

מס' מיזוג	שמות החברות המתמזגות	העיסוק העיקרי של החברות המתמזגות
014955	קניונים בישראל בע"מ	אספקת שירותי ניהול ותפעול לכל המרכז המסחרי קניון בת ים
	ליברטי פרופרטיס בע"מ	נדל"ן המניב ומחזיקה בקומפלקס אחד בגודל 8,000 מ"ר במרכז המסחרי קניון בת ים
014983	קשרי תעופה בע"מ	קשרי תעופה מספקת שירותים לנוסעים, מוכרת חבילות תיור ומוציאה טיולים מאורגנים.
	פגסוס אחזקות תיירות בע"מ	פגסוס מתמחה בטיולי עומק מאורגנים.
	פגסוס תיירות ונסיעות בע"מ	
015253	עופרים השקעות ואחזקות (א.י. 2014) בע"מ	נדל"ן מניב, הייטק ואנרגיה
	רדיו קול חי משרדים באמונה בע"מ	ערוץ רדיו

המרשם של מיזוגי החברות פתוח לעיון הציבור במשרד רשות ההגבלים העסקיים, רח' עם ועולמו 4, ירושלים, בשעות העבודה הרגילות ובאתר האינטרנט של הרשות: [www.antitrust.gov.il](http://www.antitrust.gov.il).

י"ח בתמוז התשע"ח (1 ביולי 2018)

(חמ 2156-3-17)

### מיוכל הלפרין

הממונה על ההגבלים העסקיים

### הודעה על פטור מאישור הסדר כובל

לפי חוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988

בתוקף סמכותי לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988<sup>1</sup> (להלן – החוק), ולאחר התייעצות עם הוועדה לפטורים ולמיזוגים, אני מודיע כי ביום י"ד בסיוון התשע"ח (28 במאי 2018) החלטתי על מתן פטור מאישור הסדר כובל, כמפורט להלן:

מספר	שמות הצדדים להסדר	מהות הכבילה	הנכס/השירות
003336	שטראוס שיווק בע"מ Arla Foods amba	הסכם הפצה	מוצרי חלב

תוקפו של הפטור לשש שנים.

החלטתי מתבססת על כך שאין בכבילות שבהסדר כדי לפגוע פגיעה של ממש בתחרות, עיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה ואין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו.

בהתאם לסעיף 15(א) לחוק, נתונה החלטתי זו לערר לפני אב בית הדין להגבלים עסקיים על ידי איגוד עסקי, ארגון צרכנים או כל אדם העלול להיפגע מההסדר הכובל שעליו ניתן הפטור.

החלטת הפטור פתוחה לעיון הציבור במשרד רשות ההגבלים העסקיים, רח' עם ועולמו 4, ירושלים, בשעות העבודה הרגילות ובאתר האינטרנט של הרשות: [www.antitrust.gov.il](http://www.antitrust.gov.il).

כ"ה בתמוז התשע"ח (8 ביולי 2018)

(חמ 41-3-17)

### מיוכל הלפרין

הממונה על ההגבלים העסקיים

<sup>1</sup> ס"ח התשמ"ח, עמ' 128; התש"ס, עמ' 113.

### הודעה על פטור מאישור הסדר כובל

לפי חוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988

בתוקף סמכותי לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988<sup>1</sup> (להלן – החוק), ולאחר התייעצות עם הוועדה לפטורים ולמיזוגים, אני מודיע כי ביום ג' בסיוון התשע"ח (17 במאי 2018) החלטתי על מתן פטור מאישור הסדר כובל, כמפורט להלן:

<sup>1</sup> ס"ח התשמ"ח, עמ' 128; התש"ס, עמ' 113.



ירושלים, י"ד סיון, תשע"ח

28 מאי, 2018

פטור : 003336

בפקס : 03-6964222

03-6235149

עו"ד גולן קנטי  
נשיץ ברנדס ושות' עורכי דין  
רח' תובל 5  
תל אביב 6789717

לכבוד  
עו"ד ניב זקלר  
וינשטוק - זקלר ושות' עורכי דין  
דרך מנחם בגין 132  
מרכז עזריאלי 5  
תל אביב 6701101

הנדון: החלטה בעניין פטור מאישור הסדר כובל בין:

שטראוס שיווק בע"מ - Arla Foods amba

הנני מתכבדת להעביר אליכם את החלטת הממונה על הגבלים עסקיים, לפי סעיף 14 לחוק  
ההגבלים העסקיים התשמ"ח - 1988, בדבר מתן פטור מהחובה לקבל את אישור בית הדין להסדר  
כובל שבין הצדדים בנדון.

בכבוד רב,

אנגילה טטרואשוילי  
מנהלת לשכת הממונה



## החלטה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 בדבר פטור מאישור הסדר כובל להסדר בין Arla Foods amba לבין שטראוס שיווק בע"מ

### 1. פתח דבר

מונחת בפניי בקשה למתן פטור לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן: "החוק" או "חוק ההגבלים העסקיים") להסדר שבין Arla Foods amba (להלן: "ארלה") לבין שטראוס שיווק בע"מ (להלן: "שטראוס"), שעניינו הפצת מוצרי חלב של ארלה על ידי שטראוס.

לאחר שבחנתי את ההסדר ואת הכבילות המצויות בו, כמו גם את השפעתם האפשרית על התחרות בשווקים הרלוונטיים, ולאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ולמיוזוגים, שוכנעתי כי עיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה, אין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו וכי אין בכבילות שבו כדי לפגוע פגיעה של ממש בשוק המושפע מן ההסדר. מטעמים אלה, אשר ניומקו בהמשך, מצאתי כי ההסדר ראוי לפטור לפי סעיף 14 לחוק.

### 2. ההסדר, הצדדים לו והענף הרלוונטי

**ארלה** היא קואופרטיב מוצרי חלב אירופי בבעלות של כ-12 אלף חקלאים משבע מדינות במערב וצפון אירופה. החברה מייצרת מגוון מוצרי חלב – גבינות רכות, שמנת לאפיה ובישול וגבינות חצי קשות וקשות (תחת המותג "Arla"), חמאה וממרחים טבעיים (בעיקר תחת המותג "Lurpak"), גבינות מיוחדות (תחת המותג "Castello"), גבינות מלוחות (תחת המותג "Apetina"), מוצרי יוגורט (תחת המותג "Skyr") ומשקאות חלב (תחת המותג "Cocio"). החברה משווקת את מוצריה למספר רב של מדינות ביבשות שונות, בעיקר באירופה. עד להסדר, ארלה הפיצה את מוצריה בישראל באמצעות חברת ג. ויליפוד אינטרנשיונל בע"מ (להלן: "ויליפוד").

**שטראוס** היא חברה בת של שטראוס גרופ בע"מ, חברה ציבורית הנסחרת בבורסה לניירות ערך בתל אביב, בבעלות משפחת שטראוס (כ-60%), גופים מוסדיים והציבור. שטראוס עוסקת בייצור, שיווק והפצה של מוצרי מזון שונים, בהם מוצרי חלב (תחת מותגים שונים ביניהם "שטראוס" ו"יטבתה"<sup>1</sup>), מוצרי קפה, מוצרי שוקולד ממתקים וחטיפים (תחת מותגים שונים, ביניהם "עלית"). החברה משווקת את מוצריה במספר מדינות, בעיקר בישראל.

במסגרת ההסדר נושא בקשת הפטור, שטראוס תהיה המפיצה הבלעדית בישראל של מוצרי חלב מתוצרתה של ארלה מהקטגוריות הבאות: חמאה; חמאה למריחה; גבינת שמנת; גבינה מלוחה (פטה); מוצרלה וגבינות מיוחדות (ברי, קממבר, עובש וכחולה). שטראוס תהיה אחראית לניהול הלוגיסטי של ההובלה ולכלל היבטי שיווק המוצרים ללקוחות. כמו כן, ניתנת לשטראוס זכות סירוב ראשון ככל שארלה תבקש להפיץ מוצרים אחרים תחת המותגים Arla, Castello או Lurpak. בכפוף למגבלה זאת, שמורה לארלה הזכות לשווק, בעצמה או באמצעות מפצים אחרים, מוצרים שאינם כלולים בהסכם, לרבות מוצרי מותג פרטי. ההסכם הוא לתקופת ניסיון

<sup>1</sup> שטראוס מחזיקה ב-50% ממחלבת יטבתה.

של 12 חודשים, במהלכה יכול כל אחד מהצדדים להודיע על ביטולו שלושה חודשים מראש. לאחר תקופת הניסיון יחודש ההסכם אוטומטית לתקופות נוספות של חמש שנים בכל פעם.

הסדר זה נוגע לענף החלב. מבדיקה שערכה הרשות בתחום זה בעבר, לרבות במסגרת דו"ח הרשות בעניין תחליפיות ממרחים שונים מבוססי חלב,<sup>2</sup> עולה כי ענף החלב מאופיין במגוון רחב של מוצרים הנבדלים זה מזה במחיר ובמאפיינים פונקציונליים כגון אופן שימוש, הזדמנויות הצריכה, אוכלוסיית יעד, תפיסת הבריאות והבדלי איכות. בענף החלב פועלות מספר מחלבות, מתוכן שלוש מחלבות גדולות – תנובה, שטראוס וטרה,<sup>3</sup> המספקות סל מוצרי חלב רחב בפריסה ארצית רחבה מאוד. נוסף על המחלבות הגדולות פועלות בישראל מספר מחלבות בינוניות וקטנות המתמחות בייצור מוצרי חלב שונים, רובן בפריסה מצומצמת יותר.<sup>4</sup> כמו כן מתקיים ייבוא מוצרי חלב על ידי מספר ספקים, ביניהם ויליפוד, נטו מ.ע. אחזקות בע"מ (להלן: "נטו"), סיימן סחר בע"מ ועוד.

על ייבוא מוצרי חלב מוטלים מכסים בשיעורים שונים. משרד הכלכלה מקיים הליך תחרותי לחלוקת מכסות ייבוא פטורות ממכס למוצרי חלב שונים, ביניהם גבינה צהובה, גבינות מיוחדות וחמאה. המרכיב המרכזי במכרזים הוא המחיר לק"ג לצרכן עליו מתחייבים המציעים. תנאי מרכזי במכרזים אלה הוא כי ספק מוצרי חלב שמחזור המכירות השנתי שלו עלה על מיליארד שקל בתחום מוצרי החלב אינו רשאי להשתתף במכרז. משמעות הדבר שכל עוד תנאי זה יישמר במכרזים עתידיים, שטראוס לא תוכל להשתתף בהם.<sup>5</sup> עיקר המכסות ניתנות לגבינה צהובה וחמאה. המכסים הגבוהים אינם חלים על מוצרים המורכבים גם משמן, כגון החמאה למריחה והגבינה המלוחה מסוג "פטינה" של ארלה.

### 3. ניתוח תחרותי

#### א. בחינת התקיימות סעיף 14(א)(2) לחוק

בהתאם לסעיף 14(א)(2) לחוק, הסדר כובל ראוי לפטור אך ורק אם עיקרו אינו בהפחתת התחרות או במניעתה, ואין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו. רשות ההגבלים העסקיים פרסמה לאחרונה טיוטת גילוי דעת<sup>6</sup> שמרחיבה על אודות אופן בחינת התקיימותו של תנאי זה.

ראשית, נדרש לבחון מה הוא עיקרו של ההסדר: האם עיקרו בהסדר לגיטימי, המשלב כוחות עסקיים לשם ייעול, הגדלת תפוקה, פיתוח מוצרים חדשים וכדומה, או שמא בהפחתת התחרות או במניעתה.

ההסדר שבפנינו הוא הסדר שעיקרו שיווק משותף של מוצרים, במסגרתו יצרן אחד של מוצרי חלב יפיץ את מוצריו באמצעות מתחרה שלו. לעתים, הסדרים מסוג זה נועדים על מנת לרכז כוח שבידי

<sup>2</sup> <http://www.antitrust.gov.il/subject/195/item/34421.aspx>

<sup>3</sup> חברה בת של החברה המרכזית לייצור משקאות קלים בע"מ (קוקה קולה).

<sup>4</sup> כגון, מחלבת גד, מחלבת השומרון מחלבת משק יעקבס ועוד. רשימת המחלבות בישראל מפורסמת באתר מועצת החלב: <http://milk.org.il>

<sup>5</sup> להרחבה ראו באתר משרד הכלכלה: <http://economy.gov.il/Industry/Pages/Quotas.aspx>

<sup>6</sup> גילוי דעת 18/\_\_\_\_ בעניין פרשנות סעיף 14(א)(2) וסעיף 15(א)(2) לחוק ההגבלים עסקיים, תשמ"ח-1988 (6.5.2018) הגבלים עסקיים 501500.



כל אחד מהצדדים לו, לשם יצירת כוח שוק משותף.<sup>7</sup> דווקא הסדרים שבהם מאוחד מערך השיווק של שני גורמים המתחרים זה בזה עלולים להיתפס כהסדרים שעיקרם בהפחתת התחרות או מניעתה. הסדרים אלה עשויים להיתפס כמסווה לקרטל בין מתחרים.<sup>8</sup> אולם במקרה דנן, כפי שאף יובהר בהמשך, הגם ששני הצדדים להסדר פעילים בתחום מוצרי החלב כמעט שאין שווקים שבהם הם מתחרים על ליבו של הצרכן וגם בשוק שבו מתקיימת ביניהם תחרות נתח השוק שלהם כה נמוך עד שלא ניתן לראות בהסדר שיווק משותף מסוג זה כהסדר שעיקרו בהפחתת התחרות.

להסדרים מסוג שיווק משותף, כאשר נעשים בין גופים שאינם מתחרים או בקשר למוצרים שלא מתקיימת ביניהם תחרות נודעות יעילויות ברורות. הסדר הפצה משותף עשוי לחסוך את העלויות הגבוהות הכרוכות בהקמת רשת הפצה של מוצרי מזון שאמורה להגיע לאלפים רבים של נקודות קמעונאיות, ובכך להוזיל באופן ניכר את העלות השולית של הפצת מוצר בודד. חיסכון זה רלוונטי במיוחד עבור ספקים קטנים, עבורם ההשקעה בהקמת מערך הפצה עצמאי אשר יגיע לכל אלפי הנקודות הקמעונאיות עשויה שלא להיות כדאית. עבור ספקים כאלה, איסור גורף על התקשרות בהסדר הפצה עלול להגביל את יכולת החדירה שלהם לשוק ובהתאם את יכולת הצמיחה וההתרחבות שלהם.

בענייננו, לארלה אמנם פעילות רחבה בתחום מוצרי החלב בעולם, אך פעילותה בישראל מצומצמת יחסית. לדבריה, מטרתו של ההסדר היא הרחבת ההפצה של מוצריה בישראל בזכות מערך ההפצה הנרחב שמחזיקה שטראוס.

נוכח האמור ובהתחשב גם בניתוח שיוצג להלן בעניין ההשפעות התחרותיות של ההסדר, שוכנעתי שעיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה.

שנית, יש לבחון האם הכבילות שבהסדר נחוצות לשם מימוש עיקרו. כפי שמוסבר בטיטת גילוי הדעת, דרישה זאת כוללת בחובה שלושה רכיבים: האחת, שכל הכבילות נחוצות למימוש עיקרו; השנייה, שהכבילות אינן רחבות יותר מהדרוש; והשלישית, שהכבילות יהיו משניות לאותו שיתוף פעולה לגיטימי.

בענייננו, להסדר נלווית כבילה של בלעדיות בהפצת המוצרים שבהסדר. שוכנעתי כי כבילה זאת נדרשת על מנת ששטראוס תוכל להשקיע בשיווק ופרסום המוצר ובניית המותגים, מבלי לחשוש מהנאת חינוס מצד משווקים מתחרים. נוכח האמור, שוכנעתי שהכבילה נדרשת לשם מימוש עיקר ההסדר, שהיא אינה רחבה מהנדרש ושהיא משנית לשיתוף הפעולה הלגיטימי בהפצה.

נוכח כל האמור, שוכנעתי שמתקיים התנאי שבסעיף 14(א)(2) לחוק.

אולם תנאי זה הוא אחד משני תנאים מצטברים למתן פטור. משכך, נדרש גם לבחון את ההשפעות התחרותיות של ההסדר. בענייננו ונוכח העובדה שלשני הצדדים פעילות משמעותית בענף החלב,

<sup>7</sup> ראו, למשל, בהחלטה בדבר אי מתן פטור להסדר כובל בין איגוד המוסכים בישראל – ועד ענף פחחות וצבע לבין חברי האיגוד בעניין ניהול משא ומתן משותף (20.1.2002) **הגבלים עסקיים** 3014515.  
<sup>8</sup> ראו, למשל, קביעה בדבר הסדר כובל בין קרגל בע"מ, כרמל מערכות מיכלים בע"מ, יצור מוצרי אריזה בע"מ ורובסל שיווק וסחר בע"מ (26.12.1995) **הגבלים עסקיים** 3001361; ת"פ 209/96 **מדינת ישראל נ' אהליך יעקב בע"מ ואח'** (4.8.2002) **הגבלים עסקיים** 3015193; ערר 1/00 **פוד קלאב בע"מ נ' הממונה ואח'** (פורסם בנבו, 29.5.2003), פס" 142; החלטה בדבר אי-מתן פטור באישור הסדר כובל להסכם בין מחצבות כפיר גלעדי אגשי"ח בע"מ לבין שושני וינשטיין בע"מ (1.9.2015) **הגבלים עסקיים** 500847.

ההסדר עלול לעורר חששות לפגיעה בתחרות במספר היבטים. להלן נתייחס לחששות אלה כסדרם וכן לטעמים בגינם השתכנעתי שהם מופגים ושאינן בהסדר כדי לפגוע פגיעה של ממש בשווקים המושפעים ממנו.

## ב. בחינת השפעות ההסדר על התחרות

### חשש לפגיעה בתחרות ביחס למוצרים בהם מתחרים הצדדים

עניינו של חשש זה במוצרים המשווקים כיום על ידי שני הצדדים. ביחס למוצרים אלה, שיתוף הפעולה במסגרת ההסדר עלול לעורר חשש ליצירת כוח שוק חד צדדי בידי שטראוס כתוצאה משליטתה בתנאי האספקה של המוצר של ארלה, נוסף על המוצר שלה. חשש שני הוא ליצירת שיווי משקל מתואם בשוק כתוצאה מגרירת מתחרה מהשוק הרלוונטי.<sup>9</sup>

המוצר היחיד לגביו קיימת היום חפיפה בין ארלה לבין שטראוס הוא גבינת שמנת.<sup>10</sup> נתח השוק של שני הצדדים להסדר בשוק גבינת השמנת הוא קטן. שני הצדדים מחזיקים במוצר זה נתח שוק של אחוזים בודדים לכל אחד ולצידם פועלים מספר שחקנים חזקים יותר (תנובה, גד ונטו). לפיכך, אפילו אם כתוצאה מן ההסדר נגרע מתחרה מן השוק בתחום גבינת השמנת, עסקינן במתחרה שולי ואין בכך כדי להשפיע באופן משמעותי על התחרות בשוק. לפיכך, חשש זה מופג.

ביחס לגבינת שמנת, עשויה לעלות טענה שהמחירים של ארלה יעלו בעקבות ההסדר, לאור העובדה ששטראוס אינה זכאית לקבל מכסות פטורות ממכס ליבוא גבינת שמנת. אלא שהיקף המכסה הניתנת לגבינת שמנת מצומצם יחסית. מכל מקום, עליית מחיר אפשרית זו אינה נובעת מיצירת כוח שוק חד-צדדי בעקבות ההסדר אלא שהיא תוצאה מהמסגרת הרגולטורית הקיימת עבור מוצרים אלה, אשר נועדה לעודד ייבוא מצד שחקנים קטנים יותר. מעבר לכך, דווקא לאור נתח השוק הקטן של הצדדים וקיומם של מתחרים חזקים, לא נראה שעלול להיות בהיעדר המכסות שבידי שטראוס כדי לפגוע פגיעה של ממש בצרכן. בהיעדר יכולת להפעיל כוח שוק חד-צדדי, לא צפויה להיות לשטראוס יכולת לגלגל את עליית המחיר כתוצאה מתוספת עלויות המכס על הצרכנים; ככל ששטראוס תבקש לגלגל את עלויות המכס על הצרכנים, יכולים הצרכנים לעבור למתחרים האחרים הפועלים בתחום.

### חשש לפגיעה בתחרות הפוטנציאלית

על אף החפיפה המצומצמת בין פעילותם של הצדדים כיום, שיתוף פעולה מסוג זה עשוי לעורר חשש לפגיעה בתחרות בדרך של מניעת כניסה של אחד השחקנים לתחומים בהם פועל הצד השני, נוכח האינטרס המשותף שנוצר להם. חשש זה מתגבר ככל שהשוק הרלוונטי ריכוזי יותר; ככל שחלקו של השחקן הפעיל בו גדול יותר; ככל שההיתכנות לכניסת הגורם העומד על סף השוק בעתיד הנראה לעין גבוהה יותר; ככל שהתרומה של כניסה כאמור להגברת התחרות צפויה להיות

<sup>9</sup> זאת, בדומה לחששות המתעוררים כתוצאה ממיזוג אופקי. ראו בגילוי דעת 1/11 בעניין הנחיות לניתוח תחרותי של

מיזוגים אופקיים (23.1.2011) **הגבלים עסקיים** 5001710.

<sup>10</sup> היינו גבינה למריחה המאופיינת באחוזי שומן גבוהים ביחס לגבינות למריחה אחרות (16% שומן ומעלה). זאת, לעומת גבינה במרקם שמנת, המאופיינת במרקם וטעם דומים לגבינת שמנת אך נבדלת באחוזי השומן שלה (לרוב עד 10% בלבד). על פי בדיקות הרשות בעבר, גבינת שמנת וגבינה במרקם שמנת אינן תחליפים קרובים מנקודת מבטם של הצרכנים.



גדולה יותר; ככל שחשמי הכניסה לשוק גבוהים יותר; וככל שמספר השחקנים הפוטנציאליים האחרים קטן יותר.<sup>11</sup>

בענייננו, עשוי להתעורר חשש למניעת כניסתה של שטראוס למוצרים שהיא משווקת עבור ארלה: חמאה, חמאה למריחה, גבינות מיוחדות<sup>12</sup> וגבינות מלוחות.

אולם מעיון במסמכים הפנימיים של שטראוס, שוכנעתי שהיתכנות הכניסה של שטראוס לייצור מוצרים אלה בשנים הקרובות נמוכה, לאור העלויות הכרוכות בהקמת פס ייצור לייצורם. לעניין האפשרות ששטראוס הייתה מייבאת את המוצרים ממחלבה זרה אחרת אלמלא ההסדר, ככל שקיימת אפשרות כזו, היא קיימת גם בידי יבואנים אחרים, ובכלל זה חברת ויליפוד, אשר הפיצה את מוצריה של ארלה עד כה. כלומר, ההתקשרות של ארלה עם שטראוס במקום עם ויליפוד לא מביאה לגרעית מתחרה (יבואן) פוטנציאלי מהתחום אלא רק משנה את זהותו של השחקן ש"פנוי" להתקשרות חדשה.

בנוסף עשוי להתעורר חשש למניעת שיווק בישראל של מוצרים נוספים של ארלה בהם היא הייתה עשויה להתחרות עם שטראוס.

בחינות הרשות העלו כי ביחס למרבית המוצרים המשווקים על ידי ארלה בעולם, קיימות מגבלות אשר מקשות על יבוא שלהם לישראל, בהתחשב בין היתר באורך חיי המדף ובדרישות הכשרות המחמירות הנוגעות לחלק נכבד ממוצרי החלב.<sup>13</sup> לאור אילוצים אלה ולאחר בחינת המסמכים הפנימיים של ארלה בעניין, שוכנעתי שההיתכנות שארלה הייתה מרחיבה את פעילותה בישראל באופן משמעותי אלמלא התקשרותה עם שטראוס דווקא היא נמוכה מאוד. משכך, שוכנעתי שחשש זה מופג.

חשש דומה עשוי להתעורר ביחס לגבינה צהובה. למרות שאין לשטראוס פעילות במוצר זה כיום, עשויה להיטען טענה, לפיה ההסדר ימנע כניסתה של ארלה לתחום, בשל היעדר מכסות פטורות ממכס בידי שטראוס.

כבר היום, ויליפוד בוחרת לנצל את המכסות שלה לייבוא גבינה צהובה בפטור ממכס על מנת לייבא מותגים שאינם מתוצרת ארלה. כמו כן, בדיקות הרשות העלו, שכבר היום ומאז פתיחת מכסות הייבוא, קיימים מספר גדול של מקורות לייבוא גבינה צהובה עבור מי שזכה במכסה. לאור

<sup>11</sup> ראו: ע"א 2082/09 יורקום די.בי.אס בע"מ נ' בזק חברת התקשורת הישראלית בע"מ, פ"ד סג(2) 788, פס' 24-25, 28 (2009) וכן בנימוקי התנגדות הממונה למיזוג בין סאן-דור נתיבי אוויר בינלאומיים בע"מ וישראיר תעופה ותיירות בע"מ (28.1.2018) **הגבלים עסקיים** 501467.

<sup>12</sup> בקטגוריית גבינות מיוחדות נכלל מספר רב של גבינות מסוגים שונים, כגון גבינות עובש לבן (ברי וקממבר), גבינות קשות להקדמה (פרמזן), גבינות חצי קשות (קשקבל ומוצרלה) ועוד. בדיקות הרשות בעבר העלו שלאור הבדלי טעם בולטים בין הסוגים השונים ושימושים נבדלים שלהם, מוצרים אלה אינם בהכרח תחליפים קרובים זה לזה. אולם, לצורך פטור זה נתייחס לגבינות אלה כקטגוריה אחת, בהתאם לאופן שהקמעונאים מתייחסים אליהן.

<sup>13</sup> ביחס למוצרי חלב טריים, קיימת דרישה מטעם הרבנות הראשית לישראל לשימוש ב"חלב ישראל" בלבד (היינו חלב שנחלב על ידי אדם יהודי או תחת פיקוחו ונמצא תחת פיקוח רבני עד לאריזתו). מאחר שבמרבית המוצרים של מחלבה זרה לא ישתמשו בחלב מסוג זה, גם אם אינם כוללים מרכיב אחר לא כשר, ייצור מוצרי חלב מסוגים אלה לשוק הישראלי מחייב הכשרה של פס ייצור ייחודי.

הדרישה לשימוש בחלב ישראל אינה קיימת ביחס לחמאה (לרבות ממרח חמאה, מרגרינה וכדו'), כך שניתן להשתמש בפס הייצור הרגיל, כל עוד שאין שימוש במרכיבים שאינם כשרים.

ראו במדריך הרבנות הראשית ליבואנים, ניתן לעיין כאן:

[https://www.gov.il/he/Departments/General/meida\\_yevul](https://www.gov.il/he/Departments/General/meida_yevul)

זאת, גם אם ההסדר מביא לגריעתה של ארלה כמתחרה פוטנציאלי, לא נראה שיש בכך כדי להעלות חשש לפגיעה של ממש בתחרות בתחום.

#### *חשש להגדלת כוח השוק של שטראוס אל מול קמעונאים*

נוסף על החששות שתוארו לעיל, הסדר בין שני גורמים שפועלים באותו ענף עשוי לעורר חשש להגדלת כוח שוק אל מול לקוחות זהים שיש לשניהם כתוצאה מהרחבת "סל המוצרים" המוצע ללקוחות שני הצדדים להסדר במשותף. הגדלת "סל המוצרים" של ספקים במשותף כלפי לקוח עשויה לעורר חששות להיווצרות כוח שוק בסל המוצרים ולהגברת יכולתם של הספקים לקשור בין המוצרים השונים שבסל.

במקרה שבפני מצאתי שההסדר אינו מעלה חשש לפגיעה של ממש בתחרות. זאת משום שבדיקות הרשות העלו כי לארלה מגוון קטן יחסית של מוצרים ובאשר לכל מוצריה למעט אחד, ארלה היא שחקן שולי וקטן. המוצר החריג היחיד שבו יש לארלה נתחי שוק משמעותיים הוא החמאה למריחה. אולם, גם ביחס למוצר זה, שיחות עם קמעונאים העלו כי מדובר בקטגוריה זניחה יחסית מבחינתם, הפונה לקהל לקוחות מצומצם. מדובר במוצר המשווק כמוצר "פרמיום" הנמכר במחירים גבוהים יותר מחמאה. לפיכך, לדברי הקמעונאים, מוצר זה של ארלה אינו בגדר "מוצר חובה" עבורם. בנוסף, כמפורט לעיל, על רקע הקשיים שמציבות דרישות הכשרות ועל רקע מגבלות המכס שמטילה מדינת ישראל על יבוא מוצרי חלב, הסיכוי שארלה תוכל להרחיב את סל מוצריה בישראל נראה זניח. נוכח האמור התרומה התוספתית של ההסדר לכוחה של שטראוס לא צפויה להיות משמעותית.

#### *היעדר המכסות בידי שטראוס*

חשש כללי שעשוי לעלות מן ההסדר נוגע לכך שאין בידי שטראוס מכסות פטורות ממכס. בנסיבות אלה, עשויה לעלות טענה לפיה ההסדר יגרום להעלאת מחיר מוצרי ארלה אשר נהנו מפטור ממכס עד היום. כפי שהוסבר לעיל, טענה זאת רלוונטית רק לחלק ממוצרי ארלה, שכן רובם כבר היום אינם נהנים ממכסות אלה או נהנים ממכסות מוגבלות בלבד. מכל מקום, אין המדובר בחשש תחרותי אלא בעיקר בשיקול עסקי של ארלה. החלטתה של ארלה להתקשר עם שטראוס, על אף היעדר המכסות שבידיה, מעידה על היעילות שהיא רואה בהסדר ההפצה בזכות מערך ההפצה של שטראוס. בהיעדר כוח שוק בידי הצדדים כתוצאה מן ההסדר, אין סיבה להניח שתוצאת ההסדר תהיה העלאת מחירים לצרכנים.

לאור כל האמור לעיל, שוכנעתי שאין בהסדר כדי לפגוע פגיעה של ממש בתחרות בשווקים המושפעים ממנו. להשלמת הדיון ולמעלה מן הצורך, אזכיר שבהתאם להוראות סעיף 16 לחוק, כל שינוי בפרט מהותי בהסדר ההפצה, דינו כדין הסדר כובל חדש, הטעון היתר חדש.

#### **4. סוף דבר**

לאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ומיזוגים, ראיתי לנכון להשתמש בסמכות הנתונה לי בסעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים ולהעניק את הפטור המבוקש וזאת למשך שש שנים.



בהתאם לסעיף 15(א) לחוק 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.

מיכל הלפרין  
הממונה על הגבלים עסקיים

ירושלים, י"ד בסיון תשע"ח  
28 במאי 2018



**הוועדה לפטורים ולמיזוגים  
המלצות**

**מועד הדיון: 23.05.2018**

**מקום הדיון: רשות ההגבלים העסקיים, רח' עם ועולמו 4, ירושלים**

**בקשת מיזוג במסלול צהוב**

בפני חברי הוועדה הוצגה בקשת מיזוג וחוות הדעת של המחלקה הכלכלית כדלקמן:

מס' תיק	הצדדים למיזוג
009971	דלק מערכות רכב בע"מ OCM Luxembourg EPF III Runway Investco S.A.R.L

החלטה:

חברי הוועדה מתנגדים לבקשת המיזוג.

**בקשות מיזוג במסלול ירוק**

בפני חברי הוועדה הוצגו בקשות מיזוג וחוות הדעת של המחלקה הכלכלית כדלקמן:

מס' תיק	הצדדים למיזוג
013994	פוקס-ויזל בע"מ טו.אי.איי החזקות (2017) בע"מ אלעד רונן אחזקות בע"מ שסק שירותי ספקים לאם לתינוק ולילד בע"מ שילב שיווק ישיר לבית היולדת בע"מ
014210	Onex Corporation Vista Equity Partners
014392	גי וואן טכנולוגיות מיגון בע"מ ארזים מערכות תקשורת בע"מ
014514	Francisco Partners LP Management .VeriFone Systems, Inc
014518	טבע תעשיות פרמצבטיות בע"מ The Procter & Gamble Company PGT Healthcare LLP

החלטה:

חברי הוועדה ממליצים לאשר את בקשות המיזוג על סמך חוות הדעת הכלכלית.

**בקשת פטור**

בפני חברי הוועדה הוצגה בקשת פטור של המחלקה המשפטית כדלקמן:

מס' תיק	הצדדים להסדר כובל
003336	Arla Foods amba שטראוס שיווק בע"מ

החלטה:

שני חברי הוועדה ממליצים ליתן פטור על סמך טיוטת הפטור של המחלקה המשפטית.  
אחד מחברי הוועדה מאשר בכפוף להכנסת הבהרה לפיה שינוי בפרט מהותי של ההסדר יצריך פטור חדש.

## **חוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח - 1988**

### **בקשת פטור מאישור הסדר כובל**

בהתאם לס' 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988, מוגשת בזה בקשה לפטור מאישור בית הדין, הסדר כובל שפרטיו כדלקמן:

#### **1. הצדדים להסדר המבקשים את הפטור:**

**שם:** שטראוס שיווק בע"מ ("שטראוס"), מרחוב הסיבים 49, פתח-תקווה.

ע"י ב"כ ממושרד וינשטוק-זקלר ושות', ממרכז עזריאלי 5, המגדל המרובע (קומה 30),  
תל אביב-יפו 67025; טל. 03-6968333; פקס 03-6964222

**שם:** Arla Foods amba ("ארלה"), שכתובתה Sønderhøj 14, 8260 Viby J, Denmark.

ע"י ב"כ ממושרד נשיץ ברנדס אמיר ושות', מרח' תובל 5, תל-אביב יפו 6789717,  
טל. 03-6235000; פקס 03-6235005

#### **2. צורת ההסדר:**

בכתב

#### **3. תיאור המסמכים הקובעים אותו ואלה הנוגעים לו:**

הסכם בין שטראוס לבין ארלה ("ההסכם").

ההסכם מצורף בזאת כנספח 1.

#### **4. הנכס או השירות נושא ההסדר:**

הפצה של חמאה, ממרחי חמאה, גבינות מיוחדות (ברי קממבר ועובש כחול), גבינות מלוחות וגבינות שמנת (24% שומן בטעמים שונים) מהמותגים "Lurpak", "Castello", "Arla". מתוצרת חברת ארלה בישראל על ידי שטראוס.

#### **5. מהות הכבילות ופרטים עליהן:**

הסכם הפצה.

#### **6. תקופת ההסדר הכובל:**

תקופת ניסיון של 12 חודשים, שלאחריהן יוארך אוטומטית לתקופה של 5 (חמש) שנים. כל צד יכול להביא להסכם לסיום בהודעה מוקדמת של 6 חודשים לכל אורך תקופת תוקפו.



## **הנימוקים המצדיקים מתן פטור מהצורך בקבלת אישור בית הדין:**

### **הצדדים, הרקע להסכם וההסכם**

1. שטראוס היא חברה השייכת לקבוצת שטראוס גרופ בע"מ, העוסקת בייצור, שיווק והפצה של מוצרי מזון שונים בהם מוצרי חלב, מוצרי קפה ומוצרי שוקולד. שטראוס מוכרת כבעלת מונופולין בטבלאות שוקולד, קפה נמס, אבקת קקאו לצריכה ביתית ומעדני חלב.<sup>1</sup>
2. ארלה היא קואופרטיב מוצרי חלב אירופי, הנמצא בבעלות חקלאים מדנמרק, שוודיה, אנגליה, גרמניה, לוקסמבורג, בלגיה והולנד. ארלה מייצרת מוצרי חלב ומשווקת אותם בעיקר באירופה וכן בשווקים נוספים. ארלה מתמחה במוצרי חלב אורגניים.
3. בשנת 2005 מינתה ארלה את ג. וילי פוד אינטרנשיונל בע"מ ("וילי פוד") כסוכן ומפיץ בלעדי של מוצרים מסוימים של ארלה בישראל ומאז הפיצה וילי פוד בישראל את מוצרי ארלה. בשנת 2017 הפיצה וילי פוד את מוצרי ארלה הבאים: חמאה וממרחי חמאה; גבינות מיוחדות (גבינות ברי, קממבר ועובש כחול); גבינות מלוחות; וגבינות שמנת (24% שומן בטעמים שונים). המדובר בעיקר במוצרי נישה בתחום החלב.
4. בהתאם לנתוני סטורנקסט שבידי שטראוס,<sup>2</sup> היקף המכירות השנתי של מוצרי ארלה בישראל הוא בסדר גודל של כ- 40 מיליון ₪ בשנה בלבד, כאשר כ- 34-33 מיליון ש"ח מהמכירות הן של מוצרי החמאה של ארלה (שוק בו לשטראוס אין פעילות כלשהי). מכירות המזון של שטראוס גרופ בישראל עומדות על כ- 3.8 מיליארד ₪ כאשר מכירות המחלבות על כ- 1.517 מיליארד ₪. כלומר, היקף מכירותיה של ארלה מגיע לכדי כ- 1% מהיקף מכירות שטראוס בישראל ולהיקף של כ- 2.5% מהיקף מכירות המחלבה בישראל.
5. לאחרונה הגיעה ארלה למסקנה, כי שירותי ההפצה של וילי פוד לא הובילו למימוש פוטנציאל המכר של מוצרי ארלה. למעשה, פרט למוצרי החמאה (תחת המותג Lurpak), המפיץ לא הצליח לחדור עם מוצרי ארלה לשוק הישראלי ברמה שתאמה את ציפיותיה של ארלה. עיקר כישלונו של המפיץ נבע מכך שהוא הגיע רק למאות נקודות הפצה כאשר נפוצות מוצרי ארלה בשוק הפרטי נמוכה במיוחד.
6. מטעם זה החליטה ארלה להודיע על אי-חידוש הסכם ההפצה עם וילי פוד ולחפש מפיץ אחר. הסכם ההפצה עם וילי פוד יפוג ביום 31.12.2017.
7. ארלה מבקשת להגדיל את מכירותיה בישראל. כיוון שהיקף המכירות הקיים בישראל אינו מצדיק לדעתה של ארלה הקמת מערך הפצה עצמאי מצונן אשר יפיץ את מוצריה לשוק המאורגן ולשוק הפרטי, היא מעוניינת להתקשר עם מפיץ מקומי, אשר יגיע ביעילות לאלפי נקודות מכירה.

<sup>1</sup> ר' החלטה בעניין מונופולין: עלית בע"מ (25.12.1988) **הגבלים עסקיים** 4100063; החלטה בעניין מונופולין: עלית בע"מ (05.07.1989) **הגבלים עסקיים** 4100041; החלטה בעניין מונופולין: שטראוס החזקות בע"מ (26.3.1988) **הגבלים עסקיים** 4100003.

<sup>2</sup> לארלה אין נתונים אודות מחזור המכירות של וילי פוד בישראל. כל נתוני המכירות של ארלה בישראל הם נתוני סטורנקסט שנאספו על ידי שטראוס.

8. ארלה הגדירה לעצמה מספר קריטריונים אשר חיוני מבחינתה שיתקיימו במפיץ של מוצריה: **הראשון**, מפיץ שמחזיק מערך הפצה מצוין עם יכולת מוכחת להגעה לאלפי נקודות מכירה בשוק הפרטי; **השני**, ניסיון מוכח של המפיץ עם קמעונאים פרטיים ומומחיות בהפצה למקררי חלב בנקודות קמעונאיות; **והשלישי** - הכרות טובה עם עולם השיווק של מוצרי חלב.
9. המפיצים הפוטנציאליים של מוצרי ארלה בישראל העונים על הקריטריונים המפורטים לעיל הם למעשה רק אחת מארבעת המחלבות הגדולות (תנובה, שטראוס, טרה וגד).<sup>3</sup> לצידן קיימים עוד שני יבואנים (וילי פוד ונטו). לגבי וילי פוד - כאמור ההפצה עם וילי פוד לא ענתה על ציפיותיה של ארלה. מאפייני נטו דומים מאד למאפייני וילי פוד – המדובר בחברה אשר מייבאת ומפיצה מאות רבות של מותגים עם נוכחות דלה יחסית בשוק הפרטי. מבין ארבעת המחלבות החפיפה האופקית המינימלית היא עם חברת שטראוס: לתנובה קיימת חפיפה אופקית עם ארלה בכל ארבע הקטגוריות בהן ארלה פעילה בישראל תוך שהיא הספק הגדול ביותר בכל ארבעת הקטגוריות. גם לטרה חפיפה עם ארלה בשלוש קטגוריות וחפיפה דומה קיימת לגד. לשטראוס קיימת חפיפה עם ארלה בקטגוריה אחת בלבד.
10. ארלה בחרה להתקשר עם שטראוס בהסכם הפצה.
11. שטראוס מצידה מעוניינת להפיץ את מוצרי ארלה משום שהפצת מוצרי ארלה תאפשר לה להרחיב את סל המוצרים שהיא מפיצה לתחומים בהם היא אינה פעילה ואשר עיקרם תחומי נישא: חמאה (ובפרט ממרחי חמאה), גבינות מלוחות וגבינות מיוחדות. לשטראוס אין מומחיות בתחומים אלו, היא לא נכנסה לייצור בתחומים אלו, ולא תכננה להיכנס לייצור בתחומים אלו בשל חוסר כדאיות כלכלית: כניסה לתחומים אלו דורשות השקעות הון מהותיות ותחומים אלו אינם נמצאים במיקוד האסטרטגי של שטראוס, שעל פיו פועלת החברה במסגרת תכנית רב-שנתית. ההסכם גם יאפשר לשטראוס להרחיב את פעילותה בקטגוריות גבינות השמנת באחוז שומן גבוה, בו היא אינה מהווה מתחרה מרכזית (נתח השוק של שטראוס בקטגוריה זו הוא 4% בלבד). מומחיותה של שטראוס היא במוצרי ליבה של תחום החלב ולא באחוזי שומן גבוהים.
12. ההסכם נשוא הבקשה הוא הסכם הפצה על פיו שטראוס תרכוש את מוצרי ארלה, שהוגדרו בהסכם, במחיר שנקבע בהסכם, ותמכור אותם בערוצי ההפצה השונים. על פי ההסכם שטראוס אחראית על הניהול הלוגיסטי של הובלת המוצר ללקוח ועל גיבוש וניהול הסכמי הסחר וגבייה.
13. ההסכם עוסק בהפצת כל קטגוריות המוצרים של ארלה, שהופצו על ידי וילי פוד, ובנוסף בהרחבת המגוון מכל קטגוריה:
- 13.1. שטראוס תמשיך להפיץ את מגוון המוצרים, אשר וילי פוד הפיצה, לכל נקודה בה מוצרי ארלה הופצו על ידי וילי פוד. שטראוס תבחן פיתוח של יכולות להפצת מוצרי מעדניה, יכולות שאין לה במועד חתימת ההסכם.

<sup>3</sup> ראו: החלטה בדבר פטור מאישור הסדר כובל להסכם בין: תנובה מכרו שיתופי לשיווק תוצרת חקלאית בישראל בע"מ וגבינות משק-אחים מאיר בית יצחק בע"מ (10.8.2015) **הגבלים עסקיים** 500831, בעמ' 3. להלן – "החלטת פטור תנובה – מחלבת בית יצחק (2015)".

13.2. קטגוריות המוצרים אותן תפיץ שטראוס - **חמאה**: שטראוס תפיץ בשוק הישראלי מגוון סוגי ממרחי חמאה באופן שייצור לראשונה תחרות של ממש בתנובה בשוק החמאה; **גבינות מלוחות למכירה על המדף**: לארלה קיים מגוון גדול של גבינות מלוחות, מתוכו יופצו בישראל על ידי שטראוס, מספר סוגי גבינות באופן שיגדיל את ההיצע בשוק הגבינות המלוחות.<sup>4</sup> **גבינות מיוחדות למכירה על המדף** (גבינת ברי וגבינת קממבר): גם כאן שטראוס תפיץ את כלל המוצרים שהופצו בעבר (כאשר מבחינתה של שטראוס המדובר בכניסה למוצרים חדשים שהיא אינה פועלת בהם היום); **גבינות שמנת**: שטראוס תפיץ כמה סוגי גבינות שמנת (באחוזי שומן גבוהים של 24%). לשטראוס אין נוכחות של ממש בגבינות שמנת עם אחוזי שומן גבוהים. בנוסף, שטראוס תיכנס לראשונה לתחום הגבינות במעדניה: עם השלמת פיתוח היכולות הנדרשות, שטראוס תפיץ מוצרי ארלה מסוימים, המיוצרים גם באריזות גדולות, למעדניות. היקף המכירות הנוכחי של מוצרי ארלה במעדניות נמוך מאד.

13.3. שטראוס תרחיב ההפצה של מוצרי ארלה לנקודות נוספות רבות בעיקר בשוק הפרטי (גדול וקטן) ותגיע לנקודות שוליים פז לא הגיעה אליהן ולא הייתה מסוגלת להגיע אליהן. בענף נהוגים מגוון מדדי תפעול ואחד העיקריים שבהם הוא מדד "זמינות משקלית", הבוחן בכמה חנויות המוצר המסוים נמכר. הסכם ההפצה החדש עם שטראוס צפוי להעלות את המדד של מוצרי ארלה באחוזים ניכרים ובפרט בנקודות של השוק הפרטי: **גבינת קסטלו** (גבינות מיוחדות מדף) כיום עם מדד נמוך מ- 60% לשוק. **לורפק** - מוצרי הדגל של החברה - מגיעים היום בשוק פרטי קטן לכ- 75%. **גבינות מלוחות** - בגבינות מלוחות (תחת מותגי ארלה ופטינה) הנפוצות היא כ- 3% בלבד מכלל השוק (לא רק הפרטי). שטראוס מעריכה לגבי כל אלו, כי בתוך זמן קצר תוכל לשפר את המדד באופן משמעותי.

13.4. שטראוס תגדיל את מגוון המוצרים בהמשך, בהתאם להתפתחויות שיחולו.

14. פרטי ההסכם המלאים מפורטים בהסכם. נפנה עתה לבחון את השפעת ההסכם על התחרות.

### **השפעת הסכם ההפצה על התחרות**

#### **השווקים הרלבנטיים לעניינו**

15. תחום מוצרי החלב כולל מגוון רחב של מוצרים, כאשר הגדרת השווקים המדויקת בתחום מוצרי החלב איננה חדא וברורה.

16. עיון בהכרזות, בהחלטות ובהליכים שעסקו בתחום מוצרי החלב, מגלה כי ניתן לאתר מספר שווקים רלבנטיים בתחום החלב. פורמאלית, כיום עומדות בתוקפן שלוש הכרזות מונופולין בתחום מוצרי החלב: הכרזה על תנובה כעל בעלת מונופולין בשני שווקים - "מוצרי חלב"

<sup>4</sup> על הגברת התחרות בשוק הגבינות המלוחות, בו שולטת היום תנובה, כתוצאה מהסכם ההפצה, נעמוד בהמשך. יחד עם זאת נציין כבר עתה, כי בהתבסס על נתוני סטורנקסט לשנת 2017 לויילי פוד לא היה מכר למוצרים אלו. גם בשנת 2016 המכר היה נמוך מאד ועמד על כ- 1.4 מיליון ש. עם הפצת המוצרים על ידי שטראוס כמובן שאותן גבינות מלוחות יחזרו להימכר בשוק, והיקף המכר צפוי לעלות באופן ניכר.



ו"חלב לשתייה".<sup>5</sup> ברור ש"מוצרי חלב" איננו שוק רלבנטי שכן הוא כולל מספר רב של שווקים שונים. הכרזה נוספת היא ההכרזה על שטראוס כעל בעלת מונופולין בשוק "מעדני החלב".<sup>6</sup>

17. בעבר הזכיר הממונה ארבעה שווקים רלבנטיים נוספים:<sup>7</sup> גבינה במרקם שמנת עד 9%; מוצרי גביע לפעוטות; חלב בטעמים; ומשקאות יוגורט.

18. בסופו של יום ההגדרות הפורמאליות של השווקים הרלבנטיים בתחום מוצרי החלב שפורטו לעיל לא השתנו ונשארו עם שלוש ההגדרות האמורות בסעיף 16.

19. במסמך שכותרתו "הגדרת שווקים באמצעות מודלים אקונומטריים של ביקוש",<sup>8</sup> הגדירה הרשות שבע קבוצות (שווקים) בתחום ממרחים על בסיס חלב, כאשר לצידם הוגדרו שווקים נפרדים של חמאה וגבינות מיוחדות. כך בלשון הרשות להגבלים עסקיים, בעמ' 10:

"על סמך בדיקה איכותנית במסגרתה נאספו נתונים בדבר מאפייני המוצרים ועדויות הגורמים הפועלים בתחום החלב, נמצא כי את קבוצת הממרחים ניתן לחלק לשבע קבוצות המוצא הבאות: קוטג', גבינה לבנה, גבינה צהובה, גבינה מלוחה, גבינה במרקם שמנת, גבינת שמנת ולאבנה".

ובהערת שוליים 13, נכתב:

"יועזר כי מרשימה זו נעדרות החמאה והגבינות המיוחדות. מן המידע שבידי הרשות עולה, כי חמאה משמשת בעיקר כמוצר לבישול ואילו השימושים העיקריים בגבינות המיוחדות, כגון קשקבל ומוצרלה, אינם כממרחים."

20. גם בדין האירופי קיימות הגדרות שווקים דומות. כך בהחלטה בעניין COMP/M.6611 – *ARLA Foods/Milk Link*<sup>9</sup> הוגדרו שווקים של ממרחי גבינה, גבינה טרייה, גבינה רכה, גבינה חצי קשה, גבינה קשה ועוד. ראו:

"In previous decisions, the Commission considered segmenting the cheese market according to cheese categories – (i) spreadable cheese; (ii) fresh cheese; (iii) soft cheese; (iv) semi-hard cheese; and (v) hard cheese –, but also according to even narrower cheese types (e.g. mozzarella), the type of presentation (slice, fixed weight variable weight), type of milk used (e.g. mozzarella using different milks) and, protected geographical status (e.g. "appellations d'origine contrôlée")."

כן ראו בהחלטה בעניין Case COMP/M.5046 Friesland Foods/Campina.<sup>10</sup>

<sup>5</sup> החלטה בעניין מונופולין: תנובה בע"מ (25.12.1988) **הגבלים עסקיים** 4100052 זמין בקישור: <http://www.antitrust.gov.il/subject/122/item/25959.aspx>

<sup>6</sup> ראה לעיל ח"ש 1, ההכרזה מיום 26.3.1988, **הגבלים עסקיים** 4100003.

<sup>7</sup> ראה מכתב הממונה מיום 31.12.2014 המזמין את שטראוס להשיע את עמדתה בנוגע לכוונה להכריז עליה כעל בעלת מונופולין בארבעה ענפים. שטראוס חלקה על הגדרות שווקים אלו ועל היותה בעלת מונופולין בשוק כלשהו (ראה מכתבה של שטראוס מיום 30.7.2015).

<sup>8</sup> "הגדרת שווקים באמצעות מודלים אקונומטריים של ביקוש" **הגבלים עסקיים** 501138 (פורסם, 12.1.2017) <http://www.antitrust.gov.il/subject/195/item/34421.aspx>.

<sup>9</sup> Commission Decision of 27 September 2012 in Case COMP/M.6611 – ARLA Foods/Milk Link OJ C387, at para

<sup>10</sup> Commission Decision of 17 December 2008 in Case COMP/M.5046 – Friesland Foods/Campina, OJ C75 at para 500:

21. יוער, כי הנציבות סיווגה את גבינות השמנת ובמרקם שמנת תחת שוק הגבינות הטרויות ואת גבינות הברי והקממבר תחת שוק הגבינות הרכות.<sup>11</sup>
22. מסקירה זו של קשת ההגדרות האפשרית של השווקים בתחום מוצרי החלב, עולה כי ישנו מספר מצומצם של מוצרים אשר הן שטראוס והן ארלה מייצרות ואשר משווקים בישראל - **גבינות שמנת (באחוזי שומן גבוהים) וגבינות מלוחות**.
23. בכל הנוגע לגבינות המלוחות יש לציין, כי שטראוס עומדת לחדול בתקופה הקרובה משיווק גבינות פטה (מלוחות) וכל זאת בלא תלות בהסכם ההפצה עם ארלה. שטראוס חדלה מלייבא את גבינות הפטה והיא רק מסיימת את המלאי אשר במחסניה.

### החששות התחרותיים

24. על בסיס החלטות הממונה בעבר, הסכם הפצה כדוגמת הסכם שטראוס-ארלה, עלול להעלות מספר חששות תחרותיים. לעניין הגדרת החששות נעזרנו בראש ובראשונה בהחלטה של הרשות מלפני מספר חודשים (יוני 2017) בעניין שהוא למעשה זהה למקרה שלפנינו. המדובר בהחלטה לפי סעיף 14 בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל להסדר בין תנובה לבין מחלבת בית יצחק (22.6.2017).<sup>12</sup>
25. באותו מקרה הובא לאישור הממונה הסכם בו תנובה התחייבה לשמש כמפיצה של מחלבות בית יצחק, כאשר במסגרת הסכם ההפצה תנובה לקחה על עצמה להפיץ שלושה מוצרים של מחלבת בית יצחק, המתחרים בה - פרמזן מגורד (בו לתנובה היה נתח שוק של כ-63%), מוצרי יוגורט מחלב עיזים (בו לצדדים היה נתח שוק של כ-20%) וחמאה באריזות אישיות לשוק המוסדי (כאשר לתנובה נתח שוק של כ-60% בשוק החמאה).
26. מהחלטת הפטור בעניין תנובה - מבית יצחק (2017) עולה, כי עלינו לבחון שני חששות תחרותיים מרכזיים.
- 26.1 חשש אחד הוא החשש האופקי. הסכם ההפצה מקים לכאורה חששות מפני הפעלת כוח שוק חד צדדי, או הפעלת כוח שוק מתואם ביחס למוצרים שמשווקים הן על ידי שטראוס והן על ידי ארלה - גבינות שמנת וגבינות מלוחות.
- 26.2 חשש שני הוא החשש הנובע מכך ששטראוס, המחזיקה בנתח שוק גבוה במעדני חלב, ובמוצרים נוספים, עלולה לקשור בין מוצרי ארלה לבין מוצרים אחרים בסל מוצרי שטראוס באופן שיפגע בתחרות בין ארלה לבין מחלבות מתחרות ויגרום לדחיקת של האחרונות.

---

*"The Commission has previously distinguished between different categories of cheeses such as "hard/semi hard cheese" (which includes Gouda and Edam), "soft cheese" and "fresh cheese". It is also clear from previous Commission practice that a further subdivision of these categories into different types of cheese might be necessary in Member States which have a strong tradition for a particular cheese type."*

<sup>11</sup> Commission Decision of 18 October 2007 in Case no. COMP/M/4761 - Bongrain/Sodiaal/JV, OJ C 295, at para 13, 18-19.

<sup>12</sup> החלטה בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל בין: תנובה מרכז שיתופי לשיווק תוצרת חקלאית בישראל בע"מ גבינות משק-אחים מאיר, בית יצחק בע"מ, הגבלים עסקיים 501276 (22.6.2017). להלן - "החלטת פטור תנובה - בית יצחק (2017)".

27. מהחלטות קודמות שעסקו בהסכמי הפצה עולה, כי עלינו לבחון חשש נוסף - החשש האנכי - והוא החשש כי התחייבותה של ארלה בהסכם לבלעדיות כלפי שטראוס עלולה לחסום בפני מתחרים בשוק ההפצה, יצרן מרכזי שהוא תנאי לפעילות בשוק ההפצה.

28. נבחן את החששות התחרותיים כסדרם.

## היעדר חששות מהפעלת כוח שוק חד צדדי או מתואם כתוצאה מההסכם בשווקים הרלבנטיים

### שוק הגבינות המלוחות

29. שטראוס אינה מייצרת גבינות מלוחות ולא ייצרה גם בעבר. הליך הייצור של גבינות מלוחות שונה מהליך הייצור של גבינות אשר שטראוס מייצרת בעצמה. החל מחודש אוגוסט 2016 ולמשך כשנה ורבע עסקה שטראוס ביבוא ובשיווק של גבינה מלוחה מסוג פטה תחת המותג סימפונייה. שטראוס הפסיקה את יבוא הפטה לארץ והיא משווקת את המלאי שנותר אצלה אותו היא צפויה לסיים בתוך מספר שבועות. נתח השוק של שטראוס בשוק הגבינות המלוחות עמד על כ - 0.4%, לפי נתוני סטורנקסט לשנת 2016 ו - 2017.

30. הגורמים הפועלים בשוק הגבינות המלוחות, ונתחי השוק שלהם, הם כדלקמן:

	ספק	נתח שוק		
		2015	2016	2017.1-9
1.	תנובה	47.5%	45.0%	43.6%
2.	מחלבות גד	34.5%	35.7%	37.9%
3.	החברה המרכזית למשקאות קלים	9.8%	9.9%	9.3%
4.	מחלבת השומרון	3.6%	3.8%	3.8%
5.	גבינות משק יעקבס	0.7%	1.2%	1.2%
6.	שטראוס גרופ בע"מ	0.0%	0.4%	0.4%
7.	וילי פוד (כולל מוצרי ARLA)	1.1%	1.0%	0.4%
8.	ARLA כנתון בנפרד (נכללת בוילי פוד)	0.1%	0.5%	0.0%
9.	נטו - ללא בשר ודגים טריים	0.2%	0.2%	0.3%
10.	המחלבה מבית יצחק	0.1%	0.0%	0.0%
	שטראוס ו - ARLA	0.1%	0.9%	0.4%

31. כלומר, בשנת 2017 ארלה אינה יכולה להיחשב כמתחרה בשוק הגבינות המלוחות, ובשלוש השנים האחרונות נתח השוק המצרפי של הצדדים להסכם בתחום הגבינות המלוחות היה נמוך מאשר 1%. לצדם פועלים עוד לפחות 7 מתחרים, כאשר תנובה היא השחקנית הדומיננטית והמובילה כיום בשוק הגבינות המלוחות עם נתח שוק משמעותי הגבוה של כ - 43%. לצידה פועלות גם גד וטרה עם נתחי שוק גבוהים.



32. נתחי השוק הזניחים של שטראוס ושל ארלה מפיגים כל חשש, אנכי או אופקי, להצרה או להפחתה בתחרות בשוק הגבינות המלוחות כתוצאה מהסכם ההפצה. כלומר, גם אם נראה בהסכם ההפצה משום גריעה של מתחרה מהשוק (כלומר שטראוס גורעת את ארלה כמתחרה בשוק הגבינות המלוחות או להיפך), אין לדברים משמעות תחרותית כלשהי. זאת ועוד. שטראוס לא רק שאינה מייצרת גבינות מלוחות ובקרום גם לא תשווק אותן, לא היו לה ואין לה כוונות להתחיל לייצר גבינות מלוחות כך שהסכם ההפצה גם אינו משפיע על תמריץ כלשהו של שטראוס להיכנס לשוק הגבינות המלוחות.

33. על המסקנה בדבר היעדר השפעה כלשהי להסכם ההפצה על שוק הגבינות המלוחות ניתן ללמוד לדוגמה מהחלטת הממונה על הגבלים עסקיים בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל להסדר שבין כרמית תעשיות ממתקים בע"מ לבין ש. שסטוביץ בע"מ (28.2.2013) הגבלים עסקיים 500357. באותו עניין נבחן הסכם הפצה בו מונתה שסטוביץ להיות המפיצה הבלעדית של כרמית, ביחס לכל מוצרי כרמית. שתי החברות התחרו אחת בשנייה בתחום היבוא, ההפצה והמכירה של סוכריות. באותו מקרה קבע הממונה, כי בשים לב לנתח השוק ש"אינו גבוה" של כרמית ו"זניח" של שסטוביץ, אין חשש לפגיעה בתחרות. ראו בעמ' 3 להחלטה:

**"החששות האופקיים:** מניתוח מעמדם של כרמית ושסטוביץ בתחום הסוכריות שוכנעתי כי החששות האופקיים הנוכחים שמעורר ההסדר בתחום הסוכריות (לרבות בתחום הסוכריות ללא סוכר) מופגים בענייננו. תחום הסוכריות בחנויות המזון כולל מגוון רחב של מוצרים, המסופקים על ידי מספר רב של ספקים, בעוד נתח השוק של כרמית בתחום אינו גבוה ונתח השוק של שסטוביץ בתחום זה הינו זניח. גם תחת הנחה מחמירה כי תחום הסוכריות ללא סוכר הינו תחום נפרד, שוכנעתי כי החששות מופגים בנסיבות העניין, הן לאור קיומם של מספר מותגים מובילים בתחום והן נוכח נתח השוק הנמוך יחסית של כרמית ושסטוביץ בתחום".

גם באשר לחשש מפני חסימת מפיצים אחרים מהאפשרות להפיץ את הסוכריות של כרמית (החשש השלישי שהגדרנו בסעיף 27 לעיל) קבע הממונה דברים דומים בהמשך עמ' 3 להחלטה:

**"החששות האנכיים:** שוכנעתי כי החשש מפני הדרת מפיצים כתוצאה מההסדר מופג בנסיבות העניין. לאור היקף פעילותה המצומצמת של כרמית בחנויות המזון, מניעת היכולת להפיץ את מוצרי כרמית איננה יכולה להדיר משוק ההפצה מפיצים מתחרים של שסטוביץ."

34. כן ראו את החלטת פטור תנובה – מחלבת בית יצחק שם נתחי שוק מצרפיים של כ – 20% (ביוגורט צאן); מעל 60% (בפרמזין ובחמאה) לא עוררו חששות.

#### שוק גבינות השמנת

35. רשות ההגבלים העסקיים סברה בעבר, כי שוק גבינות השמנת הוא שוק נפרד משוק הגבינות במרקם שמנת (אחוז שומן נמוך מאשר 9%) – ראו סעיף 17 לעיל. לפיכך, נבחן תחילה את השפעה ההסכם בשוק גבינות השמנת, כפי שרשות ההגבלים העסקיים רואה אותו. המסקנה תהיה, כי הסכם ההפצה אינו מעורר חשש מפני הפעלת כוח שוק חד צדדי גם בשוק גבינות השמנת. בהמשך נבחן את השפעת הסכם ההפצה על פי האופן בו שטראוס סבורה כי יש

להגדיר את השוק – שוק אחד שכולל גבינות שמנת וגבינות במרקם שמנת ונראה כי גם בו אין להסכם ההפצה השפעה של ממש.

36. השחקנים הפעילים בשוק גבינות השמנת (אחוזי שומן גבוהים – מעל 9%) ונתחי השוק שלהם הם כמפורט בטבלה שלהלן:

	ספק	נתח שוק		
		2015	2016	ינואר-ספטמבר 2017
1.	תנובה חלב	62.5%	66.7%	68.7%
2.	מחלבות גד	11.1%	10.1%	11.4%
3.	נטו	14.8%	12.2%	5.4%
4.	שטראוס גרופ בע"מ	7.2%	3.9%	3.8%
5.	וילי פוד (כולל מוצרי ARLA)	1.0%	0.4%	3.8%
6.	ARLA כנתון בנפרד (נכללת בויליפוד)	0.0%	0.0%	3.7%
7.	גבינות משק יעקבס	0.9%	2.9%	3.1%
8.	צי תעשיות מזון	2.0%	2.4%	2.4%
	שטראוס וארלה	7.2%	3.9%	7.5%

37. השחקנים הפעילים בשוק גבינות השמנת אם נכלול בו הן גבינות באחוזי שומן גבוהים והן גבינות באחוזי שומן נמוכים, ונתחי השוק שלהם הם כדלקמן:

	ספק	נתח שוק		
		2015	2016	ינואר-ספטמבר 2017
1.	תנובה חלב	39.5%	43.1%	44.8%
2.	שטראוס גרופ בע"מ	38.3%	36.2%	35.6%
3.	מחלבות גד	9.5%	7.6%	6.3%
4.	החברה המרכזית למשקאות קלים	2.5%	2.1%	3.9%
5.	נטו	7.6%	6.7%	3.0%
	וילי פוד (כולל מוצרי ARLA)	0.5%	0.2%	2.1%
7.	ARLA כנתון בנפרד (נכללת בויליפוד)	0.0%	0.0%	2.1%
8.	גבינות משק יעקבס	0.5%	1.7%	1.8%
9.	צי תעשיות מזון	1.1%	1.3%	1.4%
	שטראוס וארלה	38.3%	36.2%	37.7%

38. הנה כי כן, נתח השוק המצרפי של שטראוס וארלה, בשוק גבינות השמנת (מעל 9% שומן) הוא כ- 7.5%. נתח שוק זה אינו מעורר שום חשש לפגיעה בתחרות בהיבט כלשהו. בפרט כאשר בשוק גבינות השמנת שולטת תנובה ביד רמה עם נתח שוק העולה על 60% לאורך שנים ולצידה מחלבות גד עם נתח שוק של כ- 10% בשנת 2016 ונטו עם נתח שוק של כ- 12% בשנת 2016. בתחום נישתי זה קיימות גם מחלבות רבות המייצרות גבינות שמנת ומשווקות אותן לשוק הקמעונאי הפרטי ואף לשוק המאורגן. בנוסף בשוק זה קיים יבוא של מותגים עולמיים מובילים כדוגמת Philadelphia, המיובא על ידי נטו.

39. באשר להשפעת הסכם ההפצה בשוק הכולל את כל סוגי גבינות השמנת: הבדיקה מגלה, כי נתח השוק המצרפי של שטראוס וארלה בשנת 2016 עמד על כ- 36.2%. לצד ארלה ושטראוס קיימים עוד 7 ספקים מתחרים לפחות כאשר נתח השוק של תנובה הוא כ- 43.1%, נתח השוק של גד כ- 7.6% ושל טרה כ- 2.1%. הכל, על פי נתוני סטורנקסט לשנת 2016.

40. יש לציין, כי היבוא לישראל של גבינות שמנת, בהגדרתו הרחבה של המוצר, הוא יבוא ממשי בעל פוטנציאל נוסף. כך למרות סיום הסכם ההפצה עם וילי פוד, וילי פוד לא תצא משוק ההפצה של גבינות שמנת. כך, בהודעה לבורסה של וילי-פוד בעניין אי חידוש הסכם ההפצה עם ארלה מיום 21.10.2017 ציינה וילי פוד, כי:

*"הקבוצה סבורה כי ביכולתה להתקשר עם ספקים חלופיים לרכישת חלק מהמוצרים שנרכשים מהספק בטווח הזמן הקרוב".*

41. מכל מקום, הצדדים סבורים, כי מבנה שוק גבינות השמנת ונתח השוק הנמוך של ארלה בשוק זה מעיד, כי אין בהסכם ההפצה שום חשש מהפחתת התחרות בעסקים. הטעמים למסקנה זו נסמכים בראש ובראשונה על הניתוח שערך הממונה להסכם ההפצה תנובה – מחלבת בית מאיר לפני מספר חודשים (יוני 2017). תנובה ומחלבת בית מאיר הן בגדר מתחרות בשווקים הבאים:

41.1. יוגורט עיזים: נאמר בהחלטה, כי נתח השוק המצרפי של הצדדים היה כ- 20% (מלמטה).

41.2. פרמזן מגורד: תנובה החזיקה נתח שוק של 63%; מחלבת בית יצחק – 2%.

41.3. חמאה: נתחי השוק של תנובה אינם נזכרים בהחלטה אולם מנתוני סטורנקסט עולה, כי תנובה מחזיקה כ- 60% משוק החמאה. נאמר בהחלטה, בכל הנוגע למחלבת בית יצחק, כי המחלבה מספקת רק לשני לקוחות בשוק המוסדי.

42. במסגרת ההחלטה על מתן פטור לתנובה ומחלבת בית יצחק, בחן הממונה את סוגי החששות השונים שהגדרנו לעיל. מ"מ הממונה התייחס תחילה לחשש החד צדדי, בשל כוח השוק שיצברו הצדדים בעקבות הסכם ההפצה. מ"מ הממונה קבע, בכל הנוגע לחששות מהשפעת הסכם ההפצה על שוק הפרמזן המגורד (בו לתנובה היה נתח שוק של 63%) את הדברים הבאים:

*"בתחום הפרמזן המגורד תנובה אומנם מחזיקה בנתח שוק משמעותי של כ- 63 אחוז. אולם מאחר שהמחלבה מחזיקה בנתח שוק זניח בתחום זה (כ- 2 אחוז), הרי שתבירתה לתנובה במסגרת ההסכם מגדילה אך במקצת את נתח השוק של תנובה באופן שאינו מקים, כשלעצמו, חששות תחרותיים".*

ולעניינו: כאמור, על פי נתוני שנת 2016 שטראוס מחזיקה בשוק גבינות השמנת (בהגדרתו הרחבה) בנתח שוק של כ- 36.2% ואילו ארלה בכ- 2%. לפיכך, על פי דברי הממונה "הרי שתבירתה [לשטראוס – הח"מ] במסגרת ההסכם מגדילה אך במקצת את נתח השוק של [שטראוס] באופן שאינו מקים, כשלעצמו, חששות תחרותיים".<sup>13</sup>

<sup>13</sup> על פי ההגדרה הצרה (גבינות שמנת באחוזי שומן גבוהים) נתחי השוק הם 3.8% ו- 3.7% (לחודשים 2017-9-1. לא קיימות מכירות של ארלה בשנת 2016) שאין להם שום משמעות תחרותית.

43. מסקנה זו מתחזקת בענייננו, כאשר הממונה סבור, כי גבינה במרקם שמנת וגבינת שמנת הם שני שווקים נפרדים, וכאשר נתח השוק של שטראוס וארלה בשוק גבינות השמנת, לפי הגדרת הממונה, לשנת 2017-9 עומד על כ- 7.5% בלבד. אם נבחן את השפעת הסכם ההפצה לפי גבולות השוק אשר הממונה סבר, כי הם נכונים, ברור שמידת החפיפה בין שטראוס לבין ארלה היא אפסית. זאת ועוד:

43.1. שוק גבינות השמנת באחוז גבוה, אשר אליהם משתייכים מוצרי ארלה שיופצו על פי הסכם ההפצה, מתאפיין בכך שלצד שמות הספקים המרכזיים שלו קיימות עוד מחלבות רבות העוסקות בייצור מוצר נישא זה, אשר יכולות להגדיל משמעותית את היקפי הייצור.

43.2. עיקר המכר של אותן מחלבות קטנות הוא למרכולים ומכולות הפרטיים בהן הדרישה למוצרי אלו היא גבוהה. חסמי הכניסה וההתרחבות במדפי מרכולים ומכולות פרטיים נמוכים יותר לעומת הרשתות הקמעונאיות.<sup>14</sup>

43.3. כלומר, בשים לב לכך שעיקר תכליתו של הסכם ההפצה עם שטראוס הוא להגביר נפיצות בשוק הפרטי, ולנוכח מאפייניו של שוק פרטי זה דומה שלא מתעורר שום חשש לפגיעה בתחרות.

#### היעדר חששות מקשירה ומדחיקה של מתחריה של ארלה

44. בהחלטת הפטור תנובה – מחלבת בית יצחק, הגדיר מ"מ הממונה את סוג החשש הזה באופן הבא:

"חשש נוסף שמתעורר, לכאורה, נוגע לאפשרות שתנובה – המחזיקה בנתחי שוק גבוהים בחלק מן המוצרים המשווקים על ידה – תבצע 'קשירה' בין מוצרי המחלבה למוצרים אחרים בסל מוצרי תנובה, באופן שיפגע בתחרות בין המחלבה למתחרותיה ויגרום לדחיקתן של האחרונות."

45. לאחר ניתוח שוק מוצרי החלב (יוני 2017), הגיע מ"מ הממונה למסקנה הבאה בכל הנוגע להתקיימות חשש זה בשוק מוצרי החלב:

"החשש מקשירה ומדחיקת מתחרותיה של המחלבה מופג אף הוא בנסיבות העניין. מבדיקת הרשות עולה שככלל בקרב הלקוחות הקמעונאיים קיימת דרישה למגוון מוצרים, וכי הם אינם נוהגים להסתפק ברכישת כל מגוון מוצרי החלב ממחלבה אחת. על כן יכולתה של תנובה לכפות עליהם רכישת מוצרי המחלבה בלבד מוגבלת. בנוסף, המחלבה פועלת בתחומי נישא והיקף פעילותה זניח לעומת היקפי הפעילות של תנובה באופן שמקטין את התמריץ של תנובה לקשור בין מוצרי המחלבה למוצריה."

46. ניתוח זה, שנעשה רק לפני מספר חודשים חל באופן ישיר בענייננו:

46.1. ראשית, בקרב הלקוחות הקמעונאיים של שטראוס וארלה קיימת דרישה למגוון מוצרים והם אינם נוהגים להסתפק ברכישת מוצרי חלב ממחלבה אחת בקטגוריה כלשהי.

<sup>14</sup> ראו החלטת פטור תנובה – מחלבת בית יצחק (2015), בעמ' 3.



- 46.2. **שנית**, ארלה פועלת בתחומי נישא – ממרחי חמאה, גבינות מיוחדות וגבינות מלוחות.
- 46.3. **שלישית**, היקף פעילותה של ארלה בישראל הוא זניח לעומת היקף פעילותה של שטראוס. בהתאם לנתוני סטורנקסט, היקף מכירותיה השנתי של ארלה בישראל עומד על כ- 40 מיליון ₪. היקף מכירות שטראוס בישראל עומד על כ- 4 מיליארד ₪. עובדה זו מקטינה את התמריץ של שטראוס לקשור בין מוצריה לבין מוצריה ארלה.
47. לכך יש להוסיף את העובדה כי מוצרי ארלה המופצים בישראל הם בעיקרם מוצרי נישא – גבינות מיוחדות, גבינות שמנת בטעמים ומוצרי חמאה שונים, כאשר בתחומי נישא אלו קיימות מחלבת קטנות רבות המסוגלות להגדיל משמעותית את היקפי הייצור.<sup>15</sup>
48. ניתן לסכם את המסקנות באשר לחששות הלכאוריים שמעורר ההסכם באופן בו סיכם מ"מ הממונה את הדברים בנוגע להסכם ההפצה בין תנובה למחלבת בית יצחק, רק לפני מספר חודשים:

*"בדיקת רשות ההגבלים העסקיים העלתה כי החששות האמורים מופגים נוכח קיומם של שחקנים רבים – מחלבות ויבואנים – אשר פועלים בתחומים בהם פועלים הצדדים להסכם."*

### **עיקרו של ההסכם אינו בהפחתת התחרות, או במניעתה, אלא להיפך - בהגברת תחרות ובהתייעלות**

49. תכלית ההתקשרות בין הצדדים היא הגדלת מכירות מוצרי ארלה בישראל. לאחר ניסיון של מעל עשור הגיעה ארלה למסקנה, כי הגדלת מכירותיה בישראל תתאפשר רק באמצעות הפצה של מוצריה באמצעות מערך הפצה של אחת המחלבות הגדולות.
50. הפצה של מוצרי חלב נבדלת מהפצה של מוצרים אחרים, בעיקר בשל שני מאפיינים עיקריים: הצורך בהובלה בקירור, וחיי מדף קצרים יחסית של מרבית המוצרים. מאפיינים אלה מצריכים מומחיות והכרות עם תחום מוצרי החלב ומעניקים יתרון למערכי הפצה בעלי פריסה ארצית רחבה. מערכי ההפצה הגדולים בענף החלב שייכים לארבעת המחלבות הגדולות (תנובה, שטראוס, טרה וגד) הפועלות במתכונת של אינטגרציה אנכית מלאה (ייצור, שיווק וסחר והפצה). היעדר נגישות למערך הפצה ארצי המחזיק בסל מוצרים גדול היא חסם עיקרי להתרחבות בשוק.<sup>16</sup>
51. כך למשל, בעוד שהמחלבות הקטנות והבינוניות מגיעות למאות אחדות של נקודות הפצה, בעזרת מערך ההפצה של שטראוס (או של אחת משלושת המחלבות האחרות), ארלה תוכל להגיע לאלפי נקודות ברחבי הארץ.
52. הנה כי כן, בישראל קיימים למעשה מספר מפיצים פוטנציאליים למוצרי ארלה – אחת מארבעת המחלבות הגדולות - תנובה, טרה, שטראוס וגד; ולצידן שני מפיצים בקירור נוספים – וילי פוד ונטו. אולם, כאמור, קיים ספק באשר ליכולתה של וילי פוד להציג צמיחה בהפצת מוצרי ארלה ולהצליח לממש את מלוא הפוטנציאל העסקי שטמון במוצרי ארלה. ואכן ניתן

<sup>15</sup> ראו את החלטת הפטור תנובה – מחלבת בית יצחק (2015), בעמ' 3.

<sup>16</sup> ראו את החלטת הפטור תנובה – מחלבת בית יצחק (2015), בעמ' 3 פסקה 5.

להיווכח שהצרכן הישראלי לא הצליח ליהנות ממוצרי ארלה – הן בהיבט של נגישות (חשיפה) למוצרים והן בהיבט של יציבות בהפצה של המוצרים לכל הנקודות הרלבנטיות. בתוך כך, נטו היא חברה בעלת מאפיינים דומים – יבואן של מאות מותגים בעל רשת הפצה מצוננת שאינה דומה לזו של המחלבות הגדולות ומשכך, צפויה גם היא לא לממש את מלוא פוטנציאל ההפצה של המוצרים.

53. מבין ארבעת המחלבות, שיעור החפיפה האופקי הנמוך ביותר עם מוצרי ארלה מתקיים עם חברת שטראוס:

53.1. תנובה מפיצה מוצרים בכל ארבע הקטגוריות של ארלה, כאשר תנובה היא הספק הגדול ביותר בשוק בכל ארבע הקטגוריות: בשנת 2016 עמד נתח השוק של תנובה על 61.0% בשוק החמאה; על 45% בשוק הגבינות המלוחות; על 27.1% בשוק הגבינות המיוחדות; ועל 43.1% בשוק גבינות השמנת ובמרקם שמנת. בשוק גבינות השמנת נתח השוק של תנובה עמד על 66.7%.

53.2. טרה – גם טרה מתחרה בארלה בכל ארבעת קטגוריות המוצרים של ארלה. בשנת 2016 עמד נתח השוק של טרה על 7.2% בשוק החמאה; על 9.9% בשוק הגבינות המלוחות; על 10.7% בשוק הגבינות המיוחדות; ועל 2.1% בשוק גבינות השמנת ובמרקם שמנת.

53.3. גד – מחלבות גד מתחרה בארלה בשלוש קטגוריות כאשר נכון לשנת 2016 היא בעלת נתח שוק של 21.0% בשוק הגבינות המיוחדות, בעלת נתח שוק של 35.7% בשוק הגבינות המלוחות ונתח שוק של 7.6% בשוק גבינות השמנת ובמרקם שמנת. בשוק גבינות השמנת (אחוז שומן גבוה) של 10.1%.

54. על החפיפה האופקית עם שטראוס עמדנו לעיל – חפיפה אופקית בשני שווקים: בגבינות מלוחות נתח השוק המצרפי של הצדדים לא מגיע אפילו ל – 1%. על ההשפעה בשוק גבינות השמנת עמדנו בהרחבה לעיל ולא נשוב על הדברים.

55. הנה כי כן, ההסכם שבפנינו מקיים אף את התנאי השני הקבוע בסעיף 14 (א)(1) של חוק ההגבלים העסקיים.

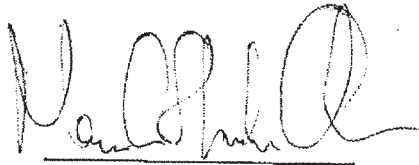
## סיכום

56. אשר על כן, מתבקש הממונה להיעתר לבקשה זו.

57. אנו מצהירים שכל הפרטים האמורים הם מלאים ונכונים, שהמסמכים המצורפים הם נכונים ואין מלבדם כל מסמך אחר הקובע את ההסדר או הנוגע לו.

30.11.17  
תאריך

שטראוס שיווק בע"מ  
עו"ד: אביאל שג"ר  
תפקיד: סמל נס"מ  
גאון יעקב  
שטראוס שיווק בע"מ  
מנהל כס"מ מחלבות



Arla Foods amba  
ע"י: MARTIN SØRENSEN CHRISTENSEN  
תפקיד: EXPORT DIRECTOR

30.11.17  
תאריך

318\151\3-23