

גולדפרב זליגמן
עורכי דין | נוסד 1930



חוק לקידום התחרות בתחום המזון, התשע"ד - 2014

עו"ד נגה רובינשטיין
ראש מחלקת רגולציה ותחרות

המידע הכלול במצגת זו נמסר למטרות אינפורמטיביות בלבד
ובתמצית בלבד, ואין בו כדי להוות תחליף לייעוץ המשפטי הנדרש
בכל מקרה לגופו. השימוש במידע המובא לעיל הינו באחריות
המשתמש בלבד והוא נכון למועד כתיבתו. אין המשרד מתחייב לעדכן
את האמור במצגת זו או את המכותבים אליה בשינויים במצב
הנורמטיבי, החוקי או אחר שיש לו השלכה על האמור במצגת זו.



איך נולד החוק?

קיץ 2011:

- מחאה חברתית
- עליה בשיעור ההוצאה על מזון בהוצאות משק הבית
- ריכוזיות ויוקר המחיה (השוואה ל - OECD)

קיץ 2012:

- דו"ח ועדת קדמי
- ספטמבר 2012, דו"ח מבקר המדינה
- נובמבר 2012, פורסמה הצעת החוק לקידום התחרות בתחום המזון





דו"ח קדמי (המשך)

שלושה מרכיבים בבסיס ההתייקרות המחירים בשוק המזון בישראל:

■ גורמי מבנה השוק

■ גורמי מדיניות ממשלתית

■ גורמי מאקרו



החוק: שלושה חלקים

1. הסדרת פעילות ספקים וקמעונאים

2. קידום תחרות אזורית בין קמעונאים

3. שקיפות מחירים





קצת הגדרות: מיהו מה (1) ?

- **ספק גדול** - ספק שמחזור המכירות שלו לקמעונאים מעל 300 מיליון ₪ בשנת הכספים הקודמת או שהוא בעל מונופולין מוכרז ביחס למוצר מסוים
- **ספק גדול מאוד** - מחזור מכירות של מעל מיליארד ₪ בשנה



מיהו מה (2)? קמעונאי גדול

- קמעונאי המחזיק בלפחות שלוש חנויות שמחזור המכירות שלו הכולל עולה על 250 מיליון ₪
- קמעונאי המחזיק בחנות מקוונת, וחנות שאינה מקוונת שמחזור המכירות הכולל שלו עולה על 250 מיליון ₪



מיהו מה (3) חנות

- **חנות - מקום לממכר קמעונאי של מזון ומוצרי צריכה, אשר למעלה מ- 50% ממחזור המכירות הוא ממזון**
- **חנות גדולה - חנות ששטח המכירה שלה עולה על 250 מ"ר**



1. הסדרת פעילות ספקים וקמעונאים

מחירים (1):

ספק - קמעונאי, קמעונאי - ספק

■ **ספק** לא יתערב אצל **קמעונאי** ביחס למחירים

או תנאים שגובה או מספק הקמעונאי מספק

אחר (סעיף 5)

■ **קמעונאי** לא יתערב אצל **ספק** ביחס למחירים

או תנאים שגובה או מוכר הספק לצרכן (סעיף

6)





מדפים (2): ספק גדול קמעונאי גדול

- ספק גדול לא יעסוק בסידור מצרכים בחנות קמעונאי גדול
 - קמעונאי גדול לא ייצור הסדר בעניין סידור מצרכים עם ספק גדול
- חריג: אלא אם כן, נדרש טיפול בהקשר תקינותם, איכותם ובטיחותם של המוצרים (סעיף 7)



תנאי מכירה(3): ספק גדול - קמעונאי, קמעונאי גדול - ספק גדול

ספק גדול לא יתערב לקמעונאי בעניינים אלה:

- (א) **המחיר** לצרכן שגובה קמעונאי עבור מצרך שהספק מספק;
- (ב) **הקצאת שטח** מכירה בשיעור כלשהו למצרך שהספק מספק;
- (ג) רכישת מצרך שהספק מספק **בהיקף כלשהו** מסך רכישות הקמעונאי של המצרך ושל מצרכים תחליפיים;
- (ד) רכישה או מכירה של מצרכים **שספק אחר מספק לקמעונאי**, לרבות כמויות ויעדי רכישה, שטח המכירה המוקצה להם וכל תנאי מסחרי אחר;

קמעונאי גדול לא יהיה צד להסדר עם ספק גדול בנושאים אלה

תמחור אסור וקשירה אסורה (4) : ספק גדול וקמעונאי גדול (סעיף 8)

קמעונאי גדול לא יהיה צד להסדר עם ספק גדול הנכלל ברשימה, וספק גדול לא יהיה צד להסדר עם קמעונאי גדול במקרים הבאים:

- מכירת חלק מיחידות מוצר או חלק מיחידות סל מצרכים במחיר נמוך מהעלות השולית של אספקת המצרך
- מכירת מצרכים או סל מצרכים, שסך כל מחירם נמוך או שווה לסך כל המחיר שהספק הגדול מציע לקמעונאי הגדול בעד רכישת מספר קטן יותר של יחידות אותו מצרך או בעד אותו סל מצרכים בהרכב מצומצם יותר



התניות והעברת תשלומים (5) : ספק גדול וקמעונאי (סעיף 8)

- **ספק גדול** לא יתמנה מכירת מצרך ממצרכיו **לקמעונאי** ברכישת מצרך אחר של אותו ספק גדול. כלומר: איסור התנאה של מכירת מוצר א' ברכישת מוצר ב' של אותו ספק
- **ספק לא יעביר תשלומים לקמעונאי גדול** סייג לגבי מוצרים חדשים, הנחות, תשלום כנגד החזרת מוצרים, תשלומים שאינם חלק מתנאי סחר (כגון פיצויים), (SHOP IN SHOP) מכירה ישירה

מתן הוראות לקמעונאי גדול במכירת מוצרי ספק גדול (סעיף 9)

הממונה רשאי לתת לקמעונאי גדול, המוכר
מצרך של ספק גדול, הוראות בדבר הצעדים
שעליו לנקוט בקשר לאותו מצרך או בקשר
למצרכים תחליפיים לאותו מצרך



מגבלות על ספקים גדולים מאוד, הוראת שעה (סעיף 10)

- מגבלת שטחי מדף על קמעונאים גדולים מאוד
- הממונה פרסם רשימה של ספקים גדולים מאוד שקמעונאי גדול לא יהיה רשאי להקצות למצרכים שהם מספקים לו שטח מדף בשיעור העולה על 50% משטחי המדף בכל אחת מחנויותיו הגדולות;
- הקמעונאים הגדולים ידווחו, חודשיים לאחר מועד תחילת החוק, באשר לאחוזי שטחי המכירה המוקצים בחנויותיהם לספקים גדולים מאוד





חריגים

- אפשרות להחרגה (סעיף 7(א)). שתי אפשרויות:
בקשת פטור פרטנית/ פרסונאלית פטור סוג



מותג פרטי (סעיף 11)

- סמכות הממונה למתן הוראות למותג פרטי

A hand is holding a small white card with the word 'NAME' written on it in large, bold, black letters. The card is partially overlapping a larger white sheet of paper that is being held up by the hand. The background is a textured, light brown surface.

NAME



2. קידום תחרות אזורית בין קמעונאים הגדרות

1. "אזור ביקוש"

- מרחקי נסיעה של צרכנים אל החנות
- גודל החנות
- מיקום החנות: סביבה עירונית או אחרת

2. "קבוצת תחרות"

3. "חנות אזורית"

- ### 4. "קמעונאי גדול" - 250 מליון ₪ ושלוש חנויות וכן קמעונאי המחזיק בחנות גדולה אחת לפחות שמחזור המכירות שלה, מעל 100 מיליון ₪



כיצד מתבצעת בחינת התחרות בין החנויות?

- חנות אחת היא מתחרה של חנות אחרת ככל שיש חפיפה בין הלקוחות שמשרתות שתי החנויות
- היקף החפיפה הנדרשת על מנת שחנות אחת תחשב כמתחרה של חנות שנייה תבחן בהתאם ל"שיעור הקובע" שיקבע הממונה
- קבוצת התחרות - המתחרים של החנות הראשונה מוגדרים כקבוצת התחרות

מגבלות

- לא יפתח קמעונאי גדול חנות נוספת באזור ביקוש הנכלל בהודעה, אלא באישור הממונה
- קמעונאי בין 30% ל - 50% באזור הביקוש: אין חשש סביר לפגיעה בתחרות
- קמעונאי מעל 50% מאזור הביקוש: קיימת וודאות קרובה שלא תהיה פגיעה בתחרות
- צו מכירה בהוראת בית הדין להגבלים עסקיים - אזור ביקוש מעל 50% + 3 חנויות גדולות באותו אזור



3. שקיפות מחירים

החלק השלישי של החוק יחול על **קמעונאי גדול**, ובלבד שאם הוא מחזיק חנויות שאינן מקוונות - שטח המכירה הממוצע שלהן עולה על 120 מ"ר





קמעונאי גדול יפרסם לציבור

1. באינטרנט
2. בנפרד לגבי כל אחת מחנויותיו
3. את המחיר הכולל העדכני במועד הפרסום של כל מצרך שהוא מוכר בחנויותיו
4. הקמעונאי יעביר לממונה על הגנת הצרכן והסחר הוגן את כתובת אתר האינטרנט שבה מפורסם הקובץ

מתכונת הפרסום

- בקובץ, בשפת קריאת מחשב ובאופן שתתאפשר השוואה עדכנית שוטפת של מחירי מצרכים וסלי מצרכים
- התקנות יקבעו את אופן הפרסום למשל, קובץ נפרד לכל חנות, כל קובץ יכלול את מועד ושעת המשלוח שלו



תוכן הפרסום

1. רשימת המוצרים הנמכרים בחנות והיו

במלאי החנות

2. מחירו הכולל של כל מצרך, לרבות מחירים

לסוגי צרכנים שונים;

3. מכירה מיוחדת ובכלל זה תנאיה ומועד פקיעתה



עדכון בזמן אמת, כל הזמן...

- עדכון הפרסום יבוצע לא יאוחר משעה ממועד העדכון בקופות החנות
- עדכון הפרסום כולל כל שינוי לגבי כל מצרך שקיים על המדף, שחל באותו היום משעת פתיחת החנות למשל: הוספת מצרכים חדשים, מחיקת רשומות של מצרכים שלא קיימים על המדף, מבצעים, מחירים



סנקציות

- מאסר עד שלוש שנים או קנס
- עיצום כספי; אדם - עד מליון ₪
- תאגיד - עד 8% ממחזור המכירות שלו ולא יותר מ - 24 מליון ₪. (בדומה לפרק העיצומים הכספיים בחוק ההגבלים)
- אחריות נושא משרה - חובה עליו "לפקח ולעשות כל שניתן למניעת עבירות..."
- הפרה - עד שישה חודשי מאסר או קנס
- עבירה לפי החוק היא גם עבירה על חוק הגנת הצרכן

גולדפרב זליגמן
עורכי דין | נוסד 1930



עו"ד נגה רובינשטיין
טלפון: 03-6089843

noga.rubinstein@goldfarb.com

* * *

המידע הכלול במצגת זו נמסר למטרות אינפורמטיביות בלבד ובתמצית בלבד, ואין בו כדי להוות תחליף לייעוץ המשפטי הנדרש בכל מקרה לגופו. השימוש במידע המובא לעיל הינו באחריות המשתמש בלבד והוא נכון למועד כתיבתו. אין המשרד מתחייב לעדכן את האמור במצגת זו או את המכותבים אליה בשינויים במצב הנורמטיבי, החוקי או אחר שיש לו השלכה על האמור במצגת זו.