

החלטה בעניין הבקשה להכריז על חברת מנשה ח. אלישר בע"מ בעל בעלת מונופולין

I. הקדמה

בראשית חודש מרץ השנה פנתה חברת דובק בע"מ (להלן: "דובק") אל הממונה על ההגבלים העסקיים (להלן: "הממונה") בבקשה לפיה תוכרז חברת מנשה ח. אלישר בע"מ (להלן: "אלישר") כעל בעלת מונופולין בשיווק סיגריות תוצרת חוץ.

בקשה זו מהווה רכיב במאגר של הליכים הסבים סביב אורחות פעילות של ענף הסיגריות בישראל. בהקשר זה אף יזמנו בחודש אוגוסט 1993 בקשה לבית הדין להגבלים עסקיים, למתן צו להסדרת פעולות בעלת המונופולין דובק. הדיון בטיעוני הצדדים בנוגע לבקשה זו הסתיים לאחרונה, ועתה בשל התיק להכרעת בית הדין לגופה.

ענף הסיגריות בישראל נתון, הלכה למעשה, בהגמוניה כמעט מלאה של שני גורמים בעלי השפעה: האחד, דובק השולטת על נתח שוק של כשני שלישי מכלל הספקת הסיגריות, והיא היצרן הישראלי היחיד; השני, אלישר השולטת על כשליש מכלל הספקת הסיגריות, והיא בבחינת היבואן המייבא את הרוב המוחלט של הסיגריות המיובאות.

מצוות סעיף 26 (א) לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח - 1988 (להלן: "חוק ההגבלים") הינה כי הממונה יכריז על קיומו של מונופולין אם היתה בידי אדם אחד, בעל המונופולין, ריכוז של יותר ממחצית כלל אספקת הנכסים.

בבקשתה האמורה, מיום 3.3.94 מציינת דובק כי "אלישר מהווה מונופול בשוק הסיגריות המיובאות, שהינו שוק נפרד". אכן, קיומו של מונופולין בידי אלישר, בנסיבות העניין אינו אלא פועל יוצא של הגדרת השוק הרלבנטי: אם מהוות הסיגריות המיובאות שוק נפרד ועצמאי, כי אז ברור שאלישר שולטת על למעלה ממחצית שוק זה; אם לעומת זאת השוק הרלבנטי הוא שוק הסיגריות בכללו, המכיל בקרבו גם את קבוצת הסיגריות המיובאות, כי אז אין שליטת אלישר מגיע כדי למעלה ממחצית שוק זה.

הגעתי לכלל מסקנה כי אין במסד העובדתי העומד לרשותי כדי לבסס הגדרת שוק רלבנטי בדמות סיגריות מיובאות, כשוק נפרד משוק הסיגריות בכללו. ממילא, בשלב זה, איני רשאי להיענות לבקשת דובק, ולהכריז על אלישר כעל בעל מונופולין בשוק הסיגריות המיובאות.

אפרט טעמי:

II. הסביבה העסקית

1. ענף הסיגריות בכללו נתון כיום, להגמוניה של אלה השניים: האחד, דובק, שהיא היצרן המקומי היחיד, לאחר שבמרוצת השנים היא רכשה את כל מפעלי הסיגריות המקומיים. לפני כשנה קיבלה דובק את הזיכיון להפצת מותגי R.J.R. או Reynolds Tobacco, ובכך הפכה אף היא ליבואנית סיגריות. נתח השוק של תוצרת דובק מגיע כדי 70% מהשוק כולו. השני, אלישר, שהינה היבואנית של מוצרי חברות פיליפ מוריס, ובראון אנד ויליאמסון, שהן מן הגדולות בעולם, המייצרות את שמות המותג המובילים מרלברו, קנט, ו- פרלמנט. אלישר שולטת על פלח שוק של למעלה מ- 25% מהשוק כולו, והחלק הארי של הסיגריות המיובאות.

לצד שני אלו, פועלים בענף עוד שני יבואנים קטנים: האחד, החברה ליבוא ויצוא מוצרי ואביזרי טבק בע"מ, שנתח השוק שלה מוערך בכ- 2% מהשוק; השני האחים סקאל בע"מ, שפלח השוק שלה מוערך בכ- 1%. לאחרונה, יובאו סיגריות נוספות, בהיקפים מבוטלים.

2. המיסוי על סיגריות הוא כבד, ולמדיניות המיסוי השפעה מכרעת על הנעשה בענף. מס קנייה מוטל פורמלית בשיעור זהה הן על סיגריות מייצור מקומי והן על סיגריות מיובאות. שיעור המס הוא 240% אך לא יותר מ- 115% בתוספת מס קצוב של 60.00 ש"ח לכל 1,000 סיגריות (כלומר 1.20 ש"ח לכל חפיסה).

ראה: מנהל הכנסות המדינה, דו"ח שנתי 1993 (מס' 43) עמ' 201 - 212 (דצמבר 1993).

3. עד שנת 1988 שיטת המיסוי הפלטה לטובה את תוצרת דובק והגנה עליה מפני יבוא מתחרה. בנסיבות אלה שלטה דובק בכ- 95% משוק הסיגריות בכלל, כאשר יחס המחירים היה כזה שמחיר התוצרת המיובאת עמד על שילוש מחיר תוצרת דובק.

4. בפברואר 1988 חל שינוי במדיניות מיסוי הסיגריות. במשרד האוצר הגיעו אז למסקנה כי יש להחליש את כוחו של מונופול הסיגריות המקומי דובק, ולאפשר יתר תחרות בשוק זה. הוחלט על כן לקבוע שיטת מיסוי שתביא לחלוקת שוק הסיגריות ל- 75% ייצור מקומי ו- 25% ייבוא. הדבר בוצע על ידי שינוי שיטת המיסוי והחלפתה ב"אך לא יותר". שיטת המיסוי מבחינה בין נטל המס על סיגריות זולות (בעיקר דובק, ומקצת מהמיובאות) לבין נטל המס על סיגריות יקרות (מותגי היבוא המובילים, קנט, מרלברו, פרלמנט, קמל ועוד). יוצא איפה כי סך נטל המסים על סיגריות מייבוא, שהן בדרך כלל היקרות יותר, גבוה מהמס על סיגריות מקומיות.

5. בעקבות שינוי נוסחת המיסוי הצטמצם מאד פער המחירים בין הסיגריות מתוצרת דובק לבין הסיגריות המיובאות המובילות. כיום מחיר סיגריות היבוא גבוה בכשני שליש ממחיר הסיגריות מתוצרת מקומית. צמצום פער המחירים הביא באחת להסטת הביקוש לסיגריות מאלה של דובק אל אלה המיובאות, שמחירן היחסי הוזל עד מאד. כבר בשנת 1988 ירד נתח השוק של דובק לכדי 77%. אשתקד, עמד חלקה של דובק בשוק הסיגריות בכלל על כ- 68%. פער המחירים נשמר בעינו, תוך ביצוע תיקונים שוטפים, על מנת לקרב את חלוקת הענף ל"הצהרת החלוקה".

6. כמו כן נתונים שני הספקים הדומיננטיים, דובק ו- אלישר לפקוח מחירים מכוח חוק יציבות מחירים (הוראת שעה), התשמ"ו-1985. מטרת הפיקוח על המחירים היא למנוע ניצול לרעה של שני הספקים השולטים בענף בצורת העלאת מחירים. הספקים הקטנים אינם נתונים לפקוח מחירים, והם רשאים לנקוב מחיריהם בהתאם למיטב שיקול דעתם העסקי.

III. הענף הרלבנטי

א. עקרונות מנחים

7. סעיף 26 לחוק ההגבלים, בדומה לסעיף 21 המתייחס לשאלת איכות התחרות בענף בעקבות מיזוג חברות, מחייב בבחינת צעד ראשון להידרש לתיחומן של ענף המסחר שהוא זירת התחרות. מלאכת ההגדרה מותווית ומודרכת על ידי מטרת המדידה, שהיא איתור אותה קבוצת מוצרים או שירותים שביחס אליה ניתן להפעיל כוח שוק.

וראה, לעניין מיזוגים, אך הדברים יפים גם לעניינו :

U.S. Department of Justice and Federal Trade Commission, Horizontal Merger Guidelines April 2, 1992 par. 1.0.

(להלן "Horizontal Guidelines").

8. אותה מטרה מחייבת גישה פרגמטית וגמישה, כדי לאפשר בחינת כוח שוק בכל סביבה עסקית על פי נסיבותיה המיוחדות, פעם תוך הרחבת הגדרת הענף ופעם תוך צמצומה.

וראה בנדון :

Sullivan, Antitrust p. 60

"A somewhat pragmatic approach is moreover, essential. The goal is to assess power. At times it will seem sensible to expand the market, to conceptualize more widely than the product cluster achieved by a particular firm's business. At others desegregation will be indicated - a breaking down of a particular firm's business and the assignment of it to different markets".

וראה גם :

Brown Shoe Co. V. U.S. 372 U.S. 294

9. אין מבחן מתמטי בדוק לתיחום גבולותיו של ענף, אלא, עסקינן, במושג עמום שלא ניתן לפענחו בעזרת הלשון בלבד והמגלם בו "בעיה של גבולות שאינה ניתנת לפתרון לשוני" (וראה ברק, פרשנות במשפט כרך ראשון בעמ' 241).
אין עניינינו במושג דיכוטומי שניתן להגדירו בדרך של כן או לא אלא בעולם פרי דרגה וכמות, גרעין ומעטפת.

וראה בנדון :

Bellamy and Child, Common Market Law of Competition 3rd ed p. 392:

"There is no precise test ... It is essentially a matter of fact and degree..."
וראה :

Areeda, Antitrust Analysis 4th ed. P. 572, 575

ובעמ' 575: "Proper market boundaries will seldom be clear"

אכן, אין מנוס אם כן מבדיקה מדוקדקת של כל מקרה לגופו.

וראה: 351 U.S. 377, 395 U.S. V. E.I. du pont de Nemours and Co.

ב. מבחן היסוד וכלי עזר ליישום

10. הגדרת השוק הרלבנטי הוא מהלך ראשוני חיוני לאכיפת דיני ההגבלים העסקיים. תיחומם של השווקים הרלבנטיים אינו אלא זיהויים של המוצרים המהווים תחליף אחד לשני, דהיינו אותם מוצרים המתחרים אחד בשני. זיהוי השווקים הרלבנטיים מאפשרת זיהוי הפירמות המתחרות על אספקת מוצרים אלה. התיאוריה שתיחום השוק הרלבנטי מהווה מסגרת עבודה חשובה ליישום דיני ההגבלים העסקיים.

11. בעולם המעשה, לעתים קרובות, לא יהיו המשאבים, הזמן והמידע כדי ליישם את הדברים הלכה למעשה, אך עדיין מודל החשיבה הוא מאבני היסוד של אכיפת דיני התחרות.

12. השוק הרלבנטי שעון על שני יסודות: שוק המוצר והשוק הגיאוגרפי. השוק הרלוונטי מוגדר על ידי הצרכן, או הקונה, בהתאם להעדפותיו ומעשיו. באופן כוללני, ניתן לומר שאם קונים מחשיבים שני מוצרים כתחליפים קרובים במובן שהאחד יחליף בקלות את השני, הרי ששני מוצרים אלה ייחשבו כחלק משוק אחד.

13. מבחן היסוד להגדרת ענף הוא הקבוצה הכי מצומצמת של מוצרים או שירותים שניתן לראותם כתחליפים. מבחן יסוד זה זוכה לשימוש הן בשוק המשותף, הן בארצות הברית וקנדה ובמידת מה גם באנגליה.

וראה בנדון :

במה שנוגע לשוק האירופי - Bael, Competition Law of the E.E.C., p. 49-50
במה שנוגע לארה"ב - Kintner, Federal Antitrust Law vol. 2, p. 326
ובמה שנוגע לאנגליה - Bredgade, Merger Control in the E.E.C. p. 205

14. כמובן, מטבע הדברים, כמעט לכל מוצר ולכל שירות יש תחליפים. אך השוק הרלבנטי להגדרתו אינו משתרע על אותו מרחב אינסופי, אלא עניינו בתחום מוגדר שבו מידת התחליפיות משמעותית ושירה.

וראה בנדון:

Times Picayune Publishing Co. V. U.S. 345 U.S. 594 (1953) P. 612:

“For every product substitutes exist. But a relevant market cannot meaningfully encompass that infinite range”.

15. הנחיות המיזוגים בארצות הברית וקנדה פיתחו הגדרת שוק המרחיבה ומבהירה את מבחן היסוד של התחליפיות. לפיהן שוק רלבנטי מוגדר כקבוצת המוצרים או השירותים המצומצמת ביותר לגביה מסוגל מונופוליסט היפותטי בעל השפעה מכרעת בשוק לגרום להעלאת מחיר משמעותית של קבע ולהרוויח מימנה מבלי שלקוחות יפנו למוצרים תחליפיים ומבלי שמוכרים חלופיים יתחילו לייצר את אותו מוצר.

16. ככלל, הנחיות אלה רואות בהעלאה של 5% משום העלאת מחיר משמעותית ובשנה כתקופה המצביעה על קבע.

וראה בנדון:

Horizontal Guidelines,
Merger Enforcement Guidelines Under Canada's Competition Act, April 17,
1991 Antitrust and Trade Regulation Report vol. 60 No. 1513.
(להלן: "Canadian Guidelines").

צא ולמד שהתחליפיות נבחנת שם בעיקר מצד הביקוש, תוך בחינה גם של צד ההיצע.

וראה בנדון: Whish, Competition Law 2nd ed. P. 281

כדי לאמוד את התחליפיות הלכה למעשה נהוג להשתמש בכלי עזר שונים שבהצטרבותם משליכים על מידת התחליפיות. מצד הביקוש חשובים סממנים שונים כששאלת המפתח היא מנקודת ראותם של הרוכשים האם מוצרים או שירותים אלה או אחרים תחליפיים. ואלה הסממנים:

תחליפיות הביקוש

17. גמישות הביקוש הצולבת של מוצר או שירות - בדיקה זו מחייבת בדיקת ההתנהגות הצפויה של צרכנים בתנאים של העלאת מחיר משמעותית שאיננה ארעית, על ידי אותו מונופוליסט אליו מתייחסות הנחיות המיזוגים בארצות הברית וקנדה. אם יש להניח שהצרכנים יפנו לשימוש במוצר אחר, המסקנה המתבקשת היא שאותו מוצר הוא, בדרך כלל, תחליפי, ובתור שכזה חלק מהשוק הרלבנטי. כלומר גמישות הביקוש הצולבת גבוהה. אם לעומת זה, אותם צרכנים לא יפנו לרכוש מוצר או שירות אחר, משמעו של דבר שלכאורה השוק מצומצם לאותם מוצרים שמחירם הועלה. כלומר גמישות הביקוש הצולבת היא נמוכה. ככל שגמישות זו גבוהה יותר, כן יש להרחיב את הגדרת השוק. ככל שגמישות זו נמוכה יותר, יש להצר בהגדרת השוק.

ופסקי דין בהם נעשה שימוש בכלי עזר זה ראה :

Brown shoe, ibid

United Brands V. Commission Case 27/26, [1978] 1 CMLR 429.

18. לענייננו, כאמור, הניסיון הוכיח כי הורדת מחירן של הסיגריות המיובאות בעקבות הפחתת נטל המסים, הפך אותן למתחרות ישירות. כך, משהוזל מחירן היחסי של הסיגריות המיובאות הגדיל ציבור המעשנים את כמות הסיגריות המיובאות שהוא רוכש על חשבון רכישת סיגריות דובק. בדומה הדעת נותנת, כי אילו הוכבד נטל המס על סיגריות מיובאות, היה קטן חלקן היחסי בענף, ובהתאמה גדל חלקן של סיגריות דובק. בבסיס הנחה זו מצויה בקשתה החוזרת ונשנית של דובק לשינוי נוסחת המס והשבתה כקדם. תחליפיות זו אף עומדת בשורש שיטת המיסוי המשמשת בידי הרשויות כאמצעי למימוש "החלטת החלוקה" בין נתח השוק של תוצרת דובק לבין נתח הסיגריות המיובאות, תוך תיקון שוטף של מרכיבי המיסוי בהתאם לנתחי השוק בפועל.

19. מחיר - בבחינת התחליפיות מהווה המחיר מימד חשוב, שכן מוצר היקר משמעותית מעמיתו עשוי שלא לשמש תחליף קרוב לו.

Whish, ibid p. 282

וראה בנדון :

Canadian Guidelines IDIB par. 3.2.2.3.

וראה גם :

20. אכן, אפשר ובעבר בטרם שונתה נוסחת המיסוי, עת פער המחירים שבין סיגריות דובק לסיגריות המיובאות עמד ביחס של 3:1, ניתן היה להגדיר שוק נפרד של הסיגריות המיובאות. כיום, כאשר פער המחירים הצטמצם עד מאד, כהה עד מאד יסור פער המחירים כיסוד המבדיל בין הסגריה המיובאת לסגריה המקומית.

21. יתרה מזו, כיום, בעקבות הגידול בהיקפי היבוא וגיוונו, היטשטשו משבצותיו השונות של הענף, באופן שיש מן הסיגריות המיובאות שמחירן דומה לסיגריות דובק, ולעתים אף זולות מהן. האחרונות, בוודאי שמהוות הן חלק אינטגרלי מכל תת קבוצת מוצרים שסיגריות דובק נימנות עליהם, ואף בכך יש כדי להדגים את העדר היכולת לתחום "שוק רלבנטי" בהתאם למקור הייצור של הסיגריה : ישראל או מדינות הים.

22. קשר גומלין בין מחירי מוצרים - כשקיים קשר גומלין בין המחירים של מוצרים שונים - ולמשל שמחיר מוצר X יורד כתגובה לירידת מחירו של מוצר Y עשוי הדבר ללמד על כך ששני המוצרים הנם חלק משוק אחד.

וראה :

Canadian Guidelines, ibid, par 3.2.2.6

23. לענייננו, קיים קשר גומלין מובהק והדוק בין מחיר הסיגריות מתוצרת דובק בילן מחיר התוצרת המיובאת לסוגיה. קשר זה יילמד משינוי נתחי השוק בעקבות שינוי נוסחת המיסוי.

וראה גם, מכון המחקר דחף, שינויים צפויים בחלק השוק של סיגריות יבוא נוכח שינויים אפשריים במחירים (ממצאי מחקר עבור דובק, פברואר 1993).

24. הנתונים הפיזיים - אובייקטיביים - נוהגים לשקול את הנתונים הפיזיים - אובייקטיביים של מוצרים כדי לעמוד על מידת התחליפיות שבהם, וזאת מתוך הנחה שככל שמוצרים דומים יותר, כך יש סיכוי שיכלו לשמש תחליף זה לזה.

וראה:

Whish, ibid, p. 282

אולם יש לבחון סממן זה עם מבחן הפונקציה שכן יש ששני מוצרים דומים אינם יכולים לשמש אותה פונקציה ולהפך, יש שמוצרים שונים משמשים לאותה מטרה.

וראה:

Areeda, ibid p. 575

פונקציה דומה למוצרים יוצרת קרקע פורייה לתחליפיות ביניהם.

וראה בנדון:

Whish ibid.

Bellamy and Child ibid p. 392

Canadian Guidelines ibid par 3.2.2.3.

Kintner ibid. pp. 330-331

25. לענייננו, ברי כי פונקציונאלית כמו גם מבחינת מראה המוצר והרכבו הבסיסי, הסיגריות המיובאות דומות מאד לסיגריות המקומיות. אלה כאלה, מכילות מקלוני עישון עשויים טבק מגולגל בנייר והמצוידים בפילטר בקציהן האחד. אמת, לכל מותג סיגריות מוניטין ודימוי משל עצמן, וקשה להפריז בחשיבותו של שם המותג בתעשיית הטבק. יחד עם זאת, לא ניתן לראות בכל מותג סיגריות, או קבוצת מותגים, בבחינת תת - ענף עצמאי מספיק כדי להוות ענף לעצמו.

26. מבנה הביקוש וההיצע - הנסיבות שבהן מתנהלים המכירה והרכש של המוצר או השירות משליכות על הגדרת השוק. הכוונה לזהות המוכרים הרוכשים, המשתמשים והמשווקים ומערכת היחסים שביניהם. על כן כדי להגדיר שוק רלבנטי, יש להתחקות אחר תנאי התחרות ולבדוק אם הם שווים לכל נפש שמא שונים יחסית לכל מוצר.

וראה בנדון:

Bellamy and Child ibid pp. 394-5

Whish, ibid pp. 283-4

Sullivan, ibid p. 52

בנדון חשוב לבדוק אם אין עסקינן בקטגוריות שונות של רוכשים שהם חלק מסביבה תחרותית שונה.

וראה:

Bael, ibid p. 51

Sullivan ibid pp. 61-62, 64

באותה מידה חשובה הבדיקה אם אין בנמצא קטגוריות של ספקים המתמחים במוצר או בשירות.

וראה :

Brown Shoe ibid p. 395

27. כידוע, הפצת הסיגריות כולן נעשית בישראל, לפחות לפי שעה, על ידי מערך הפצה משותף לכל מותגי הסיגריות הנמכרות בישראל. המכירות הקמעונאיות מתבצעות על ידי כ- 16,000 נקודות מכירה הפזורות ברחבי הארץ, כאשר רובן מוכרות סיגריות יבוא ומקומיות כאחת. אכן, מבחינת היבט זה אין להבדיל בין התחומים.

28. הפרספקטיבות בקרב הנפשות הפועלות - סממן נוסף וחשוב לתייח על קנקנו של ענף הינו נקודת הראות של הנפשות הפועלות, הנושאות והנותנות במוצר שבמחלוקת.

וראה בנדון :

Sullivan, ibid, p. 58

“In some cases the best perspective may be obtained by looking at another reasonably sensitive gauge of what is going on in the marketplace - the perceptions of those who trade in the market.”

Times Picayune, ibid

וראה גם :

“Useful to that determination is, among other things the trader’s own characterization of the products involved.”

וראה :

Canadian Guidelines, ibid, par. 3.2.2.2.

וראה גם - Whish, ibid, p. 284, שם מייחס המחבר חשיבות להגדרת השוק במסמכים פנימיים של הצדדים למיזוג.

וראה בנדון גם

Sullivan, ibid, p. 60.

29. לענייננו, מצטייר הרושם הברור כי כל העוסקים בענף מתייחסים אל ענף הסיגריות בכללו. התבטאויות כאלה יימצאו, למשל, בדו"ח מנהל הכנסות המדינה, בדו"ח דירקטוריון דובק לבעלי המניות, ואף במסמכים שהוגשו מטעם דובק לבית הדין להגבלים עסקיים. הכל רואים בדובק כבעלת מונופולין השולטת על למעלה משני שליש מענף הסיגריות. לעומת זאת, אין הבריות ואין המעורים בענף מדברים על דובק כבעלת מונופולין מוחלטת על שוק הסיגריות מתוצרת מקומית, ואילו על אלישר כעל בעלת מונופולין בתחום הסיגריות המיובאות.

30. אמנם, דובק ביקשה לתקוע יתדותיה בצו ההגבלים העסקיים (קביעת מונופולין) תש"ס - 1980. דומה, כי התייחסות הצו משנת 1980 אינו אלא חלק מראיית שוק הסיגריות קודם להשפעת שינויי המיסוי אשר הפכו את מותגי היבוא למוצר המהווה תחליף בכוח לסיגריות המקומיות. מכל

מקום, נוסח זה או אחר בצו המכריז על מונופולין בענף פלוני אין בו כדי ליצור יש מאין, ולבנות שוק נפרד מקום שזה אינו בנמצא.

תחליפיות ההיצע

31. עד כאן לסממנים המשמשים לעזר בבדיקת התחליפיות מצד הביקוש, שהיא החשובה מבין הבדיקות. אך תחליפיות ניתנת למדידה אף מצד ההיצע. אלא שאלת המפתח היא אם ספקי מוצרים או שירותים אחרים מסוגלים לשנות מדרכי הייצור בקלות יחסית, במהירות מספקת ובכמויות מספיקות כדי להתאים עצמם לספק את המוצרים או השירותים הנדונים. ההדגש הוא על הקלות היחסית שבמעבר וחפזה שבה ניתן המהלך לביצוע שכן אם יש לחוש לקשיים משמעותיים באספקה או שיווק או להשקעות כבדות אין לראות את הספקים שיתקלו בהם כחלק מהשוק הקובע. במצב שכזה עם לא יוכלו להוות משקל נגד של ממש להפעלת כוח שוק.

וראה בנדון:

Bael, *ibid*, p. 52

Whish, *ibid* pp. 284-285

Bellamy and Child *ibid* pp. 395-397

Kintner *ibid* p. 333

וכאן המקום לציין שהנחיות המיזוגים האופקיים בארצות הברית וההנחיות הקנדיות רואות בתקופה של שנה כתקופה העומדת במבחן המהירות המספקת.

וראה:

Horizontal Guidelines *ibid* par. 1.32

Canadian Guidelines *ibid* par. 3.2.2.7.

32. לענייננו, אין מקום לדבר על החלפה של פעילות ייצורית שכן נוכח האמור לעיל, הרי ברור שכל אחד מן המפעלים לייצור סיגריות, יכול לייצר מוצר המהווה תחליף לזה של רעהו.

IV. מסקנה: ענף הסיגריות בכללו

33. בנסיבות העניין, הגעתי לכלל דעה כי בעת הזו הענף הרלבנטי לצורך הכרזה על מונופולין הינו ענף הסיגריות בכללו, גם אלה שמתוצרת הארץ וגם אלה שמתוצרת חוץ.

מסקנתי זו נתמכת בלימוד הענף על ידי אנשי רשות ההגבלים העסקיים, ונוכח היכרותנו האינטנסיבית משהו את שוק הסיגריות. כמובן, אין לך אדם שאיננו טועה, ואפשר גם אפשר כי גם בנסיבות דהיום ניתן לבסס הגדרת שוק צרה יותר כמוצע על ידי דובק. דא עקא, האחרונה לא ביססה טענתה להגדרת שוק צרה זו לא בחוות דעת מומחים מטעמה, לא על מחקרים אמפיריים שנעשו, ולא בכל דרך אחרת. במצב דברים זה, באופן ברור נוטה הכף לראיית שוק הסיגריות כאחד, הכולל סיגריות מיובאות וסיגריות מקומיות.

ד"ר יורם טורבוביץ
הממונה על הגבלים עסקיים