



רשות ההגבלים העסקיים

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

בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל

להסכם בין חברת מ.ח. אלישר הפצה בע"מ לבין אל-רון אילת הפצה בע"מ

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, תשעה במספר (להלן: "**הסיטונאים**"). עניינו של ההסכם במינויים של כל אחד מהסיטונאים להיות מפיץ בלעדי של אלישר באזור גיאוגרפי תחום. ביום 12 בדצמבר 2007 ניתן פטור כמבוקש להסכמים בין אלישר לבין שמונה מתוך הסיטונאים. באותה החלטה צוין, כי הפטור אינו ניתן להסכם בין אלישר לבין הסיטונאי אל-רון אילת הפצה בע"מ (להלן: "**אל-רון**"), בשל הצורך בבירור עובדתי נוסף. עתה, משבירור זה הסתיים, ניתן לתת את הפטור המבוקש.

לאחר שבחנתי את ההסדר בין אלישר לבין אל-רון, ואת הכבילות המצויות בו, כמו גם את השפעתם האפשרית על התחרות בשוק הרלוונטי, ולאחר שנועצתי בוועדה 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, 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 ואלונית) ומפעילי מכונות 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.

אל-רון מפיצה את מוצרי אלישר באיזור אילת. בין החברות התקיים הסכם הפצה בלעדית קודם, אשר ניתן לו פטור ביום 23 בינואר 2005. עם זאת, בעת בחינת הפטור הנוכחי, התברר כי לבעלי אל-רון, מר חיים סלטי, ולאחותו גב' גניה סלטי החזקות בשתי חברות נוספות המפיצות מוצרי טבק באילת: סלטי יכני שיווק (1997) בע"מ (להלן: "סלטי שיווק") וסלטי יכני סוכנויות בע"מ (להלן: "סלטי סוכנויות"). לאור זאת, ראיתי לנכון שלא לתת את הפטור בטרם יתברר מבנה ההחזקות בעיר אילת עד תומו.

לאחר בירור, הובהר לי כי חיים סלטי הוא בעל מניות עיקרי בחברת סלטי שיווק בע"מ, שגם לאחותו גניה סלטי החזקות בה, ואילו בסלטי סוכנויות הוא בעל החזקה זניחה. סלטי שיווק עוסקת במוצרים שאינם מתחרים ישירות במוצרי אלישר, כגון סיגרים, סיגרלות, טבק ומותגי יוקרה בתחום הסיגריות (כגון "דווידוף"). סלטי סוכנויות היא חברה בבעלות מידברית המפרץ בע"מ, שבעליה, יוחנן זהבי, גם מנהל את סלטי סוכנויות. סלטי סוכנויות מפיצה את סיגריות דובק, אך שם, כאמור, מחזיק חיים סלטי החזקות מיעוט זניחה, שמקורה במבנה היסטורי, בו הפיץ אביו של חיים את כל הסיגריות בעיר אילת. כיום החברות מנוהלות כל אחת בנפרד.

לאור הבהרות אלה, מצאתי לנכון להעניק את הפטור המבוקש להסכם בין אלישר לבין אל-רון, מן הטעמים שיפורטו להלן, שהם אותם טעמים למתן הפטור המבוקש להסכמים עם יתרת הסיטונאים.

2.2. ההסכם והכבילות

ההסכמים שהביאה אלישר לבחינתי הם הסכמי הפצה בין אלישר לסיטונאים, שתוקפם עומד על שלוש שנים, ובהם כבילה לפיה ימונה הסיטונאי להיות מפיץ בלעדי של אלישר באזור חלוקה מתוחם וקבוע מראש (להלן: "אזור החלוקה"). הסיטונאי, מצדו, 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, 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, הסדרים 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

בחנית ההסכם בין אלישר לבין אל-רון על פי העקרונות הקבועים בסעיף 14 לחוק העלטה, כי ההסכם ראוי למתן פטור. הסכמי ההפצה של אלישר עם סיטונאיה, 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). לאור ההבהרות בדבר מבנה הבעלויות בסוכנויות ההפצה של סיגריות באילת, הדבר נכון גם ביחס להסכם בין אלישר לבין אל-רון.

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.

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.

ההסכם שבפניי אינו בא בגדרי הפטור האמור, לאור נתיב ההפצה הישירה העומד לרשות אלישר, ולפיכך אין מדובר בבלעדיות הדדית הפטורה בסעיף. עם זאת, הסכם 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 בהתחייבותה של אל-רון להימנע מעיסוק בהפצה ובשיווק של סיגריות במשך שנה לאחר תום ההסכם. כבילה זו תחומה בזמן, ומקורה בצורך המובן של אלישר למנוע

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.

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.

3. סוף דבר

לאחר שנועצתי בועדה לפטורים ולמיזוגים, ראיתי לנכון להשתמש בסמכות הנתונה לי בסעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים ולהעניק את הפטור המבוקש להסכם בין אלישר לבין אל-רון. בהתאם לסעיף 15(א) לחוק ההגבלים העסקיים נתונה החלטתי זו לערר בתוך 45 יום בפני 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, כ"ד בטבת, תשס"ח

2 בינואר 2008