

יחסי קמעונאים, צרכנים וקניונים

מזווית ההגבלים והריכוזיות

הוועידה השנתית לקמעונאות

21.5.2012

עו"ד רונית אמיר-יניב

יגאל ארנון ושות'

עורכי-דין

למה צריך רשות הגבלים עסקיים?

- להשיג מטרות כלכליות (צמיחה, יעילות, יציבות).
- למנוע היווצרות ריכוזי כוח כלכליים שיינצלו כוחם לרעה.
- לעודד תחרות חופשית ולמנוע פגיעה בתחרות.
- הגנה על הצרכן וטובת הציבור.

דיני ההגבלים עוסקים בשלושה נושאים:

- **מיזוגים** - מיזוג בין חברות (רכישת יותר מ-25% או עיקר נכסי חברה) שמחזור המכירות או נתח השוק שלהן עולה על רף מסוים - מחייב הגשת הודעת מיזוג וקבלת אישור.
- **מונופולין** - הכרזת מונופולין (מעל 50%) ומניעת שימוש לרעה בכוח שוק מונופוליסטי.
- **איסור לערוך הסדר כובל** - אלא אם נכלל בפטור בחוק או בפטורי הסוג או קיבל אישור מהממונה או בית הדין.

וכעת-לאינטרסים

- בעלי קניונים ומרכזים מסחריים
- חנויות ורשתות קמעונאיות
- הצרכנים

והאם אינטרסים אלו מנוגדים? משותפים? עולים בקנה אחד עם מטרות רשות ההגבלים?

האינטרס של רשתות וחנויות

- למכור מותגים מקומיים ומיובאים האהובים על קונים רבים.
- קהל לקוחות טוב, קבוע במגמת גידול.
- להתמקם במרכז מסחרי מבוסס, מטופח ואהוד.
- איזון בין בלעדיות לתמהיל מגוון.
- להגיע לפרישה ארצית.
- רווחיות.

האינטרס של בעלי קניונים ומרכזים מסחריים

- שבעלי חנויות מצליחות ירצו לפתוח אצלם חנויות.
- שהצרכנים ייהנו מחוויית הקניה וירצו להגיע פעם אחר פעם.
- איזון בין בלעדיות (כעוגן והחזר השקעה) לתמהיל חנויות נכון ומגוון.
- התרחבות ופרישה ארצית.
- רווחיות.

האינטרס של הצרכן

- מרכז מסחרי קרוב לביתו - חוסך זמן ודלק.
- ריכוז - מרבית הסידורים (בנק, חנויות, בית מרקחת, מזון) תחת קורת גג אחת.
- יכולת בחירה - בין מגוון חנויות ומותגים אופנתיים ברמות מחיר שונות. תמהיל מגוון.
- נגיש - פתוח במרבית הימים והשעות.
- חניה נגישה.
- חווית קניה נעימה - במרכז שמשדר יוקרה.

יש אינטרסים משותפים

- אין בהכרח ניגוד אינטרסים.
- מרבית האינטרסים תואמים את המטרות הכלכליות שפורטו לעיל.
- מדיניות הממונה צריכה להגשים מטרות אלו.
- האם היא אכן עושה זאת?

מדיניות הממונה על קניונים ומרכזי מסחר

- המדיניות הכלכלית של הממונה היא לבדוק לא רק תחרות גיאוגרפית אלא גם תחרות ברמה הארצית (רמת איכות) של קניונים.
- לאור מדיניות זו, הותנה מיזוג בריטיש עם מליסרון-עופר בתנאי של חובת מכירת 5 קניונים ולא אושרה מכירת קניון עיר ימים מאזורים לעזריאלי.
- התוצאה: בעלי קניונים גדולים יכולים להתרחב רק לחו"ל ולא לפריפריה. או: הקמה עצמית.

התוצאה אינה טובה לצרכן

- יציבות ואיכות- דווקא_קניון בבעלות גורם מנוסה, מבוסס, מקצועי, יציב יכול לשרוד ולשמור על רמה גבוהה לאורך זמן.
- תמהיל נכון- דווקא קניון מבוסס מושך אליו רשתות טובות ואהודות ויכול לשמור על תמהיל נכון שיבטיח יציבות כלכלית וימשוך אליו צרכנים.
- פיתוח הפריפריה- קניון כזה יכול להרשות לעצמו לקיחת סיכון של פתיחת או רכישת קניונים גם בפריפריה.

מדיניות הממונה בעניין רשתות וחנויות

- הגבלת רשתות (אופנה, ספורט, מזון) לרכוש רשתות מתחרות בישראל.
- הגבלת רשתות מצליחות ובעלות מותגים לקבל זכיון למותגים נוספים מחו"ל.
- הבעיה: דווקא רשתות מבוססות בעלות פיזור ארצי יכולות להרשות לעצמן פתיחת סניפים בפריפריה ויבוא מותגי חו"ל. המותגים מחו"ל מעדיפים להתקשר עם רשת או זכיון מנוסה, יציב, בעל קשרי שיווק מוכחים.

התוצאה אינה טובה לצרכן

- H&M, Forever 21, גאפ, אברקומבי אנד פיץ, אמריקן איגל, טופ שופ, בננה רפבליק, בנטון ואולד נייבי יכלו להגיע מזמן לישראל.
- אם רשתות נעליים (גזית, באג, קליגולה, טו גו, מיקולינסקי) או רשתות בגדים (פוקס, קסטרו, רנואר, הוניגמן, זארה) רוצות לבצע מיזוג עם רשת מתחרה כדי להתרחב או להתייעל - יש לאפשר זאת, אם לא נגרמת עליית מחיר ותתאפשר פרישה רחבה יותר ברחבי הארץ.

טובת הצרכן מחייבת

- המשך צמיחה והתרחבות של קניונים ושל רשתות וחנויות טוב לכולם, כולל לצרכנים בפריפריה.
- לאפשר התרחבות גם ע"י מיזוגים ושיתופי פעולה (ולא רק הקמה עצמית וגידול טבעי).
- לאפשר בלעדיות לתקופה מוגבלת ליצירת עוגן, תמהיל נכון והחזרת ההשקעה.
- להימנע מרגולציית יתר, התערבות מוגזמת, תנאים מכבידים, ריסון יתר שמעלה חשש לעצירת הגדול והפיזור בפריפריה.

תודה רבה

לשאלות והתייעצויות:

עו"ד רונית אמיר-יניב

03-6087826

ronita@arnon.co.il