



רשות ההגבלים העסקיים

החלטה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988, בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל בין ענף הבירה באיגוד המזון של התאחדות התעשיינים, לבין יצרנים, יבואנים ומשווקים של בירה בישראל

1. פתח דבר

לפניי בקשה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן: "החוק") למתן פטור מן החובה לקבל את אישור בית הדין להגבלים עסקיים להסדר כובל שעיקרו כללי רגולציה עצמית של מסרים פרסומיים לבירה (להלן: "הקוד" או "הכללים") מטעם של יצרני, יבואני ומשווקי הבירה בישראל, אשר יבחרו לאמץ את הכללים. בהסדר נכלל גם ענף הבירה באיגוד המזון של התאחדות התעשיינים (להלן: "הענף"), אשר מארגן את כל הכרוך באימוץ הקוד.

לאחר שבחנתי את ההסדר ואת הכבילות המצויות בו, כמו גם את השפעתן האפשרית על התחרות בשווקים הרלוונטיים, ולאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ולמיזוגים, שוכנעתי כי הכבילות אינן פוגעות פגיעה של ממש בתחרות בשוק המושפע מן ההסדר, כי עיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה, וכי אין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו. מטעמים אלה מצאתי לנכון ליתן להסדר פטור בשל הנימוקים שיפורטו בהחלטתי להלן.

2. ההסדר והצדדים לו

ענף הבירה הינו גוף החוסה תחת איגוד תעשיות המזון של התאחדות התעשיינים ואמון על קידום האינטרסים של שוק הבירה בכללותו. בענף מאוגדות טמפו תעשיות בירה בע"מ (להלן: "טמפו"), המוכרות כבעלת מונופולין בתחום הבירה,¹ והחברה המרכזית לייצור משקאות קלים בע"מ

¹ הכרזת מונופולין מיום 25.12.1988 י"פ תשמ"ט 2365, צומצמה ביום 28.7.1996, י"פ תשנ"ו 4596.

(להלן: "**החברה המרכזית**") המוכרזת כבעלת מונופולין בתחום משקאות הקולה.² הן טמפו הן החברה המרכזית כפופות להוראות לבעל מונופולין, המתייחסות לכל סל המשקאות שלהן.³

עניינו של ההסדר הוא בקביעת קוד התנהגות בלתי מחייב, אשר מטרתו להבטיח פרסום ושיווק "אחראי", כהגדרת הבקשה, של בירה. מטרת ההסדר, כפי שהוצג בפניי על-ידי ענף הבירה, היא לוודא כי החברות בענף משווקות את הבירה באמצעות מסרים נאותים בלבד, מבלי לפגוע בקהל היעד, תוך שמירה על אחריות חברתית הגיונית ותום לב. הוראות הקוד נועדו לקבוע סטנדרט וולונטרי, ותהיינה בלתי אכיפות. בכלל זה מעוניינות החברות בענף להתחייב כי המסרים הפרסומיים שלהן לא יעודדו צריכה מופרזת של בירה, לא יעודדו קטינים לצרוך בירה, לא יקשרו בין שתיית בירה לנהיגה או כל פעילות מסוכנת אחרת, לא יציגו את הבירה כמוצר טיפולי וכדומה. והראות הקוד ייושמו באופן עצמאי ונפרד על ידי כל אחד מהחברות אשר תחליט לאמץ אותו.

לא למותר לציין כי ענף הבירה הולך למעשה בדרך בה הלך ארגון מבשלות הבירה האירופאי, אשר קבע גם הוא קוד דומה שאף הוא בלתי מחייב.

3. השפעת ההסדר על התחרות

כאמור, מטרתו של ההסדר הינה להבטיח פרסום ושיווק אחראי של בירה, לקהל היעד החוקי בלבד, תוך עידוד צריכה אחראית. ברי אם כן, כי עיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה. מעבר להוראות הקוד המגבילות במידת מה את מהלכי השיווק והפרסום של מי שיאמץ, אין בהסדר כבילות נוספות שאינן נחוצות למימוש עיקרו.

כאמור לעיל, עניינו של הקוד בהגבלה מסוימת של תכני הפרסום של החברות שמאמצות את הקוד. אימוץ הקוד אינו מחייב כל שיתוף פעולה עם שחקנים אחרים בתחום הבירה, ואף אימוץ הוראותיו על ידי כל שחקן בנפרד אינן יוצרות חשש מששי לפגיעה בתחרות, שכן תנאי הקוד – הגבלות הפרסום בעניינים הקשורים בקטינים, נהיגה בשכרות וכיו"ב – אינם נוגעים לאחד מאותם העניינים אשר התנהגות אחידה בהם עלולה ליצור חשש תחרותי. זאת ועוד, ההסדר אינו כולל מנגנון אכיפה של הוראותיו על מי שאימצוהו, זולת בדרך של אכיפה פנימית עצמאית ונפרדת. משכך לא עולה חשש להגבלת התחרות בחלק ניכר של שוק המושפע מן ההסדר.

בהתאם, הגעתי למסקנה כי ההסדר אינו פוגע פגיעה של ממש בתחרות בשוק הבירה בישראל, וכי הוא ראוי לפטור לפי סעיף 14 לחוק.

² הכרזת מונופולין מיום 8.4.1998. י"פ תשנ"ח, 3803.

³ הוראות לבעל מונופולין – טמפו תעשיות בירה בע"מ, 1998 **הגבלים עסקיים** 3006301, הוראות לבעל מונופולין – החברה המרכזית לייצור משקאות קלים בע"מ 1998 **הגבלים עסקיים** 3006300

4. סוף דבר

לאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ומיזוגים, ראיתי לנכון להשתמש בסמכות הנתונה לי בסעיף 14 לחוק ולהעניק את הפטור המבוקש. תוקפו של פטור זה הינו למשך שלוש שנים מהיום. בהתאם לסעיף 15(א) לחוק 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, י"ב חשוון, תשע"א

20 באוקטובר, 2010