

5698 ס"ח

מספר	שמות
5698	חברת פרט
	סופר-פראו

תוקפו של פטור זה י
בהתאם לסעיף 15(א)
צרכנים או כל אדם העלו
החלטת הפטור פתוח
ירושלים, בשעות העבודה
י"ב בחשון התשס"ה (27 ו
(חמ 3-41)

בתוקף סמכותי לפי
התשס"ה (31 באוקטובר 14
שפריטיהם כלהלן:

מספר	שמות
5742	איי.א.י.ג.
	כלל חברד
	אריה חבר

החלטת הממונה מתג
הכבילות אינו בהפחתת ז
תוקפו של פטור זה
דרכים.
בהתאם לסעיף 15(א)
צרכנים או כל אדם העלו
החלטת הפטור פתוח
ירושלים, בשעות העבודה
י"ח בחשון התשס"ה (2 ב
(חמ 3-41)

ס"ח התשמ"ח, עמ' 28

בתוקף סמכותי לפי
התשס"ה (31 באוקטובר 4
שפריטיהם כלהלן:

ס"ח התשמ"ח, עמ' 28

ילקוט הפרסומים 5348,

מספר	שמות הצדדים להסדר	מהות ההסדר	הענף
5744	התאחדות התעשיינים בישראל כלל חברה לביטוח בע"מ הפניקס הישראלי חברה לביטוח בע"מ מגדל חברה לביטוח בע"מ מגדל ניהול קרנות פנסיה בע"מ	המלצה למעסיקים החברים בהתאחדות להצעת הסדרי פנסיה לעובדיהם באמצעות חברות הביטוח כלל, מגדל, הפניקס	הסדרי פנסיה

תוקפו של הפטור האמור לשנתיים.
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' 5744, במשרד רשות ההגבלים העסקיים, רח' כנפי נשרים 22,
ירושלים, בשעות העבודה הרגילות.
י"ב בחשון התשס"ה (27 באוקטובר 2004)
(חמ 3-41)

דרור שטרם
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), אני מודיע כי ביום ה' באלול
התשס"ד (22 באוגוסט 2004), החלטתי לפטור את הצדדים להסדר מהחובה לקבל את אישור בית הדין להסדרים כובלים
שפריטיהם כלהלן:

מספר	שמות הצדדים להסדר	מהות ההסדר	הענף
5734	כלל פיננסים חיתום בע"מ לאומי ושות' חתמים בע"מ לידר הנפקות (1993) בע"מ הבינלאומי הראשון ושות' - חיתום והשקעות בע"מ	הנפקה משותפת של אפריקה ישראל נכסים בע"מ	ניירות ערך

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' 5734, במשרד רשות ההגבלים העסקיים, רח' כנפי נשרים 22,
ירושלים, בשעות העבודה הרגילות.
י"ב בחשון התשס"ה (27 באוקטובר 2004)
(חמ 3-41)

דרור שטרם
הממונה על הגבלים עסקיים

ס"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), אני מודיע כי ביום כ"ט באב
התשס"ד (16 באוגוסט 2004), החלטתי לפטור את הצדדים להסדר מהחובה לקבל את אישור בית הדין להסדרים כובלים
שפריטיהם כלהלן:

ס"ח התשמ"ח, עמ' 128; התש"ס, עמ' 113.

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

732

מספר	שמות הצדדים להסדר	מהות ההסדר	הענף
5698	חברת פרטנר תקשורת בע"מ סופר-פארם (ישראל) בע"מ	הסכמי שיווק בלעדיים לשירותי רדיו טלפון נייד של פרטנר ומוצרי בחנויות סופר-פארם	טלפון נייד

תוקפו של פטור זה לתקופה של חמש שנים מיום ההחלטה 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' 5698, במשרד רשות ההגבלים העסקיים, רח' כנפי נשרים 22,
ירושלים, בשעות העבודה הרגילות.
י"ב בחשוון התשס"ה (27 באוקטובר 2004)
(חמ 41-3)

דרור שטרם
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), אני מודיע כי ביום ט"ז בחשוון
התשס"ה (31 באוקטובר 2004) החלטתי לפטור את הצדדים להסדר מהחובה לקבל את אישור בית הדין להסדרים כובלים
שפרטיהם כלהלן:

מספר	שמות הצדדים להסדר	מהות הכבילה	הנכס או השירות
42	איי.איי. ביטוח זהב בע"מ כלל חברה לביטוח בע"מ אריה חברה ישראלית לביטוח בע"מ	ניהול משא ומתן במשותף עם ספקי שירותים רפואיים לנפגעי תאונות דרכים	ביטוח

החלטת הממונה מתבססת על כך שאין בהסכם הגבלת התחרות בחלק ניכר מן השוק המושפע מן ההסדר וכי עיקרן של
הכבילות אינו בהפחתת התחרות או מניעתה, ואין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו.
תוקפו של פטור זה כל עוד נתח השוק של כלל, אריה ו-AIG יחדיו, לא יעלה על 25% משוק הביטוח של תאונות
דרכים.

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' 5742, במשרד רשות ההגבלים העסקיים, רח' כנפי נשרים 22,
ירושלים, בשעות העבודה הרגילות.
י"ח בחשוון התשס"ה (2 בנובמבר 2004)
(חמ 41-3)

דרור שטרם
הממונה על הגבלים עסקיים

ס"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), אני מודיע כי ביום ט"ז בחשוון
התשס"ה (31 באוקטובר 2004) החלטתי לפטור את הצדדים להסדר מהחובה לקבל את אישור בית הדין להסדרים כובלים
שפרטיהם כלהלן:

ס"ח התשמ"ח, עמ' 128; התש"ס, עמ' 113.

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



רשות ההגבלים העסקיים

ירושלים, כ"ט באב תשס"ד

16 באוגוסט 2004

פטור: 5698

בפקס: 03-5667778

לכבוד

אמיר ונג, עו"ד

משרד רון גזית רוטנברג ושות',

שדרות רוטשילד 46 מגדל אלרוב קומה 12

תל-אביב 66883

הנדון: החלטה בעניין פטור מאישור הסדר כובל בין הצדדים: פרטנר תקשורת בע"מ – סופר

פארם (ישראל) 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 נחמו, עו"ד

רשמת הגבלים עסקיים

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

jerusalem@antitrust.gov.il

297538 / 5698

24



רשות ההגבלים העסקיים

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

פטור מאישור הסדר כובל

להסכם בין סופר פארם (ישראל) בע"מ לבין פרטנר תקשורת בע"מ

1. פתח דבר

ביום 26 ביוני 2002 הענקתי פטור לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן: "חוק ההגבלים העסקיים"), להסכם בין סופר פארם (ישראל) בע"מ (להלן: "סופר פארם") לבין חברת פרטנר תקשורת בע"מ (להלן: "פרטנר"), שעניינו הסכם שיווק משותף של מוצרי רדיו טלפון נייד (להלן: "הפטור הקודם").¹

ביום 9 ביוני 2004, לקראת חלוף תקופת הפטור הקודם, אשר ניתן לתקופה של שנתיים, הגישו הצדדים בקשה למתן פטור להסכם חדש ביניהם, הדומה במתכונתו להסכם נשוא הפטור הקודם.

לאחר שבחנתי את ההסדר ואת הכבילות המצויות בו, כמו גם את השפעתם האפשרית על התחרות בשוק הרלוונטי, ולאחר שנועצתי בועדה לפטורים ולמיזוגים, באתי למסקנה כי הכבילות שבהסדר אינן פוגעות פגיעה של ממש בתחרות בשוק המושפע מן ההסדר, כי עיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה, וכי אין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו. מצאתי, על כן, כי ראוי ההסדר לפטור לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים.

2. הצדדים, ההסכם והכבילות

2.1 הצדדים להסכם

פרטנר היא חברה המחזיקה ברשיון כללי מאת משרד התקשורת להפעלת שירותי תקשורת סלולארית בישראל.

סופר פארם היא חברה פרטית המפעילה רשת קמעונאית, הפועלת בתחום הפארם ועוסקת, בין היתר, בשיווק תרופות ותכשירים רפואיים, מוצרי קוסמטיקה, טיפוח והיגיינה, מוצרים לתינוקות וכן מכשירים סלולאריים ואביזרים נלווים. בבעלותה כמאה סניפים בפריסה ארצית, הממוקמים באזורי מסחר ובמרכזים עירוניים, והיא נחשבת לרשת הגדולה מסוגה בישראל.

¹ 2002, הגבלים עסקיים 3014985.

23

2.2 ההסכם

מזה שנים משתפים הצדדים פעולה בכל הנוגע לשיווק חבילות תקשורת של פרטנר. שיתוף פעולה זה מוצא ביטוי במכירת חבילות תקשורת של פרטנר בחנויות רשת סופר פארם ובדוכנים עצמאיים שלה, שהוצבו בקניונים. שיתוף הפעולה בין הצדדים הביא ליצירת מותג חדש בשם "סופר-לינק" ולשיווק ומכירת מוצרי פרטנר על ידי סופר פארם תחת מותג זה. כן הורחב מערך השיווק המשותף באמצעות הקמת חנויות ייעודיות חדשות והוספת נקודות מכירה, כאשר פרטנר משתתפת בעלויות הקמתן והפעלתן של נקודות המכירה.

לדברי המבקשות, שיתוף הפעולה ביניהן נשא פרי. סופר פארם מהווה כיום ערוץ שיווק יעיל וחשוב של מוצרי פרטנר. נוכח תוצאות אלה של שיתוף הפעולה, מבקשות החברות להמשיך ולשתף פעולה במתכונת דומה לזו של ההסכם הקודם.

החברות הודיעו, כי ההבדלים בין ההסכם הקודם לבין ההסכם נשוא פטור זה יימצאו בעיקר במגנון שונה לחישוב העמלות שתשלם פרטנר לסופר פארם ובשיעורי ההנחות שתעניק לה, וכן בהסדרת מספר תחומי פעילות שנוספו מאז כריתת ההסכם הקודם.²

תקופת ההסכם נקבעה עד לתום שנת 2005, ולאחר מכן צפוי הוא להתחדש באופן אוטומטי מידי שנה לשנה, אלא אם יודיע אחד הצדדים, 90 יום מראש, על רצונו שלא לחדש את ההסכם.

2.3 הכבילות

בהסכם מצויות מספר כבילות, כדלקמן:

- (1) בתקופת ההסכם, לא תעסוק סופר פארם בשיווק שירותיהן של רשתות רט"ן מתחרות, או בשיווק או במכירה של מוצרים סולאריים שאינם מתאימים לשימוש ברשת Orange.
- (2) בתקופת ההסכם, לא תשווק פרטנר את מוצריה ברשתות קמעונאיות אחרות העוסקות בשיווק שירותים ו/או מוצרים של רשתות רט"ן מתחרות (למעט בנקודות מכירה של מוטורולה ויורקום המצויות מחוץ לקניונים).
- (3) בקניון בו מפעילה סופר פארם עמדת מכירה, תהיה פרטנר רשאית להציב נקודת מכירה בסניף של רשת קמעונאית אחרת, רק אם מדובר בנקודת מכירה זמנית (תקופה שאינה עולה על 60 יום). במקרה כזה תהיה לסופר פארם זכות סירוב ראשון להפעלת נקודת המכירה האמורה.
- (4) לסופר פארם זכות סירוב ראשון להקמת חנות עצמאית³ או דוכן עצמאי⁴ בקניון בו מבקשת פרטנר להקים חנות או דוכן כאמור. זוהי זכות מסויגת: היא לא תחול לגבי נקודות מכירה

² התקנת מערכות טעינה אלקטרונית ומכירת חבילות שדרוג בחנויות סופר פארם.

³ מוגדרת בהסכם כחנות ייעודית לממכר מוצרי תקשורת.

⁴ מוגדר בהסכם כדוכן בודד לממכר של מוצרי פרטנר בלבד, הממוקם במעברי קניון או בצדי המעברים.

המופעלות במרכזי שירות של פרטנר וכן לגבי נקודות מכירה שפרטנר תבקש להקים ולהפעיל באמצעות עובדיה שלה⁵ - בין אם כבר קיימת נקודת מכירה בקניון ובין אם לאו.

(5) תניות MFN המקנות לסופר פארם עדיפות על משווקים אחרים של פרטנר:

- א. פרטנר מתחייבת, כי כל עוד תמשיך סופר פארם להיות ערוץ ההפצה בעל מספר נקודות המכירה הגדול ביותר של מוצריה, תזכה סופר פארם לתנאים מועדפים ביחס למשווקיה האחרים של פרטנר (למחירים הנמוכים ביותר ולעמלות הגבוהות ביותר).
- ב. ערך הבונוס בשקלים אשר יקנה כרטיס ה- prepaid הייעודי של סופר פארם, לגביו יש לה מותג פרטי, יהיה גבוה בסכום מינימלי מסוים המפורט בהסכם, ביחס לערכי הבונוס שיקנו כרטיסי prepaid אשר ישווקו באמצעות משווקים אחרים.⁶

3. השפעת ההסכם על התחרות

ההסכם שבפניי הוא במהותו הסדר אנכי בין חברה למתן שירותי תקשורת סלולארית לבין רשת קמעונאית, אשר במסגרתו משמשת האחרונה כערוץ הפצה למוצריה ולשירותיה של הראשונה. עיקרו של ההסדר הוא בתחרות בשיווק מותגי פרטנר, שכן אין סופר פארם נהנית ממעמד דומה בשיווק מותגי מתחרותיה של פרטנר. זוהי אפוא תחרות תוך-מותג (Intra-Brand Competition). מושכלות ראשוניים הם כי מטרתם של דיני התחרות היא קודם כל הגנת התחרות בין מותגים שונים המתחרים זה בזה ולא בתחרות פנים-מותג.

בפטור הקודם קבעתי כי ההסכם אינו צפוי לעורר בעיות תחרותיות של ממש, בשל תחרותיות ענף הסלולאר והשיווק במותגיו השונים. בהקשר זה יש לייחס משקל לנסיון הנלמד מהסדר שפעל במשך שנים: כך, אל מול הצלחת שיתוף הפעולה בהקמת ערוץ שיווק יעיל ומנוסה, כפי שמדווחים הצדדים, לא מצאתי כל עדות ממשית לפגיעה בתחרות בשוק בעקבות ההסכם הקודם. כמו אז, גם היום, אני סבור כי שיתוף הפעולה במתכונת המבוקשת אינו מעורר, בנסיבות השוק הקיימות, בעיות תחרותיות של ממש.

3.1 התחייבותה של סופר פארם לבלעדיות כלפי פרטנר

סופר פארם מחויבת על פי ההסכם בבלעדיות כלפי פרטנר בכל הנוגע להפצת מוצרי תקשורת סלולאריים. החשש העיקרי העולה מכבילה זו הוא מפני חסימת ערוצי שיווק בפני יתר המפעילים הסלולאריים, באופן העלול לפגוע פגיעה ממשית בתחרות בענף התקשורת הסלולארית. חשש זה יכול למצוא בסיס אם ערוץ השיווק הנחסם הוא חיוני עד כדי כך לתחרות, שחסימתו בפני מתחרי פרטנר תגרום לעיוות תחרותי מהותי בענף בכללותו. הדגש בבחינת בקשה לפטור אינו על עצם חסימת ערוץ

⁵ על פי ההסכם, המשווקים בנקודות המכירה שמפעילה סופר פארם הם עובדיה של סופר פארם. יש לציין כי הסייג האמור לזכות לסירוב ראשון לא היה קיים בהסכם הקודם, ולדברי פרטנר הוא הוסף להסכם הנוכחי משום שמצאה כי קיימים יתרונות בהפעלה עצמית של נקודות מכירה במרכזי השירות שלה.

⁶ מוצרי prepaid הם מוצרים עליהם משלם הלקוח קודם לשימוש. כרטיס prepaid הוא כרטיס בעל "ערך נקוב" המציין את שוויו של הכרטיס ללקוח ברשת פרטנר. הלקוח רוכש כרטיס, ומשתמש בקוד המופיע על גבי הכרטיס כדי "לטעון" את חשבונו ברשת פרטנר ביתרת זכות. לאחר שהחשבון נטען, יכול הלקוח להשתמש בשירותי רשת פרטנר בהתאם ליתרה המצויה בחשבונו. פרטנר מוכרת את הכרטיסים למשווקים המורשים תמורת ערכם הנקוב בניכוי עמלה.

שיווק מסוים, אלא בשאלה אם חסימת הערוץ הזה יוצרת חסימה משמעותית דיה לשיווק בענף כולו. ככל שיימצאו יותר ערוצי שיווק אפקטיביים אחרים, כן קטנה הסבירות לקיום פגיעה בתחרות בענף. מצאתי, כי בנסיבות העניין אין יסוד לחשש האמור.

החברות הסלולאריות – פרטנר, סלקום, פלאפון ומירס – מתחרות ביניהן, בין היתר, על מחירי המכשירים הסלולאריים ועל ערוצי ההפצה. אין בהסכם שבפניי כדי לפגוע פגיעה ממשית ומהותית בתחרות זו. יפים לעניין זה נימוקיי בפטור הקודם, וכן בהחלטות פטור נוספות הנוגעות להסכמים בין חברות סלולאר לשווקים, בהם נכללו תניות בלעדיות דומות.⁷

ככלל, קיימים ערוצי הפצה רבים ומגוונים לתקשורת סלולארית, אשר אינם קשורים בהסכמי בלעדיות עם מי מחברות הסלולאר.⁸ על כן, בפני החברות המתחרות בפרטנר עומדת האפשרות להתקשר בהסכמי הפצה עם רשתות שיווק קמעונאיות רבות. ודוק: היתרון העיקרי שקם למפעיל סלולארי משיווק באמצעות רשתות שיווק אינו נובע דווקא מזהותה של הרשת הספציפית עמה התקשר, כי אם מן החשיפה הנרחבת לה זוכים מוצרי ברשתות קמעונאיות מסוג זה. על כן, אין להפצה באמצעות רשת סופר פארם יתרון אינהרנטי מכריע על פני הפצה באמצעות רשתות אחרות, המתאפיינות בתנועה גדולה של קונים והמצויות בשפע. דיני התחרות מבקשים לעודד שיתופי פעולה מסוג זה ולא לדכאם: ככל ששיתוף הפעולה בין הצדדים הצמיח לפרטנר יתרון עקב הכשרתה וכשרונה של סופר פארם להשכיל עשות בשיווק המוצר – הרי שיש בכך לדרבן את מתחריה של פרטנר לעשות כן עם ערוצי שיווק אחרים.

בנסיבות אלה, תניית הבלעדיות אינה מקימה חשש ממשי מפני חסימה או הצרה מהותית של מכלול ערוצי השיווק בפני יתר חברות הסלולאר, ובכללם אמצעי שיווק בפריסה ארצית.

3.2 התחייבויות פרטנר כלפי סופר פארם לגבי הפעלת נקודות מכירה

פרטנר נטלה על עצמה מספר מגבלות הנוגעות להפעלת נקודות מכירה: היא אינה רשאית לשווק את מוצריה ברשתות קמעונאיות אחרות, המשווקות מוצרים של חברות סלולאר מתחרות (למעט, כאמור, בנקודות מכירה של מוטורולה ויורוקום המצויות מחוץ לקניונים); כמו כן, אין פרטנר רשאית להציב עמדות מכירה בסניפים של רשתות קמעונאיות, הממוקמים בקניונים בהם מפעילה סופר פארם עמדת מכירה, אלא אם ברצונה להקים בסניף כאמור נקודת מכירה זמנית. במקרה כזה, מעניק ההסכם לסופר פארם זכות לסירוב ראשון; סופר פארם מקבלת זכות לסירוב ראשון בכל הנוגע להקמת חנויות לממכר מוצרי תקשורת או דוכנים לממכר מוצרי פרטנר בקניונים, אלא אם מדובר בנקודת מכירה הפועלת בתוך מרכז שירות של פרטנר, או בנקודת מכירה שבכוונת פרטנר להקים ולנהל בעצמה.

מכלול הכבילות האמורות מצביע על תוצאה אפשרית, לפיה, אם תממש סופר פארם את כל הזכויות לסירוב ראשון המוענקות לה בהסכם, סופו של ההסכם כי הוא מעניק לה בלעדיות כמעט מלאה

⁷ פטור מאישור הסדר כובל בין פלאפון תקשורת בע"מ לבין אופיס דיפו (ישראל) בע"מ, 2002, הגבלים עסקיים 3013259; ראו גם פטור מאישור הסדר כובל בין סלקום ישראל בע"מ לבין שופרסל בע"מ, 2002, הגבלים עסקיים 3013256.

⁸ אף בקרב רשתות השיווק נכון להיום לא ידוע על התקשרויות נוספות בין חברות סלולאר לבין רשתות קמעונאיות גדולות, המחייבות את הרשת בבלעדיות כלפי חברת הסלולאר.

בשיווק מוצרי פרטנר בקניונים (אלא אם מדובר בנקודות מכירה שמבקשת פרטנר להקים ולהפעיל בעצמה). ברם, שיווק מוצרי פרטנר אינו שוק לעצמו אלא חלק משווקי התקשורת הסלולארית וציווד הקצה הסלולארי.

באתי אפוא לכלל מסקנה, כי אף אם זו תהיה תוצאת ההסכם בסופו של יום,⁹ אין בכבילות האמורות כדי להקים חשש לפגיעה משמעותית בתחרות. ראשית, אף ככל שניתן היה להתבסס על פגיעה בתחרות פנים מותגית במכירת מוצרי פרטנר (וכאמור, אין זו התחרות מושא ההגנה בחוק ההגבלים העסקיים), הרי שקיומם של ערוצי שיווק חלופיים – בתוך הקניונים ומחוצה להם – מרסן חשש זה. לפי ההסכם שומרת לעצמה פרטנר את הזכות להקים ולהפעיל נקודות מכירה בעצמה. כן קיימים ערוצי שיווק נוספים למוצרי פרטנר, ביניהם נקודות מכירה מחוץ לקניונים ושיווק מדלת לדלת. כפי שנמסר על ידי הצדדים, כרטיסי pre-paid, המהווים נתח משמעותי מהכנסותיה של פרטנר, נמכרים באלפי נקודות מכירה ובמגוון רחב של נקודות מכירה, גם בקניונים ובמרכזי סחר בהם פועלת סופר פארם. שנית, והוא עיקר – אף אם תנצל סופר פארם באופן מוחלט וגורף את הזכויות לסירוב הראשון המוקנות לה בהסכם, עדיין תהא פתוחה הדרך בפני המשווקים לשווק את מוצריהם של יתר המפעילים הסלולאריים, ביניהם שתי מתחרותיה הגדולות של פרטנר – סלקום ישראל בע"מ ופלאפון תקשורת בע"מ. לשתי אלה נתח שוק מצרפי של כ- 60% בשוק הסלולאר. על כן, הגבלה מסוימת של התחרות בין משווקיה השונים של פרטנר אינה עלולה לפגוע באופן משמעותי בתחרות בשוק התקשורת הסלולארית.

3.3 תניות MFN

כבילות נוספות העשויות להעניק יתרון תחרותי לסופר פארם על פני יתר משווקיה של פרטנר הן תניות ה-MFN, המבטיחות לסופר פארם תנאי התקשרות מועדפים עם פרטנר, ביחס למשווקים אחרים.

כבילות אלה יוצרות חשש לפגיעה מסוימת בתחרות התוך-מותגית בשיווק מוצרי פרטנר. חשש זה מיוסד על שני אלה: ראשית, עלולות הכבילות לפגוע ביכולתם של יתר המשווקים להתחרות בסופר פארם בשיווק מוצרי פרטנר, מאחר שהן מזכות את סופר פארם ביתרון תחרותי על פניהם,¹⁰ ואין הדבר ברור על פניו כי ישנה הצדקה מובנית ליתרון זה כפי שמנוסח. שנית, עלולות הכבילות להפחית את תמריציה של פרטנר להיטיב את התנאים עבור משווקיה האחרים, נוכח החובה הנגזרת מכך להיטיב עוד יותר את תנאיה של סופר פארם.¹¹ ברגיל, תניות כאלה מהוות הסדר כובל, וכאשר מעניק היתרון הוא גורם דומיננטי בשוק (שלא לומר בעל מונופולין) אף יהיה בהסדר כזה פוטנציאל ממשי לפגיעה בתחרות בשוק.

⁹ כבילות דומות נכללו גם בהסכם הקודם, אולם לדברי המבקשות, בפועל לא תמיד ניצלה סופר פארם זכות זו.
¹⁰ פטור מאישור הסדר כובל בין פילסבורי ישראל בע"מ לבין אומני תעשיות פיצה בע"מ, 1998, הגבלים עסקיים 3001695.

¹¹ ראו לדוגמה בפטור הקודם, לעיל הערה 1; וכן פטור בעניין סלקום ושופרסל, לעיל הערה 7; ABA Section of Antitrust Law, Antitrust Law Developments (5th ed. 2002), p. 147-148.

אלא שבמקרה זה גם החשש לפגיעה בתחרות התוך-מותגית מצטמצם, לאור אלה: ראשית, פרטנר אינה הפירמה הדומיננטית בענף¹² ואין היא מהווה רוב מניינו ובניינו של השוק; שנית, פרטנר משווקת את מוצריה גם באופן עצמאי ולא רק באמצעות משווקים חיצוניים. כאמור, לפי ההסכם, סופר פארם אינה מקבלת יתרון תחרותי על פני פרטנר עצמה בשיווק מוצרי פרטנר. שלישית, נכון להיום, שיעור מכירותיה של פרטנר באמצעות יתר ערוצי השיווק גבוה בהרבה ממכירותיה באמצעות רשת סופר פארם. בנסיבות אלה, אין בהוצאה כספית שעלולה להיגרם לפרטנר מן הצורך להיטיב גם עם סופר פארם כדי לפגוע, ודאי לא באופן משמעותי, בתמריציה להיטיב עם כלל משווקיה, שכאמור, מכירותיה באמצעותם עולות בהרבה על מכירותיה באמצעות סופר פארם.¹³

אף ככל שתיגרם פגיעה בתחרות התוך מותגית בעקבות התניות האמורות, לא יהיה בה כדי לפגוע באופן משמעותי בתחרות בשוק תקשורת הסלולאר בכללותו. מכירותיה של סופר פארם בתחום זה מהוות שיעור קטן מאד יחסית לכלל מכירות מוצרי הסלולאר בשוק. בנסיבות אלה, מתן הטבות למשווק זה או אחר של פרטנר אינו מעלה חשש לפגיעה של ממש בתחרות במוצרי פרטנר מצד מוצרי המתחרים, אשר היא התחרות בענף.

הדברים האמורים יפים גם בכל הנוגע לכרטיסי ה-prepaid. כאמור, על פי ההסכם, יעניקו כרטיסי ה-prepaid שישווקו על ידי סופר פארם בונים גבוה יותר ללקוחות, בהשוואה לבונוס שיעניקו כרטיסים שיימכרו על ידי משווקים אחרים של פרטנר. לדברי המבקשות, כרטיסי prepaid נמכרים באלפי נקודות מכירה נוספות מלבד אלה שמפעילה סופר פארם, ובפועל הם משווקים על ידי יתר משווקיה של פרטנר במחירים הנמוכים מן הערך הנקוב על גבי הכרטיס.¹⁴ כמו כן, היקף מכירות כרטיסי ה-prepaid של פרטנר באמצעות סופר פארם בשנת 2003 היה נמוך יחסית, אף בהשוואה למכירות יתר מוצריה של פרטנר בחנויות סופר פארם, ועמד על אחוזים בודדים מכלל הכנסותיה של פרטנר ממכירת כרטיסים אלו.

בנוגע לנחיצות הכבילה המתייחסת לכרטיסי ה-prepaid הסבירו המבקשות, כי התניה נדרשת מן הטעם שעד כה סופר פארם לא הצליחה להיות ערוץ יעיל למכירת כרטיסים אלו. זאת, לדברי המבקשות, בשל פערים בין מאפייני קהל הלקוחות הצורך את כרטיסי ה-prepaid, לבין קהל הלקוחות הנוהג לפקוד את חנויות סופר פארם. המבקשות סבורות כי באמצעות הכבילה האמורה תגדל כדאיות רכישת הכרטיסים בחנויות סופר פארם, ובכך תהפוך האחרונה ערוץ יעיל יותר עבור פרטנר למכירת כרטיסים אלו. מכל מקום, אין התניה יוצרת עיוות מהותי של התחרות בענף בכללותו, אשר היא מעניינו של הממונה על ההגבלים העסקיים במסגרת דיון בבקשת פטור.

לסיכום, מטרתו של ההסכם קידום הפצתם של מוצרי פרטנר בשוק, וכאמור לעיל, אין הוא מעלה חשש לפגיעה של ממש בתחרות בשוק הסלולאר. חיזוק לכך הוא ניסיון העבר, המוכיח כי ההסכם הקודם, הדומה במהותו להסכם שבפניי, לא פגע כלל בתחרות בשוק הסלולאר או בכושר התחרות של חברות הסלולאר המתחרות בפרטנר.

¹² קיים אמנם כוח שוק מונופוליסטי לכל אחת מחברות הסלולאר כלפי לקוחות חברות הסלולאר האחרות, ביחס לשיחות הנכנסות לרשתה מרשתות אחרות, אולם לא בכך עניינו של פטור זה.

¹³ בהקשר זה ראו בעמ' 4 – 5 לפטור הקודם, וכן בפטור בעניין סלקום – שופרסל, לעיל, הערה 7, בעמ' 4.

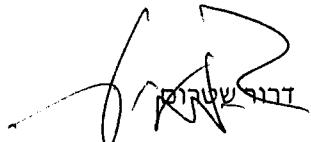
¹⁴ לדברי פרטנר, היא אינה מגבילה את משווקיה באשר למחירי המכירה של הכרטיסים ללקוח.

4. סוף דבר

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

תוקפו של פטור זה – חמש שנים 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.


ד"ר שושנה
הממונה על הגבלים עסקיים

ירושלים, כ"ט אב, תשס"ד

16 אוגוסט, 2004



רשות ההגבלים העסקיים

הועדה לפטורים ולמיזוגים
החלטות

מועד הדיון: 12.8.04 יום חמישי בשעה: 11:00

מניעות: רן קרול מנוע בפטור 5744: התאחדות התעשיינים – מגדל ואח'

בקשות מיזוג:

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

מס' תיק	הצדדים למיזוג	כלכלן
5741	בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ פלאפון תקשורת בע"מ Pelephone Holdings L.L.C	יובל
5747	פתרון מערכות בע"מ טלדור מערכות מחשבים בע"מ	עוזי

החלטות

מזג 5741: בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ - פלאפון תקשורת בע"מ - Pelephone Holdings L.L.C

חברי הועדה ממליצים לאשר בתנאים את בקשת המיזוג הנ"ל כאמור בחוות הדעת הכלכלית. כמו כן ממליצים להדגיש בין יתר התנאים המגבילים את העובדה שכל ספק יוכל להיכנס לשירותי בזק במחיר שווה בשל היות בזק מונופול, וכן את העובדה שלא תהיינה הגבלות לצרכן.

מזג 5747: פתרון מערכות בע"מ - טלדור מערכות מחשבים בע"מ

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

בקשות פטור

בפני חברי הועדה הוצגו בקשות הפטור וטיטא של החלטות הממונה בבקשות כלהלן:

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

284741/1

16

מס' תיק	הצדדים	בטיפול	הנכס / השירות
5698	חברת פרטנר תקשורת בע"מ סופר-פארם (ישראל) בע"מ	תמר	הסכמי שיווק בלעדיים לשירותי ומוצרי רדיו טלפון נייד של פרטנר בחנויות סופר-פארם
5744	התאחדות התעשיינים בישראל כלל חברה לביטוח בע"מ הפניקס הישראלי חברה לביטוח בע"מ מגדל חברה לביטוח בע"מ מגדל ניהול קרנות פנסיה בע"מ	אלעד	המלצה למעסיקים החברים בהתאחדות להצעת הסדרי פנסיה לעובדיהם באמצעות חברות הביטוח כלל, מגדל, הפניקס

החלטות:

פטור 5698: חברת פרטנר תקשורת בע"מ - סופר-פארם (ישראל) בע"מ

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

פטור 5744: התאחדות התעשיינים בישראל - כלל חברה לביטוח בע"מ - הפניקס הישראלי חברה לביטוח בע"מ - מגדל חברה לביטוח בע"מ - מגדל ניהול קרנות פנסיה בע"מ

חברי הועדה ממליצים לאשר את בקשת הפטור הנ"ל כאמור בטיטא של החלטת הממונה, כן ממליצים לתקן הנוסח ולהבהיר מהם החששות הרלבנטיים ואת העובדה שלא נמצאו חששות כנ"ל.



רשות ההגבלים העסקיים

Mr

ירושלים,
פטור מספר 5698

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 יעדיאל, ביהמ"ש המחוזי,
רחוב צאלאח א-דין, ירושלים



רשות ההגבלים העסקיים

הודעה על פטור מאישור הסדר כובל לפי חוק

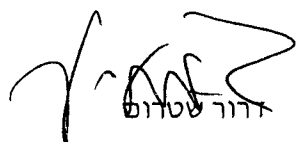
ההגבלים העסקיים התשמ"ח - 1988

בתוקף סמכותי לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח - 1988¹ (להלן - החוק), אני מודיע כי ביום כ"ט באב תשס"ד החלטתי לפטור את הצדדים להסדר מהחובה לקבל את אישור בית הדין להסדרים כובלים שפריטיהם כלהלן:

מספר	שמות הצדדים להסדר	מהות ההסדר	הענף
5698	חברת פרטנר תקשורת בע"מ סופר-פארם (ישראל) בע"מ	הסכמי שיווק בלעדיים לשירותי ומוצרי רדיו טלפון נייד של פרטנר בחנויות סופר-פארם	טלפון נייד

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

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' 5698 במשרד רשות ההגבלים העסקיים, רחוב כנפי נשרים 22, ירושלים, בשעות העבודה הרגילות.


זרור בנ-זור

הממונה על הגבלים עסקיים

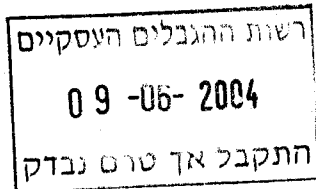
ירושלים, י"ב בחשון תשס"ה

26 באוקטובר 2004

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

בקשת פטור מאישור הסדר כובל

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



1. הצדדים להסדר המבקש את הפטור:

שם: חברת פרטנר תקשורת בע"מ (להלן: "פרטנר")

מרח' עמל 8, ראש העין

באמצעות באי-הכוח עו"ד רון גזית, רוטנברג ושות', משרד עורכי דין

משרד' רוטשילד 46, תל-אביב 66883

טלפון: 03-5667979, פקס: 03-5667778

שם: סופר-פארם (ישראל) בע"מ (להלן: "המשווק" או "סופר-פארם")

מרח' שנקר 16, הרצליה פיתוח

באמצעות באי-הכוח עו"ד וינשטוק-זקלר ושות', עורכי דין

ממרכז עזריאלי 1, דרך פתח תקווה 32, תל-אביב 67021

טלפון: 03-6968333, פקס: 03-6964222

2. הצדדים האחרים להסדר: אין

3. צורת ההסדר: בכתב

4. תיאור המסמכים הקובעים את ההסדר והנוגעים לו:

הסכם שנחתם בראש העין ביום 12 בפברואר 2004 (להלן: "ההסכם החדש" או "ההסכם"). העתק ההסכם החדש מצורף בנספח א'.

הסכם שנחתם בראש העין ביום 11 בפברואר 2001 (להלן: "ההסכם המוקדם"). העתק ההסכם המוקדם מצורף בנספח ב'.

5. הנכס או השירות נושא ההסדר:

המשך שיווק שירותי רדיו טלפון נייד (רט"ן) של פרטנר בחנויות סופר-פארם ושימוש במותג למוצרי תקשורת.

6. מהות הכבילה ופרטים עליה:

התחייבות המשווק לרכישה בלעדית של מוצרי פרטנר ומוצרים המתאימים לשיווק ברשת Orange לשם שיווקם על ידי המשווק, והתחייבות פרטנר למתן בלעדיות בהפצה למשווק

בערוץ הרשתות הקמעונאיות (סעיף 12 להסכם החדש), והסכמות נוספות הנגזרות כמפורט בהסכם החדש המצורף וכדלהלן:

6.1. מתן זכות סירוב ראשונה למשווק להקמת חנות עצמאית או דוכן עצמאי בקניון (סעיף 7 להסכם החדש).

6.2. מתן זכות סירוב ראשונה למשווק להצבת עמדת מכירה בסניף של רשת קמעונאית הממוקמת בקניון (סעיף 8 להסכם החדש).

6.3. התחייבות פרטנר ל-MFN כל עוד יהיה המשווק ערוץ ההפצה בעל מספר נקודות המכירה הגדול ביותר של מוצרי פרטנר (סעיף 10.7 להסכם החדש). הגבלת אפשרות הפחתת העמלות המגיעות למשווק במהלך תקופת ההסכם (סעיפים 10.1.7 ו-10.5.2 להסכם החדש).

לחילופין, במידה ולא יאושר ההסכם החדש על ידי מועצת המנהלים של פרטנר, המשך פעילות לפי הוראות ההסכם המוקדם.

7. תקופת ההסדר הכובל:

החל מיום 1 בינואר 2004 (בכפוף לקבלת הפטור) ועד 31 בדצמבר 2005, עם חידוש לתקופה של שנה נוספת מידי שנה, בכפוף לזכותו של כל אחד מן הצדדים להודיע על אי-חידוש 90 יום מראש. הפטור מבוקש לתקופה בת עד חמש שנים, כך שיכלול שלוש תקופות חידוש.

לחילופין, במידה ולא יאושר ההסכם החדש על ידי מועצת המנהלים של פרטנר, כי אז מבוקש להאריך את הפטור שניתן להסכם המוקדם עד ליום 31 בדצמבר 2004.

יודגש, שבהתאם להוראות סעיף 4.3 להסכם, לא יכנסו לתוקף מספר הוראות שבו (שבהקשר להן מתבקש הפטור), ויחולו הוראות דומות בהסכם המוקדם בהתאם לפטור הקודם.

8. נימוקים המצדיקים פטור מאישור בית הדין: כמפורט להלן.

ואלו הטעמים למתן הפטור:

9. ההסכם החדש מסדיר את המשך שיתוף הפעולה בין פרטנר לבין סופר-פארם בהפצת מוצרי פרטנר. יחסים אלו הוסדרו קודם לכן בהסכם המוקדם לאחר שניתן פטור מאישור הסדר כובל ע"י הממונה על ההגבלים העסקיים (להלן: "הממונה").

נספח "ג"

בקשת הפטור ביחס להסכם המוקדם, אשר הוגשה ביום 25 במרץ 2002, מצורפת בנספח ג' (להלן: "בקשת הפטור הקודמת").

נספח "ד"

החלטת הממונה מיום 26 ביוני 2002 המעניקה את הפטור לתקופה של עד שנתיים ימים מצורפת בנספח ד' (להלן: "החלטת הממונה הקודמת").

10. על פי סעיף 4.6 להסכם החדש, מותנה תוקפו של ההסכם באישור מועצת המנהלים של פרטנר. היה ולא יתקבל אישור מועצת המנהלים, ימשיכו הצדדים לנהוג לפי הוראות ההסכם המוקדם עד ליום 31 בדצמבר 2004, ובמועד זה יסתיים תוקף ההסכם המוקדם (לא תחול כל הוראה בדבר הארכה אוטומטית).

משמעות הדברים היא שאחד התרחישים האפשריים הוא המשך פעילות לפי ההסכם המוקדם מעבר ליום 26 ביוני 2004 – המועד בו יסתיים תוקף הפטור שנתן הממונה בעבר להסכם המוקדם.

11. לפיכך, מתבקש פטור המתייחס לשני תרחישים אפשריים:

11.1. פעילות לפי תנאי ההסכם החדש החל ב- 1 בינואר 2004 (ובכפוף לקבלת הפטור); או

11.2. המשך פעילות לפי תנאי ההסכם המוקדם עד ליום 31 בדצמבר 2004 (כאשר תוקפו של הפטור הנוכחי הוא עד ל- 26 ביוני 2004).

12. הטעמים למתן הפטור בהחלטת הממונה הקודמת, אשר ניתנה לפני פחות משנתיים, תקפים אף היום הן ביחס להסכם החדש והן ביחס להסכם המוקדם. נבקש לפיכך להפנות אל כל הטעמים שפורטו בבקשת הפטור הקודמת המצורפת בנספח, ולראות בהם נימוקים לאישור בקשה זו.

13. עוד יש לציין כבר בפתח הדברים, שהפטור המבוקש עתה הוא המשך ישיר לעמדת הממונה שאישרה הסכמים מסוג זה ביחס לכל שלושת מפעילי הרט"ן הגדולים – פלאפון¹, סלקום² ופרטנר.

¹ מכתב הממונה בעניין תיק פטור 2519 - פלא-פון -תקשורת בע"מ - הסכמי שיווק והסכמי יבואן (23.7.2000); 2000 הגבלים עסקיים 3008609. מתן פטור מאישור הסדר כובל - הסכם בין פלאפון תקשורת בע"מ לבין אופיס דיפו (ישראל) בע"מ (16.1.2002); 2002 הגבלים עסקיים 3013259. מתן פטור מאישור הסדר כובל - הסכם בין פלאפון

10

14. יתרת בקשה זו תעסוק בעיקר בשינויים המעטים שחלו בשוק, בפעילותם של הצדדים להסדר מאז ההחלטה הקודמת, ובהבדלים המעטים בין ההסכם החדש להסכם המוקדם.

א. הצדדים להסדר

15. פרטנר היא חברת תקשורת העוסקת במתן שירותי טלפון אלחוטיים למנוייה לפי רישיון כללי ממשד התקשורת.

שוק הרט"ן בישראל מתחלק כיום בין 4 מפעילים: פלאפון, סלקום, פרטנר ומירס. מירס, האחרונה להיכנס לשוק והמתרכזת בלקוחות עסקיים, מחזיקה בנתח שוק של אחוזים בודדים. להערכת פרטנר, נתחי השוק של שלושת המפעילים האחרים דומים זה לזה, ועומדים על מעט יותר מ- 30% לכל אחד.

16. סופרפארם היא חברה המפעילה בשיטת העמיתים רשת חנויות למכירה קמעונאית.

17. בדומה למצב הדברים ששרר בעת החלטת הפטור הקודמת, כוחה של סופר-פארם אינו רב בגדרי מכלול פעילות הרשתות הקמעונאיות לסוגיהן שביכולתן לשמש ערוץ שיווק למפעילי רט"ן. לסופר-פארם יש כיום 108 סניפים הפזורים באזורי מסחר (Power Centers) ובעיקר במרכזים עירוניים, וכן 6 חנויות סופר-לינק (עליהן נפרט בהמשך). החברה מתחרה במאות חנויות של רשתות קמעונאיות מסוגים שונים, ובסמוך לכל חנות של סופר-פארם נמצאת חנות של רשת קמעונאית אחרת (מזון, DIY, פארם, מחשבים וכיו"ב). כמו כן, לא חל שינוי מהותי בנתחי השוק הרלוונטיים של סופרפארם בקטגוריות בהן היא מתחרה.

18. כבעת הגשת בקשת הפטור הקודמת, וכפי שצוין בהחלטת הממונה הקודמת², ענייננו הוא בהסדר אנכי, בין גופים שאינם מתחרים זה בזה.

ב. מהות העסקה

19. הצדדים להסדר יצרו ערוץ לשיווק מוצרי פרטנר תוך שיתוף פעולה, השקעות רבות ונטילת סיכונים. לבד מיכולותיה המוכחות הכלליות של סופר-פארם בתחום השיווק הקמעונאי, סופר-פארם היא כיום ערוץ שיווק מנוסה ומקצועי של פרטנר, והצדדים מעוניינים להמשיך בשיתוף הפעולה ביניהם.

תקשורת בע"מ לבין משווקים (26.6.2002); 2002 הגבלים עסקיים 3014810. מתן פטור מאישור הסדר כובל - הסכמים בין פלאפון ובין משווקים (תיקי פטור 4102, 4103 ו-4104) (20.12.2000) 2000 הגבלים עסקיים 3009836. מתן פטור מאישור הסדר כובל - הסכמים בין פלאפון ובין משווקים (תיקי פטור 4452, 4671 ו-4554) (30.12.2002) 2003 הגבלים עסקיים 3016260.

² מתן פטור מאישור הסדר כובל - הסכם בין סלקום ישראל בע"מ לבין שופרסל בע"מ (16.1.2002) 2002 הגבלים עסקיים 3013256.

³ בעמ' 3.

20. כאמור, העסקה שבהסכם החדש זהה במהותה לזו שבהסכם המוקדם, ולפיכך נפנה אל תיאור מהות העסקה שבבקשת הפטור הקודמת. להלן נתרכז בפרק זה בעיקר בשינויים שחלו בהסכם ובדרך מימושו בפועל.
21. כיום, סופר-פארם מפעילה מעל 70 נקודות מכירה של פרטנר, ו- 6 חנויות סופר-לינק עצמאיות, שהן נקודות מכירה עצמאיות שאינן קשורות לסניף סופר-פארם (ר' פירוט הסניפים בנספחים 3.1 ו- 3.4 להסכם).
22. פעילות השיווק באמצעות סופר-פארם מתבצעת תוך שימוש במותג סופר-לינק, אשר ימשיך להיות מוקצה לערוץ זה באופן בלעדי כבהסכם המוקדם. עם זאת, יש לציין שבהסכם החדש אין פרטנר מוגבלת ביצירת מותגים פרטיים חדשים, ומבחינה זו הופחת "מספר" הכבילות שבהסדר (הש' את סעיף 13 בהסכם החדש ובהסכם המוקדם).
23. פרטנר השתתפה ותשתתף בעלויות ההקמה של נקודות מכירה ובהוצאות השוטפות, לרבות בינוי, מיחשוב, עיצוב, שכר עובדים ועוד. הפרטים העסקיים המדויקים החלים בכל אחד מן הנושאים האמורים השתנו בהסכם החדש בהתאם לסיכום המסחרי העדכני, אך מהות ההסכם נותרה כשהיתה.
- מלבד עדכוני סכומים ודרך חישובם, ניתן לציין בהקשר זה את התחייבותה של פרטנר להקמת מערכות מחשוב בנקודות המכירה, אשר יאפשרו מכירת "שידרוגים" ללקוחות פרטנר באמצעות סופר-פארם (סעיף 14.1). שינוי נוסף חל בדרך קביעת השילוט בנקודות המכירה (סעיף 17 להסכם).
24. יש לציין שבהסכם החדש בוצעה אף התאמה של תמריצי הצדדים בהתאם לכיווני הפעילות שנמצאו על ידי הצדדים כיעילים עד כה. כך, בעוד שסופר-פארם רשאית להקים חנויות סופר-לינק חדשות, ופרטנר אף תשתתף במימון, לא יהיו זכאיות חנויות סופר-לינק חדשות למינימום עמלות מובטח, אלא רק לעמלה רגילה (ר' סעיף 3.4 להסכם). כמו כן, הצדדים הסדירו בהסכמה את סגירתן של מספר נקודות מכירה שתוצאותיהן העסקיות לא ענו על הציפיות (ר' סעיף 3.7 להסכם).
- התאמות אלה הן חלק ממהלך החיים הרגיל ביחסי יצרן-משווק, ובמיוחד בענייננו בו שיתוף הפעולה נושא אופי של מעין מיזם משותף, במסגרתו נושאים שני הצדדים בעלויות הקמה ובעלויות משותפות.
25. ההסכם החדש מסדיר את הפעילות במספר תחומים שהתפתחו מאז ההסדר המוקדם. כך, ההסכם החדש מסדיר את הקמת שירותי טעינה אלקטרונית בחנויות סופר-פארם; שירותים המאפשרים טעינה מחדש של אמצעי תשלום מסוג pre-paid.
26. עוד יש להדגיש מבחינת שינויים בהסכם, שתקופתו הראשונית של ההסכם נקבעה בהסכם החדש לשנתיים ימים, ותקופת ההודעה המוקדמת הנדרשת מצד שאינו מעוניין בחידושו

האוטומטי של ההסכם לשנה נוספת, קוצרה מ- 180 ימים ל- 90 ימים בלבד (סעיף 27 להסכם).

ג. ההסדר ראוי לפטור – ניתוח כללי

27. ההסכם החדש, הוזהר בעיקרו להסכם המוקדם, ראוי לקבלת פטור מן הממונה. כבעבר, אף כעת עומד ההסדר בתנאי סעיף 14(א) לחוק ההגבלים העסקיים, והניסיון המצטבר מלמד שבדין ניתנה החלטתה הממונה הקודמת אשר העניקה פטור להסכם המוקדם.

28. הניתוח המשפטי והעובדתי⁴ המכשיר את הפטור נמצא בבקשת הפטור הקודמת ובהחלטת הממונה הקודמת, ואנו מפנים את הממונה אליהם בשנית.

29. עיקרו של ההסכם הוא ביצירת ערוץ הפצה, ועיקר הכבילה שבו היא הבלעדיות שניתנה לסופר-פארם כערוץ הפצה של מוצרי פרטנר בתחום הרשתות הקמעונאיות. ההצדקה למתן הפטור טמונה בכך שההסדר אינו פוגע בתחרות בשוק הרט"ן, אינו חוסם ערוצי הפצה דומים בפני מפעילי רט"ן אחרים ואינו פוגע בתחרות התוך-מותגית במוצרי פרטנר.

30. לעניין התחרות בשוק הרט"ן, הוכח בפועל – ככל שהיה צורך בהוכחה בפועל – שההסכם המוקדם לא פגע בתחרות בשוק הרט"ן וזו מוסיפה להיות חריפה וקשה. מפעילי הרט"ן מתחרים בעוצמה רבה על לבו של הציבור, והתחרות בשוק הרט"ן לא נפגעה בעקבות מתן הבלעדיות למשווקים הן על ידי פרטנר והן על ידי המפעילים האחרים. כאמור וכידוע, שלושת מפעילי הרט"ן הגדולים מחזיקים גם כיום בנתחי שוק דומים. הצלחתה של פרטנר בשיפור מעמדה בשוק, רק מוכיחה שהתחרות איכותית וגבוהה.

ונציין ביחס למהות הבלעדיות, שאף כיום אין הבלעדיות חלה בפועל על מוצרי pre-paid הנמכרים גם על ידי קמעונאים אחרים בקניונים וכיו"ב (על אף השתדלותה של פרטנר). גם נתח מכירות ה-pre-paid מכלל מוצרי פרטנר נותר כשהיה בעת שניתנה החלטת הממונה הקודמת, והוא עדיין עומד על כ- 40 אחוזים.

31. גם לעניין החשש הלכאורי לחסימת ערוצי הפצה בפני מפעילי רט"ן אחרים, ברור כי בפועל – בתקופה שחלפה מאז תחילת ההסכם המוקדם (כמו גם יתר ההסכמים, נשוא החלטות הממונה שנזכרו לעיל) לא חל שום שינוי לרעה, או נפגעה התחרות בענף כהוא-זה. כאז כך גם עתה, עומדות לרשות מפעילי הרט"ן האחרים רשתות קמעונאיות אחרות היכולות להפיץ את מוצריהם, וכך גם נעשה בפועל. כפי שציין הממונה בהחלטתו הקודמת:

3.1.1.1 ... אף אם נניח כי קיים יתרון מסוים לערוץ שיווק זה, גם אז לא נמצא חשש לפגיעה משמעותית בתחרות: היתרון העיקרי שקם למפעיל סלולארי משיווק באמצעות רשתות שיווק נובע לאו דווקא מזהותה של הרשת הספציפית עמה התקשר, כי אם מן החשיפה הנרחבת לה זוכים מוצריו במקומות מסוג זה. על

⁴ בכפוף לשינויים שמצויינים בבקשה זו.

כן, אין להפצה באמצעות רשת סופר פארם יתרון על פני הפצה באמצעות רשתות אחרות המתאפיינות בתנועה גדולה של קונים."

32. לעניין התחרות התוך-מותגית, הרי שחלקה של סופר-פארם בכלל מכירות פרטנר מלמד שלא צפויה פגיעה בתחרות; סך מכירות פרטנר גבוה פי כמה מחלקה של סופר-פארם בהן. נתונים נוספים המלמדים על העדר פגיעה בתחרות תוך-מותגית הם כמפורט להלן:

32.1. מוצרי פרטנר נמכרים כיום במעל 180 נקודות מכירה (כולל נקודות המכירה שמפעילה סופר-פארם שמספרן עומד על כ- 70; ר' סעיף 21 לבקשה זו).

32.2. על נקודות המכירה האמורות, נוספים 33 מרכזי שירות המופעלים על ידי פרטנר עצמה, בהם מוכרת פרטנר את מוצריה בעיקר בעצמה או באמצעות משווקים (כפי שנפרט עוד בהמשך).

32.3. בנוסף, כ- 120 נציגי מכירות פונים בשם פרטנר למגזר הפרטי בשיטת door-to-door.

לשם שלמות התמונה, נציין כי להערכת פרטנר מפעילות פלאפון וסלקום יותר מ- 200 נקודות מכירה גם כן (כל אחת מהאמורות, כולל מרכזי שירות).

33. לאור דברים אלה, ברי כי ההסדר בעיקרו זכאי אף כיום לפטור. להלן נמשיך ונתייחס למספר הוראות ספציפיות הקיימות בהסכם.

ד. זכות הסירוב הראשונה שניתנה לסופר-פארם

34. בהסכם המוקדם ניתנה לסופר-פארם זכות סירוב ראשונה להקמת נקודות מכירה מסוגים מספר, כפי שהוסבר בפסקאות 66 ואילך לבקשת הפטור הקודמת. זכות הסירוב איפשרה לסופר-פארם לבחור להקים בעצמה כל נקודת מכירה בקניון, כל דוכן נייד ברשת קמעונאית, וכל נקודת מכירה במרכזי השירות של פרטנר ובלבד שכמובן תהיה נכונה לקבל על עצמה את התנאים שהוסכמו על צד שלישי, שכנגדו ניתנה זכות הסירוב הראשונה. הממונה, בהחלטתו הקודמת, הניח כי זכות סירוב ראשונה זו עשויה לעלות כדי מתן בלעדיות בתחומים בהם ניתנה, ואף תחת הנחה מחמירה זו מצא שאין בה משום פגיעה בתחרות.

35. בפועל, זכות הסירוב הראשונה לא תמיד נוצלה על ידי סופר-פארם. כך, בקניון ראש-פינה החליטה סופר-פארם שהיא אינה מעוניינת לפתוח נקודת מכירה, ופרטנר מפעילה שם נקודת מכירה בעצמה.

36. מכל מקום, ההסכם החדש כולל צמצום של זכות הסירוב בשני עניינים:

36.1. זכות הסירוב הראשונה בוטלה, מקום בו מבקשת פרטנר להפעיל חנות עצמאית או דוכן עצמאי בקניון באמצעות עובדי פרטנר ולא באמצעות צד שלישי (סעיף 7.4 להסכם החדש). פרטנר תוכל לפיכך לבחור להפעיל חנויות בעצמה, בכפוף לזכותה של סופר-פארם להפסיק את פעילותה העצמאית באותו הקניון אם יש בו חנות סופר-לינק עצמאית או קיוסק עצמאי.

36.2. בוטלה זכות הסירוב הראשונה של סופר-פארם להקמת נקודות מכירה במרכזי השירות של פרטנר (סעיף 24 להסכם המוקדם). זכות סירוב זו בוטלה מן הטעם שפרטנר מצאה שקיימים ככלל יתרונות בהפעלת נקודות מכירה במרכזי השירות על ידי פרטנר עצמה; בדרך זו יכול צוות העובדים במרכזי השירות לספק שירות כולל ללקוחות, הן בנוגע למוצרים שנרכשו בעבר והן בנוגע לרכישת מוצרים חדשים. לפיכך, בראשית דרכה נעזרה פרטנר במשווקים עצמאיים גם במרכזי השירות, ואילו כיום נתהפכה המגמה וברובם המכריע של מרכזי השירות מופעלות נקודות מכירה בידי פרטנר עצמה.

37. יודגש שהממונה היה ער בהחלטתו הקודמת לאפשרות שמדובר בזכות סירוב שתוצאתה תהיה "חסימת האפשרות לשווק מוצרי פרטנר בקניונים מפני משווקים אחרים" ולמרות זאת מצא לנכון שאין בכך כדי להקים חשש לפגיעה בתחרות. דברים אלה חלים ביתר שאת כיום, לאחר שהוברר כי זכות הסירוב הראשונה צומצמה ולאחר שבפועל אף נסתבר כי סופר-פארם לא מימשה את כל האפשרויות שניתנו לה בהקשר זה.

38. סיכומם של דברים בנוגע לזכות הסירוב הראשונה, היא שכיום, אף יותר משנמצא בהחלטת הממונה הקודמת, ברי שאין בה כל פגיעה בתחרות.

ה. התחייבות MFN

39. ההסכם החדש כולל התחייבות MFN בנוסח זהה להתחייבות שבהסכם הקודם (סעיף 10.7 להסכם החדש וסעיף 9.11 להסכם הקודם). התחייבות זו אושרה על ידי הממונה לאחר שמצא שהיא אינה צפויה לפגוע בתחרות הבין-מיתגית ובתחרות התוך-מיתגית. הטעמים לאישור עומדים בעינם גם כיום, כפי שניתן ללמוד מן הנתונים שהובאו לעיל ביחס לחלקה של סופר-פארם בפעילות פרטנר ובשוק הרט"ן בכלל.

40. התחייבות זו קיבלה ביטוי נוסף בהסכם החדש ביחס להפחתת עמלות המשולמות בגין מכירת כרטיסי גירוד או טעינה אלקטרונית, קרי עמלות מוצרי pre-paid מסויימים – ביטוי חדש זה מבטיח פעם נוספת שלא תהיה פגיעה בתחרות בתחום שירותי הטעינה.

לפי ההסכם, מחויבת פרטנר לתשלום עמלה לסופר-פארם בגובה 15% בגין טעינה אלקטרונית – שירות שלא שווק על ידי סופר-פארם עובר להסכם החדש (סעיף 10.1.6

להסכם החדש). באשר לכרטיסי גירוד, מחוייבת פרטנר לתשלום עמלה בגובה 15% עד 12%, שתשתנה במהלך תקופת ההסכם (סעיף 10.5 להסכם החדש).

הן ביחס לטעינה אלקטרונית והן ביחס לכרטיסי גירוד נקבע מנגנון מדורג להפחתת גובה העמלה במידה והעמלה המשולמת למשווקים אחרים תרד לרמה של 12% או פחות. מנגנון זה מבטיח לסופר-פארם שהעמלה שתשולם לה לא תרד מתחת ל- 12%, ושהפחתות יבוצעו באופן מדורג על פני תקופה (סעיפים 10.1.7 ו- 10.5 סיפא להסכם החדש).

בנוגע לשירותי הטעינה, נקבע בהסכם שפרטנר זכאית לשנות את העמלה לה זכאית סופר-פארם וזאת בהתאם לנהוג מול משווקים אחרים, אלא שההפחתה, כאמור, תהיה מדורגת וגובה העמלה המופחתת לא ירד מ- 12% (סעיף 10.1.7 להסכם החדש). הסכמה זו מאפשרת הורדה של עמלות סופר-פארם בתחום שירותי הטעינה, אם ירדו העמלות למשווקים אחרים. היא מעודדת לפיכך את התחרות ומקדמת הפחתת מחיר.

ו. פעילות חדשה בתחום השדרוגים והמגבלות ביחס אליה

41. ההסכם החדש מאפשר לסופר-פארם לשווק "שדרוגים" ללקוחות פרטנר, קרי החלפת יחידות קצה ללקוחות קיימים. יובהר, שזהו ניסיון ראשון מצדה של פרטנר לשווק באמצעות אחרים שדרוגים ללקוחות פרטנר באופן קבוע. פעילות חדשה זו בתחום השדרוגים כרוכה בהשקעות ניכרות שיבצעו הצדדים לצורך הכנת התשתית בנקודות המכירה לפעילות החדשה (פסקה 14 להסכם החדש).

42. הצדדים החליטו לאפשר לפרטנר להגביל את היקף פעילותה של סופר-פארם בתחום זה. נספח 3.9 להסכם החדש קובע, כי אם יעבור מספר השדרוגים שתמכור סופר-פארם כמות סף מסוימת, תוכל פרטנר להגביל את מספר השדרוגים הנוספים שתמכור סופר-פארם.

43. האפשרות להגבלת מספר השדרוגים שתמכור סופר-פארם נובעת ממאפייניו המיוחדים של השירות; עניינו של השדרוג הוא שימור הקשר עם לקוח קיים, ופרטנר מבקשת לבחון בהמשך את מידת היעילות של שיווק שדרוגים באמצעות משווקים עצמאיים.

44. מבחינה מסחרית, "שדרוג" לקוח קיים היא פעולה המחייבת את פרטנר לשאת בעלות ייחודית במסגרת מאמציה התחרותיים. את התקציב המיועד לפעילויות השדרוג מחלקת פרטנר בין המבצעים השונים שהיא מפעילה בערוצים שונים. היכולת להגביל את מספר השדרוגים שתמכור סופר-פארם, משמרת בידי פרטנר את היכולת להחליט כיצד להשתמש באופן המיטבי בתקציב המיועד לשדרוג לקוחות קיימים.

45. האפשרות לשדרוג באמצעות משווק היא פן חדש בתחרות מצדה של פרטנר; היא יוצרת תחום חדש של תחרות תוך-מותגית וודאי שאינה פוגעת בתחרות. במקביל, הגבלת מספר השדרוגים שתמכור סופר-פארם, לא תפגע בתחרות הבין-מותגית או התוך-מותגית. שדרוגים מבוצעים כיום על ידי פרטנר עצמה, והם חלק הכרחי בתחרות העזה הבין-

מותגית בשוק הרט"ן. הקשר החדש עם סופר-פארם יגדיל את ההיצע לצרכנים, ובאותה עת לא יגביל או יפגע בכל דרך במאמציה של פרטנר לפעול בעצמה בתחום זה.

ז. המשך הפעלת מותג פרטי לערוץ סופר-פארם ללא כבילה

46. בפעילותה בתחום הרט"ן, עושה סופר-פארם שימוש במותג "סופר-לינק". תחת מותג זה פעילות 6 חנויות סופר-לינק עצמאיות, המשווקות מוצרי תקשורת מגוונים. גם נקודות המכירה שבתוך חנויות סופר-פארם משתמשות במותג זה בשילוט ובשאר פירסומיהן, וזאת לצד מותגיה של פרטנר. יש לציין שסופר-פארם משתמשת בשם מותג זה גם במכירת מוצרי תקשורת שאינם מתוצרת פרטנר.

47. בפועל, נראה שמותג זה לא צבר "ערך מותג" גבוה, והוא אינו תופס מקום מרכזי בתחרות בשוק הרט"ן.

48. בדרך זוהי להוראות ההסכם הקודם, קובע גם ההסכם החדש את זכותה של סופר-פארם להמשיך בשיווק מוצרי פרטנר תחת מותג פרטי (סעיף 13 להסכם החדש ולהסכם המוקדם).

49. עם זאת, פרטנר אינה מוגבלת עוד בהסכם החדש ביצירת מותגים פרטיים נוספים לשימושם של משווקים. מבחינה זו, הוסרה כבילה שהיתה בהסכם המוקדם, וההסכם אינו מגביל עוד את פרטנר כבעבר (זאת בכפוף להתחייבות מסוג MFN, ור' לעיל בפרק ה' בעניין זה).

ח. תקופת ההסכם ותקופת הפטור

50. ההסכם המוקדם נחתם ביום 11 בפברואר 2001, והחלטת הממונה מיום 26 ביוני 2002 התיירה לצדדים לפעול על פיו למשך שנתיים ימים מיום מתן ההחלטה.

51. ההסכם החדש נחתם ביום 12 בפברואר 2004, והוא מתנה את תוקפו בקבלת פטור מאישור הסדר כובל (סעיף 4 להסכם החדש). הצדדים הסכימו עוד להמשיך ולפעול במידת הצורך על פי ההוראות שקיבלו את אישורו של הממונה כבר בהחלטתו בבקשת הפטור הקודמת, וזאת עד ליום 26 ביוני 2004 – מועד פקיעת הפטור הקיים.


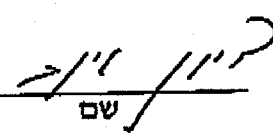
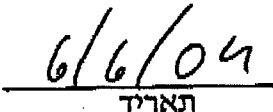
52. תקופתו של ההסכם החדש תחל מיום 1 בינואר 2004 (בכפוף לקבלת הפטור) ותסתיים ביום 31 בדצמבר 2005, עם חידוש אוטומטי לתקופה של שנה נוספת מידי שנה, בכפוף לזכותו של כל אחד מן הצדדים להודיע על אי-חידוש 90 יום מראש. ההסכם החדש קובע לפיכך תקופה ראשונית של שנתיים – פרק זמן קצר יחסית באופק השקעותיהם של הצדדים בפעילות המשותפת. במקביל, ההסכם החדש קיצר את תקופת ההודעה המוקדמת על אי-חידוש ההסכם מ-180 ימים ל-90 ימים בלבד.

53. הצדדים מבקשים כי יינתן להם פטור להסכם החדש לתקופה בת חמש שנים, כך שיכלול שלוש תקופות חידוש. הניסיון שהצטבר עד כה מוכיח שהסכמים מסוג זה, שנחתמו על ידי כל מפעילי הרטיין, לא פגעו בתחרות בין המפעילים ואף לא בתחרות התוך-מותגית. בנסיבות אלה, ניתן להתיר מראש למבקשים לפעול לפי ההסכם לתקופה בת חמש שנים – תקופה שתאפשר רמת וודאות גבוהה יותר לצדדים בניהול עסקיהם.

54. כאמור לעיל, תרחיש אפשרי אחר הוא מקרה בו מועצת המנהלים של פרטנר לא תאשר את ההסכם החדש. הצדדים הסכימו כי במידה וכך יקרה, ימשיכו לפעול לפי ההסכם המוקדם עד ליום 31 בדצמבר 2004, ותו לאו; במועד זה לא תהיה הארכה אוטומטית של ההסכם המוקדם. לפיכך, מתבקשת הארכת תוקף החלטת הפטור הקודמת של הממונה, כך שיוכלו הצדדים במידת הצורך להמשיך ולפעול לפי ההסכם המוקדם עד ליום 31 בדצמבר 2004.

ט. הצהרת המבקשים

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

		
חתימה וחתימת	שם	תאריך
_____	_____	_____
חתימה וחתימת	שם	תאריך

2

53. הצדדים מבקשים כי יינתן להם פטור להסכם החדש לתקופה בת חמש שנים, כך שיכלול שלוש תקופות חידוש. הניסיון שהצטבר עד כה מוכיח שהסכמים מסוג זה, שנחתמו על ידי כל מפעילי הרט"ן, לא פגעו בתחרות בין המפעילים ואף לא בתחרות התוך-מותגית. בנסיבות אלה, ניתן להתיר מראש למבקשים לפעול לפי ההסכם לתקופה בת חמש שנים – תקופה שתאפשר רמת וודאות גבוהה יותר לצדדים בניהול עסקיהם.

54. כאמור לעיל, תרחיש אפשרי אחר הוא מקרה בו מועצת המנהלים של פרטנר לא תאשר את ההסכם החדש. הצדדים הסכימו כי במידה וכך יקרה, ימשיכו לפעול לפי ההסכם המוקדם עד ליום 31 בדצמבר 2004, ותנו לאו; במועד זה לא תהיה הארכה אוטומטית של ההסכם המוקדם. לפיכך, מתבקשת הארכת תוקף החלטת הפטור הקודמת של הממונה, כך שיוכלו הצדדים במידת הצורך להמשיך ולפעול לפי ההסכם המוקדם עד ליום 31 בדצמבר 2004.

ט. הצהרת המבקשים

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

<p>סופר-פארם (ישראל) בע"מ</p> <p>חתימה וחותמת</p> <p>כשם סופר-פארם: ליאור רימלר, מנכ"ל</p> <p>הוא, מנכ"ל, מנכ"ל</p>	<p>סופר-פארם (ישראל) בע"מ</p> <p>שם</p> <p>שם</p>	<p>6/6/04</p> <p>תאריך</p> <p>תאריך</p>
<p>חתימה וחותמת</p>	<p>שם</p>	<p>תאריך</p>