

הודעה על פטור מאישור הסדר כובל

לפי חוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988

בתוקף סמכותי לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988¹ (להלן – החוק), ולאחר התייעצות עם הוועדה לפטורים ולמיזוגים, אני מודיע כי ביום כ"ב בכסלו התשע"ד (25 בנובמבר 2013) החלטתי על מתן פטור מאישור הסדר כובל, כמפורט להלן:

מספר	שמות הצדדים להסדר	מהות הכבילה	הנכס / השירות
9309	סופר-פארם (ישראל) בע"מ מ.מ.ס. מולטי מרקטינג סרביסס בע"מ	הסדר בלעדיות	מוצרי קוסמטיקה סלקטיבית

תוקפו של הפטור מוגבל לשלוש 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 בתיק פטור מספר 9309, במשרד רשות ההגבלים העסקיים, רח' עם ועולמו 4, ירושלים, בשעות העבודה הרגילות.

ט"ו בטבת התשע"ד (18 בדצמבר 2013)

(חמ 3-41-1ה)

דיויד גילה

הממונה על ההגבלים העסקיים

¹ 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-1988¹ (להלן – החוק), ולאחר התייעצות עם הוועדה לפטורים ולמיזוגים, אני מודיע כי ביום כ"ה בשבט התשע"ד (26 בינואר 2014) החלטתי על מתן פטור מאישור הסדר כובל, כמפורט להלן:

מספר	שמות הצדדים להסדר	מהות הכבילה	הנכס / השירות
9387	אלביט מערכות אלקטרו-אופטיקה אלאופ בע"מ אלתא מערכות בע"מ	מיזם משותף	איסוף מודיעין חזותי בעבור חיל האוויר של הודו

תוקפו של הפטור מוגבל למשך 3 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 בתיק פטור מספר 9387, במשרד רשות ההגבלים העסקיים, רח' עם ועולמו 4, ירושלים, בשעות העבודה הרגילות.

ד' באדר א' התשע"ד (4 בפברואר 2014)

(חמ 3-41-1ה)

דיויד גילה

הממונה על ההגבלים העסקיים

¹ ס"ח התשמ"ח, עמ' 128; התש"ס, עמ' 113.



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

מתן פטור מאישור הסדר כובל

הסכם בין סופר-פארם (ישראל) בע"מ לבין מ.מ.ס מולטי מרקטינג

סרביסס בע"מ

1. פתח דבר

לפניי בקשה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן: "חוק ההגבלים העסקיים" או "החוק") למתן פטור מן החובה לקבל את אישור בית הדין להגבלים עסקיים להסדר מיום 22 בפברואר 2004 בין סופר-פארם (ישראל) בע"מ (להלן: "סופר פארם") לבין מ.מ.ס מולטי מרקטינג סרביסס בע"מ (להלן: "מ.מ.ס") בעניין התחייבות מ.מ.ס לשיווק בלעדי של מוצרי קלרינס באמצעות סופר-פארם והתחייבות סופר-פארם לרכוש את מוצרי קלרינס באופן בלעדי מ.מ.ס.

הסדר זה הובא בפני הממונה בעבר וקיבל פטור מאישור הסדר כובל ביום 31 באוקטובר 2004 (להלן: "החלטת הפטור הקודמת").¹

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, בשל הנימוקים שיפורטו להלן.

2. הרקע לבקשת הפטור

סופר פארם היא רשת "דראג-סטור" המפעילה סניפים ברחבי הארץ, בהם נמכרים בעיקר מוצרי טואלטיקה, חומרי ניקיון, מוצרי קוסמטיקה ותרופות.

מ.מ.ס הינה חברה פרטית העוסקת בהפצת ושיווק מוצרי קוסמטיקה המצויה בבעלות מלאה של חברת דיפלומט תמרוקים בע"מ העוסקת בהפצת מוצרי צריכה שונים. מ.מ.ס מייבאת לישראל

¹ החלטה בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל להסדר שבין סופר פארם ישראל בע"מ לבין מ.מ.ס מולטי מרקטינג סרביסס בע"מ, הגבלים עסקיים 5736 (2004).

את מוצרי "קלרינס" המיוצרים בצרפת. לקלרינס שורה של מוצרי איפור, טיפוח ובישום. מוצרי קלרינס משווקים בישראל מזה מספר שנים והם נמנים על שוק הקוסמטיקה הסלקטיבית.²

במסגרת ההסכם בין סופר פארם למ.מ.ס מתחייבת מ.מ.ס לשווק את מוצרי קלרינס בישראל באמצעות סופר פארם, באופן בלעדי, למעט שיווק בחנויות פטורות ממכס בישראל. סופר פארם מתחייבת לרכוש את מוצרי קלרינס באופן בלעדי ממ.מ.ס.

החלטת הפטור הקודמת העניקה להתקשרות בין הצדדים פטור מן החובה לקבל את אישור בית הדין וזאת למשך 3 שנים ממועד ההחלטה. התקופה שנקבעה בהחלטת הפטור הקודמת פקעה ועל כן הגישו הצדדים בפניי את הבקשה שכאן.

3. השפעת ההסכם על התחרות:

ככלל, הסדרי בלעדיות מעלים חשש מפני חסימת מתחריהם של הצדדים להסדר, העלאת עלויותיהם או הצרת השוק בפניהם. אולם בנסיבות המקרה וכפי שיתואר להלן, נראה כי חשש זה מופג.

על שוק הקוסמטיקה הסלקטיבית נמנים מוצרי בישום, איפור וטיפוח הנמכרים תחת שמות מותג בעלי מוניטין המתאפיינים ברמת מחירים גבוהה יותר משל מוצרי קוסמטיקה אחרים. שוק זה, על כל חלקיו, מאופיין בביזוריות רבה. בכל אחד מהתחומים, בישום, איפור וטיפוח, אשר לצורך החלטה זו אראה בהם שוק אחד, קיים מספר רב של מותגים. בין מותגים אלו ניתן למנות את שאנל, אליזבט ארדן, ז'יוואנשי, קלרינס ועוד.

כאמור, במסגרת ההסכם בין סופר פארם למ.מ.ס מתחייבת האחרונה כי תשווק את מוצרי קלרינס בישראל רק באמצעות סופר פארם, זאת לבד מחנויות הפטורות ממכס. נוכח ריבוי המותגים בשווקים הרלוונטיים, לא מתקיים חשש מחסימה או אף מהצרה משמעותית של השוק בפני מתחרותיה של סופר פארם או מהעלאה של עלויותיהם של מתחרות אלו כתוצאה מן הבלעדיות. בנוסף, מן המידע שבפני לא עולה כי המותג קלרינס נהנה ממעמד מיוחד בענף ועל כן יקשה לראות פגיעה משמעותית בתחרות הנובעת מאי יכולתן של מתחרותיה של סופר פארם לשווק את מוצרי קלרינס.

מתן הבלעדיות לסופר פארם נועדה לסייע למ.מ.ס בשיווק מוצרי קלרינס. במתן הבלעדיות יש כדי להגדיל את תמריצי סופר פארם להשקיע בקידום מכירות המותג ולהחדרת מוצרי קלרינס לישראל. מכאן שההסדר איננו עירום.

חשוב להזכיר עוד בהקשר זה, כי על אף שסופר פארם תשווק באופן בלעדי את מוצרי קלרינס בארץ, אין בלעדיות זו כוללת את החנויות הפטורות ממכס.

לבסוף יצוין, כי במסגרת ההסכמים בין הצדדים סופר פארם אינה מתחייבת לחדול מלשווק מוצרי קוסמטיקה של חברות אחרות, אלא רק מוצרי קלרינס המשווקים על ידי גורם אחר ממ.מ.ס. לאור כך לא צפויה חסימת ערוצי שיווק בפני מתחריה של קלרינס.

²לניתוח העוסק בהפרדת שוק הבשמים לסלקטיבי ועממי, ניתוח היפה אף לשוק מוצרי האיפור והטיפוח, ראה קביעת הממונה לפי סעיף 43 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988: שוק הבשמים הסלקטיביים; 1999 הגבלים עסקיים 3002438.

4. סוף דבר

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

תוקפו של פטור זה שלוש שנים מהיום.

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.



פרופ' דיויד גילה

הממונה על הגבלים עסקיים

ירושלים, כ"ב כסלו תשע"ד

25 בנובמבר 2013



הועדה לפטורים ולמיזוגים

המלצות

מועד הדיון: 28 באוגוסט 2013

מקום הדיון: משרד רשות ההגבלים העסקיים, כנפי נשרים 22 ירושלים ק' ג', 6556111 - 02

בקשות מיזוג במסלול הירוק

בפני חברי הועדה הוצגו בקשות המיזוג וחוות הדעת של המחלקה הכלכלית כדלקמן:

מס' תיק	הצדדים למיזוג
9342	בנק אוצר החייל בע"מ כלל פקטורינג ומימון בע"מ
9362	בן תור בע"מ תור בוס - שירות המטייל בע"מ
9363	עטרת תעשיות (1996) בע"מ מרינה חברה ליבוא מזון בע"מ
9364	קרן התמר שירותים פיננסיים מתקדמים בע"מ שירותי בנק אוטומטיים בע"מ
9379	הראל השקעות בביטוח ושירותים פיננסיים בע"מ הראל-וואן בע"מ

החלטה

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

בקשת פטור נלווה

בפני חברי הועדה הוצגה בקשת פטור וטיוטת פטור של המחלקה המשפטית כדלקמן:

מס' תיק	הצדדים לפטור
9343	בנק אוצר החייל בע"מ כלל פקטורינג ומימון בע"מ

החלטה

חברי הועדה ממליצים ליתן פטור בבקשה הנ"ל על סמך טיוטת הפטור של מחלקה המשפטית.

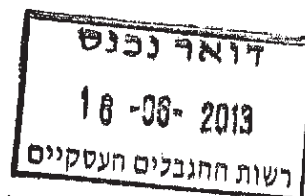
בקשות פטור

בפני חברי הועדה הוצגו בקשות פטור וטיוטות פטור של המחלקה המשפטית כדלקמן :

מס' תיק	הצדדים להסדר
9262	הזדמנות ישראלית מקורות אנרגיה שותפות מוגבלת Frendum Investment Ltd
9281	חטיבת הרשות הקמעונאיות בלשכת המסחר תל אביב והמרכז והרשות החברות בה
9306	תנובה מרכז שיתופי לשיווק תוצרת חקלאית בישראל בע"מ טיב טירת צבי 2000
9309	סופר-פארם (ישראל) בע"מ מ.מ.ס מולטי מרקטינג סרביסס בע"מ

החלטה

חברי הועדה ממליצים ליתן פטור בבקשות הנ"ל על סמך טיוטות הפטור של המחלקה המשפטית.



חוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 בקשת פטור מאישור הסדר כובל

בהתאם לס' 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח - 1988 (להלן - "החוק"), מוגשת בוח בקשה לפטור מאישור בית הדין להסדר כובל שפרטיו כדלקמן:

1. הצד להסדר המבקש את הפטור:
סופר-פארם (ישראל) בע"מ ("סופר-פארם").
ע"י ב"כ וינשטוק-זקלר ושות', משרד עורכי דין אשר מענם לצורך המצאת כתבי בי-דין הוא: מרכז עוריאלי 5, תל-אביב.
2. הצד תאחר להסדר:
מ.מ.ס מולטי מרקטינג סרביסס בע"מ ("מ.מ.ס").
3. צורת ההסדר:
בכתב.
4. תיאור המסמכים הקובעים אותו ואלה הנוגעים לו:
א. הסכם בין סופר-פארם למ.מ.ס מיום 22.2.2004 ("ההסכם") מצורף בזאת כנספח 1.
ב. בקשת פטור מאישור הסדר כובל שהגישה סופר-פארם ביום 19.7.2004 מצורפת בזאת כנספח 2.
ג. החלטת הממונה על מתן פטור מאישור הסדר כובל מיום 31.10.2004 ("החלטת הפטור") מצורפת בזאת כנספח 3.
5. הנכס או השירות נושא ההסדר:
שיווק מוצרי יופי וטיפוח הנושאים את המותג Clarins ("מוצרי קלרינס") ברשת סופר-פארם.
6. מהות הכבילות ופרטים עליהן:
א. חתחייבות מ.מ.ס למכירת מוצרי קלרינס לסופר-פארם באופן בלעדי לצורך שיווקם בתחומי ישראל ובמעלה אדומים, וזאת למעט חנויות הדיוטי פרי בישראל (לרבות בנמלי התעופה והים בישראל) אשר בהן תוכל מ.מ.ס להמשיך ולמכור את המוצרים.
ב. חתחייבות של סופר-פארם לרכוש את מוצרי קלרינס באופן בלעדי מ.מ.ס.
7. תקופת ההסדר הכובל:
ההסכם מתחדש אוטומטית למשך תקופה של שנה אחת בכל פעם, ובלבד שלא חודע אחד הצדדים על סיומו בהודעה מוקדמת בת 6 חודשים בכתב ומראש (סעיפים 7 ו-8 להסכם).

סופר-פארם (ישראל) בע"מ
51-075355-1

הנימוקים המצדיקים מתן פטור מהצורך בקבלת אישור בית הדין:

הרקע לבקשה

1. בקשת פטור זו מתייחסת להסכם מיום 22.2.2004 אשר לגביו הוגשה ביום 19.7.2004 בקשה למתן פטור מאישור הסדר כובל. הסדר זה זכה לפטור מאת הממונה על הגבלים עסקיים ביום 31.10.2004 לתקופה של שלוש שנים.
2. לאחרונה, במסגרת בדיקה כוללת של ההסכמים בהם התקשרה סופר-פארם, התגלה, כי תוקמו של הפטור האמור פג וכי לא הוגשה בקשה להארכתו של הפטור. על כן, מיד עם היודע הדבר, פעלה סופר-פארם להגשת בקשת הפטור דנן. כפי שיפורט להלן, ההסכם נושא בקשת הפטור הנוכחית זהה להסדר נושא בקשת הפטור הקודמת, נסיבות השווקים לא השתנו וההסכם ראוי לקבלת פטור גם בתנאי השוק הנוכחי מהטעם שהוא מקיים את הוראות סעיף 14 לחוק.

הצדדים להסכם

3. סופר-פארם היא רשת שיווק קמעונאית המפעילה למעלה מ-180 סניפים בפריסה ארצית. סופר-פארם עוסקת במכירת מגוון רחב של מוצרים, ובין השאר, מוצרים בתחום הקוסמטיקה הסלקטיבית (בישום, טיפוח ויופי).
4. מ.מ.ס היא חברה פרטית הרשומה בישראל ובעלת זיכיון בלעדי לשיווק ומכירה של מוצרי קוסמטיקה מבית המותג Clarins בישראל.

ההסכם

5. ביום 22.2.2004 התקשרו סופר-פארם ומ.מ.ס בהסכם שעניינו בשיתוף פעולה בין הצדדים לשם שיווק מוצרי קלרינס בישראל באמצעות רשת חנויות סופר-פארם ("ההסכם").
- העתק ההסכם מצורף לבקשה זו כנספח 1.
6. במסגרת ההסכם מ.מ.ס התחייבה, כי תמכור לסופר-פארם באופן בלעדי את מוצרי קלרינס לשם שיווקם בתחומי ישראל ובמעלה אדומים. התחייבות זו אינה חלה לגבי חנויות הדיוטי פרי בישראל, לרבות בנמלי התעופה והים בישראל (סעיף 3 להסכם). מ.מ.ס מוכרת בפועל את מוצרי קלרינס בחנויות הדיוטי פרי. עוד קובע ההסכם, כי סופר-פארם תרכוש את מוצרי קלרינס אך ורק מ.מ.ס. על פי ההסכם סופר-פארם רשאית להמשיך ולמכור בסניפיה מוצרים של מותגים המתחרים במוצרי קלרינס, לרבות מותגי קוסמטיקה סלקטיבית אחרים והיא אכן עושה כן. ההסכם אף קובע, כי סופר-פארם ומ.מ.ס ישקיעו באופן משותף בשיווק, פרסום וקידום המכירות של מוצרי קלרינס (סעיפים 4 ו-6 להסכם).

7. לצורך השלמת התמונה יצוין, כי שיתוף הפעולה בין הצדדים במסגרת ההסכם נולד על רקע ניסיון שנעשה בעבר לשיווק מוצרי קלרינס בישראל באמצעות רשתות השיווק, בתי המרקחת והפרפומריות בישראל. שיווק בדרך זו לא עלה יפה וקלרינס החליטה בשנת 2004 על השקתו המחודשת של חמותג קלרינס בישראל באמצעות סניפי סופר-פארם. ואכן, שיתוף הפעולה הצליח ונתח השוק של מותגי קלרינס בשוק הקוסמטיקה הסלקטיבית עלה משיעור של כ - 1.6% בשנת 2004 לשיעור של כ - 4% בשנת 2012.

8. ביום 19 ביולי 2004 הגישה סופר-פארם לממונה על הגבלים עסקיים בקשת פטור מאישור הסדר כובל לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים.

העתק מבקשת הפטור שהגישה סופר-פארם, מצורף לבקשה זו כנספח 2.

9. ביום 31 באוקטובר 2004 החליט הממונה להעניק פטור להסכם לתקופה של שלוש שנים (תיק פטור 5736). בהחלטתו קבע הממונה, כי הכבילות שבהסכם אינן פוגעות פגיעה של ממש בתחרות:

"לאור נתחי השוק של קלרינס בשווקים הרלוונטיים, לא מתקיים חשש מחסימה או מחצרה משמעותית של השוק בפני מתחרותיה של סופר פארם בעקבות חבלעדיות, וטכח חלקו ומעמדו של מותג קלרינס בענף יקשה לראות פגיעה משמעותית בתחרות הטובע מאי יכולתן של מתחרותיה של סופר פארם לשווק את מוצרי קלרינס".

וכן, בהמשך, ציין הממונה, כי:

"במסגרת החסכמים בין הצדדים סופר פארם אינה מתחייבת לחדול מלשווק מוצרי קוסמטיקה של חברות אחרות, לאור כך לא צפויה חסימת ערוצי שיווק בפני מתחריה של קלרינס".

העתק מהחלטת הממונה מיום 31 באוקטובר 2004, מצורף לבקשה זו כנספח 3.

10. יוער, כי בשנים שחלפו ממועד מתן הפטור הקודם לא השתנה הבסיס העובדתי אשר עמד ביסוד הפטור הקודם: נתח השוק של קלרינס בשווקים הרלבנטיים הוא עדיין נמוך (כ - 4% בלבד) ולכן לא מתקיים חשש מחסימה של השוק בפני מתחרותיה של סופר-פארם. בנוסף, סופר-פארם המשיכה ומכרה מותגי קוסמטיקה סלקטיבית מתחרים בקלרינס ולכן גם לא נחסמו ערוצי שיווק בפני מתחריה של קלרינס. בנוסף, למיטב ידיעת הצדדים לא הוגשו תלונות כלשהן בנוגע להתנהגותן של סופר-פארם וקלרינס בגין ההסכם.

11. כאמור, שלוש שנות הפטור שניתנו להסכם חלפו, כאשר דבר זה התגלה לסופר-פארם רק לאחרונה במסגרת בדיקה של החסכמים שנערכה בחברה. מכאן מוגשת בקשת פטור זו.

המסגרת המשפטית: כיצד יש לבחון האם ההסכם ראוי לפטור

12. סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים קובע, כי הממונה רשאי לפטור צדדים להסדר כובל מהצורך בקבלת אישור בית הדין להגבלים עסקיים להסדר אם הוכח, כי ההסדר מקיים את שני התנאים המצטברים הבאים:

12.1. התנאי הראשון (הקבוע בסעיף 14(א)(1) של החוק):

- 12.1.1. הכבילות שבהסדר הכובל "אינן מגבילות את התחרות בחלק ניכר של שוק המושפע מן ההסדר", או –
- 12.1.2. "הן עלולות להגביל את התחרות בחלק ניכר משוק כאמור, אך אין בהן כדי לפגוע פגיעה של ממש בתחרות בשוק האמור" (סעיף 14(א) של החוק).
- 12.2. התנאי השני (הקבוע בסעיף 14(2) של החוק): עיקרו של ההסדר הכובל אינו בהפחתת התחרות או במניעתה ואין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו.
13. ההסכם שלפנינו הוא הסכם שיווק בלעדי שכיה המקיים את כל התנאים למתן פטור, כאמור בסעיף 14 של חוק ההגבלים:
- 13.1. ההתחייבות לבלעדיות אינה מגבילה את התחרות בחלק ניכר של הענפים המושפעים מההסדר, ומכל מקום, המדובר בכבילה שאינה גורמת לפגיעה של ממש בתחרות;
- 13.2. מטרתו העיקרית של ההסכם הינה בקידום מכירות מוצרי קלרינס ולא בהפחתת התחרות ומגבלת הבלעדיות נחוצה לשם מימוש מטרה זו.

ההסכם אינו מגביל את התחרות בחלק ניכר של הענפים המושפעים ממנו ואין בו לפגוע פגיעה של ממש בשוק

14. השוק היחיד העשוי להיות מושפע מההסכם שלפנינו הוא שוק הקוסמטיקה הסלקטיבית. מוצרי קוסמטיקה הסלקטיביים נבדלים מהמוצרים העממיים - הם מוצרי קוסמטיקה הפשוטים, הנמכרים, בין היתר, ברשתות השיווק הקמעונאיות השונות, במחירים זולים יותר.
15. ענף מוצרי קוסמטיקה כולל מגוון רחב ביותר של מוצרי קוסמטיקה שונים, ובהם במוצרי בישום, מוצרי יופי וטיפוח חן ומוצרי איפור. את כלל המוצרים בשוק, נהוג לחלק לשני תתי-שוקים עיקריים: האחד, שוק "מוצרי קוסמטיקה סלקטיביים (או מובחרים)" ("Selective Products"), והאחר, שוק "מוצרי קוסמטיקה הפשוטים (או עממיים)" ("Mass Products").
16. חלוקת מוצרי קוסמטיקה לשוקים סלקטיביים ועממיים, זכתה להתייחסותו של הממונה בקביעתו לפי סעיף 43(א) לחוק ההגבלים העסקיים בעניין הסדרים כובלים שהנהיגה חברה גיימס ריצ'רדסון פ.ט.ווי ישראל בע"מ בחנויות הדיוטי פרי בגמל התעופה בן-גוריון בשוק הבשמים הסלקטיביים (11.2.1999). בקביעתו זו, ערך הממונה אבחנה בין בשמים סלקטיביים לבין בשמים עממיים והגיע למסקנה, כי בהתחשב במאפיינים הייחודיים של המוצרים הסלקטיביים, יש לראותם כשוק עצמאי ונפרד מהמוצרים העממיים. בהחלטתו, מתייחס אמנם הממונה אך ורק למוצרי הבישום הסלקטיביים ולא לכלל מוצרי קוסמטיקה, וזאת הואיל וההסדר הכובל שהנהיגה גיימס ריצ'רדסון, נשוא קביעתו של הממונה, התייחס אך ורק לבשמים. יישום המבחנים אשר שמשו את הממונה בהחלטתו האמורה בענייננו, מוביל למסקנה, כי חלוקת השוק למוצרים סלקטיביים ולמוצרים עממיים נכונה ומתאימה לכלל שוק מוצרי קוסמטיקה ולא דווקא ייחודית למוצרי הבישום.

17. ההסכם שבפנינו עשוי להשפיע על התחרות בין ערוצי השיווק של קוסמטיקה סלקטיבית (בשל חשש לחסימת מתחריה של סופר-פארם מהאפשרות לשווק את מותגי קלרינס בשל תניית הבלעדיות) כמו גם על התחרות בין ספקי הקוסמטיקה הסלקטיבית (בשל החשש לחסימת ערוץ שיווק כדוגמת סופר-פארם בפני מתחריה של קלרינס). התחייבותה של סופר-פארם לרכוש את מותגי קלרינס רק מהיבואן מ.מ.ס עשויה לפגוע בתחרות התוך מותגית (Intra-brand Competition) של מוצרי קלרינס.

ההסכם אינו מגביל את התחרות בחלק ניכר של שוק הקוסמטיקה הסלקטיבית – השוק הרלבנטי היחיד המושפע מההסכם

18. שוק מוצרי הקוסמטיקה הסלקטיבית הוא שוק מבוזר ותחרותי באופן מיוחד. בישראל נמכרים עשרות מותגים בינלאומיים מובילים, המתחרים במוצרי קלרינס. כל מותג מציע בישראל מגוון רחב של מוצרים ובכלל זה מוצרי בישום, איפור, יופי וטיפוח שונים.

19. פרט למותג קלרינס בישראל משווקים מותגי קוסמטיקה סלקטיבית מובילים אחרים בהם: Sheseido, Guerlain, Givenchi, Elizabeth Arden, Christian Dior, Clinique, Lancome, Estee Lauder, Chanel, Yves Saint Laurent, Sisley.

20. נתח השוק של מוצרי קלרינס בכלל השוק הישראלי, וללא יבוא אישי, עומד כיום על כ - 4% בלבד (מתוכו תופסות המכירות בסופר-פארם כ - 2.6% ואילו המכירות בדיוטי פרי כ - 1.4%). בנסיבות אלה, לאור נתחי השוק של קלרינס בשוק הרלבנטי, לא מתקיים חשש מחסימה או מהצרה משמעותית של השוק בפני מתחרותיה של סופר פארם בעקבות הבלעדיות, ונוכח חלקו ומעמדו של מותג קלרינס בענף יקשה לראות פגיעה משמעותית בתחרות הנובע מאי יכולתן של מתחרותיה של סופר פארם (לבד מאשר חדיוטי פרי אשר מוכר מוצרי קלרינס) לשווק את מוצרי קלרינס.

21. זאת ועוד. במסגרת ההסכם בין הצדדים סופר פארם אינה מתחייבת לחדול מלשווק מוצרי קוסמטיקה של חברות אחרות. לאור כך לא צפויה חסימת ערוצי שיווק בפני מתחריה של קלרינס. האינטרס הכלכלי של סופר-פארם בהסכם, בפרט לאור נתח השוק הנמוך של קלרינס, איננו כזה שיוביל להגבלת התחרות בין מותגי הקוסמטיקה הסלקטיבית על מדפי סופר-פארם. יצוין עוד, כי לצד סופר-פארם פועלים בישראל עוד ערוצי שיווק נוספים של קוסמטיקה סלקטיבית בראשם חנויות הדיוטי פרי, שהן חלק מהענף בהתאם לקביעת הממונה בעניין גיימס ריצ'רדסון, אפריל, המשביר לצרכן, בתי מרקחת פרטיים ופרפורמיות. נתח השוק של גיימס ריצ'רדסון במכירת קוסמטיקה סלקטיבית עומד על כ - 33%.

22. גם התחייבותה של סופר-פארם לרכוש את מותגי קלרינס רק מהיבואן הרשמי של החברה איננו מגביל את התחרות בשוק הקוסמטיקה הסלקטיבית לנוכח נתח השוק של מותג קלרינס בישראל. מכירות של המותג קלרינס איננו בגדר שוק העומד בפני עצמו והתחייבותה של סופר-פארם, אשר אמנם מונעת תחרות Intra-brand, היא תנאי הכרחי לקידום משותף של המותג בתחרות בשוק בכללותו, תחרות Inter-brand.

עיקרו של ההסכם אינו פגיעה בתחרות והכבילה שבו נחוצה למימוש

23. התנאי השני למתן הפטור מאישור הסדר כובל הקבוע בסעיף 14(א)(1) הנו, כי "עיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או מניעתה ואין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש".
24. מהעובדות שפורטו לעיל עולה, כי ההתחייבות לבלעדיות היא חלק אינטגרלי מההסכם לצורך קידום המכירות של המותג, והיא אינה עומדת כמטרה בפני עצמה לשם מניעת התחרות בשוק.
25. התחייבות מ.מ.ס. למתן בלעדיות במכירת מוצרי קלרינס לסופר-פארם, כמו גם התחייבותה של סופר-פארם לרכוש את מוצרי קלרינס מ.מ.ס. בלבד, הן כבילות חיוניות הנדרשות לצורך שיווקם של מוצרי קלרינס ומתן תמריץ לצדדים להשקיע בקידום מכירות לצורך שמירת וקידום מעמד המותג בשוק הישראלי. בהחלטת הפטור הקודמת ציין הממונה בהקשר זה, כי להסכמי בלעדיות קיימות השפעות חיוביות על התחרות הבינמיתית תוך שהוא מפנה לקביעה על פי סעיף 43 בנוגע להסדרים כובלים בין יצרני אריזות מקרטון גלי (הגבלים עסקיים 3001361) ולספרו של H. Hovenkamp, Federal Antitrust Policy 1999 West Group (ראה ח"ש 2 לפטור הקודם).

סיכום

26. לאור כל האמור, מתבקש הממונה להיעתר לבקשה זו.
27. אנו מצהירים שכל הפרטים האמורים בבקשה הם מלאים ונכונים, שהמסמכים המצורפים הם נכונים ומלבדם אין כל מסמך אחר הקובעים את ההסדרים או הנוגעים להם.

סופר-פארם ישראל בע"מ
סופר-פארם ישראל בע"מ
ע"י:
תפקיד: ע"פ אהא, מנהל אקס
הנוצ, איתן, תלם הניל

12/6/13
תאריך