

צו לפי סעיף 50ב' לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988

פרק א': הגדרות

1. בצו זה:

"**החוק**" – חוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח – 1988.

"**הטבות**" – במישרין או בעקיפין, לרבות תוכניות תמריצים ובונוסים כספיים מכל סוג, הנחות מכל סוג, הקדמת תשלום או הנחה, שינוי תנאי תשלום וכל טובת הנאה אחרת.

"**הסדרי בלעדיות**" – לרבות בלעדיות חלקית (היינו קביעת בלעדיות על חלק מן המכירות) ולרבות הסדר שתוצאתו הידועה מראש בעת עריכתו היא בלעדיות למעשה (Exclusivity De Facto).

"**מערך ההגבלים העסקיים**" – בית הדין להגבלים עסקיים או הממונה על הגבלים העסקיים;

"**ניהול קטגוריה**" – הליך קבלת ההחלטות הנוגע למספרם, לזהותם, להיקף או איכות נוכחותם של ספקים בשטחי התצוגה של סוג מוצרים ברשת שיווק, לרבות קביעת תמהיל המוצרים והספקים, נתחי המדף שיוצגו להם או מיקומם על המדף.

"**סוג מוצרים**" – מוצר או קבוצת מוצרים המהווה שוק מוצר רלבנטי, לרבות מוצר שספק הוכרז לגביו כבעל מונופולין וכן מוצר או קבוצת מוצרים שהרשת הגדירה אותה כקטגוריה.

"**ספק**" – כל אחד מהגורמים המפורטים בנספח א' לצו זה, לרבות אדם קשור לו.

"**ספק דומיננטי**" – כמשמעו בעמדת הממונה בעניין הסדרי סחר בין ספקים לרשתות קמעונאיות שפורסמה ביום 5 בינואר 2005.¹

"**רשת שיווק**" – ריבוע כחול ישראל בע"מ, שופרסל בע"מ (לרבות קלאבמרקט רשתות שיווק בע"מ), כל אדם הקשור למי מהן, כל אדם מטעם מי מהן וכל אדם שיבוא בנעלי מי מהן (לרבות בחליפות נכס), כולה או חלקה.

"**שטח מדף**" – שטח תצוגה ברשת שיווק שבו מוצגת קטגוריית מוצרים דרך קבע, לרבות שטחי קירור, הקפאה או אחסון העונים לדרישה זו.

"**שליטה**" – כהגדרתה בחוק.

"**תצוגת חוץ מדף**" – כל שטח מסחר ברשת שיווק בו מוצגים מוצרים למכירה שלא על גבי מדפים, לרבות גונדולות, במות, שטחי רצפה, מעמדים ליד הקופות ומעמדים אחרים.

"**תקופת החגים העיקריים**" – כל אחת מאלה:

¹ ספק דומיננטי הוגדר בעמדת הממונה כספק אשר שולט בחלק משמעותי ביותר מהשוק בו הוא פועל – קרי למעלה ממחצית (כך שמעמדו הוא של בעל מונופולין) או שיעור המשיק לכך ואינו עולה כדי מונופולין.

(1) התקופה שראשיתה 21 יום לפני ערב חג הפסח וסיומה 10 ימים לאחר תום חול המועד פסח.

(2) התקופה שראשיתה 21 יום לפני ערב ראש השנה וסיומה בתום חג שמחת תורה.

(3) התקופה שראשיתה 7 ימים לפני חג השבועות וסיומה בתום חג שבועות.

פרק ב': צמצום מספר ספקים

2. ספק לא יהיה צד להסדר שעניינו, מטרתו או תוצאתו הידועה מראש בעת עריכתו הם הגבלת מספרם או זהותם של הספקים אשר מוצריהם יוצעו למכירה ברשת שיווק. לעניין זה, "הגבלה" – לגבי כל הספקים האחרים או חלקם, לגבי כמות מוצריהם, מיקומם או סוג המוצרים שתרכוש מהם הרשת האמורה.

3. החלטות באשר למספר הספקים, זהותם, כמות מוצריהם, סוגם או מיקומם על מדפי הרשת יתקבלו על ידי הרשת, ללא כל התערבות מצד ספק.

מבלי לגרוע מכלליות האמור:

3.1 ספק לא ישדל רשת שיווק, ולא ישפיע עליה להגביל את מספרם, זהותם, מיקומם או היקף נוכחותם ברשת של ספקים המתחרים בו, בכלל או במיקומים או בתנאים מסויימים.

3.2 ספק לא יציע כל תשלום, הנחה, או הטבה אחרת בהתניה או בזיקה לאחד מאלה: צמצום מספר הספקים המתחרים בספק ברשת; צמצום שטח התצוגה המוקצה למי מהספקים המתחרים בספק ברשת; קביעת זהותם של הספקים המתחרים בספק ברשת; הוצאת מוצר של ספק מתחרה מן הרשת או מתצוגה מסוימת בה; הצגת מוצר מתחרה במיקום או בתנאים נחותים;

3.3 ספק לא יגביל רשת שיווק מלהכניס מותגים של ספקים מתחרים, לרבות מותג פרטי או מוצרים מיבוא מקביל למכירה ברשת, מלמכור מוצרים כאמור ולא יציע כל תשלום, הנחה, או הטבה אחרת שעילתם, מטרתם או תוצאתם הידועה מראש הם באי הכנסה, בצמצום או בהפסקה של מכירת מוצרים תחת מותג מתחרה, לרבות מותג פרטי או מוצרים מיבוא מקביל.

פרק ג': רכישת שטחי תצוגת מדף וחוץ מדף

4. ספק דומיננטי לא יהיה צד להסדר המקנה לו למעלה ממחצית מכלל שטח המדף שהרשת מקצה לאותו סוג מוצר בו הוא דומיננטי.

5. ספק דומיננטי לא יהיה צד להסדר שעניינו, מטרתו או תוצאתו הידועה מראש בעת עריכתו הם הקצאת שטח מדף בשיעור העולה על מחצית מכלל שטח המדף המוקצה ברשת לאותם סוגי מוצרים בהם הוא דומיננטי, אלא אם ניתן לכך אישור מוקדם מאת מערך ההגבלים העסקיים.

6. ספק דומיננטי לא יהיה צד להסדרים שעניינם, מטרתם או תוצאתם הידועה מראש בעת עריכתם הם מתן בלעדיות לאחד או יותר ממוצריו בתצוגת חוץ מדף באיזה מסוגי המוצרים בהם הוא דומיננטי.

7. על אף האמור, התקשרות בבלעדיות בתצוגת חוץ מדף לצורך מבצע מוגבל בזמן, לא תהיה בסיס לנקיטת צעדי אכיפה מצד רשות ההגבלים העסקיים בהתקיים כל אלה:

(1) ההתקשרות אינה מקנה לספק דומיננטי בלעדיות בתצוגת חוץ מדף לתקופת זמן מצטברת העולה על 35 יום ברציפות ובמצטבר לאורך השנה כולה עולה על 90 יום בשנה קלנדרית; מגבלה זו תחול ביחס לכל סוג מוצרים בנפרד.

(2) ההתקשרות אינה מעניקה בלעדיות לספק דומיננטי בתצוגת חוץ מדף בחלק מכריע מתקופת החגים העיקריים כהגדרתם בצו זה.

(3) ההתקשרות אינה מקימה חשש לחסימה או להצרה משמעותית של אפיקי שיווק בפני מתחרה. חזקה שמבצע בלעדיות של ספק דומיננטי שאינו נערך ברוב הרשתות באותו זמן, ושאינו נערך בסמיכות זמנים לכניסת מתחרה לשוק אינו מקים חשש לחסימה או להצרה משמעותית כאמור, ובלבד שניתנת למתחריו של הספק הזדמנות לערוך מבצעי בלעדיות לתקופות דומות.

8. הסדרים שעניינם הקצאת שטח מדף או תצוגת חוץ מדף לספק, ככל שאינם אסורים לפי צו זה, לא ייעשו לתקופה העולה על שנה אחת קלנדרית. אין באמור כדי למנוע מספק ורשת שיווק להתקשר, בתום תקופה כאמור, בהסדר חדש לפי סעיף זה, לתקופה שלא תעלה על שנה, הכל בכפוף לכך שההסדר החדש יעמוד בכל ההוראות הקבועות בצו זה.

9. מובהר בזה כי אין באמור משום מתן היתר גורף להתקשרות בהסדרים שעניינם, מטרתם או תוצאתם הידועה מראש בעת עריכתם הם הקצאת נתח מכריע משטחי התצוגה ברשתות השיווק, בסוגי מוצרים בהם לא נתון לספק מעמד דומיננטי.²

פרק ד': ניהול קטגוריה

10. ספק לא יהיה צד להסדר שעניינו, מטרתו או תוצאתו הידועה מראש בעת עריכתו הם מעורבות הספק (לרבות כיועץ) בהליך ניהול קטגוריה, כולו או חלקו, אלא אם ניתן לכך אישור מוקדם מאת מערך ההגבלים העסקיים.

אין באמור למנוע מרשת להתייעץ בספק או מספק ליזום פניה לרשת בנושא העברת ידע, הבנות וחידושים גרידא בתחום הקטגוריה, אולם ספק לא יהיה צד להסדר שעניינו, מטרתו או תוצאתו הידועה מראש בעת עריכתו הם הטלת חובה על הרשת להתייעץ עמו, או ביצירת מחוייבות מצד הרשת להיוועצות כאמור. ספק לא יטיל כל סנקציה על הרשת בגין אי קיום היוועצות כאמור.

פרק ה': סדרנות

11. הואיל ועל פי עמדת הממונה בעניין הסדרי סחר בין ספקים לרשתות קמעונאיות שפורסמה ביום 5 בינואר 2005 הסדרי הסדרנות הנם הסדרים כובלים בתנאים המפורטים בעמדה, והואיל והספקים חולקים על עמדתו זו של הממונה, מוסכם בזה כי הממונה לא ינקוט צעדי אכיפה ביחס להסדרי הסדרנות לתקופה של 30 חודשים ובגינה, ובלבד שמתקיימים כל תנאי סעיף 12 להלן. בתום התקופה יוכל הממונה להפעיל כל סמכות שבידו בעניין זה, ולספקים תעמודנה כל טענותיהם.

12. הסדרי הסדרנות ייעשו בכפוף למגבלות מצטברות אלה:

12.1 בהסדרי הסדרנות יקבע מפורשות כי סדרנות על ידי הספקים הדומיננטיים תיעשה אך ורק לפי תוכנית הפלנוגרמה שמפרסמת הרשת מעת לעת.

12.2 סידור מדפים בידי ספק דומיננטי ייעשה אך ורק לפי תוכנית הפלנוגרמה שמפרסמת הרשת מעת לעת ובהיעדר תוכנית פלנוגרמה, ייעשה סידור המדף בהתאם להקצאת שטח תצוגה, כפי שתקבע הרשת מעת לעת.

12.3 ספק דומיננטי לא יתגמל סדרן באופן העלול לפגוע מהותית בהוראות צו זה;

12.4 בתוך 30 יום מיום כניסתו של הצו המוסכם לתוקף ימסור כל אחד מהספקים החתומים על צו זה הודעה לממונה ובה ינקוב בשמו/בשם של המנהל הבכיר מטעמו (מנכ"ל או סמנכ"ל או מי שממלא משרה מקבילה בתאגיד שאינו חברה), אשר עליו מוטלת האחריות הישירה לקיום התחייבויות הספק לפי פרק זה(להלן: "המנהל").

12.5 הספק, באמצעות המנהל, יגרום לביצוען של הפעולות הבאות:

12.5.1 יביא לידיעת כלל הסדרנים המועסקים על ידי הספק את הוראות הצו המוסכם בכל הקשור לסדרנות ואת משמעויות הפרתו;

12.5.2 יפעל להטמעת הוראות הצו המוסכם בקרב הסדרנים המועסקים על ידי הספק, לרבות באמצעות הדרכות ופרסום נהלים מתאימים;

12.5.3 יקיים פעולות מעקב ואכיפה להבטחת ביצועו המלא של הצו.

13. מבלי לגרוע מהוראות הסדרי הסדרנות הקבועים בסעיף 12 לעיל, ספק לא ינצל מידע שיתקבל על ידו מאת סדרן לצורך ניסיון להשפיע על הרשת, במישרין או בעקיפין, בכל אחד מאלה:

13.1 העלאת מחירי מוצריו או מחירי מוצריהם של ספקים אחרים;

² לנסיבות בהן יקום חשש תחרותי עקב רכישת שטחי תצוגה הנעשית על ידי ספק שאינו דומיננטי בסוג מוצרים מסויים, ראו עמדת הממונה על הגבלים עסקיים בעניין הסדרי סחר בין ספקים ורשתות קמעונאיות, מיום 5 בינואר 2005.

13.2 גריעה משטחי המדף או מתצוגת חוץ מדף של ספקים אחרים ;

13.3 חיוב הרשת בזיקה להנחות שנותנת הרשת על מוצרי הספק.

14. נוכח הממונה, כי ספק דומיננטי הפר אחת או יותר מהוראות סעיפים 12.2 ו-12.3, או סעיפים 13.1-13.3, רשאי הוא להורות לספק המפר, לאחר שנתן לספק המפר את האפשרות לטעון בפניו, לשלם לאוצר המדינה סכום שלא יעלה על 200,000 שקלים חדשים לכל הפרה. הורה הממונה כאמור – ישולם הסכום תוך 7 ימי עסקים ממועד שהומצאה החלטתו לספק המפר. על החלטת הממונה לפי סעיף יהיה הספק המפר רשאי להגיש ערר לבית-הדין להגבלים עסקיים.

15. בתוך 120 יום ממועד אישור צו זה, יתקשרו הספקים הדומיננטיים החתומים על צו זה וספקים אחרים אשר הודיעו כי קיבלו על עצמם את הוראות צו זה ומעוניינים בכך, בהסכם הכולל את ההוראות האמורות בפרק זה. הסכם זה יכלול תניה לפיה אם ספק דומיננטי הפר הוראה מהוראות ההסכם ישלם הוא לספק הנפגע מן ההפרה פיצוי מוסכם בשיעור שייקבע בהסכם. נוסח ההסכם יובא לאישורו המוקדם של הממונה.

פרק ו': בונוסים והטבות עבור השגת יעדי מכירות

16. ספק דומיננטי לא יהיה צד להסדר עם רשת שיווק שעניינו, מטרתו או תוצאתו הידועה מראש בעת עריכתו הם מתן הטבה לרשת שיווק בזיקה להשגת יעדי מכירות במוצרי הספק ברשת בתחומים בהם הוא דומיננטי, אלא אם ההטבה ניתנת כהנחה ממחיר הקניה של הרשת ליחידות המוצר שיימכרו מעבר לבסיס המכירות של הספק באותה רשת ומוגבלת למוצרים אלה בלבד. לעניין זה, "בסיס המכירות" – כמות המכירות בפועל לצרכן, בשנה שקדמה להסדר, של המוצר (או המוצרים) אליהם מתייחסת ההטבה.

17. בהטבות הניתנות כאמור, לא יהיו המחירים של המוצרים הנמכרים מעבר ליעד המכירות, לאחר הנחה, נמוכים ממחיר עלות ייצורם של המוצרים. בסעיף זה, "עלות ייצור" – העלות השולית של ייצור המוצר.

18. מבלי לגרוע מן האמור, הטבה הניתנת עבור מכירת מוצרי הספק שבהם נתון לספק מונופולין תינתן בנפרד מהטבה הניתנת עבור מוצרים שבהם לא נתון לספק מונופולין.

19. ספק דומיננטי לא יטיל סנקציה על רשת שיווק בגין אי עמידה ביעד מכירות מונופוליסטי המתייחס למוצרים בהם נתון לו מונופולין. לעניין זה, "סנקציה" – לרבות קביעת אי זכאות להנחות או מתן הנחות מופחתות, ייקור מחירי קניה או כל הרעה אחרת של תנאי ההתקשרות.

מובהר בזה, כי ירידה בסכומי ההנחות מהן נהנית בפועל רשת שיווק אשר החליטה להפחית את רכישותיה ממוצר מסויים של ספק דומיננטי, לא תהווה כשלעצמה הפרה של הוראה זו ובלבד שהתקיימו שני התנאים הבאים במצטבר :

19.1 הירידה בסכומי ההנחות נובעת ממדרג הנחות הכמות הכללי של החברה לאותו מוצר, החל על כל לקוחותיה.

19.2 מדרג הנחות הכמות האמור נקבע מראש, טרם השינוי בכמויות אותן רוכשת הרשת.

פרק ז': קביעת נתחי שוק

20. ספק לא יהיה צד להסדר עם רשת שיווק שעניינו, מטרתו או תוצאתו הידועה מראש בעת עריכתו הם קביעת נתח השוק של הספק (או הגבלת חלקם של ספקים המתחרים בו) במכירות הרשת;

מבלי לגרוע מהאמור, ספק לא יהיה צד להסדר שעניינו, מטרתו או תוצאתו הידועה מראש בעת עריכתו - אחד מאלה:

20.1 כי הרשת תגרום לכך שחלקו של הספק בכלל מכירותיה לצרכנים של מוצרים מאותו סוג לא ייפול משיעור מסוים (בכמות, בכסף או בחלק יחסי).

20.2 כי הרשת תגרום לכך שחלקו של ספק מתחרה במכירותיה לצרכנים של מוצרים מאותו סוג לא יעלה על שיעור מסוים (בכמות, בכסף או בחלק יחסי).

מובהר כי מתן הנחות כמות כאמור בפרק ו' לא יחשב, כשלעצמו, קביעת נתח השוק כאמור לעיל.

פרק ח': בלעדיות במבצעים

21. ספק לא יתקשר עם רשת שיווק בהסדרים הבאים, אלא אם ניתן לכך אישור מוקדם מאת מערך ההגבלים העסקיים:

21.1 הסדר שעניינו, מטרתו או תוצאתו הידועה מראש בעת עריכתו הם בהגבלת יכולתם של ספקים מתחרים להגיב למבצע של הספק, על דרך של הוזלת מוצריהם.

21.2 הסדר שעניינו מטרתו או תוצאתו הידועה מראש בעת עריכתו הם בהגבלת יכולתן של רשתות מתחרות להגיב למבצע שיערך ברשת שיווק אחרת, לרבות בדרך של התחייבות הספק להימנע מעריכת מבצע דומה ברשת מתחרה.

22. אין באמור כדי לשלול מן הספק להגיע להסכמה עם רשת שיווק בדבר מתן תצוגות מועדפות לספק דומיננטי בעת מבצע שספק זה עורך בסניפיה, בכפוף לאמור בהוראות האחרות בצו זה (בפרט ההוראות שבפרק ג' לעיל).

פרק ט': הכתבת מחיר בידי ספק

23. ספק לא יקבע את מחיר המכירה לצרכן של מוצריו הנמכרים ברשת שיווק ולא יתערב, במישרין או בעקיפין, בהחלטות רשת השיווק הנוגעות לקביעת מחיר המכירה של מוצר לצרכן, שלו או של מתחריו. האיסור שבסעיף זה יחול בין שההתערבות נעשתה בהסדר, הוראה, התניה או בכל דרך אחרת. מבלי לגרוע מכלליות האמור:

- 23.1 ספק לא יפנה לרשת שיווק ולא ידרוש ממנה להעלות מחיר מכירה לצרכן של מוצריו ברשת;
- 23.2 ספק לא ידרוש ולא יבקש מרשת שיווק להשוות את מחירי המכירה לצרכן של מוצריו אצלה למחירי רשת שיווק מתחרה או לקשור ביניהם;
- 23.3 ספק לא ידרוש ולא יבקש מרשת שיווק לקבוע או לשנות את מחיר המכירה לצרכן של מוצר המתחרה בתוצרתו;
- 23.4 ספק לא יהיה צד להסדר עם רשת שיווק שעניינו, מטרתו או תוצאתו הידועה מראש בעת עריכתו הם קביעת המחיר לצרכן, כגון על ידי קביעת שיטת תמחור מוסכמת, מרווח מוסכם או בכל דרך אחרת.
24. על אף האמור לעיל, רשאי ספק להמליץ לרשת שיווק על המחיר בו יימכרו לצרכן אחד או יותר ממוצריו ובלבד שהספק אינו נוקט בפעולה שעניינה, מטרתה או תוצאתה הידועה מראש בעת נקיטתה הם אכיפת ההמלצה, לרבות פניה כלשהי לרשת בגין אי קיום ההמלצה (לרבות הפצרות ברשת לקיים את ההמלצה), שמשמעה איום, מפורש או משתמע, לשלול מהרשת הטבות אם לא תקיים את ההמלצה.

פרק י': הוראות כלליות

25. למונחים המוזכרים בצו זה ואינם מוזכרים בפרק א' לעיל תהא המשמעות הנודעת להם בחוק ההגבלים העסקיים התשמ"ח-1988 ובכללי ההגבלים העסקיים (הוראות והגדרות כלליות) התשס"א-2001.
26. הוראות צו זה אינן גורעות מתחולתו של חוק ההגבלים העסקיים, בפרט בכל הקשור להסדרי סחר שבין ספקי מזון ורשתות קמעונאיות אחרות.
27. האיסורים להלן יחולו גם על פעולות והסדרים שצורתם שונה אך מהותם שוות-ערך (Equivalent Effect).
28. אין בחתימת הספקים על צו זה משום הודאה מצדם בחבות על פי חוק ההגבלים העסקיים או משום הסכמה מצדם לעמדת הממונה כפי שהיא באה לידי ביטוי במסמך "עמדתה הסופית של רשות ההגבלים העסקיים בעניין הסדרי סחר בין הספקים לרשתות קמעונאיות" (ינואר 2005).
29. מובהר בזאת, כי אין בהוראות הצו המוסכם כדי למנוע מן הרשת להקצות שטח מדף לפי שיקול דעתה העצמאי גם בשיעור העולה על מחצית משטח המדף, ללא כל מעורבות או התערבות של ספק וללא כל תיאום או הבנה מוקדמת עמו. כן מובהר, כי ציות של ספק להחלטה חד צדדית של הרשת, שהתקבלה על ידה בלבד כאמור לעיל בסעיף זה, לא יהווה כשלעצמו הפרה של הוראות הצו המוסכם.