

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

בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל להסכם בין טמפו שיווק

(1981) בע"מ ובין יקב פלדשטיין ושות' בע"מ

1. פתח דבר

לפניי בקשה למתן פטור לפי סעיף 14 לחוק התחרות הכלכלית, התשמ"ח-1988 (להלן **חוק התחרות**), להסדר כובל הנוגע להסכם הפצה בלעדי בין חברת יקב פלדשטיין ושות' בע"מ (להלן **פלדשטיין**) לבין חברת טמפו שיווק (1981) בע"מ (להלן **טמפו שיווק**), להפצת מוצרי יקב פלדשטיין באמצעות טמפו שיווק.

לאחר שבחנתי את ההסכם בין הצדדים ואת השפעתו על התחרות בשווקים הרלוונטיים ולאחר שהתייעצתי עם הוועדה לפטורים ולמיזוגים, שוכנעתי כי הכבילות שבהסדר בין הצדדים אינן מגבילות את התחרות בחלק ניכר של שוק המושפע ממנו, כי עיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה וכי אין בהסדר כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו. לאור האמור, מצאתי כי ההסדר ראוי לפטור לפי סעיף 14 לחוק התחרות, בהתאם לנימוקים שיפורטו להלן.

2. ההסדר והצדדים לו

2.1 הצדדים

טמפו שיווק היא חברה פרטית המוחזקת בבעלות מלאה (100%) על ידי חברת טמפו משקאות בע"מ (להלן: **טמפו משקאות**), טמפו משקאות היא חברה פרטית הנשלטת על ידי

חברת טמפו תעשיות בירה בע"מ (60%) ותאגיד Heineken העולמי (40%). חברת טמפו משקאות עוסקת בין היתר בייצור, שיווק והפצה בישראל של משקאות שונים המיובאים או מיוצרים בישראל. כמו כן, חברת טמפו משקאות שולטת (100%) בחברת יקבי ברקן בע"מ (להלן **יקב ברקן**) העוסקת בייצור, ייבוא, שיווק ומכירה של מוצרי יין.

פלדשטיין היא חברת פרטית בבעלות מר גרשון אבי פלדשטיין (38%), חברת אורקוד השקעות בע"מ (43%), חברת גלעד אלטשולר השקעות בע"מ (8%) ומר יעקוב אליהו קירטשטיין (11%). פלדשטיין עוסקת בייצור ומכירה של מוצרי יין, ומסווגת כיקב "בוטיק".¹

2.2 ההסדר וכבילותיו

ביום 12.12.19 נחתם הסכם הפצה בלעדי בו פלדשטיין ממנה את טמפו שיווק להפיץ את תוצרתה בשטחי מדינת ישראל והרשות הפלסטינית. כמו כן, פלדשטיין מתחייבת שלא להפיץ או למכור במישרין או בעקיפין את תוצרתה אלא באמצעות טמפו בלבד (להלן **כבילת הבלעדיות**).

ברקע להסדר מושא בקשת הפטור חתמו הצדדים, בין היתר, על הסכם במסגרתו עומדת לטמפו האופציה לרכוש עד 40% ממניותיה של פלדשטיין.

3. הניתוח התחרותי

3.1 עיקרו של ההסדר ונחיצות הכבילות

ההסדר שבפני הוא הסדר שעיקרו הפצה של מוצרים במסגרתו פלדשטיין, שאין לה מערך הפצה עצמאי, ממנה את טמפו שלה מערך הפצה גדול ויעיל, לצורך הפצת מוצריה.² לפיכך, מתן פטור להסכם ההפצה צפוי להביא לגידול משמעותי במספר הנקודות אליהן מגיעים המוצרים וכן להוזלה ניכרת של העלות השולית להפצתם. נוכח האמור שוכנעתי שעיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה.

¹ יקב בוטיק נחשב כיקב המייצר פחות מ 100,000 בקבוקי יין בשנה.

² הצדדים ציינו בבקשת הפטור כי ההסדר מושא בקשת הפטור כולל גם כל מוצר נוסף שיוצר, ישווק או ייבוא על ידי פלדשטיין, במהלך תקופת ההסדר. בהקשר זה יוער כי הוספת מוצרים להסדר, כאמור בסעיף 4 לבקשת הפטור, יהיה בכפוף להוראות סעיף 16 לחוק בדבר שינוי מהותי.

כבילת הבלעדיות נחוצה על מנת שטמפו תוכל להשקיע את ההשקעות הנדרשות בהפצת המוצרים מבלי לחשוש מהנאת חינם מצד מפיצים מתחרים אחרים, לרבות פלדשטיין עצמה. לפיכך, אין מדובר בהסדר שעיקרו הפחתת התחרות או מניעתה (הסדר "עירום") ואין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו (כבילות "עירומות") – בכך מתקיימים תנאי סעיף 14(א)(2) לחוק.

3.2 השפעת ההסדר על התחרות

יצרני יין נבדלים, בין היתר, באיכות ובמחיר היין. ככלל יין בוטיק יקר יותר ונתפס כאיכותי יותר ובהתאם נמכר בעיקר למסעדות, בתי מלון וחנויות המתמחות ביין. יקב ברקן גדול משמעותית מפלדשטיין ומייצר יינות ברמות איכות ומחיר שונים אך הוא אינו עונה להגדרה של יקב בוטיק מכיוון שהיקף הייצור שלו גדול יותר.

עם זאת, ברקן מייצרת גם סדרת איכות שעשויה להיחשב באיכותה ובמחירה כמתחרה ליקב הבוטיק (סדרת סופרייר של ברקן). לצורך החלטה זאת אין צורך שאכריע אם ברקן מתחרה בפלדשטיין או שהן מוכרות מוצרים שאינם מתחרים (אך נמכרים יחד), שכן כך או כך השתכנעתי שאין בהסדר משום פגיעה משמעותית בתחרותית.

אם נניח את ההנחה המחמירה שעסקינן בשני גורמים המתחרים זה בזה, עשוי להתעורר חשש לפגיעה בתחרות שכן ההסדר פוגע ביכולת ובתמריץ של שני יצרני יין אלה להתחרות זה בזה. עם זאת, חשש זה מופג נוכח קיומם של מספר רב של מתחרים המייצרים יין באיכות ובמחירים דומים (דוגמת יקב כרמל, יקב רמת הגולן, יקב טפרברג וכן יקבי בוטיק רבים) ובשל העדרם של חסמי כניסה ממשיים לקטגוריה.

אם נניח כי עסקינן בצדדים שמספקים מוצרים שאינם מתחרים, עשוי להתעורר חשש שמא טמפו, שמגדילה כתוצאה מן ההסדר מושא החלטת הפטור את סל המוצרים שהיא מציעה ללקוחותיה, תקשור בין מוצרים שונים בסל. מבלי לקבוע מסמרות באשר לעוצמתו של חשש מסוג זה, נחה דעתי כי חשש זה מופס אף הוא. משיחות שנערכו עם לקוחותיה של טמפו לא עלה בי הן חוששות מהתנהגות שבזאת. גם נסיבות המקרה אינן מצביעות על חשש משמעותי להתנהלות כזאת מצד טמפו.

לאור האמור לעיל, שובנעתי כי הסדר ההפצה אינו מגביל את התחרות בחלק ניכר של שוק המושפע ממנו.

4. סוף דבר

לאחר שנועצתי עם הוועדה לפטורים ולמיזוגים, ראיתי לנכון להשתמש בסמכות הנתונה לי בסעיף 14 לחוק התחרות ולהעניק את הפטור המבוקש לתקופה של 6 שנים. החלטתי זו נתונה לערר בפני בית הדין לתחרות על ידי איגוד עסקי, ארגון צרכנים או כל אדם העלול להיפגע מההסדר הכובל עליו ניתן הפטור, בהתאם לסעיף 15(א) לחוק התחרות.

מיכל הלפרין
הממונה על התחרות

ירושלים, כ"ח אדר, תש"ף

24 מרץ, 2020