

עילת המחיר הגבוה הבלתי הוגן לאחר גפניאל ונאור: תנאים להחלטה

קובץ נספחים למאמר

מאת

מיכל גל** ויוסי שפיגל***

להלן שלושה נספחים למאמר. נספח א' מציג חמש דוגמאות הממחישות את הפגיעה האפשרית של החלת העילה בצרכנים. נספח ב' מציג טבלה המפרטת את כל ההחלטות בעניין העילה שהתקבלו על ידי הנציבות האירופית או בתי הדין של האיחוד האירופי, ואת מרבית ההחלטות שהתקבלו על ידי רשות התחרות הבריטית או בתי משפט בבריטניה. נספח ג' מכיל טבלה עם כל הבקשות לאישור תביעות ייצוגיות על בסיס העילה בישראל נכון לנובמבר 2020.

נספח א': דוגמאות לכך שהחלת העילה עלולה להזיק

להלן שש דוגמאות אשר ממחישות את הפגיעה האפשרית של החלת העילה בצרכנים. לשם הנוחות בחרנו להשתמש בחמש הדוגמאות בפרמטרים ספציפיים, אך כל הדוגמאות הן טיפוסיות ומתקיימות בקשת רחבה של פרמטרים.

דוגמה ראשונה: הניסיון להחיל מחיר השווה להוצאה השולית עלול להביא לקריסת הספק והוא מעביר את כל העודף לקונה

בעל מטע התקשר עם דבוראי וזה הציב במטע עשר כוורות כדי שהדבורים יאבקן את העצים במטע. נניח שעלות הדלק והשכירות של הטנדר שהוביל את הכוורות למטע ועלות העבודה של הדבוראי להצבת הכוורות, מסתכמות ב-1,000 ₪. אם הדבוראי מקבל 1,000 ₪ עבור השירות, הוא יוכל אמנם לכסות את העלות הישירה שלו למתן שירותי האבקה, אך סכום זה לא יכסה את מלוא ההשקעה בכוורות, בציווד מתאים,

** פרופסור וראש המרכז למשפט ולטכנולוגיה, הפקולטה למשפטים באוניברסיטת חיפה, פרופסור אורח ב-NYU ונשיאת הארגון העולמי לחוקרים בתחום דיני התחרות (ASCOLA) (2016–2023). גילוי נאות: מיכל גל כתבה חוות דעת משפטית בנושא קיום העילה בשני תיקים, לאחר שדעתה הובעה בכתיבה אקדמית. <https://law.haifa.ac.il/index.php/he/mgal>.

*** פרופסור, הפקולטה לניהול על שם קולר, אוניברסיטת תל אביב, CEPR ו-ZEW, נשיא האגודה הישראלית לכלכלה, חבר הוועד המנהל של האגודה לכלכלני תחרות, וחבר הוועדה המייעצת לכלכלן הראשי לענייני תחרות של נציבות האיחוד האירופי <http://www.tau.ac.il/~spiegel> גילוי נאות: יוסי שפיגל כתב חוות דעת כלכלית בחמש תובענות ייצוגיות העוסקות בתמחור מופרז, לרבות בעניין גפניאל ובעניין המועצה הישראלית לצרכנות.

ובטיפול בדבורים, ולא יפצה את הדבוראי על הסיכונים שנטל (למשל האפשרות שייגרם לכוורות נזק וההשקעה תרד לטמיון). ברור שעבור 1,000 נח לא ישתלם להיות דבוראי, והתוצאה עלולה להיות הרסנית לבעלי מטעים. אשר לחלוקת העודף מהעיסקה הרי שאם נניח שהצבת הכוורות במטע מגדילה את הכנסותיו של בעל המטע ב-200,000 נח,¹ וכי בתוספת החלק היחסי של העלויות הקבועות של הדבוראי, עלות הסיכון שלו והעלות האלטרנטיבית, סך העלות להצבת עשר כוורות במטע היא 10,000 נח. אם נניח לצורך הדיון שהדבוראי הוא בעל מונופולין באספקת שירות האבקה, הרי שמי שסבור שמחיר הוגן הוא המחיר התחרותי, יטען שבעל המטע צריך לשלם לדבוראי 10,000 נח. תשלום כזה איננו משאיר לדבוראי רווח כלשהו. לעומת זאת בעל המטע מרוויח מההאבקה 190,000 נח. זאת ועוד: הדוגמה גם ממחישה בעיה נוספת עם הטענה לפיה כל הערך מעסקה אמור להישאר בידי הקונה, משום שניתן לטעון שבעסקה בין הדבוראי לבעל המטע, הדבוראי רוכש מבעל המטע שירות הזנת דבורים ולכן הוא הקונה, והוא זה שצריך לקבל לידייו את מלוא הערך מהעסקה. ברור שלא סביר לחלק את מלוא הערך העסקה מסוימת לצד שלו אנו קוראים, על סמך פרשנות לשונית, קונה, ולמנוע מהצד השני, שלו אנו קוראים מוכר, כל חלק מהערך.

דוגמה שנייה: הניסיון להחיל את העילה עלול לפגוע באיכות המוצר שהפירמה תציע

נניח שפירמה מציעה מוצר יחיד שפונקציית הביקוש אליו היא $Q = 6 - p$, כאשר Q היא הכמות המבוקשת במיליוני יחידות, ו- p הוא מחיר המוצר. עלות הייצור של המוצר היא 2 נח ליחידה. חישוב פשוט מראה כי המחיר אשר ממקסם את הרווח של הפירמה הוא 4 נח, ואילו הכמות הנמכרת היא 2 מיליון יחידות ($2 = 6 - 4$); במחיר זה הרווח של הפירמה הוא 4 מיליון נח, ועודף הצרכן – קרי הפער בין המחיר המקסימלי שהצרכנים מוכנים לשלם לבין המחיר שהם משלמים בפועל – הוא 2 מיליון נח.² הפירמה שוקלת להשקיע במחקר ופיתוח אשר עשוי לשפר את איכות המוצר, בלי לשנות את עלות הייצור שלו. אם ההשקעה מצליחה, פונקציית הביקוש הופכת להיות $Q = 10 - p$, כלומר בכל מחיר ומחיר ניתן למכור 4 מיליון יחידות יותר מאשר קודם. בעקבות כך, המחיר שממקסם את הרווח של הפירמה הוא 6 נח, הכמות הנמכרת היא 4 מיליון יחידות, הרווח של הפירמה, לא כולל עלות ההשקעה במחקר ופיתוח, הוא

¹ לפי נתוני משרד החקלאות ופיתוח הכפר, יש בישראל 100,000 כוורות אשר תורמת לחקלאות בישראל 2 מיליארד נח. לפיכך, כל כוורת תורמת לבעל המטע כ-20,000 נח.

² כאשר פונקציית הביקוש לינארית (והמקדם של המחיר בפונקציית הביקוש הוא 1) והעלות השולית קבועה, המחיר שממקסם את רווחי המונופול הוא הממוצע בין העלות (כאן 2 נח) למחיר המקסימלי שניתן לגבות על המוצר (כאן 6 נח). הרווח של הפירמה כאשר היא גובה את המחיר האופטימלי עבורה הוא הכמות הנמכרת בריבוע, ועודף הצרכן הוא חצי מהרווח.

16 מיליון ₪, ועודף הצרכן הוא 8 מיליון ₪.³ כיוון שללא השקעה במחקר ופיתוח עודף הצרכן הוא 2 מיליון ₪, ההשקעה מועילה לצרכנים, שכן עודף הצרכן, אשר משקף את רווחת הצרכנים, גדל ב- 400% (מ-2 מיליון ₪ ל-8 מיליון ₪). זאת למרות שמחיר המוצר עלה ב-50% (מ-4 ₪ ל-6 ₪).

כעת נניח שעל הפירמה מוחלת עילת המחיר הבלתי הוגן, ובעקבות כך נאסר עליה לגבות מחיר העולה על 3 ₪, שהם 50% מעבר לעלות. בהתאם, הכמות הנמכרת היא 7 מיליון יחידות, הרווח של הפירמה הוא 7 מיליון ₪, ועודף הצרכן הוא 24.5 מיליון ₪.⁴ על פניו נראה כי האיסור על מחיר בלתי הוגן גבוה הוא רעיון מצוין: הוא מונע מהפירמה לייקר את מחיר המוצר מעבר ל-3 ₪, הכמות הנמכרת עולה ב-75% מ-4 מיליון יחידות ל-7 מיליון יחידות, ועודף הצרכן גדל בלמעלה מ-200% (מ-8 מיליון ₪ ל-24.5 מיליון ₪).

אלא שעד כה לא לקחנו בחשבון את עלות ההשקעה, ואת הסיכוי שהיא תצליח ותגדיל את איכות המוצר. למשל, קסטיון ומרקהם סקרו ספרות אמפירית שבדקה את סיכויי ההצלחה של מוצרים חדשים שיוצאים אל השוק, ומצאו שבמוצא רק כ-60% מכלל המוצרים החדשים שיוצאים לשוק מצליחים.⁵ למעשה סיכויי ההצלחה של השקעות נמוכים עוד יותר משום ש-50% מכלל החברות החדשות כושלות ונעלמות מהשוק בתוך חמש שנים מיום הקמתן.⁶ כאשר לוקחים בחשבון את עלות ההשקעה וסיכויי ההצלחה שלה, מתקבלת התמונה הבאה. ללא איסור על מחיר בלתי הוגן גבוה, הרווח של הפירמה גדל בעקבות השקעה מוצלחת ב-12 מיליון ₪ (מ-4 מיליון ₪ ל-16 מיליון ₪). אם סיכויי ההצלחה הם 60% (כאמור אחוז זה מתעלם מהעובדה שהפירמה עצמה יכולה להיכשל ולהיפלט מהשוק), תוחלת הגידול ברווח היא 7.2 מיליון ₪. בהתאם, כל עוד עלות ההשקעה נופלת מ-7.2 מיליון ₪, הפירמה תבחר להשקיע. אם עלות ההשקעה גבוהה מ-7.2 הפירמה תבחר לא להשקיע.

אם נאסר על הפירמה לגבות מחיר העולה על 3 ₪, הרווח בעקבות השקעה מוצלחת גדל רק ב-3 מיליון ₪ (מ-4 מיליון ₪ ל-7 מיליון ₪), שהם 1.8 מיליון ₪ בתוחלת. כעת, הפירמה תשקיע רק אם עלות ההשקעה נמוכה מ-1.8 מיליון ₪. לפיכך, האיסור על גביית מחיר העולה על 3 ₪, יגרום לכך שהפירמה תמנע מהשקעות במחקר ופיתוח שעלותן בין 1.8 מיליון ₪ לבין 7.2 מיליון ₪, למרות שללא החלת העילה

³ המחיר שממקסם את רווחי המונופול הוא הממוצע בין העלות בגובה 2 ₪ למחיר המקסימלי שניתן לגבות שהוא 10 ₪, ולכן שווה ל-6 ₪. בהינתן מחיר זה הכמות שהפירמה תמכור היא 10-4 = 6 מיליון יחידות, ולכן הרווח של הפירמה הוא 16 מיליון (הכמות בריבוע), ועודף הצרכן הוא 8 מיליון (חצי מהרווח).

⁴ הרווח של הפירמה הוא המרווח שלה שהוא המחיר בגובה של 4 ₪ פחות עלות של 2 ₪, כפול כמות של 6 מיליון יחידות. עודף הצרכן הוא משולש שגובהו הוא הפער בין מחיר מקסימלי של 10 ₪ לבין מחיר בגובה של 4 ₪, והבסיס שלו הוא 6 מיליון יחידות.

⁵ ראו, George Castellion & Strphen K. Markham, *Perspective: New Product Failure Rates: Influence of Argumentum ad Populum and Self-Interest*, 30 J. OF PROD. INNOVATION MGMT. 976 (2013).

⁶ Vincent Sterk et al., *The Nature of Firm Growth*, 111 AM. ECON. REV. 547 (2021).

הפירמה הייתה מבצעת השקעות כאלה. כאשר הפירמה איננה משקיעה, הצרכנים אינם נהנים מעלייה ברווחתם. כלומר, ייתכן שהניסיון להשיג תוצאה טובה מאוד (עליה ברווחת הצרכנים מ-8 מיליון ש"ח ל-24.5 מיליון ש"ח בעקבות הטלת איסור על גבית מחיר בלתי הוגן גבוה) תביא לאובדן של תוצאה טובה (עלייה ברווחת הצרכנים מ-2 מיליון ש"ח ל-8 מיליון ש"ח בעקבות מחקר ופיתוח).

התוצאה לעיל מראה שהחלת העילה פועלת כבומרנג: היא שוללת מהפירמה את התמריץ להשקיע ומביאה לפגיעה משמעותית בציבור הצרכנים. ראוי לציין שהבעיה מחריפה ככל שהמרווח שיותר לפירמה לגבות מעבר לעלויותיה ילך ויצטמצם. צמצום כזה במרווח יקטין עוד יותר את התמריץ של הפירמה להשקיע.

ניתן גם לתהות בהקשר זה מה בלתי הוגן בכך שפירמה משקיעה, נניח 7 מיליון ש"ח, וכתוצאה מכך הרווח שלה גדל ב-125% מ-4 מיליון ש"ח ל-9 מיליון ש"ח, ואילו עודף הצרכן גדל ב-400% (מ-2 מיליון ש"ח ל-8 מיליון ש"ח). כאמור, בגלל אכיפת העילה, והניסיון להגדיל את עודף הצרכן עוד יותר על חשבון רווחי הפירמה, הפירמה עלולה להימנע מהשקעה כליל, וכך הצרכנים לא ייהנו מגידול של 400% בעודף שלהם.

דוגמה שלישית: הניסיון להחיל את העילה עלול לפגוע בתמריץ של הפירמה להפחית עלויות

נניח כעת בדומה לדוגמה הראשונה כי הפירמה מציעה מוצר יחיד שפונקציית הביקוש אליו היא $Q = 10 - p$. נניח בנוסף שעלות הייצור היא 6 ש"ח ליחידה. אם מתירים לפירמה לגבות מרווח של 20% מעבר לעלות, היא תגבה מחיר של 7.20 ש"ח. במחיר כזה הכמות הנמכרת היא 2.8 מיליון יחידות ($10 - 7.2 = 2.8$), והרווח של הפירמה הוא 3.36 מיליון ש"ח (מרווח של 1.2 ש"ח בגובה ההפרש בין המחיר לעלות כפול 2.8 מיליון יחידות).

כעת ניתן לשאול האם כדאי לפירמה להפחית את העלויות שלה מ-6 ש"ח ליחידה ל-2 ש"ח ליחידה? אם הפירמה תפחית את העלויות, היא תוכל לגבות מחיר של 2.4 ש"ח, שהוא 20% מעבר לעלות. במחיר כזה הפירמה תוכל למכור 7.6 מיליון יחידות ($10 - 2.4 = 7.6$), והרווח שלה יהיה 3.04 מיליון ש"ח (מרווח של 0.40 ש"ח ליחידה כפול 7.6 מיליון יחידות). כיוון שהרווח של הפירמה קטן יותר אחרי ההשקעה, ברור שלא כדאי לפירמה להפחית את העלויות שלה גם אם הפחתה זו איננה כרוכה בהשקעה של משאבים מצידה.

כעת נניח שהמרווח שמוותר לפירמה לגבות עולה מ-20% ל-50%. ללא הפחתת עלויות, הפירמה תוכל לגבות 9 ש"ח ליחידה (6 ש"ח בתוספת 50%). במחיר הזה הפירמה תמכור 1 מיליון יחידות ($10 - 9 = 1$), וכיוון שהמרווח הוא 3 ש"ח ליחידה, הרווח של הפירמה יעמוד על 3 מיליון ש"ח. אם הפירמה תפחית עלויות ל-2 ש"ח ליחידה, היא תוכל לגבות מחיר של 3 ש"ח (50% מעבר לעלות). במחיר כזה היא תוכל למכור כעת 7 מיליון יחידות ($10 - 3 = 7$), והרווח שלה יהיה 7 מיליון ש"ח (מרווח של 1 ש"ח ליחידה כפול 7

⁷ כזכור הרווח לפני עלות ההשקעה במחקר ופיתוח הוא 16 מיליון ש"ח, כך שהרווח בניכוי עלות ההשקעה של 7 מיליון ש"ח הוא 9 מיליון ש"ח.

מיליון יחידות). כיוון שהפחתת העלויות מגדילה את הרווח מ-3 מיליון נה ל-7 מיליון נה, הפירמה תסכים להשקיע בהפחתת עלויות כל עוד עלות ההשקעה נמוכה מ-4 מיליון נה.

הנה כי כן, הפחתת עלויות איננה כדאית לפירמה כאשר המרווח המותר הוא 20%, אבל הופכת לכדאית כאשר המרווח גדל ל-50%. מנקודת ראותם של הצרכנים, כל עוד המרווח המותר עמד על 20%, לא כדאי לפירמה להפחית עלויות, והמחיר לצרכן הוא 7.20 נה ליחידה. במחיר זה, נמכרות 2.8 מיליון יחידות, ועודף הצרכן הוא 3.92.⁸ כאשר המרווח גדל ל-50%, כדאי לפירמה להפחית עלויות, מחיר המוצר יורד ל-3 נה ליחידה, הפירמה מוכרת 7 מיליון יחידות, ועודף הצרכן גדל ל-24.5. הנה כי כן, הגבלת המרווח של הפירמה מ-50% ל-20%, מקטינה את עודף הצרכן ב-52.5%. דוגמה זו ממחישה שהרצון להשיג תוצאה טובה יותר לצרכנים (הגבלת המרווח של הפירמה) עלולה לפגוע בתמריץ של הפירמה להשקיע בהפחתת עלויות ולביא לפגיעה קשה ברווחת הצרכן. התוכנה המרכזית היא שהגבלת המרווח נראית רעיון טוב רק כאשר מתעלמים מהתמריצים של הפירמה להשקיע. כאשר לוקחים תמריצים אלה בחשבון, התמונה משתנה במידה משמעותית.

עד כה בחנו מצב שבו פועל בשוק מונופול. כעת נניח שבשוק פועלות שתי פירמות המתחרות זו בזו אמצעות קביעת מחירים. נניח לשם פשטות כי המוצר הוא הומוגני (ולכן המודל הרלוונטי הוא המודל של ברטרנד: שתי הפירמות קובעות מחירים והצרכנים בוחרים לרכוש מהפירמה אשר מציעה את המחיר הזול יותר). אם עלות הייצור של כל פירמה היא 6 נה ליחידה, אזי בשווי משקל, שתי הפירמות יגבו מחיר של 6 נה, ולכל אחת מהן יהיה נתח שוק של 50%. כעת נניח, כמו במקרה של המונופול, שפירמה א' יכולה להשקיע בטכנולוגיה חדשה אשר מפחיתה את עלות הייצור שלה מ-6 נה ל-2 נה ליחידה. בעקבות ההשקעה, פירמה א' תוכל להוזיל את המחיר לצרכן ל-5.90 נה, וכיוון שהמחיר שלה יהיה זול מזה של פירמה ב' (פירמה ב' איננה יכולה להוזיל את מחיר שלה מתחת ל-6 נה, אחרת היא תפסיד כסף), כל הצרכנים יבחרו לרכוש ממנה. המצב החדש מיטיב עם הצרכנים אשר ישלמו כעת מחיר זול יותר. ואולם, פירמה א' הופכת כעת לבעלת מונופולין, ולכן היא חשופה לעילת המחיר הבלתי הוגן. ודוק: העילה חלה למרות שפירמה א' הפכה לבעלת מונופולין בעקבות התייעלות והוזלה במחיר לצרכן.

אם נניח שהעילה חלה כאשר המחיר עולה על העלות ביותר מ-50%, פירמה א' תאלץ בעקבות הפחתת העלויות שלה להוזיל את המחיר ל-3 נה. לכאורה העילה מיטיבה עם הצרכנים שישלמו מחיר של 3 נה במקום 5.90 נה. אלא שאליה וקוץ בה: ההוזלה במחיר מ-5.90 נה ל-3 נה מקטינה את הרווח שפירמה א' מפיקה מההשקעה. אם עלות ההשקעה עולה על הגידול ברווח, פירמה א' תעדיף לא להשקיע, וכך הצרכנים לא ייהנו מהוזלה במחיר. גם כאן הרצון להשיג תוצאה טובה יותר ביחס

⁸ עודף הצרכן הוא משולש שגובהו הוא הפער בין מחיר מקסימלי של 10 נה לבין מחיר בגובה של 7.20 נה, והבסיס שלו הוא הכמות שהיא 2.8 מיליון יחידות.

למחיר (ירידה במחיר ל-3 ש"ח) עלול לעלות במחיר של אובדן תוצאה טובה יותר מבחינת התמורה הכוללת לצרכן (ירידה במחיר ל-2 ש"ח).
הבעיה כמובן חריפה עוד יותר אם המרווח שמותר לפירמה לגבות מעבר לעלות מצטמצם. למשל, אם המרווח המותר הוא רק 20%, פירמה א' תאלץ להזיל את המחיר בעקבות הפחתת העלות ל-2.40 ש"ח, ואז הרווח שלה מהשקעה, ואיתו גם התמריץ להשקיע, ירדו עוד יותר.

דוגמה רביעית: הניסיון להחיל את העילה עלול לפגוע במגוון ובזמינות המוצרים שהפירמה מציעה

כעת נניח שפירמה מייצרת שני מוצרים שיש ביניהם תחליפיות ואשר נמכרים בשני שווקים שונים (התחליפיות בין המוצרים איננה יכולה להיות גבוהה מדי אחרת שני המוצרים ישתייכו לאותו שוק). הפירמה היא בעלת מונופולין בייצור מוצר 1, אך לא במוצר 2. פונקציית הביקוש למוצר 1 היא $q_1 = 2(15 - 2p_1 + p_2)/3$, ואילו פונקציית הביקוש למוצר 2 היא $q_2 = 2(15 - 2p_2 + p_1)/3$, כאשר q_1 היא הכמות של מוצר 1 במיליוני יחידות, q_2 היא הכמות של מוצר 2 במיליוני יחידות, p_1 הוא המחיר של מוצר 1, ו- p_2 הוא המחיר של המוצר 2 (הפרמטרים נבחרו כדי לפשט את החישובים אך הדוגמה נכונה לקשת רחבה של פרמטרים). עלות הייצור של שני המוצרים היא 5 ש"ח ליחידה. המחיר של מוצר 2 הוא 7.5 ש"ח, כלומר גבוה מהעלות ב-50%. המחיר של מוצר 1 אשר ממקסם את הרווח של הפירמה במקרה זה הוא 8.75 ש"ח. בהינתן מחיר זה, הרווח הכולל של פירמה 1 הוא 27.1 מיליון ש"ח, ואילו עודף הצרכן הוא 32.3 מיליון ש"ח.

כעת נניח שעל הפירמה מוחלת עילת המחיר הבלתי הוגן, ונאסר עליה לגבות על מוצר 1 מחיר העולה על העלות ביותר מ-20%, קרי 6 ש"ח. המחיר של מוצר 2 שבו הפירמה מתחרה עם פירמות אחרות נשאר 7.5 ש"ח. ההפחתה במחיר של מוצר 1 מ-8.75 ש"ח ל-6 ש"ח, מקטינה את הרווח על מוצר 1 ב-37.2% (מ-27.1 מיליון ש"ח ל-17 מיליון ש"ח), ואילו עודף הצרכן עולה ב-44% (מ-32.3 מיליון ש"ח ל-46.5 מיליון ש"ח). על פניו נראה שהאיסור על מחיר בלתי הוגן גבוה מועיל לצרכנים. אלא שבעקבות החלת העילה, הפירמה יכולה להחליט להפסיק לשווק את מוצר 1. הסיבה לכך היא שהורדת המחיר של מוצר 1 מסיטה צרכנים ממוצר 2 שהמרווח עליו הוא 50% מעבר לעלות, למוצר 1 שהמרווח עליו מעבר לעלות הוא 20% בלבד. בפרט, לפני החלת העילה המכירות של מוצר 1 היו 3.33 מיליון יחידות ואילו המכירות של מוצר 2 הן 5.83 יחידות מיליון יחידות. בעקבות החלת העילה, המכירות של מוצר 1 עלולות ל-7 מיליון יחידות ואילו המכירות של מוצר 2 יורדות ל-4 מיליון יחידות.

עילת המחיר הבלתי הוגן אוסרת אמנם על הפירמה לגבות מחיר גבוה על המוצר 1, אך היא איננה מחייבת את הפירמה להמשיך ולהציע אותו. אם פירמה 1 מפסיקה למכור את מוצר 1, המכירות של מוצר 2 גדלות ל-7.5 מיליון יחידות והרווח שלה גדל ל-18.75 מיליון ש"ח. כיוון שרווח זה עולה על הרווח כאשר הפירמה משווקת את מוצר 1, הפירמה תעדיף להפסיק ולשווק את המוצר 1. עודף הצרכן כאשר הפירמה חדלה

לשווק את מוצר 1 הוא 28.125 מיליון ₪. עודף זה נמוך מעודף הצרכן כאשר הפירמה משווקת את המוצר 1 ועילת המחיר הבלתי הוגן לא מוטלת עליה, ב-12.9%. המסקנה היא שהחלת העילה פוגעת בתמריץ של הפירמה להציע את מוצר 1 שעליו חלה העילה והתוצאה היא הקטנת מגוון המוצרים שהפירמה תציע, תוך פגיעה ברווחת הצרכנים.

דוגמה חמישית: הניסיון להחיל את העילה עלול לתמרץ בעל המונופולין לנפח עלויות

כעת אנו מראים כי החלת העילה עלולה לתמרץ את בעל המונופולין לנפח את העלויות שלו (למשל על ידי הימנעות מצעדי התייעלות או שימוש בחשבונאות יצירתית), מה שיוביל לעליית המחיר. לשם כך נניח אותו מצב דברים כמו בדוגמה השנייה לעיל. כפי שהדוגמה מראה, כל עוד המרווח המוצר לפירמה הוא 20%, הרווח של הפירמה גדול יותר כאשר העלות שלה היא 6 ₪ ליחידה מאשר כשהיא 2 ₪ ליחידה. לפיכך אם במצב המוצא העלות ליחידה היא 2 ₪ ליחידה, כדאי לפירמה לנפח את העלות ל-6 ₪ ליחידה. ניפוח כזה מעלה את המחיר לצרכן מ-2.40 (2 ₪ בתוספת 20%) ל-7.20 (6 ₪ בתוספת 20%), וכפי שראינו לעיל הוא מקטין את עודף הצרכן בלמעלה מפי 6. ניפוח כזה גם כרוך בבזבוז של 4 ₪ לייצור של כל יחידה ולכן יותר נטל עודף (אובדן של רווחה שממנה לא נהנה אם גורם).

דוגמה שישית: הניסיון להחיל את העילה עלול למנוע תמריצים לאספקת איכות גבוהה בשווקים עם סיכון מוסרי

נניח שיש מוצר שהיצרן בוחר את איכותו, אך הצרכנים אינם יכולים לוודא את האיכות לפני רכישת המוצר. כפי שהסברנו בגוף המאמר, כדי לתמרץ את היצרן לספק איכות גבוהה, נדרשת "פרמיית איכות." אם היצרן יספק איכות נמוכה, הצרכנים יפסיקו לרכוש ממנו את המוצר וכך הוא לא יוכל לקבל את פרמיית האיכות בעתיד. אם קבלת פרמיית האיכות בעתיד רווחית ליצרן יותר מהגידול ברווח בהווה כתוצאה מאספקת איכות נמוכה, יהיה כדאי ליצרן לספק איכות גבוהה.

נניח כעת שהעלות לאספקת איכות גבוהה היא 10 ₪. נניח בנוסף כי בשוק א' נדרשת פרמיית איכות בגובה 3 ₪, ואילו בשוק ב' נדרשת פרמיית איכות בגובה 5 ₪. במילים אחרות, בשוק א' מחיר המוצר צריך להיות (לפחות) 13 ₪ כדי ליצרן כדאי יהיה לספק איכות גבוהה, ואילו בשוק ב' המחיר צריך להיות (לפחות) 15 ₪ כדי שליצרן יהיה כדאי לספק איכות גבוהה. ברור כי כלל משפטי המחייב פירמות לגבות מחיר שאיננו עולה על 20% מהעלות, יביא לכך שהמחיר בשני השווקים לא יוכל לעלות על 12 ₪, ובמחיר כזה לא כדאי ליצרן לספק איכות גבוהה. אם הצרכנים יבינו שהמחיר נמוך מדי מכדי לתמרץ את היצרן לספק איכות גבוהה, הם יעדיפו לא לרכוש כלל (כלומר המחיר נראה לצרכנים נמוך בצורה מחשידה: למשל מוצר יוקרתי שנמכר במחיר זול מעורר חשד שמדובר כאן בזיוף). כלל משפטי המתיר מרווח של 30% ולכן מאפשר ליצרן לגבות מחיר של 13 ₪, יבטיח אמנם אספקת איכות גבוהה בשוק א', אך לא בשוק ב'. כלל משפטי המתיר מרווח של 50% יאפשר אמנם ליצרן לגבות 15

עו ויבטיח אספקת איכות גבוהה בשני השווקים, אך כלל כזה יאפשר ליצרן להפיק רווח גבוה מעבר לנדרש בשוק א'.

הדוגמה ממחישה שאם מניחים בצורה מציאותית כי יש הטרוגניות בין שווקים שונים, אזי לא קיים כלל משפטי אוניברסלי אשר יבטיח תוצאה מיטיבית. או שהכלל יביא לכך שלא תתאפשר אספקת איכות גבוהה לפחות בחלק מהשווקים, או שהוא יאפשר ליצרן להפיק רווחים גבוהים מדי (יחסית לרווח הנדרש לאספקת תמריצים) לפחות בחלק מהשווקים.

נספח ב': החלטות בעניין העילה באיחוד האירופי ובריטניה

בטבלה הבאה מפורטות כל ההחלטות בעניין העילה שהתקבלו על ידי הנציבות האירופית או בתי הדין של האיחוד האירופי, וכל מרבית ההחלטות שהתקבלו על ידי רשות התחרות הבריטית או בתי משפט בבריטניה. 9 בסך הכל התקבלו 24 החלטות באיחוד האירופי ועוד 7 בבריטניה. מבין ההחלטות באיחוד האירופי, 10 עסקו בקניין רוחני (פטנטים, זכויות יוצרים, סימן רשום, וסימן מסחרי), 8 עסקו במונופול יצירי מדינה (או בעל זיכיון בלעדי מהמדינה או רשות מקומית), ו-3 עסקו במונופול בתחום התשתיות. ב-18 מתוך 24 ההחלטות נטענה גם עילה נוספת, אשר יכלה ליצור או לחזק את האפשרות לגבות מחירים גבוהים. 10 מבין 7 ההחלטות בבריטניה, 3 עסקו בחברות תרופות, ו-2 במונופול בתחום התשתיות. מקרים אלה שונים בתכלית ממרבית התביעות הייצוגיות שהוגשו בישראל בשנים האחרונות, ואשר עוסקים במקרים רבים במוצרים שיש להם תחלפים קרובים מבחינת הצרכנים, כגון פתיתים אפויים, תה ירוק, מרגרינה, סכיני גילוח, מלח מופחת נתרן, מלח גס, וכיוצא בזה (ראו נספח ג').

המבחן המרכזי וגובה המחיר יחסית לאמת מידה	סוג המונופול, עילה נוספת, שורה תחתונה	מקבל ההחלטה	ההחלטה
גביית מחיר גבוה יותר עבור מוצר במדינה בה הוא מוגן בפטנט לעומת מדינה אחרת בה אינו מוגן בפטנט אינה	פטנט רשום על תרופה	ביה"ד האירופי לצדק	1. Case 24/67 Parke, Davis and c. v Probel,

⁹ החלטות העוסקות באותו מקרה חוברו יחד בטבלה. הטבלה לא כוללת הודעות על פתיחה בחקירה שלא הבשילו לכדי החלטה. בנוסף, במספר החלטות צוינה העילה בלא שהיא הוחלה במקרה הספציפי. כך, למשל, בעניין אחמד סעיד ציין בית הדין האירופי כי קיימת עילה, אך במקרה האמור מדובר היה במחיר נמוך בלתי הוגן. *Case 66/86 Ahmed Saeed et al. v Zentrale zur Bekämpfung [1989] ECR 803*; בעניין רנו ציין בית הדין האירופי בערכאה הראשונה שיצרן מכוניות המסרב להעניק רישיון לשימוש בזכויות הקניין הרוחני שלו על מנת לייצור חלקי חילוף למכוניותיו עלול לנצל לרעה את כוחו אם הוא גובה מחיר בלתי הוגן עבור חלפיו. *Case 53/87 Renault EU:C:1988:472*; פסקה 16; *C-351/12, OSA v Lěčebné lázně Mariánské Lázně a.s [2014]*, פסקאות 87-95, העונות על שאלה כללית לגבי תחולת החוק על אגודות לניהול זכויות יוצרים.

¹⁰ כפי שמציינת הרשות הבריטית: "in practice many excessive pricing cases are essentially about exclusion rather than exploitation, and moreover the line between the two can sometimes be unclear." OECD, לעיל ה"ש 6, בעמ' 288.

<p>מעידה בהכרח על ניצול לרעה, אם כי פער המחירים יילקח בחשבון בהערכה האם המונופול ניצל את כוחו לרעה.</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: לא מצוין</p>	<p><u>עילה נוספת</u>: הסכמים בלתי חוקיים שמנעו יבוא מקביל</p> <p><u>שורה תחתונה</u>: הכרה עקרונית בעילה לראשונה. אין החלה ספציפית על עובדות המקרה</p>		<p><i>Reese, Beintema-Interpharm and Centrafarm</i> [1968] ECR 55</p>
<p>רמת המחירים של המוצר אינה מעידה כשלעצמה על ניצול לרעה של מעמד מונופוליסטי. היא עשויה, בהעדר הצדקה אוביקטיבית למחיר, ואם המחיר גבוה במיוחד, לשמש כגורם המעיד על ניצול כאמור.</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: לא מצוין</p>	<p>סימן מסחרי רשום</p> <p><u>עילה נוספת</u>: הסכמים בלתי חוקיים שמנעו יבוא מקביל</p> <p><u>שורה תחתונה</u>: הכרה עקרונית בעילה. אין החלה ספציפית על עובדות המקרה</p>	<p>ביה"ד האירופי לצדק</p>	<p>2. Case 40/70 <i>Sirena v Eda</i> [1971] ECR 69, [1971] CMLR 260</p>
<p>אין די בשונות המחירים כדי לעלות לכדי ניצול לרעה. שונות כאמור עשויה להוות גורם רלוונטי כאשר אינה מוצדקת על ידי קריטריון אוביקטיבי והשונות גדולה במיוחד.</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: לא מצוין</p>	<p>בעל זכויות יוצרים בהקלטות מוזיקה</p> <p><u>עילה נוספת</u>: אפליה</p> <p><u>שורה תחתונה</u>: הכרה עקרונית בעילה. אין החלה ספציפית על עובדות המקרה</p>	<p>ביה"ד האירופי לצדק</p>	<p>3. <i>Deutsch Grammophon v. Metrosb-Grossmarkte GmbH and Co.</i>, [1971] C.M.L.R. 631</p>
<p>קביעת מבחן הבסיס המוביל עד היום: האם המחיר מופרז יחסית לערך הכלכלי של המוצר או השירות שבמונופולין.</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: אין ניתוח עלויות. המחיר הושווה למחיר ש- GENERAL MOTORS עצמה קבעה מאוחר יותר לאותם שירותים.</p>	<p>מונופול יציר-מדינה על מתן אישור על ידי יצרן רכב שהרכב עומד בסטנדרטים מסוימים</p> <p><u>עילה נוספת</u>: סירוב בלתי סביר לספק במטרה למנוע יבוא מקביל</p> <p><u>שורה תחתונה</u>: החברה לא ניצלה את כוחה לרעה כיון שהורידה את המחיר לפני תחילת ההליכים והעניקה החזרים</p>	<p>ביה"ד האירופי לצדק- ערר על החלטת הנציבות</p>	<p>4. Case 26/75 <i>General Motors v. Commission</i> [1975] ECR 1367, [1976] 1 CMLR 95</p>
<p>האם למחיר אין קשר סביר לערכו הכלכלי של המוצר. כדי לבחון זאת יש להחיל מבחן דו שלבי:</p>	<p>יצרנית דומיננטית של בננות. מחיר שונה לבננות במדינות שונות באירופה</p>	<p>ביה"ד האירופי לצדק - ערר על החלטת</p>	<p>5. Case 17/76 <i>United Brands Company V Commission</i>, [1978] ECR 207</p>

<p>1. מבחן העלות- האם המחיר לצרכן מופרז ביחס לעלות היצור? אם תשובה חיובית-</p> <p>2. מבחן השוואה- האם המחיר בלתי הוגן ביחס לעצמו או ביחס למוצרים מתחרים אחרים?</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה:</u> פער המחירים בגרמניה, דנמרק, ובנולוקס היו גבוהים, לעיתים בשיעורים של יותר מ-100%, מהמחיר באירלנד (הפער הגדול ביותר היה בין רוטרדם לאירלנד – 138%).</p>	<p><u>עילה נוספת:</u> אפליה</p> <p><u>שורה תחתונה:</u> לא הוכח כי המחיר היה מופרז בין היתר משום שהמכירות במחיר נמוך באירלנד היו רק 1.6% מכלל המכירות והיו מחירי חדירה לשוק</p>	<p>הנציבות</p>	
<p>האם למחיר אין קשר סביר לערכו הכלכלי של המוצר.</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה:</u> אגרה גבוהה במיוחד (פי 6) ברכבים בהם ההגה בצד ימין לעומת רכבים בהם ההגה מצד שמאל.</p>	<p><u>מונופול יציר-מדינה</u> על מתן אישור על ידי יצרן רכב שהרכב עומד בסטנדרטים מסוימים</p> <p><u>עילה נוספת:</u> סירוב בלתי סביר לספק במטרה למנוע יבוא מקביל</p> <p><u>שורה תחתונה:</u> מחיר גבוה פי שש, עבור שירות כמעט זהה של אותה חברה (למעט צורך בבדיקה אדמיניסטרטיבית קצרה אחת נוספת) אינו הוגן</p>	<p>ביה"ד האירופי לצדק- ערר על החלטת הנציבות</p>	<p>6. Case 226/84 <i>British Leyland V Commission</i>, [1986] ECR 03263</p>
<p>תמלוגים גבוהים משמעותית (appreciably higher) מאלו שנגבים במדינות אחרות יכולים להיות בלתי הוגנים, אלא אם המונופול יוכל להצדיק את הבדלי המחירים בהתייחס לשוני אובייקטיבי ורלוונטי בין החברות לניהול זכויות יוצרים.</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה:</u> אין עובדות ספציפיות אך נאמר ששיעור התמלוגים שנגבה בצרפת היה גבוה לעומת מדינות אחרות והתמלוגים בדיסקוסטים היו גבוהים לעומת תחנות רדיו וטלוויזיה.</p>	<p><u>זכויות יוצרים</u> על הפצת מוזיקה בצרפת</p> <p><u>עילה נוספת:</u> אפליה, קשירת מוצרים והגבלות על יכולת להתקשר עם איגודי זכויות יוצרים מחו"ל</p> <p><u>שורה תחתונה:</u> 7A לא ניתן לאמר שרכיב בתמלוגים הנדרש עבור רפרודוקציה מכנית של היצירה, הנגבה גם עבור יצירות שיובאו ממדינות אחרות, הוא בלתי הוגן, רק בגלל שהוא אינו נגבה על אותן יצירות במדינות מהן הוא מיובא. יש לבחון את</p>	<p>ביה"ד האירופי לצדק</p>	<p>7A. Case 402/85 <i>Basset v. SACEM</i>, [1987] ECR 1987-01747, בחינת רכיב אחד של התמלוגים</p> <p>7B. Case 110/99 <i>Lucazeau v. SACEM</i>, [1989] ECR 2811 בחינת כלל התמלוגים</p> <p>7C. C-395/87 <i>Ministère Public v Jean-Louis Tournier</i> [1989] ECR 2521</p>

	<p>גובה התמלוגים בכללותם. 7C, 7B : אין החלה ספציפית על עובדות המקרה</p>		<p>אותן עובדות כמו בקיים הקודם. הנאשם כאן היה מנכ"ל SACEM</p>
<p>תאורטית, ניתן לקבוע אם המחיר מופרז באמצעות השוואה עם המחיר במחוזות אחרים בצרפת שם נקבע מחיר הזיכיון כמו"מ עם השלטון המקומי.</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: לא צוין</p>	<p>זיכיון בלעדי לשירותי קבורה שניתן על ידי השלטון המקומי במחוזות שונים בצרפת</p> <p>ממשלת צרפת טענה שהמחיר נקבע בהסכמי הזיכיון ולא על ידי הזכיין</p> <p><u>עילה נוספת</u>: הסדרים להגבלת התחרות</p> <p><u>שורה תחתונה</u>: לזכיין הייתה השפעה על המחיר שנקבע כמו"מ בינו ובין השלטון המקומי ולכן העילה יכולה לחול באופן עקרוני. במקרה זה אין מספיק נתונים</p>	<p>ביה"ד האירופי לצדק</p>	<p>8. Case 30/87 <i>Bodson v. SA Pompes Funebres des Regions Liberees</i>, [1988] ECR 2479</p>
<p>האם מיסי הנמל שנגבו נעדרים קשר סביר לערך הכלכלי של השירות שניתן.</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: לא צוין</p>	<p>נמל בבעלות חברת הרכבות הדנית שהייתה בבעלות הממשלה</p> <p>חברת מעבורות שהשתמשה בנמל טענה שמכסים והיטל של 40% על יבוא על ידי הנמל שנקבע מכוח תקנות היה לא חוקי</p> <p><u>עילה נוספת</u>: אפליה</p> <p><u>שורה תחתונה</u>: בית הדין השאיר את השאלה האם המחיר בלתי הוגן לבתי המשפט של דנמרק</p>	<p>ביה"ד האירופי לצדק</p>	<p>9. Case C-242/95 <i>GT-Link v. DSB</i> [1997] CMLR 601</p>
<p>מקום בו המידע היה חיוני ליצרני ספרי טלפונים (בין היתר בשל מונופולין יצרני-מדינה בשוק שיצר את המידע), הגישה למידע הייתה צריכה להיות לא מפלה ולהתבסס על עלויות חברת הטלפוניה.</p>	<p>בלעדיות יצירת-מדינה במתן שירותי טלפוניה</p> <p><u>עילה נוספת</u>: אפליה</p>	<p>הנציבות האירופית - ערר על החלטת הנציבות</p>	<p>10. ITT Promedia/Belgacom in Commission, XXVIII Report on</p>

<p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: לא צוין</p>	<p><u>שורה תחתונה</u>: הסכם פשרה במסגרתו כל רכיב של המחיר שהתבסס על רווחי המשתמשים בוטל. בפועל המחיר ירד ביותר מ-90%</p>		<p>Competition Policy (1997); Commission, Press Release IP/97/292 of 11.4.1997)</p>
<p>קיימות אינדיקציות למופרזות המחיר לאור הפרש המחירים הגבוה עבור עסקאות דומות בצרפת ובקנדה. אינדיקציה נוספת היא שניתן היה למכור תוכנות מיובאות מקנדה במחיר הרבה יותר נמוך ממחיר התוכנות בצרפת, למרות עלויות היבוא.</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: מחיר הרבה יותר נמוך בקנדה לעומת צרפת – אין נתונים בכמה</p>	<p><u>מיקרוסופט בעלת זכויות יוצרים</u> בתוכנותיה</p> <p><u>עילה נוספת</u>: הסכמים בלתי חוקיים למניעת יבוא מקביל</p> <p><u>שורה תחתונה</u>: היה בסיס לבחינה מעמיקה על ידי הנציבות של טענת המחיר הבלתי הוגן. בית הדין לא נכנס לעובי הקורה</p>	<p>בית הדין האירופי ערכאה ראשונה [ערר על החלטת הנציבות לא לפתוח חקירה]</p>	<p>11. Case T-198/98 Micro Leader Business v Commission [1999] ECLI:EU:T:1999:341</p>
<p>המחיר בלתי הוגן אם אין לו כל קשר סביר לערך הכלכלי של המוצר.</p> <p>החלת המבחן הדין-שלבי: נדרש להוכיח מחיר מופרז וכן בלתי הוגן.</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: המחיר גבוה יחסית לעלויות - הנתונים המדויקים חסויים</p>	<p>ספק בלעדי של מספרי זיהוי לניירות ערך אמריקניים</p> <p>S&P גבתה דמי רישיון גם ממשתמשים ישירים שרכשו מידע ממנה וגם ממשתמשים עקיפים שרכשו מידע ממשתמשים ישירים</p> <p><u>שורה תחתונה</u>: דרישת תשלום ממשתמשים עקיפים היא בלתי הוגנת, משום שלפי תקן עולמי בענף הפיננסים, משתמשים עקיפים פטורים מתשלום דמי רישוי</p>	<p>הנציבות האירופית</p>	<p>12. Case COMP/39.592 Standard & Poor's (2011)</p>
<p>המחיר בלתי הוגן כי הוא איננו תלוי בשירות שניתן בפועל (כמות האריות שנאספה על ידי בעל המונופול) אלא בכמות האריות שנושאות את סימן הנקודה הירוקה.</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: המחיר כולל תשלום עבור שירות שלא ניתן בפועל</p>	<p>בעלת סימן מסחרי של "נקודה ירוקה", הייתה המפעילה בגרמניה של מערכת נרחבת לאיסוף ומיחזור של אריות שנושאות את הסימן נקודה ירוקה (יצרן שלא משלם עבור הטבעה של נקודה ירוקה על האריות שלו חייב</p>	<p>הנציבות האירופית</p>	<p>13. Case COMP D3/34493 DSD (2001)</p>

	<p>לאסוף את האריזות (בעצמו)</p> <p><u>עילה נוספת</u>: הדרת מתחרים בדרך של bundling</p> <p><u>שורה תחתונה</u>: DSD גבתה מחיר בלתי הוגן משום שהיצרנים שילמו לה עבור כל האריזות שנשארו נקודה ירוקה גם אם אלה נאספו בפועל על ידי מתחרים</p>		
<p>האם המחיר הוא בלתי הוגן יחסית לערך הכלכלי</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: הדואר הגרמני גבה מחיר רגיל עבור דברי דואר שנשלחו מחוץ לגרמניה למרות שהעלות הממוצעת לטיפול בהם היא 80% מהעלות של דבר דואר רגיל. המחיר לכן היה 25% מעל אומדן העלות הממוצעת. במדינות נורדיות גובים עבור דברי דואר שנשלחו מחו"ל 70% מהמחיר הרגיל. הרווח הממוצע בדואר הוא 3%.</p>	<p><u>מונופול יציר-מדינה</u> בהעברת דברי דואר בגרמניה</p> <p><u>עילה נוספת</u>: אפליה, סירוב בלתי סביר לספק, הגבלת ייצור על ידי מתחרה בדרך שפוגעת בתחרות</p> <p>במקרה דנן חתם המונופול על הודעה לנציבות האירופית, לפיה עלויותיו בהעברת דואר ממדינה אחרת, בצרוף רווח סביר, לא עולות על 80% מגובה עלות העברת מכתב פנימי</p> <p><u>שורה תחתונה</u>: המחיר של דברי דואר שנשלחו מחוץ לגרמניה היה גבוה ב-25% מהעלות הממוצעת בתוספת רווח סביר (שחושבה בהתבסס על הודעת המונופול), ולכן בלתי הוגן</p>	<p>הנציבות האירופית</p>	<p>14. Case COMP/C-1/36.915 Deutsche Post AG, [2001] OJ L331/40</p>
<p>המתלונן נדרש לספק ראיות שיבססו את התביעה- לרבות עלויות הייצור כדי שניתן יהיה לבחון את ההפרש עלות/מחיר.</p>	<p><u>מונופסון יציר-מדינה</u> ששלט בכל זרובות הפחם באנגליה, הוריד את המחיר שהוא שילם עבור טון של פחם לאלו</p>	<p>בית הדין האירופי- נערר על החלטת הערכאה הראשונה</p>	<p>15. Joined Cases C-172/01 P, C-175/01 P, C-176/01 P AND C-180/01 P. International</p>

<p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: הורדת המחיר מ-11 ל-5.5 ליש"ט פר טון. אין מידע לגבי עלויות הייצור.</p>	<p>שכרו אותו תחת רשיונות ממנו</p> <p><u>עילה נוספת</u>: אפליה</p> <p><u>שורה תחתונה</u>: הנציבות לא טעתה כשדחתה את התביעה</p>	<p>לא להתערב בהחלטת הנציבות לא לפתוח [חקירה]</p>	<p>Power plc et al. [2003]</p> <p>ערר לבית הדין האירופאי על החלטת הערכאה הראשונה</p> <p>Case T-89/98 National Association of Licensed Opencast Operators (Naloo) v. Commission [2001] ECR II-515</p>
<p>האם למחיר אין קשר סביר לערכו הכלכלי של המוצר. כדי לבחון זאת יש להחיל מבחן דו שלבי:</p> <p>1. מבחן העלות- האם המחיר לצרכן מופרז ביחס לעלות הייצור? אם תשובה חיובית-</p> <p>2. מבחן ההשוואה- האם המחיר בלתי הוגן ביחס לעצמו או ביחס למוצרים מתחרים אחרים?</p> <p>קביעת הערך הכלכלי של המוצר/ השירות לא יכולה להסתמך רק על חישוב של שולי רווח כאחוזים מעלויות הייצור.</p> <p>קביעת הערך הכלכלי של המוצר/ השירות צריכה לקחת בחשבון גם את אי הוודאות שבחישוב עלויות ייצור; את החשש שהתבססות על חישוב עלויות עבר בקביעת המחיר הסופי לא תאפשר לחברה להשקיע בעתיד במימון השקעות לשימור או החלפת נכסיה הקיימים; את העובדה שחישוב עלויות ייצור בדרך כלל לא לוקח בחשבון את עלות ההון המשוקלל. בנוסף, יש להתחשב בעלויות השקועות של בעל המונופולין, ביתרונות שהנמל יוצר למשתמשים בו (מיקומו המיוחד) המקרינים גם הם על הערך הכלכלי, ובעלות השקעה אלטרנטיבית של בעל המונופולין.</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: העמלות בנמל הלסינבורג היו פי 4 מאלה</p>	<p><u>מונופול טבעי</u> באספקת שירותי נמל בנמל הלסינבורג בדרום מערב שוודיה</p> <p>הטענה הייתה שהנמל גבה עמלות מופרזות משירות מעבורות</p> <p><u>שורה תחתונה</u>: לא הוכח שעמלות הנמל היו בלתי הוגנות</p>	<p>הנציבות האירופית</p>	<p>16A. Case COMP/A.36.57 0/D3 <i>Sundbusserne v Port of Helsingborg</i>, [2004]</p> <p>16B. Case COMP/A.36.56 8/D3 <i>Scandlines Sverige AB v Port of Helsingborg</i>, [2006] 4 CMLR 22</p>

<p>בנמל אלסינור בדנמרק, וגבוהות ביחס לעלויות</p>			
<p>האם למחיר אין קשר סביר לערכו הכלכלי של המוצר. יש לבחון את הוגנות המחיר גם למול הערך המוסף שמפיק הצרכן מהמוצר. גובה המחיר יחסית לאמת מידה: שיעור התמלוגים תלוי בכמות המוזיקה המושמעת ובהכנסות, בעוד הארגון גבה מחירי קבוע ומוסכם מראש מתאגיד השידור הציבורי בשוודיה, ללא תלות בהכנסה או בהיקף השימוש ביצירות.</p>	<p>מונופול על זכויות יוצרים בשוודיה עבור השמעת יצירות מוזיקה בטלוויזיה <u>עילה נוספת</u>: אפליה <u>שורה תחתונה</u>: הפניה לבית המשפט המדינתי לבחינת העובדות</p>	<p>ביה"ד האירופי לצדק</p>	<p>17. Case C-52/07 <i>Kanal 5 Ltd. v. Föreningen STIM upa</i>, [2008] E.C.R. I-9275.</p>
<p>האם למחיר אין קשר סביר לערכו הכלכלי של המוצר. כדי לבחון זאת יש להחיל מבחן דו שלבי: 1. מבחן העלות- האם המחיר לצרכן מופרז ביחס לעלות היצור? אם תשובה חיובית- 2. מבחן ההשוואה- האם המחיר בלתי הוגן ביחס לעצמו או ביחס למוצרים מתחרים אחרים? על המערערים, שטענו למחיר בלתי הוגן, הנטל להוכיח שהמחיר שהנציבות השוותה אליו אינו אמת מידה טובה להשוואה. <u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: המחירים שנדרשו לא היו בגבול העליון של מחירי שנגבו בשדות תעופה אחרים. אין נתונים ספציפיים.</p>	<p>מונופול מטעם הממשלה בהפעלת שדות תעופה באתונה <u>שורה תחתונה</u>: הנציבות לא טענה כשדחתה את התביעה</p>	<p>ביה"ד האירופי לצדק [ערר על החלטה הנציבות לא לפתוח חקירה]</p>	<p>18. Case C-159/08 P <i>Scippacercola and Terezakis v. Commission</i> [2009]</p>
<p>תמלוגים גבוהים משמעותית (appreciably higher) מאלו שנגבים במדינות אחרות יכולים להיות בלתי הוגנים, אלא אם המונופול יוכל להצדיק את הבדלי המחירים בהתייחס לשוני אובייקטיבי ורלוונטי בין החברות לניהול זכויות יוצרים. איסור על מחיר שמפרז יחסית לערך הכלכלי של השירות שניתן עבורו. <u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: אין פירוט</p>	<p>מונופול על זכויות יוצרים בצ'כיה עבור השמעת יצירות מוזיקה <u>עילה נוספת</u>: פגיעה בתחרות בדרך של איסור על יוצרים להתקשר ישירות עם עסק המעוניין להשמיע את יצירותיהן <u>שורה תחתונה</u>: הפניה לבית המשפט המדינתי לבחינת העובדות</p>	<p>ביה"ד האירופי לצדק</p>	<p>19. Case C-351/12, <i>OSA v Léčebné lázně Mariánské Lázně a.s.</i>, [2014] ECLI:EU:C:2014:110</p>
<p>אין התייחסות מפורשת לעילת המחיר הגבוה הבלתי הוגן. אולם ההחלטה מבוססת על ההנחה לפיה "מארב</p>	<p>פסנט על טכנולוגיה שנבחרה כסטנדרט</p>	<p>הנציבות האירופית</p>	<p>20. <i>Rambus Case COMP/38.636</i></p>

<p>הפטנטים" של בעל הפטנט איפשר לו לגבות תמלוגים גבוהים.</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה: אין פירוט</u></p>	<p><u>עילה נוספת: "מארב פטנטים":</u> רמבוס הסתירה מגוף לקביעת סטנדרטים בו היתה חברה מידע על פטנט שלה שצפוי היה להיות מאושר. הטכנולוגיה שלה, מבוססת-הפטנט נבחרה כסטנדרט.</p> <p><u>שורה תחתונה:</u> הנציבות הגיעה עם רמבוס להסכמה כי שיעור התמלוגים המקסימלי יעמוד על כ- 1.5% מערך המוצרים הנמכרים הכוללים את הטכנולוגיה (לפניכן עמד על 3.5%)</p>		<p>Commission Decision COMP/38.636 [2009] OJ 2010 C30/17</p>
<p>החלת המבחן דו-שלבי: מופרז וכן בלתי הוגן.</p> <p>אין מחיר מינימום לקביעת הוגנות המחיר, אבל כדי להוכיח שמדובר בניצול לרעה יש להראות הבדל מחירים ניכר (appreciably higher), שמחבטא בפער משמעותי לאורך זמן (ולא פער זמני). הוכח פער כאמור, הנטל להצדיק את הפער עובר לכתפי המונופול. על מנת להצדיק הבדל כזה, ניתן להצביע על רגולציה ספציפית שמכבידה על ניהול יעיל יותר או על תכונות אחרות הנוגעות לשוק הספציפי ויכולות להסביר את פער המחירים.</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה:</u> התעריפים שנגבו ע"י הארגון היו גבוהים בהשוואה למחירים שנגבו בגין שימוש דומה באסטוניה ובליטא.</p>	<p><u>ארגון זכויות יוצרים</u> במתן הרשאות להשמעה בציבור של יצירות מוזיקליות בלטיביה</p> <p><u>שורה תחתונה:</u> הפניה לבית המשפט המדינתי לבחינת העובדות</p>	<p>ביה"ד האירופי לצדק</p>	<p>21. Case C-177/16 Biedrība 'Autortiesību un komunikācijā konsultāciju aģentūra – Latvijas Autoru apvienība' v. Konkurences padome, ECLI:EU:C:2017:689 ('AKKA/LAA').</p>
<p><u>המבחן:</u> המחיר אינו סביר יחסית לערך הכלכלי; החלת המבחן הדו-שלבי: מופרז וכן בלתי הוגן.</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה:</u> הפרש מחיר-עלות של 170%; המחיר גבוה ב-20%-40% מהמחיר בשוק הגרמני או ההולנדי; המחירים היו צמודים למחירי הדלק מה שגרם לניפוח המחיר לעומת זה בגרמניה או הולנד.</p>	<p><u>מונופול יצר-מדינה</u> באספקת גז למדינות מחוץ לרוסיה, אשר יצר מונופול באספקת גז במספר מדינות באיחוד האירופי</p> <p><u>עילה נוספת:</u> הסכמים בלתי חוקיים לחלוקת שווקים ואפליה</p>	<p>הנציבות האירופית</p>	<p>22. CASE AT.39816 Upstream gas supplies in Central and Eastern Europe (GAZPROM) 2018</p>

	<p><u>שורה תחתונה</u>: חלוקת השווקים איפשרה גביית מחירים גבוהים. בנוסף, השיטה לקביעת המחיר לגז לא היתה מבוססת על ערכו הכלכלי של הגז. על כן, הפירמה גבתה מחירים בלתי הוגנים</p>		
<p><u>המבחן</u>: האם המחיר סביר יחסית לערך הכלכלי, תוך התחשבות בטבע ובשימוש בפועל ביצירות, כמו גם בערך הכלכלי שהן יוצרות למשתמש.</p> <p>החלת המבחן הדו-שלבי: מופרו (האם קיים חוסר פרופורציה מופרז בין העלויות למחיר) וכן חוסר הוגנות (לפי המבחן הכפול - בלתי הוגן בפני עצמו או בהשוואה למוצרים מתחרים).</p> <p>יש לאזן בין האינטרסים של בעלי זכויות היוצרים לבין יכולת הצרכנים להשמיע את היצירות תחת תנאים סבירים.</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: יש לבחון את גובה המחיר יחסית למספר היצירות מתוך כלל היצירות שהושמעו בפסטיבל.</p>	<p><u>ארגון זכויות יוצרים</u> במתן הרשאות להשמעה בציבור של יצירות מוזיקליות בבלגיה.</p> <p><u>שורה תחתונה</u>: קביעת מחירים לשימוש ביצירות מוזיקליות בפסטיבל מוזיקה על בסיס אחוז ממחיר הכרטיסים, ללא התחשבות בעלויות הפסטיבל, אינו בלתי הוגן. על בית המשפט לבחון האם הגובה המוחלט של המחיר הינו בלתי הוגן</p>	<p>ביה"ד האירופי לצדק</p>	<p>23. Case C-372/19 <i>SABAM v Weareone World BVBA</i></p>
<p><u>המבחן</u>: המבחן הדו-שלבי של יונייטרד ברנדס</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: רווח של 280-300% בממוצע מעל קוסט-פלוס.</p> <p><u>הסתיים בפשרה</u>: אספן התחייבה לא להעלות מעל מקסימום 20% מעל קוסט-פלוס (כלומר, כיסוי כל עלויותיה בתוספת רווח סביר בתנאים תחרותיים).</p>	<p>בעלת מונופולין כמעט מוחלט <u>בשיווק תרופה</u> לטיפול בסרטן. למרות שהפטנט פקע לפני כ-50 שנה, בשל חסמי כניסה גבוהים, חלקם רגולטוריים</p> <p><u>שורה תחתונה</u>: מחיר בלתי הוגן</p>	<p>רשות התחרות</p>	<p>24. Case AT.40394 ASPEN (10.2.21)</p>
בריטניה			
<p>הפניה למבחן האירופי של יונייטרד ברנדס</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: רווח של 80% מעל העלות; פער של 30-50% בין מחירי החברה למחיר המתחרים; פער של 500% ממחיר התרופה לייצוא;</p>	<p>בעלת מונופולין כמעט מוחלט <u>בשיווק תרופה</u> מסוימת לבתי מרקחת קהילתיים.</p> <p><u>עילה נוספת</u>: אפליה</p>	<p>בית המשפט לערעורים בענייני תחרות</p>	<p>1. Case No. 1001/1/01 <i>Napp Pharmaceutical Holdings Ltd. v. Director General of Fair Trading</i>, (Jan. 2002)</p>

<p>פער של 1400% ממחיר התרופה לבתי חולים</p>	<p><u>שורה תחתונה</u>: מחיר בלתי הוגן</p>		
<p>החלת המבחן הדו-שלבי של יונייטד ברנדס</p>	<p>ספק דומיננטי של אתילן <u>שורה תחתונה</u>: לא הוצגו ראיות לכך שהמחיר שנגבה היה מופרז</p>	<p>High Court (Chancery Division)</p>	<p>2. Ineos Vinyls Ltd. V. Huntsman Petrochemicals (UK) Ltd [2006] EWHC 1241</p>
<p>מבחן יונייטד ברנדס לפיו מחיר שעולה על הערך הכלכלי בצורה משמעותית יהיה בלתי הוגן. מבחן הקוסט פלוס הוא מבחן חשוב, אבל לא מספיק, לקביעת הוגנות המחיר כיוון שהוא אינו מהווה אינדיקציה לערכו הכלכלי של המוצר. אך הוא יכול לשמש בסיס, שמתחתיו שום מחיר לא יהיה בלתי הוגן, וכן אינדיקציה למחיר ההוגן מקום בו הניצול לרעה הופך את מחיר השוק לאינדיקציה חלשה. הקביעה בדבר קיומו של מחיר מופרז אינה יכולה להיות מבוססת על עלות בלבד, ועליה לקחת בחשבון גם גורמים כגון הערך של המוצר לקונה המהווה חוליה בשרשרת ייצור ושיווק. <u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: רווח של 300% מעל עלות יצירת הדאטאבייס</p>	<p>בעלת מונופולין באספקת מידע למהמרים לפני מרוצי סוסים בבריטניה <u>עילה נוספת</u>: אפליה, סירוב בלתי סביר <u>שורה תחתונה</u>: ביטול קביעת הערכאה הקודמת שקבעה שמדובר על מחיר בלתי הוגן בהתבסס רק על מבחן הקוסט-פלוס</p>	<p>בית המשפט לערעורים</p>	<p>3. Attheraces Ltd v British Horseracing Board [2007] EWCA Civ 38</p>
<p>מחיר שעולה על הערך הכלכלי בצורה משמעותית יהיה בלתי הוגן. אימוץ המבחן הדו-שלבי של יונייטד ברנדס: מופרזות וחוסר הוגנות. שאלת קיומו של יחס סביר בין מחיר המוצר לערכו הכלכלי אינה ניתנת למענה על ידי מדד קבוע, אלא זהו עניין של שיקול דעת שיפוטי בהתאם להקשר המשפטי והכלכלי. לא ניתן לקבוע מראש אמת מידה קבועה למופרזות המחיר (למשל פער של מעל X% במחיר), אלא יש לקבוע זאת לפי נסיבות כל מקרה. כאשר מעריכים את הקשר בין המחיר הנגבה לערך הכלכלי של השירות, ובכך את שאלת הגינותו של המחיר, יש לקחת בחשבון את התנאים התחרותיים וכל</p>	<p>בעל מונופול יציר-ממשלה בתשתית להובלה ולטיפול במים <u>עילה נוספת</u>: margin squeeze <u>שורה תחתונה</u>: במקרה דנן הערך הכלכלי של השירות היה זהה או קרוב לעלות הובלת המים. על כן נגבה מחיר מופרז.</p>	<p>טריבוטל לערעורים בענייני תחרות</p>	<p>4. Case Number: 1046/2/4/04 Albion Water Group Limited V. Water Services Regulatory Authority and DWR Cymru Cyfyngedig [2008] CAT 31</p>

<p>התנהלות נצלנית אחרת שיכולה לאפשר למונופול להגשים את שאיפותיו לתמחור גבוה. כן יש לקחת בחשבון פקטורים שאינן מבוססי עלות, דוגמת היתרון שהשירות יוצר לצרכן.</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: המחיר היה לפחות 46.8% מעל עלות השירות (כולל עלות ההון).</p>			
<p>המבחן הבסיסי הוא האם המחיר בלתי הוגן. כמונחים רחבים, הכוונה למחיר שלא ניתן לדרוש בתנאים של תחרות נורמלית ומספיק אפקטיבית.</p> <p>מחיר שעולה על הערך הכלכלי בצורה משמעותית יהיה בלתי הוגן.</p> <p>אימוץ המבחן הדו-שלבי של יונייטד ברנדס: מופרזות וחוסר הוגנות.</p> <p>אין מתודולוגיה מחייבת אחת לבחינת מופרזות המחיר. ניתן להתבסס על מבחן העלות בלבד, ואין צורך להראות מהו המחיר שהיה נגבה במצב של תחרות בשוק (שהוא מצב היפותטי). אם המחיר עולה על אמת המידה שנבחרה, על הרשות לבחון האם יש גורמים אובייקטיביים המצדיקים את המחיר הגבוה.</p> <p>את השלב השני של המבחן – הוגנות המחיר- ניתן להוכיח הן בדרך של חוסר הוגנות כשלעצמה או ביחס למוצרים מתחרים. אולם אם הנתבע מביא ראיות המעידות על הוגנות ביחס לאחד משני מבחני-עזר אלו, אין להתעלם מהן.</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: העלאת מחירים בשיעור של 2,300%-2,600%.</p>	<p>מכירת תרופה חיונית נגד אפילפסיה</p> <p>שורה תחתונה: החזרת התיק לבית המשפט דלמטה לבחינה ראייתית</p>	<p>בית המשפט האנגלי לערעורים</p>	<p>5. CMA v. Flynn [2020] EWCA Civ. 339</p>
<p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: העלאת מחירים בשיעור של מעל 10,000%.</p>	<p>מכירת תרופה חיונית שהפטנט עליה פג</p> <p>עילה נוספת: שילמה למתחרים על מנת למנוע תחרות</p> <p>שורה תחתונה: מחיר גבוה בלתי הוגן. הוטלו קנסות</p>	<p>רשות התחרות</p>	<p>6. Accord UK (July 15, 2021)</p>

<p>התבססות על מבחן יונייטד ברנדס לפיו מחיר שעולה על הערך הכלכלי בצורה משמעותית יהיה בלתי הוגן.</p> <p>אימוץ המבחן הדו-שלבי של יונייטד ברנדס: מופרזות ובנוסף חוסר הוגנות.</p> <p>את השלב השני של המבחן – הוגנות המחיר- ניתן להוכיח הן בדרך של חוסר הוגנות כשלעצמה או ביחס למוצרים מתחרים.</p> <p><u>גובה המחיר יחסית לאמת מידה</u>: התובע מתבסס על השוואה למחיר שרשות התקשורת קבעה שהוא מחיר תחרותי.</p>	<p>בעל מונופול יציר- ממשלה בשירותי טלפניה נייחים, הכפוף לרגולטור ספציפי (רשות התקשורת) לפי חוק התקשורת הבריטי</p> <p><u>עילה נוספת</u>: בית המשפט מדגיש כי זהו מקרה <u>חריג</u> בו אין עילות נוספות</p> <p><u>שורה תחתונה</u>: אישור תובענה ייצוגית על בסיס העילה, המבוססת על ההפרש בין המחיר שנגבה למחיר שנקבע בהסכמה עם הרגולטור הספציפי לתחום אחרי שהרגולטור מצא שהמחיר שנגבה היה גבוה מדי, בתקופה עד שמחיר זה הוחל בפועל</p>	<p>טריבוונל לערעורים בענייני תחרות</p>	<p>7. Justin le Patourel vs. BT Group and British Telecommunications (CAT 30, Sept. 27, 2021). Case 1381/7/7/21</p>
---	---	--	---

נספח ג: בקשות לאישור תביעות ייצוגיות על בסיס העילה בישראל נכון לנובמבר 2020

בטבלה הבאה מפורטות כל הבקשות לתביעות ייצוגיות שהוגשו על בסיס העילה עד לנובמבר 2020. בסך הכל הוגשו 59 בקשות כאמור, רוב רובן בעשור האחרון. השוו זאת ל- 24 החלטות באיחוד האירופי ועוד 7 בבריטניה על פני עשורים רבים. מרבית התביעות הייצוגיות עוסקות במוצרים שיש להם תחליפים קרובים מבחינת הצרכנים, כגון פתיתים אפויים, תה ירוק, מרגרינה, סכיני גילוח, מלח מופחת נתרן, מלח גס, וכיוצא בזה.

מס'	פרטי ההליך	מוצר או שירות
1	ת"א 2588/98 הווארד רייס נ' כרטיסי אשראי לישראל בע"מ	עמלת בית עסק
2	בש"א (מחוזי ת"א) 36128/99 אברהמי נ' מת"ב מערכות תקשורת בכבלים בע"מ	תעריפי שירות טלוויזיה בכבלים
3	ת"א 2298/01 קו מחשבה נ' בזק בינלאומי בע"מ ומדינת ישראל	תעריפי שיחות בינלאומיות
4	ת"א (מחוזי ת"א) 1493/02 רזונבוים נ' פז שירותי תעופה בע"מ	בנוזין תעופתי
5	בש"א (ת"א) 21953/02 מגורים יזום ובניה בע"מ נ' פלאפון תקשורת בע"מ	חיוב עבור שיחות נכנסות למכשירי טלפון סלולאריים
6	ת"צ 5722-08-07 הונפלד נ' בזק – החברה הישראלית לתקשורת בע"מ	ציוד ושירותים
7	ת"צ 46010-07-11 נאור נ' תנובה – מרכז שיתופי לשיווק תוצרת חקלאית בישראל בע"מ ואח'	גבינת קוטג'
8	ת"צ (ת"א) 18453-10-11 לאורה לבנשטיין נ' חברת דואר ישראל בע"מ ¹¹	עמלת שירות בגין ביצוע בדיקת משכון על רכב
9	ת"צ (ת"א) 7198-09-12 א.ידע פיננסים בע"מ נ' הבורסה לניירות ערך בתל-אביב בע"מ	עמלות קנייה/מכירה של ניירות ערך
10	ת"צ 57534-02-14 ירון זליכה נ' תנובה מרכז שיתופי לשיווק תוצרת חקלאית בישראל בע"מ	גבינה לבנה 5%, שמנת מתוקה 38% ושמנת מתוקה 32%
11	ת"צ (מרכז) 35507-06-14 משה נזרי נ' נובל אנרגי מדיטרניאן לימיטד ואח'	גז טבעי
12	ת"צ 41838-09-14 ויינשטיין נ' מפעלי ים המלח	אשלג

¹¹ עיכוב ביצוע פסק הדין והסדר ביחס לדרכי שמיעת ניתנו במסגרת ע"א 2090/19 חברת דואר ישראל בע"מ נ' לאורה לבנשטיין.

13	ת"צ (ת"א) 64453-09-14 שלום אלמוג נ' מ.מ.ס מולטי מרקטינג סרביסס בע"מ ואח'	סכיני ג'ילט
14	ת"צ (חי) 12230-10-14 אדי גרבר נ' תנובה – מרכז שיתופי לשיווק תוצרת חקלאית בישראל בע"מ	חלב עמיד בקרטון 1% ו-3% שומן
15	ת"צ (ת"א) 18298-11-14 אמיר יוסף ברוט נ' תנובה מרכז שיתופי לשיווק תוצרת חקלאית בע"מ	גבינה צהובה עמק באריות נוחות
16	ת"צ (חי) 37524-12-14 ציון אברג'יל נ' מגה קמעונאות בע"מ	מלח מופחת נתרן ומלח גס
17	ת"צ (מרכז) 32392-04-15 יעקב גרינוולד נ' תנובה – מרכז שיתופי לשיווק תוצרת חקלאית בישראל בע"מ	שמנת חמוצה, חמאה, גבינות קשות ושמנת מתוקה (מלבד שמנת 38%) מתוצרת תנובה וכן מעדני חלב מתוצרת שטראוס
18	ת"צ (ת"א) 25357-07-15 עופר מנירב נ' איתוראן איתור ושליטה בע"מ	שירותי איתור לרכב
19	ת"צ (ת"א) 35356-08-15 עופר מנירב נ' בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ	תשתית בזק להתקשרות למערכת שע"מ שמפעילה רשות המיסים
20	ת"צ (מרכז) 6298-09-15 הצלחה התנועה הצרכנית לקידום חברה כלכלית הוגנת נ' נשר - מפעלי מלט ישראליים בע"מ	מלט ומוצרי מלט
21	ת"צ (מרכז) 9024-09-15 דוד קמר נ' בית ארו חוות מילטין בע"מ	מזון לבעלי חיים
22	ת"צ 34381-03-16 טסלר נ' פיליפ מוריס	סיגריות מסוג "מרלבורו", "פרלמנט", "נקסט", "L&M"
23	ת"צ 20925-05-16 לביא נ' ויסוצקי	תה הירוק
24	ת"צ (מרכז) 36050-05-16 אלון צדוק נ' שטראוס גרופ בע"מ	מעדן מילקי
25	ת"צ (מרכז) 36098-05-16 אלון צדוק נ' שטראוס גרופ בע"מ	אבקת קקאו
26	ת"צ (מרכז) 16044-07-16 אלון צדוק נ' שטראוס גרופ בע"מ	קפה נמס אבקתי
27	ת"צ 10282-06-16 בנתאי נ' יוניליוור	מרגרינה בלו-בנד
28	ת"צ (מרכז) 6179-08-16 רונן גפניאל נ' החברה המרכזית לייצור משקאות קלים בע"מ	קוקה קולה רגיל (לא דיאט) בבקבוק 1.5 ליטר
29	ת"צ 31568-10-16 סורוקר נ' אסם השקעות בע"מ	פתיתים אפויים
30	ת"צ (מרכז) 17402-10-16 אפי בטס נ' קורל - תל בע"מ	דמי פרסום
31	ת"צ (מרכז) 41565-11-16 נועם נח קליביצקי נ' המועצה להסדר הימורים בספורט	הימורי ספורט

32	ת"צ (מרכז) 63420-05-17 שלום אלמוג נ' THE PROCTER 7& GAMBLE COMPANY	סכיני גילוח
33	ת"צ (י-ם) 60403-07-17 בן ציון ציטרין נ' רכבת ישראל בע"מ	מוצרי שתייה ומזון הנמכרים באמצעות מכונות אוטומטיות ברכבת ישראל
34	ת"צ (מרכז) 10434-07-17 יעקב ברג נ' רשות שדות התעופה	שירות גשרים לנוסע (שרוולים)
35	ת"צ (מרכז) 24401-09-17 אורטל אושרת מלכה חנינא נ' מטרנה תעשיות, שותפות מוגבלת	תרכובת מזון לתינוקות מסוג "מטרנה"
36	ת"צ (מרכז) 4732-11-17 יוסף חיו נ' חברה קדישא (גשח"א) חל אביב יפו והמחוז ; ת"צ (מרכז) 55678-10-17 גליה גיזלה קמיל נ' חברת קדישא (גשח"א) פתח תקווה	חלקות קבר חריגות
37	ת"צ (מרכז) 67156-11-17 יונה קלפהולץ נ' החברה המרכזית לייצור משקאות קלים בע"מ	קוקה-קולה זירו וקוקה-קולה דיאט 1.5 ליטר בשוק החם
38	ת"צ (מרכז) 23883-12-17 פנטון נ' בנק אוצר החיים בע"מ	הלוואות הניתנות לעסקים קטנים ובינוניים במסגרת קרנות שהקימה המדינה
39	ת"צ (מרכז) 2146-02-18 אינטליטק אינג'ינרינג מקניקל אנד אויאשיין בע"מ נ' אל על נתיבי אויר לישראל בע"מ	טיסות בקו ת"א - מומבאי
40	ת"צ (מרכז) 16723-02-18 שלומי אידה נ' הוט - מערכות תקשורת בע"מ	שידורי ערוץ ספורט HD 5
41	ת"צ (מרכז) 65717-02-18 עודד לבל נ' רשות שדות התעופה	מוצרי אלכוהול, טבק, בשמים קוסמטיקה, ממתקים ופארם (LTPCCD); תכשיטים ושעונים; המרת מט"ח
42	ת"צ (מרכז) 11340-05-18 אבי אברהם ברק נ' סנפרוסט בע"מ	ירקות הקפואים (למעט צ'יפס)
43	ת"צ (מרכז) 12410-05-18 דוד וייס נ' פרטנר תקשורת וסלקום	שיחות לחו"ל
44	ת"צ (מרכז) 2336-07-18 ראובן מילמן נ' רותם אמפרט נגב בע"מ	דשן זרחני מוצק
45	ת"צ (מרכז) 47464-07-18 לאון לחמן נ' ארקיע קווי תעופה ישראליים בע"מ	טיסות בקו ת"א-אילת
46	ת"צ (י-ם) 40105-07-18 מלי פרידמן נ' ניו לינאו סינמה (2006) בע"מ ואח'	פופקורן טרי (בקולנוע)

47	ת"צ (מרכז) 18-10-19516 אורי הופמן נ' מלח הארץ אילת בע"מ ¹²	מוצרי מלח
48	ת"צ (מרכז) 19-01-14901 אורטל נורי נ' תנובה – מרכז שיתופי לשיווק תוצרת חקלאית בישראל בע"מ	שמנת חמוצה 9%-27
49	ת"צ (מרכז) 19-04-54291 אורטל נורי נ' תנובה – מרכז שיתופי לשיווק תוצרת חקלאית בישראל בע"מ	שמנת מתוקה 15%, שמנת מתוקה 10%
50	ת"צ 19-04-43569 אברהם ברק נ' ש. שסטוביץ בע"מ	משחת שיניים קולגיט
51	ת"צ (מרכז) 19-05-54429 אברהם ברק נ' יוניליוור ישראל מזון בע"מ	מרגרינה "מזולה"
52	ת"צ (מרכז) 19-06-16958 ישראל רבין נ' החברה המרכזית לייצור משקאות קלים בע"מ	קוקה קולה 1.5 ליטר בשוק החם (בגין התקופה שבין חודש מאי 2016 ועד למתן פסק דין בתובענה)
53	ת"צ (מרכז) 19-07-39989 יוסף גיא נ' סודהסטרם ישראל בע"מ	מילוי מכלים בגז
54	ת"צ (מרכז) 19-07-31840 עובדיה רבי נ' נספרסו ישראל בע"מ	קפסולות קפה
55	ת"צ (מרכז) 20-03-28030 אתי לוי חודד נ' החברה המרכזית לייצור משקאות קלים בע"מ	קוקה-קולה זירו וקוקה-קולה דיאט במארזי פחיות של 0.33 ליטר
56	ת"צ (מרכז) 20-03-33612 נדר אל טורי נ' איתוראן איתור ושליטה בע"מ	תשלום בגין פעולת העברת בעלות של מכשיר איתוראן
57	ת"צ (מרכז) 20-08-22162 יגאל דה יונג נ' תעשיות מזון תנובה - אגודה שיתופית חקלאית בישראל בע"מ	שמנת חמוצה 15% שומן במארו של 100 מ"ל
58	ת"צ (מרכז) 20-10-32208 דרור אבישי נ' נובל אנרגי מדיטרניאן לימיטד	גז טבעי
59	ת"צ (ת"א) 20-11-7818 שי גבסו נ' אשכולות החברה לזכויות מבצעים של אמני ישראל בע"מ	שירות גביית וחלוקת תמלוגים לאמנים

¹² ערעור על ההחלטה למחוק את בקשת האישור והתביעה על הסף: ע"א 4309/19 הופמן נ' מלח הארץ אילת בע"מ (נבו, 28.7.2019).