



רשות ההגבלים העסקיים

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

מתן פטור מאישור הסדר כובל

הסכם בין בזקל תקשורת בע"מ לבין גלקסי אלקטרוניקס בע"מ

1. פתח דבר

ביום 14 לנובמבר 2000 הוגשה בקשה למתן פטור לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988, להסכם מיום 27.8.00 בין בזקל תקשורת בע"מ (להלן: "**בזקל**") לבין גלקסי אלקטרוניקס בע"מ (להלן: "**גלקסי**") בדבר ייבוא מוצרי קצה לטלפוניה על ידי גלקסי לצורך שיווקם ומכירתם תחת מותג בזקל (להלן: "**ההסכם**").

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, וכי 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 אלו ראוי ההסדר לפטור לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן: "**חוק ההגבלים העסקיים**"), בכפוף לתנאים המנויים בסיפא להחלטתי, בשל הנימוקים שיפורטו להלן.

2. ההסכם

תאור הצדדים להסכם

בזקל הינה חברה העוסקת במתן פתרונות תקשורת כוללים ללקוחות עסקיים, במתן שירותי נסר וכן במכירה ושיווק של מוצרי תקשורת ואלקטרוניקה לטלפוניה, כגון; מכשירי טלפון, מכשירי פקסימיליה, מרכזיות, ציוד נלווה וציוד קצה אחר לשוק המוסדי ולמגזרים נוספים. בזקל מחזיקה בנתח של כ- 2%-5% מתוך כלל מכירות מוצרי ציוד הקצה בישראל¹. בזקל אינה עוסקת ביבוא של מוצרי ציוד קצה, אולם לאחרונה החלה ביבוא של מרכזיות פרטיות מתוצרת חברת LG.

גלקסי עוסקת ביבוא, מכירה ושיווק של מוצרים בתחום התקשורת והטלפוניה. מוצרים אלו כוללים בין היתר טלפונים, טלפונים עם תכונות, טלפונים אלחוטיים, פקסימיליות, מרכזיות ואביזרים לטלפונים. חלקה של גלקסי ביבוא ציוד קצה על סוגיו השונים אינו עולה על 30%².

¹ זאת על פי נתונים שנמסרו לרשות ההגבלים העסקיים על ידי הצדדים. יצוין כי השיעור הנ"ל אינו מתייחס למרכזיות, תחום שבו נתח השוק של בזקל הינו משמעותי יותר ושההסדר הנוכחי אינו נוגע להן כלל. ציוד קצה אינו נתפס כשוק העומד בפני עצמו אלא כמקיף שווקי מוצר שונים זה מזה.

² הערכה זו מבוססת על נתונים שמסרו הצדדים להסכם, וכן על סמך שיחות עם גורמים בענף.

וחלקה במכירת מוצרים אלו בישראל דומה. גלקסי מוכרת את ציוד הקצה באופנים רבים, אך בעיקר דרך רשתות שיווק (סופרמרקטים), שיווק ישיר וסוכנים.

תאור ההסכם והכבילות

ההסכם עוסק ביבוא של מוצרים ייחודיים עבור בזקל מתוך מגוון מוצרי תקשורת ואלקטרוניקה שמייבאת גלקסי. על פי ההסכם תייבא גלקסי שורה של מוצרים שייוחדו לבזקל, ואילו בזקל תשווק, תמכור ותפיץ מוצרים אלה תחת מותג "בזקל" במגוון דרכים: בשוק המוסדי, בחנויות בזקסטור, באמצעות טלמרקטינג ובערוצים נוספים.

על פי סעיף 3א להסכם, מוצרים שיוזמנו על ידי בזקל מגלקסי בהתאם להסכם לצורך שיווקם ומכירתם תחת מותג "בזקל", לא יימכרו במקביל על ידי גלקסי ולא ייובאו על ידי גלקסי לצורך מכירתם לגורמים אחרים.³ זוהי הכבילה נשוא פטור זה.

בזקל מצידה תהיה אחראית לפרסום ובניית המותג בזקל למוצרים שייובאו על פי ההסכם (שימוש בשמה המסחרי ובמוניטין שלה כנותנת אחריות ושירות, שימוש באריזות מיוחדות וקביעת אופן הפרסום וערוצי הפרסום השונים),⁴ ואילו גלקסי תעניק ללקוח אחריות למוצרים אלה, ותספק שירותי מעבדה לתיקון חלקים ומכלולים בתום תקופת האחריות.

3. השפעת ההסכם על התחרות:

לסעיף 3א' להסכם שתי השפעות: הראשונה במישור האופקי והשנייה במישור האנכי. בזקל וגלקסי הינן מתחרות בתחום של מכירת ציוד קצה לטלפוניה ומרכזיות בטווח הנמוך.⁵ בהסכם מתחייבת גלקסי שלא למכור בעצמה את המוצרים אשר ימכרו על ידי בזקל במסגרת ההסכם, ובכך מופחתת התחרות בין החברות לגבי אותם מוצרים - במישור האופקי. אע"פ, כהערת אגב, כי לולא היה מדובר במתחרים היה מקום לציין תחולת כללי פטור הסוג להסכמי הפצה בלעדית. בנוסף, גלקסי הינה יבואנית של ציוד קצה, המוכרת אותו לגורמים במורד שרשרת הייצור. בהסכם מתחייבת גלקסי שלא למכור את המוצרים הכלולים בהסכם עם בזקל לגורמים אחרים בישראל. בכך מגבילה עצמה גלקסי כיבואנית של ציוד קצה ומעניקה למעשה בלעדיות לחברת בזקל ברכישת המוצרים הכלולים בהסכם. לכבילה זו השפעה על התחרות במישור האנכי.

עם זאת, לאחר שבחנתי את ההסכם ואת תנאי השוק הגעתי לכלל מסקנה, כי אין בכבילות האמורות כדי לעורר חשש לתחרות לא במישור האופקי ולא במישור האנכי.

במישור האופקי – אין בכוחו של ההסדר להקנות למי מן הצדדים לו כוח שוק. בהתאם להערכות שנמסרו על ידי הצדדים וגורמים אחרים בענף, חלקם המצרפי של הצדדים להסכם במכירת ציוד קצה נע סביב 30%. זאת כאשר חלקה של בזקל בשוק זה קטן ביותר (לא עולה על 5%), ולפיכך

³ אולם בזקל רשאית להתיר לגלקסי למכור את הדגמים הנ"ל בעצמה בערוצים שאינם מתחרים לערוצי השיווק של בזקל.

⁴ גלקסי משתתפת גם היא בכיסוי חלק מהוצאות הפרסום, על פי נוסחה שנקבעה בהסכם.

⁵ על פי הגדרה מקובלת במשרד התקשורת, המדובר במרכזיות ביתיות או מרכזיות המשמשות עד 32 שלוחות.

אין בחבירתה לגלקסי משום הגדלה משמעותית של נתח השוק של האחרונה. אפילו היה מדובר בהסכם שימזג לחלוטין את פעילותן של שתי החברות, לא היה מוביל הדבר אלא לעלייה קלה בנתח השוק של החברה הגדולה מבין השתיים. קל וחומר כך כאשר אין מדובר בחיבור מלא בין שתי החברות, אלא בחבירה נקודתית: המוצרים הכלולים בהסכם הם חלק קטן ומוגבל מתוך כלל המוצרים המיובאים על ידי גלקסי, וחלק קטן יחסית מסך מכירותיה הצפויות של בזקכל (על אף שמדובר בחלק משמעותי אף יותר מסך מוצרי הקצה הנמכרים על ידה). לפיכך על אף שההסכם עשוי להחליש את התחרות בין בזקכל לגלקסי, אין הוא מונע לחלוטין תחרות ביניהן בשוק של ציוד קצה לטלפוניה, שכן תניית אי התחרות הינה מוגבלת מבחינת היקפה ומשמעותה⁶.

יתר על כן, במכירת ציוד קצה לטלפוניה קיימים מתחרים רבים אחרים, כאשר חלקם בעלי נתחי שוק משמעותיים.⁷ בין המתחרים בשוק זה חברות המייבאות את המוצרים ומוכרות אותן באמצעות שיווק ישיר, חנויות אלקטרוניקה גדולות ורשתות, חנויות קטנות וקמעונאים אחרים. מוצרים דומים למוצרים נשוא ההסכם נמכרים בשוק במגוון דרכים. בנוסף, מרבית מוצרי ציוד הקצה מיובאים הן על ידי יבואן המייבא את המוצר ישירות מהיצרן, והן על ידי יבואנים המייבאים את המוצר מספקים אחרים (יבוא מקביל של הדגמים). בהתחשב באמור לעיל ובכך שאין נתח השוק המצרפי מגיע כדי שיעור מהותי (העולה על 50%) ממילא אין קיום להנחה בדבר קיומו של כוח שוק (הנחה שקיימת כל אימת שנתח השוק מגיע לכדי למעלה מ-50%). על כן נראה כי אין בהסכם המוצע משום יצירת כוח שוק לבזקכל ולגלקסי.

מסקנה זו מתחזקת בשים לב לחסמי הכניסה הנמוכים יחסית בשוק מוצרי ציוד הקצה. הכניסה לשוק טעונה דרישות רישוי מסוימות, וכן נדרש היבואן לתת אחריות למוצר ושירות לגביו, בין בעצמו ובין באמצעות מעבדות שירות חיצוניות. אולם הערכת הגורמים בענף היתה, כי אין מדובר בפרוצדורה מסובכת או בעלויות גבוהות במיוחד, כך שחסמי הכניסה בהם מדובר אינם גבוהים.

מן הבחינה האנכית – לא צפוי כי ההסדר יוביל ליצירתה של חסימה (foreclosure) משמעותית. אין ההסדר חוסם ערוצי שיווק לספקים ואין הוא חוסם מקורות אספקה למשווקים. מוצרים הכלולים בהסכם מהווים רק חלק קטן מתוך כלל המוצרים המיובאים על ידי גלקסי, ועל-כן גלקסי תמשיך לייבא ולמכור מוצרים אחרים, שאינם בהסכם, לחברות אחרות. בנוסף, כאמור לעיל, חלק ניכר ממוצרי ציוד הקצה מיובאים לישראל ביבוא מקביל. לבסוף יצויין כי אין ייחוד במוצרים נשוא ההסכם המיובאים על ידי גלקסי, לא מבחינה פונקציונלית ולא מבחינת המחיר. על כן ניתן לומר כי אפשר יהיה להשיג מוצרים תחליפיים למוצרים נשוא ההסכם, בין אם דרך גלקסי עצמה ובין באמצעות יבואנים אחרים.

מן האמור לעיל, עולה כי אין חשש ליצירת כח שוק למי מהצדדים בעקבות ההסדר הכובל או חסימה של שוק הייבוא, ואין חשש לפגיעה של ממש בתחרות.

לבסוף, נראה כי הכבילה האמורה נחוצה להבטחת ההסכם בין בזקכל לגלקסי. שכן, כוונתה של בזקכל היא להשקיע בקידום המוצרים שישווקו על ידה ובבניית מותג עבורם. הכבילה, הקובעת

⁶ בזקכל וגלקסי ימשיכו להתחרות לגבי מספר רב של דגמים, שאינם כלולים בהסכם. בשלב ראשון כלולים בהסכם רק כ-8 מוצרים בלבד.

⁷ כך לדוגמה חברת יורוקום שלה נתח שוק משמעותי, שעולה על חלקה של גלקסי, או חברת ראפ שגם לה נתח שוק משמעותי, אף כי קטן מזה של גלקסי (על פי הערכות גורמים בענף).

כי מוצרים אלה לא יימכרו על ידי גלקסי לגורם אחר, מבטיחה כי היא תהיה זו שתקטוף את פירות השקעתה.

4. סוף דבר

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

פטור זה מותנה באלה:

1. מובהר בזה כי הפטור מוגבל למוצרים הפרטניים הכלולים בהסכם, כפי שהוצג בפניי וכי הרחבת ההסכם למרכזיות או למוצרים אחרים תחייב הגשת בקשה נוספת.⁸

2. לא יתקיים כל שילוב, התנייה או קשירה בין אספקת מוצרי או שרותי בזק שבמונופולין ו/או אספקת מרכזיות על ידי בזקכל (לרבות בתנאי אספקתם) לבין רכישת מוצר מן המוצרים נשוא הפטור.

תוקפו של פטור זה חמש שנים מיום מתן הפטור.

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, עו"ד

הממונה על הגבלים עסקיים (בפועל)

ירושלים, י"ט סיון תשס"א
10 יוני 2001

⁸ יצויין כי בקשת הפטור הנוכחית אינה נוגעת למרכזיות פרטיות. יחד עם זאת מטעמי זהירות מובהר בזאת שלא ניתן פטור למרכזיות. מאחר שבתחום המרכזיות הפרטיות ישנה חשיבות רבה לשמו הטוב של המשווק, לטיב האחריות והשירות שהוא מעניק, ישנו יתרון לבזקכל מטעמים היסטוריים ומבניים (היותה חברת בת של בזק), והיא בעלת נתח שוק משמעותי.