



רשות ההגבלים העסקיים

החלטה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל הסכם בין חברת מ.ח. אלישר הפצה בע"מ לבין תשעת סיטונאיה

1. פתח דבר

ביום 31 באוקטובר 2004 הוגשה בפניי בקשה למתן פטור לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן: "**חוק ההגבלים העסקיים**" או "**החוק**"), להסכם בין חברת מ.ח. אלישר הפצה בע"מ (להלן: "**אלישר**") לבין סיטונאיה, תשעה במספר (להלן: "**הסיטונאים**"). עניינו של ההסכם במינויים של כל אחד מהסיטונאים להיות מפץ בלעדי של אלישר באזור גיאוגרפי תחום.

לאחר שבחנתי את ההסדר ואת הכבילות המצויות בו, כמו גם את השפעתם האפשרית על התחרות בשוק הרלוונטי, ולאחר שנועצתי בועדה לפטורים ולמיזוגים, שוכנעתי כי הכבילות אינן מגבילות את התחרות בחלק ניכר של השוק המושפע מן ההסדר, כי 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 שיפורטו להלן, מצאתי כי ההסדר ראוי לפטור כמבוקש.

2. הצדדים וההסכם

2.1 תאור הצדדים

בישראל פועלות כיום מספר חברות העוסקות בשיווק סיגריות, הן סיגריות המיוצרות בישראל והן כאלה המיובאות מחו"ל.

אלישר היא חברה המייבאת, משווקת ומפיצה בישראל את מותגי פיליפ מוריס. בין מותגים אלה נמנים, לדוגמה, המותגים Marlboro ו-L&M. אלישר, ככלל, מפיצה את מוצריה ברחבי הארץ באמצעות הסיטונאים. עם זאת, קיימים מספר גורמים להם אלישר משווקת בעצמה את מרכולתה, ללא סיוע מתווכים. בין גורמים אלה העומדים בקשרי הפצה ישירים עם אלישר, נמנים, בין השאר- רשתות קמעונאיות, רשתות נוחות (כגון Yellow) ומפעילי שק"מיות בצה"ל ובמשטרה.

בנוסף לאלישר קיימות חברות נוספות העוסקות בייבוא מותגי סיגריות מחו"ל ובשיווקן בארץ: ט.ל.ש. טבק, יבוא שיווק והפצה בע"מ (מותגי B.A.T.); גולברנדס בע"מ (מותגי RJR); י.ד. טבקוס בע"מ (מותגים המיוצרים בגרמניה); ולמיט יבוא ויצוא בע"מ (מותגים מבולגריה).

לבד מחברות אלה, קיימת חברה נוספת - דובק בע"מ (להלן: "דובק"), אשר מייצרת ומשווקת סיגריות מתוצרת מקומית.

2.2 תאור ההסכם והכבילות

תשעת ההסכמים שהביאה אלישר לבחינתה הם הסכמי הפצה, בין אלישר לסיטונאים, שתוקפם עומד על שלוש שנים,¹ ובהם כבילה לפיה ימונה הסיטונאי להיות מפיק בלעדי של אלישר באזור חלוקה מתוחם וקבוע מראש (להלן: "אזור החלוקה"). משמעות הדבר היא, כי הסיטונאי הממונה על ידי אלישר להיות מפיק בלעדי שלה, מתחייב שלא למכור סיגריות שאינן ממותגי היבוא של אלישר, בין באזור החלוקה המסור לבלעדיותו, ובין מחוצה לו.

יצוין, כי הסכמי ההפצה שומרים את זכותה של אלישר למכור ולשווק את מותגי היבוא שלה לרשתות קמעונאיות ולמפעילי מכונות לממכר סיגריות באזור החלוקה שלא באמצעות הסיטונאי.

בנוסף לאמור לעיל, קיימת בהסכמי ההפצה כבילה נוספת; הסיטונאי מתחייב כי בכל מקרה של סיום הסכם ההפצה, לא יעסוק בייצור, שיווק, יבוא, הפצה או מכירה של סיגריות באזור החלוקה, וזאת למשך תקופה של שנה מיום סיום ההסכם.

2.3 ההסדר - הסדר כובל

הסכמים מן הסוג המתואר לעיל, מהווים הסדרים כובלים, על פי הגדרתם בסעיף 2(ב)(3) לחוק. שהרי, הסדר שעניינו בהקניית בלעדיות למפיק באזור חלוקה, משמעו כי נאסר על אדם אחר לעסוק בהפצה באזור זה. בדומה, הסדר לפיו מתחייב מפיק כי יימנע מהפצת מוצרי המתחרה, הוא הסדר אשר מגביל את שיקול דעתו של המפיק בבחירת האנשים או התחומים עימם או בהם יעסוק. הסדרים מסוג משמעם חלוקת שוק, כפי שמורה הסעיף האמור.

כמו כן, הסכמים אלה מהווים אף הסדרים כובלים לפי סעיף 2(ב)(4) לחוק, באשר יש בהם כדי להגביל את "כמות הנכסים או השירותים שבעסק, איכותם או סוגם".

2.4 השפעת ההסדר על התחרות

בחינת ההסדרים על פי העקרונות הקבועים בסעיף 14 לחוק, מעלה כי ראויים ההסדרים למתן פטור. הסכמי ההפצה האמורים, שעיקרם כאמור באזורי חלוקה הנתונים לבלעדיותם של סיטונאים הממונים על ידי אלישר, אין בהם כדי לפגוע בתחרות בין מותגי אלישר, לבין אלה של מתחריה (Interbrand competition). במובן זה, אין כל חשש כי תיפגע התחרות בין החברות השונות שעוסקות בשיווק סיגריות, בייבוא שלהן או בייצורן בתוצרת מקומית, ולא נצפית כל פגיעה במגוון המוצע לציבור בישראל או במחיר. כבר צוין בעבר כי הסוגיה המרכזית הנבחנת במקרה

¹ למעט הסכם הפצה אחד, עם הסיטונאי י.מ. סיגריות ומוצרי טבק (1992) בע"מ, שעומד על שלושה חודשים בלבד.

כגון זה היא מידת השפעתו של ההסדר על גישתם של מתחרים, בפועל או בכוח, לזירת התחרות.² בעניינו, השפעה כזו- אין.

תחת זאת, השפעתם של ההסדרים צפויה להתבטא במישור התחרות בין סיטונאים השונים של אלישר (Intrabrand competition). שהרי, אלמלא החלוקה הגיאוגרפית יכלו לכאורה הסיטונאים להתחרות זה בזה על מכירת המוצרים לקמעונאים או לצרכנים הסופיים. הסכמי ההפצה מבטלים את קיומה של תחרות זו. עם זאת, המוטיבציה הכלכלית לקיומם של הסכמי הפצה מסוג זה, מוכרת ולרוב אף בת הגנה; ספק אשר ממנה מפיצים לאזורי חלוקה בלעדיים, נותן בידיהם תמריץ לשפר את מכירתם באזור החלוקה המסור לבלעדיות, ובנוסף אף חוסך בהוצאה הכרוכה בניהולם של מספר ערוצי הפצה במקביל. המפיץ, מצדו, נושא את פירותיה הכלכליים של הבלעדיות ועתיד לשפר את רווחיותו. זהו למעשה הטעם לכך שהסדרים מסוג זה, שעניינם בבלעדיות **הדדית** בין ספק למפיץ, פטורים בחוק, בסעיף 3(6) לו.

ההסדר שבפניי, אינו בא בגדרי הפטור האמור, לאור נתיב ההפצה הישירה העומד לרשות אלישר, ולפיכך אין מדובר בבלעדיות הדדית הפטורה בסעיף. עם זאת, הסדר זה ראוי אף הוא למתן פטור על פי אותו העיקרון העומד בבסיס הפטור שבחוק, אשר הוסבר לעיל.

לבסוף, לאחר שבחנתי את הכבילה בהסדר הנוגעת לאזורי החלוקה הבלעדיים, עליי לבחון את הכבילה שעניינה בהתחייבותו של הסיטונאי להימנע מעיסוק בהפצה ובשיווק של סיגריות במשך שנה לאחר תום ההסכם. כבילה זו, אשר תחומה בזמן, ומקורה בצורך המובן של אלישר למנוע מהעובדים בשירותיה את העברת הידע שצברו לשורות ההפצה של המתחרה מיד עם תום ההסכם, אף היא אינה מקימה חשש ממשי לתחרות ונראה כי היא נלוות להסכם העיקרי.

3. סוף דבר

לאחר שנועצתי בועדה לפטורים ולמיזוגים, באתי לכלל מסקנה כי עליי להשתמש בסמכות הנתונה לי בסעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים ולהעניק את הפטור המבוקש.

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.

דרור שטרום

הממונה על הגבלים עסקיים

ירושלים, י"ג שבט תשס"ה

23 ינואר 2005

² החלטה בעניין מתן פטור מאישור הסדר כובל- **חברת דובק בע"מ- הקמת מערך הפצה חדש**; 1995, **הגבלים עסקיים** 3001367 וכן הארכתו של פטור זה בהחלטה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל **חברת דובק בע"מ- מפיצי סיגריות**; 2000, **הגבלים עסקיים** 3009686.