העסקיים"), הכל מן הנימוקים שיפורטו להלן.

2. הצדדים וההסדר

2.1 הצדדים

הדיה היא חברה פרטית בבעלות מר עופר גל ומקסימדיה פרסום חוצות בע"מ. הדיה עוסקת בפרסום על גבי אמצעי מדיה בנקודות מכירה ובתכנון הפקה, ייצור והקמה של מבצעי נראות חזותית ברשתות שיווק. הדיה היא נציגתה בישראל של News America Marketing, חברה בינלאומית הפועלת בתחום הפרסום באמצעי מדיה.

קלאבמרקט היא חברה פרטית בשליטת קבוצת מוזס – בורוביץ, המפעילה רשת קמעונאית לשיווק של מוצרי מזון ומכולת באמצעות סופרמרקט. קלאבמרקט מפעילה את תתי הרשתות האלה: "קלאבמרקט", "גימבו", "חצי קופה", "זול-פה" ו"גלאטמרקט".

2.2 ההסדר

על פי ההסכם מעניקה קלאבמרקט להדיה זכות בלעדית להתקין ברשתותיה (למעט בגלאטמרקט) אמצעים מסוימים ("פתרונות תצוגה ונראות") למטרות שיווק ופרסום של מוצרים הנמכרים בקלאבמרקט. בתמורה תשלם הדיה לקלאבמרקט אחוז מסוים מן הסכום שתגבה הדיה מן הספקים המבקשים לפרסם את מוצריהם (להלן: "הספקים") עבור התקנת אמצעי פרסום.

משך ההסדר לשנתיים, אך כלולה בו אופציה להארכת ההסכם מידי שנה, לתקופה מצטברת וכוללת של חמש שנים. קלאבמרקט אינה רשאית להודיע על אי מימוש האופציה בשנה בה הכנסותיה מהדיה עולות על סכום מסוים הקבוע בהסכם.

הבלעדיות המוענקת להדיה מסויגת במידה מסוימת:

- א. חובת הבלעדיות אינה חלה לגבי פרסומים עצמיים של קלאבמרקט ולגבי פרסום מבצעים משותפים ייחודיים שלה עם הספקים.
 - ב. הבלעדיות אינה חלה לגבי אמצעי פרסום שאינם מפורטים בהסכם.
 - ג. אם על אף מאמציה של קלאבמרקט לגרום לספק להתקשר עם הדיה הוא יבחר שלא לעשות כן, הדבר לא יהווה הפרת הסכם מצד קלאבמרקט.
- בירור שערכה הרשות העלה, כי לפני מספר חודשים שלחה קלאבמרקט הודעה לספקים, לפיה לא ישולבו פרסומים בסניפי הרשת שלא באמצעות הדיה.

3. בחינת ההסדר

3.1 הפטור הקבוע בסעיף 3(3) לחוק אינו חל

המבקשות טענו בפני, כי ההסדר חוסה מלכתחילה בצל הפטור הקבוע בסעיף 3(3) לחוק ההגבלים העסקיים, אשר עניינו בהסדר בין מקנה זכות במקרקעין לבין רוכש הזכות. לטענתן, הזיכיון שניתן להדיה לחזקה ושימוש בשטחים מסוימים במרכולים הוא מעצם טיבו וטבעו בלעדי, באופן שבאותו שטח שהוקצה או שהושכר להדיה על ידי בעלי המקרקעין אין גורם אחר יכול לעשות שימוש. היינו, לטענתן, קיימת בלעדיות להדיה בשטחים שהוקצו לה בלבד.

אין בידי לקבל טענה זו. סעיף 3 לחוק קובע כדלקמן:

"על אף האמור בסעיף 2, לא ייחשבו כהסדרים כובלים ההסדרים הבאים:

...

(3) הסדר בן מי שמקנה זכות במקרקעין לבין מי שרוכש את הזכות, שכל כבילותיו נוגעות לסוג הנכסים או השירותים בהם יעסוק רוכש הזכות באותם מקרקעין."

הזכות המוענקת להדיה על פי ההסכם אינה "זכות במקרקעין" במובנו של סעיף 3(3) לחוק. זאת, בין היתר, בשל כל אלה:

ראשית, ההסכם הוא במהותו הסכם לקבלנות משנה להתקנת אמצעי פרסום בחנויות הרשת של קלאבמרקט, ואינו מתיימר להיות הסדר לרכישת זכות במקרקעין במובן סעיף 3(3), ואף אינו יכול

להיחשב כהסדר כאמור. אכן, הרשת מעניקה גישה להדיה על גבי מקרקעיה, אך גישה זו אינה זכות במקרקעין, לא לפי לשונה ולא על פי הגיונה: השימוש במקרקעין הוא טפל לחלוטין לליבה המסחרית בפעילותה של הדיה – מתן שירות פרסום ליצרנים שמרכולתם מוצבת על גבי מדפי הרשת. באותה מידה לא ניתן לומר שמתקין אביזרי חשמל ברשת הוא בעל זכות במקרקעין במובן סעיף 3(3) לחוק ההגבלים העסקיים.

שנית, והוא עיקר – אין הפטור חל על הגבלתו של מקנה הזכות – רשת קלאבמרקט במקרה זה, אלא על הגבלה שהוא עצמו מגביל בה את מקבל הזכות (הדיה). כך, מקור הפטור הוא בהגבלה שהגביל בפרשת שמעוני¹ בעל אולם שמחות – צלמת שפעלה באולם, במחיר שזו תגבה.

יתר על כן, איני מקבל, מן הבחינה העובדתית, את הטענה כי שטח שהוקצה להדיה, קיימת לה לגביו בלעדיות "מטבע הדברים", שכן אין גורם אחר שיכול לעשות בו שימוש. קלאבמרקט לא הקצתה להדיה שטח תחום ומסויים בתוך חנויות הרשת. ההסכם כולל תניית בלעדיות כללית, המתייחסת להתקנת סוגים מסוימים של אמצעי פרסום, מבלי להגדיר ולתחום מראש את מקום הצבתם ומבלי שהדיה תנהל דרכם את עסקיה.

נמצא אפוא כי לפטור שבסעיף 3(3) לחוק אין תחולה בענייננו. הפטור הסטטוטורי נועד לאפשר לבעל מקרקעין זכות להסדיר את הנעשה במקרקעיו ולהגביל את הפועלים בהם בהיבטי פעילותם התחרותית, כך שיווצר תמהיל עסקי התואם את רצונו של בעל המקרקעין. אולם המציאות הקיימת, בה מגבילים מקבלי זכויות במקרקעין את בעל המקרקעין – אינה כלולה בפטור זה והגבלות כאלה ודומות להן – חורגות ממנו בעליל. אין משמעות הדבר כי אין לאשרן או לפטורן. כל משמעות הדבר היא שהגבלות כאלה ייבחנו כהסדר כובל רגיל, על פי תנאי השוק ומצב התחרות בו.

3.2 נחיצות ההסדר

בשנים האחרונות ניכרת מודעות גוברת והולכת לחשיבות הפרסום בנקודות מכירה. ספקים השכילו להבין כי בנקודת המכירה מתקבלת החלטתו הסופית של הלקוח לגבי המוצר בו יבחר. מכאן חשיבותו של הפרסום בה. לטענת הדיה, לפעילותה בתחום תרומה רבה למודעות הגוברת לנושא בישראל.

אמצעי פרסום המשמשים לפרסום בנקודות מכירה, לגביהם מוענקת להדיה בלעדיות לפי ההסכם הם: שילוט מדף לסוגיו, פרסום על גבי עגלות קניה, שילוט אלקטרוני, שילוט במעברים, שלטי מקררים ומקפיאים, פרסום רצפתי וחלונות, דגלי פרסום ובאנרים, אמצעי שילוט במות מכר ותצוגה, שילוט על גבי מסועי קופות, ועוד. קיימים אמצעי פרסום מקובלים נוספים, בהם לא מוענקת להדיה בלעדיות, כגון מסכי טלוויזיה, דיילות, עלונים, סטנדים, מערכות כריזה ורדיו וכן פרסומים מטעם הרשת עצמה.

ספק המעוניין לבצע קמפיין פרסומי למוצריו ברשת השיווק אמור לתאם עם הרשת את סוגי אמצעי הפרסום שיוצבו, את השטח שיוקצה לו לשם כך, וכן את מועדי ההתקנה וההסרה של אמצעי הפרסום. הפרסומים בנקודות המכירה מתבצעים בהתאם ללוח זמנים המתוכנן על ידי

¹ ע"א 626/70 תמרה שמעוני נ' אולמי לחיים, פ"ד כה(1), 824.

רשת השיווק, ובכפוף לאישורה. בפועל, כך נטען בפני, פעמים רבות מתגלה שספקים חורגים מתנאי האישור שניתן להם, וכי הדבר גורם לאי סדר ולקרבות בין ספקים על שטחי תצוגה בחנות, שהם מוגבלים ממילא. על פי הטענה, ריכוז מלאכת התקנת אמצעי הפרסום בידי גורם אחד מאפשר לרשת לשלוט ולפקח ביעילות על אופן התנהלות הפרסומים בחצרית.

ככלל, גם אם נראה כי הסדר פלוני אכן צפוי להביא לייעול מסוים, יש לשאול האם ניתן להשיג את הייעול בדרך חלופית, אשר הפגיעה הצפויה ממנה בתחרות פחותה. עמד על כך המלומד Areeda –

"An apparently anticompetitive restraint can be redeemed only if reasonably necessary to achieve a legitimate objective. **To be reasonably necessary, the restraint must not only promote the legitimate objective but must also do so significantly better than the available less restrictive alternatives.**"²

על פי Areeda, עצם קיומה של חלופה סבירה להסדר הכובל אף יצדיק אי מתן משקל לטענה בדבר היעילות הנובעת מן ההסדר הכובל –

"The existence of practical and significantly less restrictive alternatives is relevant to a determination of whether a restraint is reasonably necessary. **If it is clear that the parties could have achieved similar efficiencies by means that are significantly less restrictive, then the Department will not give weight to the parties' efficiency claim.**"³

בענייננו, לגיטימי הוא האינטרס של הרשת לייעל הפיקוח על פעילות הפרסום בחנויותיה. בהקשר זה מקובל עליי, כי קיימת הצדקה להגבלת יכולתם של הספקים לבצע התקנה עצמית של אמצעי פרסום בנקודות המכירה, וזאת על מנת שהדיה, המשמשת כמעין קבלן משנה עבור הרשת בנוגע להתקנת אמצעי פרסום בנקודות המכירה, תוכל להעניק לרשת את השירות נשוא ההסדר באופן מיטבי, ביעילות ובאפקטיביות. יחד עם זאת, לא שוכנעתי כי לשם השגת מטרתו הנטענת של ההסדר יש צורך בחיוב גורף של הרשת בבלעדיות כלפי הדיה, אשר יגביל את יכולתה של הראשונה להתקשר עם גורמים נוספים זולת הדיה הפועלים בתחום הרלוונטי, ובכך לאפשר לספקים המעוניינים לפרסם בנקודות המכירה ליהנות מן התחרות.

כבילת הרשת בהתחייבות גורפת לבלעדיות כלפי הדיה, גם בכל הנוגע להתקשרות עם מתחרים אפשריים של הדיה בתחום הפרסום בנקודות מכירה, אינה נחוצה למימוש מטרתו הנטענת של ההסדר. למעשה, במהלך בירור בקשת הפטור הסתבר, וזאת מפי הדיה עצמה, כי למרות רצונה של קלאבמרקט בפיקוח יעיל על פעילות הספקים, אין היא סבורה כי הכרחית לשם כך תניית הבלעדיות כנוסחה בהסכם.

Phillip E. Areeda, ANTITRUST LAW, AN ANALYSIS OF ANTITRUST PRINCIPLES AND THEIR APPLICATION ² (2002), Vol. 7, Para 1505

Ibid, Para 1505.1, FN 12 ³

אולם הדיה לא הציגה טיעונים משכנעים לגבי הצורך בהתחייבות מצד הרשת להימנע מהתקשרות עם גורמים מתחרים, לשם השגת המטרה הנטענת של ההסדר. כל טענתה היתה, כי בתחום של התקנת אמצעי פרסום בנקודות מכירה, אין זכות קיום לשני מתחרים באותה רשת. אך הדיה לא הציגה תחשיבים שיבססו את הטענה. בירור עם הדיה לגבי היקף הפעילות המינימלי הדרוש לה לשם השגת איזון תפעולי אף העלה, כי אין בסיס לטענתה האמורה. איני מקבל, על כן, את הטענה הגורפת כי "אין מקום לשני מתחרים ברשת". אמנם ריכוז פעילות הפרסום ברשת באמצעות מדיה מסוימת בידי מספר גורמים בו זמנית עשוי להחטיא את מטרת ההסדר, אולם איני רואה מניעה אינהרנטית לכך שהרשת תבזר את פעילות הפרסום בנקודות המכירה בין מספר גורמים, באופן שכל אחד מהם יהיה מופקד על אמצעי פרסום מסוים או על מספר אמצעי פרסום. לאור נוכחותה הדומיננטית של הדיה כקבלנית הפרסום בנקודות מכירה רבות גם בקרב רשתות שיווק רבות – נראה לי כי בלעדיות כזו תהווה חסימת מתחרים שלא לצורך.

3.3 השפעת ההסדר על התחרות

מניעת תחרות להדיה בהתקנת אמצעי פרסום בחנויות הרשת, לצד מדיניות הרשת שלא להתיר לספקים להתקין את אמצעי הפרסום בעצמם, עשויה להעניק להדיה מידה מסוימת של כוח שוק כלפי הספקים, אשר יאפשר לה לגבות מהם מחירים מופרזים עבור השירות. זאת, כמובן, בהנחה הסבירה כי נוכחותם של הספקים על גבי מדפי רשת בעלת גודל משמעותי כקלאבמרקט הנה חיונית מאד עבור חלק ניכר מהספקים.

לכאורה, תניית הבלעדיות מוגבלת בהיקפה, שכן היא חלה על רשימה סגורה של אמצעי פרסום. אולם כפי שעולה מן ההסכם, מדובר ברשימה ארוכה של אמצעי פרסום, ביניהם חלק ניכר מאמצעי הפרסום והנראות המקובלים ברשת, הנחשבים אפקטיביים מאד בעיני הספקים. קיימות אמנם אפשרויות פרסום מגוונות בנקודות המכירה, אולם המבקשות לא ביססו את טענתן כי החלופות העומדות לרשות הספקים מהוות תחליף מספק, קרוב ומשמעותי לאמצעי הפרסום המסוריים לה בבלעדיות – בהתחשב בסוג אמצעי הפרסום, במטרתו ובהשקעה בה כרוך הפרסום באמצעותו.

כפי שעולה מן ההודעה ששלחה קלאבמרקט לספקים, נראה כי אין בכוונתה להעניק להם אישורים להתקנה עצמית של אמצעי פרסום כדבר שבשגרה. סביר גם להניח, שככלל, לא יהיה לרשת תמריץ להתיר לספקים, במיוחד לספקים הקטנים, לבצע התקנה עצמית של אמצעי פרסום, נוכח מנגנון ההתחשבנות שלה עם הדיה: על פי ההסכם, כל התקשרות של הדיה עם ספק לצורך התקנת אמצעי פרסום בחנויות קלאבמרקט מזכה את הרשת בשיעור מסוים, משמעותי, מן התמורה המשולמת להדיה מאת הספק. בנסיבות אלה, ספק אם בכוחה של התניה, לפיה בחירת הספק שלא להתקשר עם הדיה לא תהווה הפרת הסכם מצד קלאבמרקט, למנוע מתן כוח שוק בידי הדיה.⁴

⁴ המצב עשוי להיות שונה בכל הנוגע לספקים הגדולים, אשר מכירותיהם מהוות נתח משמעותי מהכנסותיה של הרשת: אם בעקבות התייקרות עלויות הפרסום ברשת יימנעו ספקים אלה מפרסום בנקודות המכירה, או לפחות יצמצמו את היקף הפרסום בהן, עלול שכרה של הרשת לצאת בהפסדה – שכן הפחתת היקף הפרסום על ידי הספקים עשויה להקטין את היקף מכירותיהם – ובכך להשפיע באופן ישיר גם על רווחיות הרשת עצמה. לכן, ככל שיש במנגנון ההתחשבנות של הרשת עם הדיה כדי להוות תמריץ לחיוב הספקים להתקשר עמה, וככל שקיים חשש להפעלת כוח שוק מצד הדיה בעקבות הבלעדיות המובטחת לה על ידי קלאבמרקט, הרי שהחשש האמור פוחת לפחות לגבי הספקים הגדולים, נוכח התחרות הקיימת לקלאבמרקט בתחום פעילותה העיקרי – שיווק מוצרי צריכה למיניהם.

המסקנה העולה מכל האמור לעיל היא, כי תניית הבלעדיות בנוסחה הגורף מעלה חשש לפגיעה בתחרות, שלצדה אין תועלת פרו-תחרותית המאזנת את החשש, לא כל שכן תועלת הגוברת על החשש האמור.

על כן, מצאתי לנכון להעניק את הפטור לתניית הבלעדיות, אך ורק ככל שפועלה הוא מניעת התקנה עצמית של אמצעי פרסום בחנויות הרשת על ידי הספקים עצמם או על ידי גורמים מטעמם. למען הסר ספק יובהר, כי לא ניתן פטור לתניית הבלעדיות, ככל שהיא באה למנוע התקשרות של הרשת עם גורמים המתחרים בהדיה, או המבקשים להתחרות בה, בתחום הפרסום בנקודות מכירה.

4. סוף דבר

הגעתי לכלל מסקנה, כי בכפוף לתנאים הבאים, אין ההסדר מעלה חשש לפגיעה משמעותית בתחרות ואין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו:

1. התחייבות הרשת לבלעדיות תוגבל אך ורק למניעת התקנה עצמית של אמצעי פרסום על ידי ספקים או על ידי גורמים מטעמם.
 2. לא יהיה בהסדר כדי למנוע או להגביל את זכותה של קלאבמרקט להתקשר עם גורמים נוספים זולת הדיה לצורך התקנת אמצעי פרסום כלשהם.
 3. ככל שלהדיה מוענקת, או תוענק בעתיד זכות לבלעדיות בשירותי פרסום ברשת אחרת, בכוח או בפועל – יובא הדבר לאישור או לפטור על פי חוק ההגבלים העסקיים.
- לאחר שנועצתי בועדה לפטורים ומיזוגים, ראיתי לנכון להשתמש בסמכות הנתונה לי בסעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים ולהעניק את הפטור המבוקש, בכפוף לתנאים האמורים.
- תוקפו של פטור זה – שנתיים מהיום או במועד פקיעת ההסכם, לפי המוקדם מביניהם.
- 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.



הממונה על הגבלים עסקיים

ירושלים, י"ג אלול, תשס"ד

30 אוגוסט, 2004

299509 / 5507



רשות ההגבלים העסקיים

הועדה לפטורים ולמיזוגים
החלטות

5507
102

מועד הדיון: 29.7.04 יום חמישי בשעה: 12:30

מקום הדיון: משרד רשות ההגבלים העסקיים ת"א: רחוב המסגר 14, ק' 6 בניין חן קאמור

מניעות: רן קרול מנוע במיזוג 5406 : מגדל – תאוצה (הנושא לא נדון בוועדה)
תמי גוטליב מנועה במיזוג 5721 : פסיפלסט - עמיר

בקשות מיזוג:

בפני חברי הועדה הוצגו בקשות המיזוג וחוות הדעת של המחלקה הכלכלית בבקשות המיזוג כלהלן:

מס' תיק	הצדדים למיזוג	כלכלן
4111	דלק השקעות ונכסים בע"מ ים תטיס	ענת. ק
5703	זיקה אלקטרודות (2004) בע"מ מפעלי אלקטרודות זיקה בע"מ זיקה תעשיות בע"מ	כרמית
5721	פסיפלסט בע"מ עמיר חברה להספקה של התאחדות האיכרים בישראל בע"מ	אלון
5722	החברה המרכזית לייצור משקאות קלים בע"מ נביעות טבע הגליל בע"מ	טל
5406	מגדל חברה לביטוח בע"מ תאוצה תשואה ושירות בע"מ	זיו

החלטות:

מיזוג 4111: דלק השקעות ונכסים בע"מ - ים תטיס

חברי הועדה ממליצים לאשר את השינוי בתנאי המיזוג הנ"ל כאמור בטיזטא של התנאים המוצעים.

מיזוג 5703: זיקה אלקטרודות (2004) בע"מ - מפעלי אלקטרודות זיקה בע"מ - זיקה תעשיות בע"מ

חברי הועדה ממליצים לאשר את בקשת המיזוג הנ"ל כאמור בחוות הדעת הכלכלית.

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

284741/1

מזג 5721: פסיפלסט בע"מ - עמיר חברה להספקה של התאחדות האיכרים בישראל בע"מ

חברי הועדה ממליצים לאשר את בקשת המיזוג הנ"ל כאמור בחוות הדעת הכלכלית.

מזג 5722: החברה המרכזית לייצור משקאות קלים בע"מ - נביעות טבע הגליל בע"מ

בפני חברי הועדה הוצגו החששות התחרותיים כתוצאה מהמיזוג, וכן טיוטא של התנאים לאישור המיזוג.

חברי הועדה ממליצים בפני הממונה לאשר בתנאים את בקשת המיזוג הנ"ל, כאמור בטיוטא של התנאים המוצעים.

בקשות פטור

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

מס' תיק	הצדדים	בטיפול	הנכס / השירות
5507	הדיה בע"מ קלאבמרקט רשתות שיווק בע"מ	תמי	השכרת שטחי פרסום במרכולים ומתן זכות בלעדית באותם שטחים להתקין אמצעים למטרות פרסום ושיווק מוצרים
5627	פועלים אי.בי.אי. – חיתום והנפקות בע"מ לאומי ושות' חתמים בע"מ קפיטל ברגר חתמים בע"מ	טלי אלעד	ניהול משותף של הנפקת חברת קרית שדה התעופה בע"מ
5680	כלנית מרכז לתוכנות פי.סי. בע"מ כלנית המרכז לציד סלולרי בע"מ ג. הראל מחשבים ותקשורת בע"מ	ענת	הקמת מיזם משותף
5712	ג. הראל מחשבים ותקשורת בע"מ טו בי סקויר בע"מ אופיר לאור אלון מנצור איליה יודיאל	דודי	הסכם אי תחרות
5734	כלל פיננסים חיתום בע"מ לאומי ושות' חתמים בע"מ לידר הנפקות (1993) בע"מ הבינלאומי הראשון ושות' – חיתום והשקעות בע"מ	אלעד	הנפקה משותפת של אפריקה ישראל נכסים בע"מ

החלטות:**פטור 5507 : הדיה בע"מ - קלאבמרקט רשתות שיווק בע"מ**

חברי הועדה ממליצים לערוך הפרדה בין שני נושאים כלהלן:

- ממליצים על **אי מתן פטור** לעניין חובת מתן בלעדיות כלפי הדיה, שכן יש לאפשר לחברות אחרות להתחרות בהדיה.
- ממליצים לאשר הפטור לעניין הכתבת תנאי הרשת לספקים.

פטור 5627 : פועלים אי.בי.אי. – חיתום והנפקות בע"מ - לאומי ושות' חתמים בע"מ - קפיטל ברגר חתמים בע"מ

חברי הועדה ממליצים על **אי-מתן פטור** לבקשה הנ"ל.

פטור 5680 : כלנית מרכז לתוכנות פי.סי. בע"מ - כלנית המרכז לציווד סלולרי בע"מ - ג. הראל מחשבים ותקשורת בע"מ

חברי הועדה ממליצים להרחיב את הבדיקה לעניין קשיחות הביקוש של מוצר דומיננטי בשוק. במידה ולא תמצא קשיחות ביקוש של המוצר – חברי הועדה ממליצים לאשר את בקשת הפטור הנ"ל כאמור בטיוטא של החלטת הממונה.

פטור 5712: ג. הראל מחשבים ותקשורת בע"מ - טו בי סקיור בע"מ - אופיר לאור - אלון מנצור - איליה יודיאל

חברי הועדה ממליצים לאשר את בקשת הפטור הנ"ל כאמור בטיוטא של החלטת הממונה.

פטור 5734 : כלל פיננסים חיתום בע"מ - לאומי ושות' חתמים בע"מ - לידר הנפקות (1993) בע"מ - הבינלאומי הראשון ושות' – חיתום והשקעות בע"מ

חברי הועדה ממליצים לאשר את בקשת הפטור הנ"ל ולתקן את הניסוח באופן שנימנע מהשימוש בנימוקים של סוגי ההנפקות.

5507

בקשת פטור מאישור הסדר כובל

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

1. **הצד להסדר המבקש את הפטור -**
שם: הדיה בע"מ.
מען: רח' ז'בוטינסקי 105, פתח תקוה.
מען למסירת מסמכים: עו"ד יצחק לב, רח' שאול המלך 39, בית הדר דפנה, ת"א
 64928. טל': 03-6965303 פקס': 03-6965171.
2. **הצדדים האחרים להסדר -**
שם: קלאבמרקט רשתות שיווק בע"מ.
מען: החיטה 10 מפרץ חיפה.
3. **צורת ההסדר הנה בחוזה.**
4. **רצוף בזה העתק החוזה המחייב את הצדדים.**
5. **הנכס או השירות נושא ההסדר הוא -** השכרת שטחי פרסום במרכולים ומתן זכות בלעדית באותם שטחים להתקין אמצעים למטרות פרסום ושיווק מוצרים.
6. **מהות הכבילה ופרטים עליה -** בחוזה המצורף קיים סעיף 4.1 הקובע כי:
 "קלאבמרקט מעניקה בזאת להדיה זכות בלעדית להתקין את האמצעים למטרות שיווק ופרסום מוצרים הנמכרים בקלאבמרקט למשך תקופת החוזה...". היינו, למבקשת תהיה הזכות הבלעדית להתקנת האמצעים בשטח התצוגה (ראה סעיף 2 הגדרות ונספחים) בתקופת החוזה, דבר שימנע מחברות אחרות המפרסמות בנקודות מכירה את התקנת האמצעים ברשתות קלאבמרקט.
7. **תקופת ההסדר הכובל -** 24 חודשים החל מיום 15.1.2004 ועד 15.1.2006. קיימת תקופת אופציה - 5 שנים החל מיום 15.1.2006, מורכבת מחמש תקופות אופציה בנות שנה אחת כל אחת, שסיומה ביום 15.1.2011, אם וככל ששנות האופציה תמומשנה.
8. **נימוקים המצדיקים פטור מאישור בית הדין -**

כללי-רקע

9. הדיה בע"מ (להלן: "המבקשת") הנה חברה שעיקר עיסוקה הנו בפרסום בנקודות מכירה במגוון האמצעים המצויים כיום ברשותה, כאמור בסעיף "הגדרות ונספחים" בחוזה נשוא בקשה זו.
10. החוזה נשוא הבקשה נחתם לאחר שרשת המזון קלאבמרקט הוציאה מכרז מסודר בו נתבקשו חברות פרסום שונות להגיש הצעות לפרסום בנקודות מכירה, בשטחי תצוגה מוגדרים, המצויים בתוך המרכולים ברשת. המדובר בזיכיון לפרק זמן של שנתיים עם אופציה למספר שנים נוספות. במסגרת ההתקשרות מאפשרת קלאבמרקט למבקשת באופן בלעדי למכור פרסום לספקים על אמצעים ועזרים שונים שמוותקנים ע"י המבקשת ושיחודיים למבקשת, כגון: שלטי מדף אקטיביים של MVT, פרסום על גבי עגלות, מדבקות רצפה מתוצרת 3M וכדו'.
11. רשת קלאבמרקט שמרה לעצמה את הזכות להציע ולאפשר לספקים מגוון רחב של אפשרויות פרסום – אשר מבוצעות על ידי הרשתות בעצמן או באמצעות חברות מתחרות למבקשת בענף הפרסום, במישרין או בעקיפין. בכך לא ינעלו דלתותיהן של רשתות השיווק בפני החברות המתחרות, ולמעשה התחרות בין החברות על פלח שוק זה רק תיגבר. יש להניח כי החברות המתחרות יעשו כל אשר לאל ידם על מנת שלמבקשת לא תהיה דריסת רגל יחידה ברשתות השיווק, ממילא עלויות הפרסום תרדנה, ואפקט הדומינו יאפשר להוזיל את העלויות של רשתות השיווק ובכך אף להוזיל את מחירי המוצרים ולאפשר, לרשתות השיווק, לשפר את השירותים הניתנים לצרכן. יוצא, איפוא, כי לא רק שההתקשרות בין הצדדים לא תביא בהכרח לסגירת השוק מן התחרות, אלא אדרבה תגביר ותגדיל את התחרות, כך שמי שייצא נשכר מההתקשרות הזו יהא קהל הצרכנים הפרטיים.
12. לא למותר יהיה לציין, כי זיכיון מעין זה שניתן למבקשת הנו זיכיון הניתן כדבר שבשיגרה במהלך הפעילות העסקית היומיומית המתנהלת בענפי משק שונים, כגון: מכרז עיריות לפרסום על גבי שלטי חוצות, מכרזי אגד ודן לפרסום על אוטובוסים, מכרז פרסום רשות שדות התעופה וכיוצ"ב. בכל אחת מהדוגמאות הנ"ל זכתה חברת פרסום בזכות בלעדית לשווק באמצעי פרסום בענפים השונים, וזאת לאחר שגברה על חברות פרסום אחרות שהשתתפו במכרז. התקשרויות המבקשת עם רשתות השיווק נערכו על סמך הנוהג המקובל בעולם העסקי בכלל ובעולם הפרסום בפרט, ואינן חורגות מהמקובל.

פניית המבקשת לרשות ההגבלים העסקיים

13. המבקשת פנתה, באמצעות בא כוחה, לרשות ההגבלים העסקיים במכתב שהעתקו **רצ"ב ומסומן "א"**, וזאת לשם הזהירות בלבד, שכן כאמור אין המבקשת רואה בעיה כלשהי בהסכמי ההתקשרות הנ"ל. ואולם ברשות לא היו תמימי דעים עם המבקשת. בא כוח רשות הגבלים הודיע למבקשת כי עליה להגיש בקשה לפטור מאישור הסכם כובל לממונה על רשות ההגבלים. כך מוצאת עצמה המבקשת מעלה נימוקים וטעמים לאישור החוזה נשוא בקשה זו.

נימוקי המבקשת

14. המבקשת תטען כי המדובר בהסכם אשר חוסה בהוראות הפטור של חוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח – 1988 (להלן: **"חוק ההגבלים"**) ועל כן אין המדובר כלל בהסכם כובל, כאמור.

15. המדובר בהסכם בו המבקשת רוכשת את זכות השימוש במקרקעין של רשתות השיווק. במסגרת זכות שימוש זו מקצות רשתות השיווק שטחים בהם על המבקשת להתקין ולהציג אמצעי פרסום שונים.

ההסכם חוסה בפטור הקבוע בסעיף 3 (3) לחוק ההגבלים העסקיים

16. המבקשת תטען כי סעיף 3(3) לחוק ההגבלים, מורה, כי הסדר שנעשה בין מי שמקנה זכות במקרקעין לבין מי שרכש את הזכות, כאשר הנו נוגע לסוג הנכס או השירות בהם יעסוק רוכש הזכות – לאו הסדר כובל הוא, והמקרה דנן מתיישב היטב עם הוראות סעיף זה.

הרחבה

17. סוג כזה של הסכם, נשוא הבקשה, מתאים להוראת סעיף 3 (3) לחוק ההגבלים, הקובע כי:

"על האף האמור בסעיף 2, לא ייחשבו כהסדרים כובלים ההסדרים הבאים: ...הסדר בין מי שמקנה זכות במקרקעין לבין מי שרוכש את הזכות שכל כבילותיו נוגעות לסוג הנכסים או השירותים בהם יעסוק רוכש הזכות באותם מקרקעין".

18. הזיכיון שניתן למבקשת לחזקה ושימוש בשטחים מסוימים הוא מעצם טיבו וטבעו בלעדי באופן שבאותו שטח שהוקצה או הושכר למבקשת על ידי בעלי המקרקעין לא יכול גורם אחר לעשות שימוש. היינו, קיימת בלעדיות למבקשת בשטחים שהוקצו והושכרו לה בלבד. דומה הדבר לזיכיון שניתן כדבר שבשיגרה על ידי רשויות מקומיות לחברות פרסום חוצות במסגרתו מקצה הרשות המקומית לחברות שלטי חוצות שטחי פרסום וחברות הפרסום רשאית לפרסם על שטחים אלה. ברור הוא כי על גבי שטחי הזיכיון מוקנת לחברת שלטי החוצות **בלעדיות**, ואין חברת חוצות אחרת רשאית לפרסם על גבי שטחים אלו.

19. התקשרויות מעין אלו נעשות כדבר שבשיגרה מידי יום ואין בהם כל פסול בהיבט דיני התחרות מן הטעם הפשוט: לשוכר המקרקעין מוקנת זכות בלעדית להחזיק בשטחים שבעל המקרקעין השכיר לו.

20. לשונו של חוק ההגבלים העסקיים רחבה, וההגדרות המצויות בו עשויות לחבוק, על פי לשון, מקרים רבים ושונים. המבקשת סוברת כי פירוש פשטני שלהן יביא לתוצאה בלתי נסבלת על-פיה יחשבו כפסולים ואסורים הסדרים משפטיים רצויים שהם חלק מחיי המסחר והכלכלה והמתקיימים כדבר שבשיגרה, כמו ההסכם נשוא בקשה זו.

21. כבר נקבע בפסיקה כי: "...יש להחריג מהוראת החוק את אותם מקרים - והמקרה שלפנינו הוא אחד מהם - הנכללים לכאורה בלשון הרחבה של הוראת סעיף 2, אולם בחינה תכליתית תבהיר כי הם נופלים מחוץ לגבולות החוק. "חוק הוא מכשיר לשם ביצועה של מטרה תחיקתית, ולכן הוא צריך פרשנות לפי המטרה הגלומה בו" (ע"א 481/73 רוזנברג, ע"ד, מנהל עזבון אלזה ברגמן נ' שטסל, פ"ד כט (516, 505) (1). "ראוי לו לשופט, בבואו לפרש את החוק, לשאול את עצמו: חוק זה איזו תכלית נורמטיבית, חברתית, הוא מבקש להשיג" (ע"פ 71/83 שרון נ' מדינת ישראל, פ"ד לח. (770, 757) (2)....".

ע"א 3700/98 - א.מ. חניות (ירושלים) נ' עיריית ירושלים. תק-על 2003(1), 1619 עמ' 1622.

התנאים הקבועים בסעיף 14 לחוק ההגבלים מתקיימים - לא קיימת פגיעה משמעותית בתחרות

22. גם אם יקבע כי החוזה נשוא הבקשה הנו הסכם כובל, עדיין פגיעתו של ההסדר בתחרות אינה משמעותית ויש בה לכל היותר פגיעה קלת ערך בתחרות בענף

הפרסום המתבצע בשטח רשתות המזון. זאת, בין היתר, בשים לב לכמה מסעיפי החוזה:

15 1. סעיף 4.12 לחוזה קובע כי: "קלאבמרקט תהיה זכאית לפרסם במרכולים ע"ג האמצעים של הדיה ..., כל זאת ע"ג האמצעים העומדים לרשות הדיה לפי דרישות והוראות קלאבמרקט, ובלבד שהאמצעים אינם בתפוסה מלאה ...". היינו, רשתות השיווק שמרו לעצמן את הזכות בהסכמים לערוך מבצעי שיווק עם ספקים שונים ולפרסם בעצמם מבצעים אלו בתוך מרכולי הרשת, תוך שימוש באותם אמצעי פרסום שהמבקשת עושה בהם שימוש.

15 2. סעיף 4.17 לחוזה קובע כי: "מובהר ומוסכם בזאת, כי הזכות שניתנת להדיה להתקין אמצעי פרסום בתוך המרכולים לפי הסכם זה לא תמנע מקלאבמרקט את הזכות ואת האפשרות לפרסם את עצמה, את מוצריה ללא יוצא מן הכלל וכן כל פרסום אחר, לרבות פרסומם של מבצעים משותפים יחודיים, הנערכים בין קלאבמרקט לבין ספקיה, באמצעי פרסום מכל מן וסוג שהוא, לפי בחירתה ושיקול דעתה של קלאבמרקט...". היינו, רשתות השיווק שומרות לעצמן את הזכות לפרסם באמצעים אחרים בתוך המרכולים, ללא יוצא מן הכלל.

15 3. הזיכיון של המבקשת מוגבל לפרסום ולהצגת פרסומות על אמצעים המופיעים בחוזה והמהווים רשימה סגורה. אין כל הגבלה כאמור על פרסום מתחרה בתוך המרכול שלא מוצג על האמצעים המצויינים ברשימת האמצעים שנכללה בהסכמים.

15 4. בפועל מתבצע נפח גדול של פרסום באמצעים מתחרים ותחליפיים לאמצעי המבקשת. כך מציבים רשתות השיווק במרכולים מסכי טלוויזיה המותקנים במרכולים באמצעותם משודרות פרסומות. כך גם נעשה שימוש ברשת צגים דיגיטליים המקושרים למחשב מרכזי והמציגים פרסומות שונות. שימוש נרחב מתבצע אף באמצעות מערכות כריזה המשמשות להשמעת פרסומות.

15 5. בפועל אף קיימת תחרות ערה בתחום הפרסום במרכולים. כך למשל, חברות בעלות מותגים בולטים ובעלי נפח מכירות גדול, כגון: קוקה קולה, עלית, שוסטוביץ, טרה, סנו ועוד. לא עושים שימוש כלל באמצעים שאמורה להציב המבקשת ולא רוכשים ממנה שטחי פרסום אלא עושים שימוש באמצעים ובערוצי פרסום תחליפיים.

אם וככל שקיימת פגיעה המדובר בפגיעה זניחה או לכל היותר קלת ערך

23. לאור האמור לעיל, סוברת המבקשת כי אף אם קיימת פגיעה בתחרות הרי שפגיעה זו הנה זניחה ולכל היותר קלת ערך. אף המחוקק גילה דעתו כי בפגיעות קלות ערך אין צורך בקבלת אישור. סעיף 1 לכללי ההגבלים העסקיים (פטור סוג להסכמים שפגיעתם בתחרות קלת ערך) התשס"א – 2001 קובע כי: "פטור מקבלת אישור... הסכם שפגיעתו בתחרות קלת ערך פטור מקבלת אישור בית הדין להגבלים עסקיים, אם התקיימו לגביו כל התנאים שבכללים אלה; לענין זה, "פגיעה קלת ערך" - פגיעה אשר קלה השפעתה המסתברת והשפעתה בפועל על התחרות בעסקים, בהתחשב, בין השאר, במעמדם של הצדדים בשוק המוצר, משך הזמן שבו היא נועדה להתקיים ומידת התחרות הקיימת באותו שוק מוצר".

24. המבקשת סוברת כי יש לממונה להיעתר לבקשתה וזאת מאחר והיא עומדת בתנאי סעיף 14 לחוק ההגבלים. סעיף 14 לחוק הגבלים קובע, בין היתר, כי: "הממונה רשאי לבקשת צד להסדר כובל... לפטור... צדדים להסדר כובל מהחובה לקבל אישור בית הדין להסדר אם שוכנע כי קיים מצב בו הכבילות שבהסדר הכובל אינן מגבילות את התחרות בחלק ניכר של השוק המושפע מן ההסדר, או שהן עלולות להגביל את התחרות בחלק ניכר משוק כאמור, אך אין בהן כדי לפגוע פגיעה של ממש בתחרות בשוק כאמור". על פי האמור לעיל עולה בעליל כי אף אם בחוזה נשוא בקשה זו ו/או בחוזים דומים שיחתמו בין המבקשת ובין רשתות שיווק נוספות יש כדי להגביל את התחרות בחלק ניכר מהשוק, עדיין אין בהן כדי לפגוע פגיעה של ממש בתחרות בשוק.

25. אם וככל שההסדר הנו כובל, אין בהסדר כדי להפחית את התחרות בפרסום בנקודות מכירה ברשתות השיווק ו/או למנוע אותה. המדובר בכבילות מצומצמת ביותר, לפרק זמן קצוב, במקומות מסוימים, ובהגבלות רבות. אין ספק כי יש להחריג הסכם זה מהוראת סעיף 2 לחוק ההגבלים.

26. אשר על כן מבוקש ליתן למבקשת פטור מקבלת אישור כאמור.

אני מצהיר שכל הפרטים האמורים הם מלאים ונכונים, שהמסמכים המצורפים הם נכונים ומלבדם אין כל מסמך אחר הקובע את ההסדר או הנוגע לו.

חתימה וחוקמת

יצחק לוי, יו"ר
בית הדין
שדי שמואל ורובין
טל. 052-2345678
פקס. 052-2345678

שם

22/11/03
תאריך