

לאזן את המזון

חוק המזון שאושר בחודש שעבר במליאת הכנסת נועד להגביר את התחרותיות בענף המזון ומוצרי הצריכה ולמנוע הסדרים בין ספקים לקמעונאים. אלא שהחוק הרחיק לכת: הוא הרחיב והחמיר את היקף ההתערבות והמגבלות לעומת הצו המוסכם, ולא איזן כראוי בין הרצון להפחית מחירים לצרכן ובין חופש התחרות והקניין

רונית אמיריניב

לים לחזק את מעמדם של הגורמים הדומיננטיים בענף נפים השונים ולהפחית את התחרות בין הספק לספקים מתחרים או בין הקמעונאי לקמעונאים מתחרים. במקרים רבים התוצאה של הסדרים אלה היא פגיעה בצרכן על ידי עליית מחירי המוצרים. בניגוד לצו המוסכם מ-2005 שחל רק על ספקי המזון הגדולים ועל שופרסל ומגה הריבוע הכחול (להלן: הצו המוסכם), חוק המזון מרחיב את תחולתו גם לחד ברות העוסקות באספקת מוצרי מזון ומוצרי צריכה אחרים כגון מוצרי טיפוח, ניקיון וקוסטיקה, וגם על רשתות שיווק פרטיות כגון מינימרקטים ומכולות.

עיקרי חוק המזון

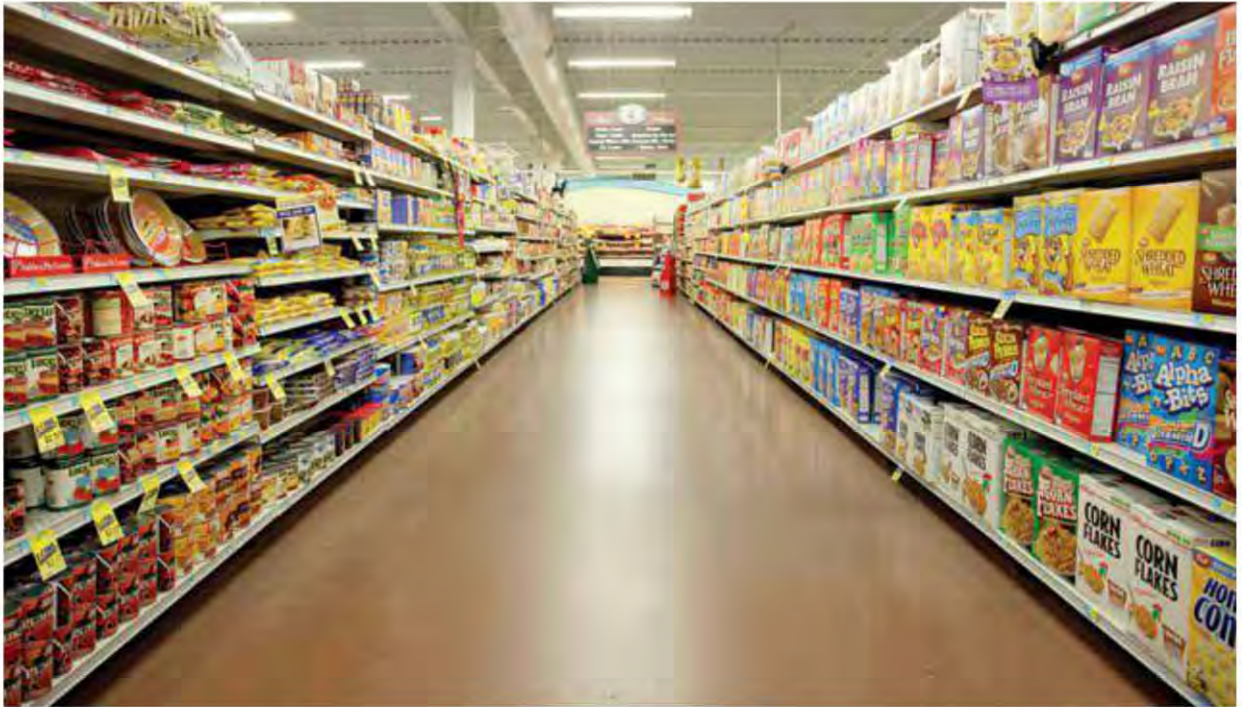
חוק המזון אוסר על קמעונאי או על ספק לנקוט פעולות מסוימות שאין בסמכות הממונה או בית הדין להתיר אותן: קמעונאי גדול אינו רשאי לפעול מול ספק בשום דרך בקשר למחירי שגובה קמעונאי אחר עבור מוצרי הספק (סעיף 6). ספק או מי מטעמו אינו רשאי להתערב מול קמעונאי בעניין המחיר לצרכן שגובה הקמעונאי על מוצר שמספק ספק אחר, או בעניין התנאים שבהם מוכר הקמעונאי לצרכן מצרך שמספק ספק אחר, אף לא בדרך של המלצה (סעיף 5) וספק גדול אינו רשאי להתערב בשידור מצרכים בחנות (סעיף 7(א)(1)).

ביום 27 ביוני 2011 מינו שר התעשייה, המסחר והתעסוקה ושר האוצר ועדה בין-משרדית לבחינת רמת התחרותיות והמחירים בתחום מוצרי המזון והצריכה (להלן: ועדת קדמי). ועדת קדמי בחנה את השווקים השונים בתחום המזון, את מקטעי הייצור, את חסמי היבוא ואת ההפצה והשיווק לצרכן באמצעות רשתות המזון, איתרה את כשלי השוק המונעים הגברת תחרות וירידת מחירים בשווקי המוצרים וגיבשה המלצות להגברת התחרות ולהורדת המחירים. ועדת קדמי קבעה כי שוק המזון נשלט על ידי מספר מצומצם של ספקי מזון, מתאפייין בריכוזיות המקטע הקמעונאי באזורים מסוימים וכי קיימים הסדרים בין ספקים לרשתות שיווק הפוגעים בתחרות ומגבירים את הריכוזיות.

לאור המלצות ועדת קדמי, הונחה על שולחן הכנסת הצעת חוק ממשלתית בשם "קידום התחרות בענף המזון התשע"ג-2012" (להלן: חוק המזון). מטרת הצעת חוק זו היא קידום והגברת התחרותיות בענף המזון ומוצרי הצריכה, מניעת הסדרים בין ספקים לקמעונאים והפחתת מחירי המוצרים לצרכן. חוק המזון אושר ביום 19.3.2014 במליאת הכנסת. החוק מניח כי שוק המזון ומוצרי הצריכה המקומי נשלט על ידי מספר מצומצם של ספקים בעלי נתח שוק גדול, וכי בין מקטע האספקה למקטע השיווק מתקיימים שורה של קשרים, הסדרים ונהגים העל-



עו"ד רונית אמיריניב, שותפה וראש מחלקת הגבלים עסקיים במשרד יגאל ארנון ושות'; מייצגת את חברת המזון יוניליוור ישראל מזון בע"מ אשר שלחה הערות להצעת החוק



ספק גדול, המוגדר בחוק כמי שמחזור מכירותיו בשנת הכספים הקודמת עולה על 200 מיליון שקל לשנה (צמוד למדד) אינו רשאי להתערב מול קמעונאי בעניינים שלהלן: המחיר לצרכן שגובה הקמעונאי על מוצר שמספק אותו ספק לרבות בדרך של המלצה; הקצאת שטח מכירה למוצר שמספק אותו הספק בשיעור העולה על 30% משטח המכירה המוקצה למוצר או למוצר דומה; רכישת מוצר שמספק אותו הספק, בזיקה ליעד רכישות בשיעור העולה על 30% מהיקף רכישות הקמעונאי של אותו מוצר או מוצר דומה (היינו: איסור על בונוסים והטבות העולים על 30% בקטגוריית מוצרים מסוימת); מכירת מוצרים שמספקים ספקים אחרים לקמעונאי.

החוק אינו מונע מספק גדול לתת הנחיות בדבר הטיפול הנדרש למצרכים שהוא מספק, לצורך שמירה על תקינותם, איכותם ובטיחותם. בניגוד לאיסורים שפורטו לעיל, האיסורים האלה אינם מוחלטים ואפשר לבקש מהממונה פטור בגינם, אך הוא רשאי להעניק פטור "רק מטעמים מיוחדים שירשמו".

החוק מגדיר "קמעונאי גדול" כמחזיק בשלוש חנויות לפחות ואשר מחזור המכירות הכולל של חנויותיו בשנת הכספים הקודמת עולה על 250 מיליון שקל בשנה (ללא מע"מ), או כקמעונאי המחזיק בחנות מקוונת אשר מחזור המכירות השנתי שלו בישראל עולה על 250 מיליון שקל (ללא מע"מ). הממונה רשאי לתת הוראות לקמעונאי גדול ביחס למותג פרטי שהוא מוכר אם לדעתו יש חשש לפגיעה משמעותית בתחרות או בציבור (סעיף 9(א)).

החוק מטיל חובת דיווח לממונה, על קמעונאי גדול, אודות מחזור המכירות של כל החנויות שהוא מחזיק בהן. בנוסף מטיל החוק חובת דיווח על ספק גדול לממונה, באשר למחזור המכירות השנתי שלו לקמעונאים בישראל. החוק מניח כי יש קשר ישיר בין אזורים בארץ שיש בהם ריכוזיות בתחום קמעונאות המזון ובין רמת מחירי המוצרים הנמכרים באותם אזורים. לכן החוק קובע הסדרים שמטרתם קידום והבטחה של התחרות בשיווק הקמעונאי ברמה האזורית באותו אזור ביקוש. עבור כל חנות גדולה ששטח המכירות שלה עולה על