



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 שמונה סיטונאים

1. פתח דבר

ביום 10 בספטמבר 2007 הונחה על שולחני 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, שמונה במספר, כמצוין ברשימה שבנספח א' להחלטתי זו (להלן: "הסיטונאים"). עניינו של ההסכם במינויים של כל אחד מהסיטונאים להיות מפיץ בלעדי של אלישר באזור גיאוגרפי תחום. למעשה עניינו בחידוש הסכמים, שקיבלו בעבר פטור לפי סעיף 14 לחוק. כעת, עם תום ההסכמים ופקיעת תוקף הפטור, מבקשים הצדדים לחדש את ההסכמים ואת הפטור שניתן להם.

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.

אציין, כי הפטור אינו ניתן, לעת עתה, להסכם בין אלישר לבין אל-רון אילת הפצה בע"מ, הסיטונאי שהפיץ עד כה את מוצרי אלישר באילת, מטעמים שיפורטו להלן.

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, שהיא בעלת נתח שוק נכבד במכירת סיגריות בישראל, מפיצה, ככלל, 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 מכוניות לממכר סיגריות.

בנוסף לאלישר, קיימות חברות נוספות העוסקות בייבוא מותגי סיגריות מחו"ל ובשיווקן בארץ, כגון ט.ל.ש. טבק, יבוא שיווק והפצה בע"מ (מותגי B.A.T.), גלברנדס בע"מ (מותגי RJR), י.ד.

טבקוס בע"מ (מותגים המיוצרים בגרמניה) **ולמיט יבוא ויצוא בע"מ** (מותגים מבולגריה). לבד מחברות אלה, קיימת חברת **דובק בע"מ** (להלן: "**דובק**"), המייצרת ומשווקת סיגריות מתוצרת מקומית.

2.2 תאור ההסכם והכבילות

ההסכמים שהביאה אליהם לבחינתם הם הסכמי הפצה בין אליהם לסיטונאים, שתוקפם עומד על שלוש שנים, ובהם כבילה לפיה ימונה הסיטונאי להיות מפיץ בלעדי של אליהם באזור חלוקה מתוחם וקבוע מראש (להלן: "**אזור החלוקה**"). הסיטונאי, מצדו, מתחייב שלא למכור סיגריות שאינן ממותגי היבוא של אליהם, בין באזור החלוקה המסור לבלעדיותו, ובין מחוצה לו.

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

בנוסף לאמור לעיל, קיימת בהסכמי הפצה כבילה נוספת; הסיטונאי מתחייב כי בכל מקרה של סיום הסכם הפצה, לא יעסוק בייצור, שיווק, יבוא, הפצה או מכירה של סיגריות באזור החלוקה, ולא ינצל את הקשרים העסקיים והמסחריים שיצר, וזאת למשך תקופה של שנים עשר חודשים 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 למפיץ באזור חלוקה, משמעו כי נאסר על אדם אחר לעסוק בהפצה באזור זה. בדומה, הסדר לפיו מתחייב מפיץ כי יימנע מהפצת מוצרי המתחרה, הוא הסדר אשר מגביל את שיקול דעתו של המפיץ בבחירת האנשים או התחומים עימם או בהם יעסוק. הסדרים מסוג זה משמעים חלוקת שוק, כפי שמורה הסעיף האמור.

כמו כן, הסכמים אלה מהוות 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 ההסדרים ראויים למתן פטור. הסכמי הפצה האמורים, שעיקרם כאמור באזורי חלוקה הנתונים לבלעדיותם של סיטונאים הממונים על ידי אליהם, אין בהם כדי לפגוע בתחרות בין מותגי אליהם, 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 כגון זה היא מידת השפעתו של ההסדר על גישתם של מתחרים, בפועל או בכוח, לזירת התחרות.¹ בעניינו, השפעה כזו- אין.

¹ 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.

תחת זאת, השפעתם של ההסדרים צפויה להתבטא במישור התחרות בין סיטונאיה 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 סוגיות במשך שנה לאחר תום ההסכם. כבילה זו תחומה בזמן, ומקורה בצורך המובן של אלישר למנוע מהעובדים בשירותה להעביר את הידע שצברו לידי המתחרה מיד עם תום ההסכם. גם כבילה זו אינה מקימה חשש ממשי לתחרות, ונראה כי היא נלווית להסכם העיקרי.

אשר להסכם עם הסיטונאי אל-רון אילת הפצה בע"מ, התברר כי לבעלי אל-רון אילת הפצה בע"מ החזקות בחברת הפצה מתחרה באילת. בעניין זה לא ראיתי לנכון, לעת הזו, לפטור את ההסכם לפי סעיף 14 לחוק ששיכנעו אותי הצדדים כי ההסדר אינו מקים חשש להגבלת התחרות.

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 להסכמים עם שמונת הסיטונאים המנויים בנספח א' להחלטתי זו.

בהתאם לסעיף 15(א) לחוק ההגבלים העסקיים נתונה החלטתי זו לערר בפניי אב בית הדין להגבלים עסקיים על ידי איגוד עסקי, ארגון צרכנים או כל אדם העלול להיפגע מההסדר הכובל עליו ניתן הפטור.

רונית קן

הממונה על הגבלים עסקיים

ירושלים, ג' בטבת, תשס"ח

12 בדצמבר 2007

נספח א' – רשימת סיטונאים

1. י.מ. סיגריות ומוצרי טבק (1992) בע"מ
2. בן גיגי רחמים נכסים בע"מ
3. שיווק סיטונאי מודי בע"מ
4. סיגר אייס בע"מ
5. ש.ח. שיווק סיגריות וטבק בע"מ
6. אליעד מעלות שיווק והפצה בע"מ
7. עביר (1999) ממתקים ומזון בע"מ
8. Anabtawi General Trading and Transporting Co. Ltd