

ב' סיון תשפ"ה

29 מאי 2025

החלטה לפי סעיף 14 לחוק התחרות הכלכלית, התשמ"ח-1988

בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל להסדר בין איגוד תעשיות המזון

בהתאחדות התעשיינים בישראל לחברים בו

1. פתח דבר

מונחת בפניי בקשה למתן פטור לפי סעיף 14 לחוק התחרות הכלכלית, תשמ"ח-1988 (להלן **החוק**) להסדר כובל בין איגוד תעשיות המזון של התאחדות התעשיינים בישראל (להלן **האיגוד**) לחברים בו (להלן **הצדדים**) שעניינו אמנה בדבר פרסום ושיווק למוצרי מזון לילדים שבכוונת איגוד המזון לקרוא לחבריו להצטרף אליה (להלן **ההסדר**). להסדר דומה ניתן בעבר פטור מאישור הסדר כובל ביום 5.3.2018 לתקופה של שש שנים (להלן **החלטת הפטור הקודמת**).¹ בהתאמה, ביום 5.3.2025 פג תוקפה של החלטת הפטור הקודמת, אך הפרסום והקידום של אמנת הפרסום המשיכו להופיע באתר האיגוד מבלי שניתן לכך פטור נוסף מהממונה ומשכך ננקטים צעדי אכיפה בעניין.²

לאחר שבחנתי את ההסדר ואת הכבילות המצויות בו, כמו גם את השפעתם האפשרית על התחרות בשוק הרלוונטי, ולאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ומיזוגים, שוכנעתי כי הכבילות אינן מגבילות את התחרות בחלק ניכר של שוק המושפע מן ההסדר, כי עיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה, וכי אין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו. מטעמים אלה ראוי ההסדר לפטור לפי סעיף 14 לחוק, בשל הנימוקים שיפורטו להלן.

¹ החלטה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 בדבר פטור מאישור הסדר כובל להסדר בין איגוד תעשיות המזון של התאחדות התעשיינים בישראל לחברים בו (5.3.2018) **רשות התחרות** 501476.

² הממונה והצדדים נמצאים במו"מ ובמגעים בנוגע לצו מוסכם.

2. ההסדר והצדדים לו

איגוד המזון מייצג יצרני מזון בישראל. באיגוד חברים כ-300 מפעלים קטנים, בינוניים וגדולים, המייצרים מגוון רחב של מוצרי מזון. בשנים האחרונות ובעקבות עלייה בשכירות ההשמנה בקרב בוגרים וילדים בישראל, עלתה המודעות לחשיבות תזונה בריאה ואורח חיים בריא. מאז שניתנה החלטת הפטור הקודמת ובעקבות עדכונים שחלו בקוד האירופי בשנת 2022 הוטמעו תיקונים באמנה, וכעת מבקש איגוד המזון לפרסם לחבריו אמנה מחודשת בדבר פרסום ושיווק אחראי למוצרי מזון לילדים (להלן **האמנה**).

במסגרת האמנה יתחייבו החותמים כי פרסום ושיווק לילדים מתחת לגיל 16³ ייעשה תוך עידוד צריכה אחראית ומתוך הכרה בחשיבות קידום אורח חיים בריא ופעיל בקרב בני נוער וילדים. כמו כן, יתחייבו להימנע מפרסום מוצרי מזון שאריזתם נדרשת בסימון ב"סמל מזון אדום" בהתאם לתקנות הגנה על בריאות הציבור (מזון) (סימון תזונתי), התשע"ח-2017 (להלן **תקנות הסימון**), לילדים מתחת לגיל 16. הימנעות מפרסום מוגדרת באמנה כהימנעות מפרסום במדיה בה 30% ומעלה מקהל היעד הוא ילדים מתחת לגיל 16.⁴ ההתחייבות להגבלת פרסום המוצרים כאמור, על גבי האריזות ובנקודות המכירה באמצעות ידוענים ובאמצעות דמויות המככבות בתוכן המיועד לילדים.⁵ האמנה כוללת גם חובה בדבר מסירת דיווח תקופתי מצד החברות החתומות לעובד ייעודי באיגוד המזון באשר ליישום האמנה.

3. השפעת ההסדר על התחרות

החשש התחרותי שעלול לעלות כתוצאה מן ההסדר, שהוצג ונידון בהחלטת הפטור הקודמת, הוא שהאמנה, שהיא המלצה של איגוד המזון (איגוד עסקי), תגביל את מידת התחרות בין יצרני המזון החתומים עליה. זאת כיוון שבחתימתם על האמנה מקבלים על עצמם יצרני המזון מגבלות שונות לעניין אופן הפרסום והשיווק של מוצרים מתחרים. מה שעלול להפחית את מידת ההתחרות בין החברים באיגוד המזון.

³ יצוין שהחלטת הפטור הקודמת התייחסה לילדים מתחת לגיל 12.

⁴ יצוין כי טרם עדכון האמנה בשנת 2022, ההתחייבות להימנע מפרסום המוצרים המוצרים האמורים חלה על מדיה שבה 35% ומעלה מקהל היעד הוא ילדים מתחת לגיל 12.

⁵ למעט פרסום באמצעות סימני מסר 1/או מותג או כל סימן, לוגו או דמות השייכים לאותו יצרן החתום על האמנה – ההתחייבות נוספה לאמנה בעדכון בשנת 2022.

יחד עם זאת, חשש זה מופג. ראשית, ההגבלות על אופן הפרסום השיווק נוגעות למוצרי המזון שיסומנו תחת "סמל מזון אדום", בהתאם לתקנות הסימון, לילדים מתחת לגיל 16 בלבד. אין מדובר בהסדר שעלול להגביל או להפחית את הפרסום הנפרד והעצמאי של יצרני המזון ביחס לכלל המוצרים שהם מייצרים ומשווקים וביחס לכלל קהלי היעד (הרבים יותר). בנוסף, גם קבוצת מוצרים זו מורכבת ממוצרים שונים, שהתחליפיות ביניהם חלקית ומשתנה. מטבע הדברים חלק מהמוצרים מצויים בתחרות ישירה, וחלקם אינם תחליפיים כלל. מה שממילא מצמצם עוד את הפוטנציאל לפגיעה בתחרות הטמון בהסדר.

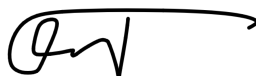
שנית, האמנה נוסחה על ידי איגוד המזון על רקע כניסתן לתוקף של תקנות הסימון וכחלק מן הרפורמה שמוביל משרד הבריאות למניעת צריכת מזונות שאינם בריאים על ידי אוכלוסיית ישראל בכלל וילדים בפרט. ההגבלה המתבקשת באמצעות האמנה נוגעת רק לפרסום המוכוון לאוכלוסייה צעירה, ואינה נוגעת למאפיינים מרכזיים של התחרות כמו מחיר, כמות, ואיכות.

נוכח האמור, שוכנעתי כי ההסדר שהובא בפניי אינו מגביל את התחרות בחלק ניכר של השוק המושפע ממנו, וכן כי עיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה שכן מטרת ההסדר במניעת פרסום מוצרים שמסומנים באדום לילדים מתחת לגיל 16 וכי אין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו.

4. סוף דבר

לאחר שנועצתי עם הוועדה לפטורים ולמיזוגים, ראיתי לנכון להשתמש בסמכות הנתונה לי בסעיף 14 לחוק התחרות ולהעניק את הפטור המבוקש וזאת במשך שש שנים. בהתאם לסעיף 15(א) לחוק התחרות נתונה החלטתי זו לערר בפני אב בית הדין לתחרות על ידי איגוד עסקי, ארגון צרכנים או כל אדם העלול להיפגע מההסדרים הכובלים עליהם ניתן הפטור.

מיכל כהן



הממונה על התחרות