

## מיזוג קונגלומרטי

מזכר לקוחות – מחלקת דיני תחרות פברואר 2022

### לקוחות יקרים,

ב-26 בינואר 2022 פרסמה רשות התחרות קול קורא להתייחסות הציבור בנוגע לאופן הניתוח של מיזוגים קונגלומרטיים, והשיקולים התחרותיים שיש לקחת בחשבון בבחינת מיזוגים אלה.

ככלל, נהוג לחלק מיזוגים לשלושה סוגים עיקריים – מיזוג בין מתחרים ("מיזוג אופקי"), מיזוג בין תאגידים בחוליות שונות של שרשרת האספקה של נכס מסוים ("מיזוג אנכי"), ומיזוג קונגלומרטי, שמוגדר על דרך השלילה והוא למעשה כל מיזוג שאינו אופקי או אנכי.

מיזוג קונגלומרטי יכול להיות מיזוג בין חברות המציעות מוצרים משלימים (למשל מיזוג בין יצרנית מדפסות לבין יצרנית דיו), מוצרים בעלי מאפיינים דומים שאינם תחליפיים בעיני הצרכן (למשל יצרנית דגני בוקר עם יצרנית חטיפי בריאות), או בין חברות המציעות מוצרים שאינם קשורים (למשל יצרנית רכבים עם יצרנית מכונות קפה).

ככלל, מיזוגים אלו לא נתפסים כבעייתיים, שכן הם מתרחשים בין חברות הפועלות בשווקים שונים באופן שמאיים את החשש המרכזי העולה ממיזוגים (גריעת מתחרה או צבירת כוח שוק בענף), ומנגד לחוב טומנים בחובם הצדקות פרו תחרותיות ותועלות רבות - ניצול יתרונות לגודל ולהיקף, חלוקת עלויות על פני מספר רב יותר של מוצרים, שיתוף ידע וניסיון ועוד.

יחד עם זאת, בתקופה האחרונה ובפרט לאור השינויים שהביאו עימם הכלכלה הדיגיטלית וכניסתן של פלטפורמות מקוונות מרכזיות, ישנה עלייה במחקרים ובתיאוריות לנזק תחרותי שעשוי להיגרם כתוצאה ממיזוגים אלו.

החשש העיקרי הינו ממקרים בהם אחד הצדדים מחזיק בנתח שוק משמעותי, וכתוצאה מהמיזוג נוקט בפרקטיקה של קשירה בין המוצר שבו הוא מחזיק בכוח שוק לבין המוצר שבו הוא חשוף לתחרות, באופן שעלול להוביל לדחיקת מתחרים ולפגוע בתחרות.

קשירה כאמור יכולה להיות **פיזית** (כך שלא ניתן לעשות שימוש במוצר אחר – למשל טיונר למדפסת), **חוזית** (כך שהמוצרים נמכרים כסל ולא ניתן לרכוש כל פריט בנפרד) או **כלכלית** (על ידי יצירת תמריץ כלכלי לרכוש את המוצרים ביחד).

על פי הקול הקורא, הפרמטרים שיש לשקול בעת בחינת החשש מדחיקה כתוצאה ממיזוג קונגלומרטי הינם **יכולת** של החברה הממוזגת לקשור בין המוצרים, **תמריץ** לקשירה, ו**ההשפעה התחרותית** של הקשירה, כאשר במסגרת הבחינה יש לקחת בחשבון גם את היחסים בין המוצרים (כך למשל, התמריץ והיכולת לבצע קשירה גוברים ככל שמדובר במוצרים משלימים) ומבנה השווקים הרלוונטיים (ובפרט קיומו של כוח שוק בלפחות אחד מהשווקים).

לצד זאת, הקול הקורא מונה מספר חששות תחרותיים נוספים כגון אפליית מחירים, הפחתת תמריצי התחרות של שחקנים אחרים, הגברת נקודות ממשק בין שחקנים שיהפכו שווקים למוטי תיאום, והגדלת כוח המיקוח של ספקים המוכרים סל מוצרים.

לאור המורכבות שבבחינת מיזוגים אלו, הקול הקורא מבקש את התייחסות הציבור לאופן הבחינה הראוי והשיקולים שיש לקחת במסגרת הבדיקה – ובכלל זאת התייחסות לחששות התחרותיים, ליעילויות, להשפעת הקשירה בין מוצרים, לכלים הנדרשים לרשות התחרות לטיפול במיזוגים אלו, לבחינת המסגרת המשפטית המתאימה לטיפול בחששות קונגלומרטיים (משטר המיזוגים או חוקים אחרים) ועוד.

בנוסף, מתבקשת התייחסות בשאלת הצורך בבחינת מערך אסדרה וניתוח נפרדים ביחס לשני תחומים ספציפיים המקימים חשש קונגלומרטי מוגבר - תחום המזון (המאופיין בריכוזיות, עלויות שוליות נמוכות, יכולת מיקוח של ספקים וכו') וכלכלה הדיגיטלית (המאופיין ביתרונות לגודל ולהיקף, אפקט רשת מתגבר, קשירה טכנית וחברות ש"מנצחות של השוק").

הקול הקורא מצטרף למספר צעדים שננקטו לאחרונה על ידי הרגולטור (עדכון תקנות המיזוגים, שינוי טופס הודעות המיזוג ועוד) ומלמדים על שינוי תפיסתי של רשות התחרות ובחינה מחדש של נקודת המוצא בכל הנוגע לבחינת מיזוגים.

אנו סבורים כי קיימת חשיבות רבה לכך שכל שינוי ביחס לאופן הבחינה של מיזוגים קונגלומרטים, יהיה מידתי ולא יוחל באופן רחבי (אלא לכל היותר ביחס לתחומים ספציפיים), על מנת שלא להביא להכבדה מיותרת של הנטל הרגולטורי ולפגיעה בוודאות העסקית וביעילות הרבה שטומנים בחובם מיזוגים אלו.

**ככל שאתם מעוניינים להעביר התייחסות לקול הקורא ולקבל מידע נוסף – נשמח ללוות אתכם. ניתן להגיש הערות לקול הקורא עד ליום 25.2.2022. לקול הקורא המלא כפי שפורסם באתר הרשות [לחצו כאן](#).**

\*\*המידע האמור לעיל הינו מידע כללי ותמציתי בלבד, הוא אינו מהווה חוות דעת או ייעוץ משפטי ויש לקבל עצה מקצועית נפרדת בטרם נקיטת פעולה משפטית או אחרת בקשר עם הנושאים אותם סקרנו.

### צוות מחלקת תחרות ישמח לעמוד לרשותכם בכל שאלה:



עו"ד ליאור נגר  
 מחלקת תחרות

[liorn@agmon-law.co.il](mailto:liorn@agmon-law.co.il)  
 03-6078607



עו"ד מתן מרידור, שותף  
 ראש מחלקת תחרות

[meridor@agmon-law.co.il](mailto:meridor@agmon-law.co.il)  
 03-6078607