



Sela Kolker
יועצים פיננסיים

חוות דעת מומחה כלכלי

לבחינת האפשרות כי חברת

איתוראן

ניצלה לרעה את כוחה כמונופול
בשוק מערכות האיתור לרכב
כדי לגבות מן הצרכנים מחיר מופרז

מרץ 2020

חוות דעת מומחה כלכלי

ניצול לרעה של מעמד מונופוליסטי בשוק מערכות האיתור לרכב
וגביית מחיר מופרז על ידי חברת איתוראן

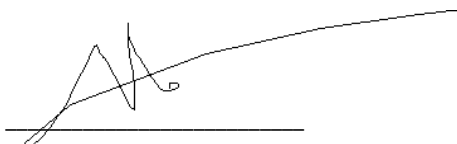
שם המומחה: סלע קולקר
מקום עבודתו: סלע קולקר יועצים פיננסיים בע"מ
ח.פ. 515220366
רחוב יגאל אלון 65, תל אביב

אני החתום מטה, סלע קולקר, נתבקשתי על ידי עו"ד דני ענבר, לבחון האם חברת איתוראן איתור ושליטה בע"מ (להלן: "**החברה**" או "**איתוראן**") ניצלה לרעה את כוחה כמונופול בשוק מערכות האיתור לרכב, וגבתה מהצרכנים מחיר מופרז עבור שירות "העברת בעלות". במידה וכן – להעריך מהי מידת הנזק שנגרמה ללקוחות איתוראן כתוצאה מאותה מדיניות נצלנית לכאורה, ולחוות את דעתי כמומחה כלכלי.

אין לי כל קשר או תלות בחברה או במזמיני העבודה או במי מטעמם, במישרין או בעקיפין. שכר הטרחה בגין הכנת חוות דעת זו, כפי שסוכם ביני ובין מזמיני העבודה, הינו קבוע מראש ואינו מותנה במישרין או בעקיפין בהצלחת ההליך המשפטי.

אני נותן חוות דעתי זו במקום עדות בבית משפט ומצהיר בזאת כי ידוע לי היטב שלעניין הוראות החוק הפלילי בדבר עדות שקר באזהרה בבית המשפט, דין חוות דעתי זו כשהיא חתומה על ידי כדין עדות באזהרה שנתתי בבית המשפט.

להלן חוות דעתי:


סלע קולקר

15 במארס 2020

תאריך

תוכן העניינים

4.....		1. תקציר מנהלים	
4.....	איתוראן	1.1	
4.....	ענף מיגון הרכב	1.2	
4.....	נתח שוק 2012 – 2018	1.4	
4.....	שוק ההמשך	1.5	
5.....	אומדן הנזק של שירות העברת בעלות	1.6	
6.....		2. רקע לחוות הדעת	
6.....	מטרות חוות הדעת	2.1	
7.....	רקע משפטי	2.2	
7.....	זיהוי מונופול	2.3	
8.....	זיהוי מחיר מופרז	2.4	
9.....	שאלת קיומו של כח שוק	2.5	
12.....		3. הסביבה העסקית	
12.....	ענף מיגון הרכב	3.1	
15.....	שוק מערכות האיתור	3.2	
16.....	איתוראן	3.3	
19.....		4. איתוראן כמונופול	
19.....	הכרזה 2001	4.1	
19.....	נתח שוק 2012 – 2018	4.2	
19.....	שוק ההמשך	4.3	
20.....		5. קיומו של כח שוק	
22.....		6. קיומו של מחיר מופרז	
22.....	מבחן הפער	6.1	
22.....	מבחן הרווחיות	6.2	
22.....	מבחן השוואה	6.3	
24.....	סיכום המבחנים	6.4	
24.....		7. אומדן הנזק	
24.....	שירות העברת בעלות	7.1	
25.....		8. אודות המומחה	

1. תקציר מנהלים

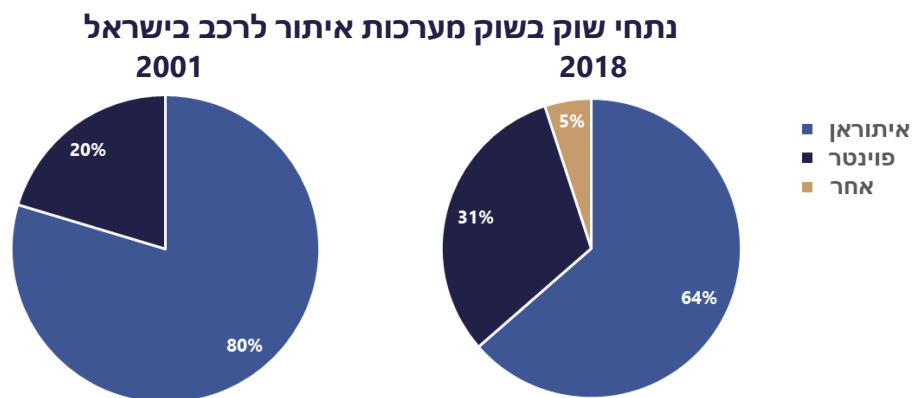
1.1 איתוראן

איתוראן הינה חברה המספקת שירותי איתור ומיגון לרכב. שוק מערכות איתור ברכב בישראל מוערך בכ- 500 מיליוני שקלים בשנה. נכון לשנת 2019 לאיתוראן כ- 64% מהשוק.

1.2 ענף מיגון הרכב

מערכת איתור ברכב מטרתה לשדר את מיקום הרכב באמצעות טכנולוגיית RF או GPS. עבור רכבים בעל שווי גבוה לרוב חברות הביטוח יתנו את הביטוח בהטמעת מערכת איתור ברכב.

עלות התקנת מערכת איתור נעה בטווח של 500 עד 6,000 שקלים בהתאם לסוג המערכת, ומוערכת במוצע בכ- 1,500 שקלים להתקנת מערכת בודדת. בנוסף משלם המנוי תשלום חודשי בטווח שנע בין 20 שקלים ל- 60 שקלים.



1.3 חסמי כניסה

שוק מערכות האיתור לרכב מאופיין מחסמי כניסה תמירים. ראשית, כדי לספק מערכת איתור נדרשת השקעה גדולה בתשתיות, פריסה ארצית של מערכות ניווט, ופריסה ארצית של נקודות שירות והתקנה. בנוסף, ערוץ השיווק העיקרי של חברות האיתור, שעובר דרך דרישות חברות הביטוח, והקשרים העסקיים המתפתחים בין חברות הביטוח לחברות האיתור, מצמצמים את האפשרות של כניסת מתחרים נוספים.

1.4 נתח שוק 2012 – 2018

נתח השוק של איתוראן נשאר יציב לאורך כל השנים משנת 2012 עד שנת 2018 ברמה של כ- 65%. נתח השוק של שתי החברות המובילות יחד, איתוראן ופוינטר, עולה על 95% לאורך כל התקופה, ויחד מהוות השתיים דואופול השולט בשוק כולו.

1.5 שוק ההמשך

בפרט, איתוראן מהווה מונופול של 100% בשוק ההמשך. חוות דעת זו עוסקת **בבחינת מחירו של שירות "העברת בעלות"**. שירות זה ניתן **בסיטואציה ספציפית שבה הצרכן רכש מיד שנייה**. ברכב נמצאת כבר מערכת איתור של איתוראן, והוא מעוניין, וברוב המקרים כאמור אף מחויב על ידי חברת הביטוח, להשתמש בה במקום קודמו. לקוח זה הינו לקוח שבוי, האלטרנטיבה של הלקוח היא להסיר את מערכת האיתוראן ולהתקין במקומה מערכת של חברה אחרת בעלות של אלפי שקלים – זוהי כמובן חלופה לא סבירה

לאיתוראן כוח שוק מובהק.

נתח השוק שלה, נשמר ברמה גבוהה מאוד במשך עשרות בשנים. לשוק מערכות האיתור לרכב ישנם חסמי כניסה גבוהים ביותר עד כדי בלתי עבירים.

לשירות בו אנו דנים, "העברת בעלות", אין מחיר נקוב אחד וברור, והחברה משנה אותו בין לקוח ללקוח בהתאם לכח המיקוח של אותו לקוח.

העובדה כי איתורן מורידה את המחיר אותו היא גובה בגין ביצוע פעולת העברת בעלות בצורה משמעותית עבור לקוחות שמתמקחים, עשויה להעיד על כך שהמחיר המבוקש על ידה מלכתחילה הוא מופרז וגבוה הרבה מעבר לעלויות.

שירות "העברת בעלות" נמכר לצרכן במחירים הנעים בטווח של כ- 30 עד 100 שקלים, ובממוצע מוערך בכ- 50 שקלים. "עלות הייצור" של הפעולה המכונה "העברת בעלות" עבור החברה שווה לאפס, או שואפת לאפס, ובכל מקרה מוערכת על ידי בעלות זניחה.

העברת הבעלות מתבצעת על ידי עובד החברה, שמשנה רשומות במערכת המידע של החבר בדרך של מחיקה והקלדה במחשב. פעולה שעשויה להערכתי לקחת בין 10 שניות ל- 2 דקות. מכיוון שעלות של שירות זה עבור החברה שואף לאפס, ראוי היה שהחברה הייתה מעניקה אותו בחינם ללקוח שמשלם אלפי שקלים עבור המערכת, ומאות שקלים בשנה עבור דמי שירות חודשיים. לצורך המחשה בלבד, אפשר להעריך את עלות הפעולה המבוצעת ב- "**שקל אחד**". לכן במקרה שלפנינו הפער בין המחיר לעלות נאמד בסדרי גודל של אלפי אחוזים.

על פי שני מבחנים מרכזיים: מבחן הפער ומבחן הרווחיות, נמצא כי איתורן גובה מחיר מופרז. ניתוח על פי מבחן ההשוואה – איננו שולל את המסקנות על פי שני מבחנים אלו, אלא מעלה את החשד שפוינטר בעצמה מנצלת את כוחה לרעה לגביית מחיר מופרז.

1.6 אומדן הנזק של שירות העברת בעלות

לצורך אומדן הנזק, התבססתי על הנתונים המפורטים לאורך כל החוות הדעת, וכן על מספר הנחות יסוד. ההערכה מבוססת על הנחות היסוד הבאות:

- מספר המנויים הידוע של איתורן בישראל עלה מכ- 300 אלפי מנויים בשנת 2012 לכ- 550 אלפי מנויים בשנת 2018.
- הונח תקופת הבעלות ברכב בישראל בממוצע עומדת על 4 שנים.
- עוד הונח, כי המחיר הממוצע שנגבה על ידי איתורן עבור שירות "העברת בעלות" הוא 50 שקלים.

התוצאה המתקבלת על סמך הנחות יסוד אלה, היא שאיתורן גבתה בין 3.5 מיליוני שקלים ל- 7 מיליוני שקלים בשנה, רק עבור שירות זה. מכיוון שהעלות לביצוע הפעולה עבור איתורן היא זניחה, אני מעריך את הנזק שנגרם לצרכן בכ- 99% עד 100% מהסכום ששילם.

להערכתי הנזק שנגרם לצרכני מערכות האיתור של איתורן, ב- 7 השנים האחרונות, כתוצאה מהפרזה במחיר שירות "העברת בעלות" נאמד בכ- 35 מיליוני שקלים.

בברכה, ובכבוד רב
סלע קולקר

2. רקע לחוות הדעת

2.1 מטרות חוות הדעת

נתבקשתי על ידי עוה"ד דני ענבר, לבחינת האפשרות כי חברת איתוראן ניצלה לרעה את מעמדה המונופוליסטי, כדי לגבות מהצרכנים מחיר מופרז, עבור שירות "העברת בעלות". כמו כן נתבקשתי לאמוד את הנזק שנגרם ללקוחות איתוראן כתוצאה מאותה פגיעה לכאורה בתחרות, המתבטאת במחירים הגבוהים מהמחיר שהיה שורר בתנאי תחרות.

מטרות חוות דעת זו הינן:

1. לבחון האם לאיתוראן יש מעמד מונופוליסטי בשוק הרלבנטי.
2. לבחון את שאלת קיומו של כח שוק.
3. לבחון האם המחיר שגבתה איתוראן עבור שירות "העברת בעלות" הוא מחיר מופרז.
4. לאמוד את היקף הנזק שנגרם לצרכנים כתוצאה מאותה מדיניות נצלנית לכאורה, ב-7 השנים האחרונות.

לצורך ביצוע חישוב מדויק של מידת הנזק, נדרשים נתונים אודות מבנה העלויות בפועל של השירות שניתן על ידי איתוראן. מידע זה קיים ברשותה של החברה, אולם איננו מידע גלוי ולא נמסר לי. כדי לאמוד את הנזק, השתמשתי במספר הנחות יסוד, המבוססות על מידע המפורט לאורך חוות הדעת, וכן על מיטב ניסיוני כמומחה כלכלי. יחד עם זאת, ככל שיתקבלו נתוני אמת מאיתוראן אודות מבנה העלויות בפועל, ניתן יהיה לעדכן את האומדן, ולשפר את רמת הדיוק של גובה הנזק.

2.2 רקע משפטי

2.2.1 חוק ההגבלים העסקיים

חוק ההגבלים העסקיים (להלן: "**חוק ההגבלים**"), אוסר על חברה המהווה מונופול בשוק מסוים, לגבות מן הצרכנים "מחיר בלתי הוגן". על פי החוק, חברה מהווה מונופול אם היא מחזיקה בנתח שוק של מעל ל-50%.

2.2.2 הרשות לתחרות

רשות לתחרות (להלן: "**הרשות**"), פועלת כרשות מקצועית עצמאית שיעודה המוצהר הינו "להגן על הציבור מפני פגיעה בתחרות, ולקדם תחרות לטובת הציבור", ובפרט למנוע ממונופול, לנצל את כוחו לרעה.

2.2.3 מחיר בלתי הוגן

בעל מונופולין ייראה כמי שמנצל לרעה את מעמדו בשוק, באם יפעל באופן העלול להפחית את התחרות בעסקים או **לפגוע בציבור**. אחת הפעולות האסורות המצוינות בחוק היא "קביעה של רמת מחירי קניה או מכירה בלתי הוגנים של הנכס או של השירות שבמונופולין" (סעיף 29א(ב)). עד שנת 2014 היה מקובל לפרש "מחיר בלתי הוגן" אך ורק כמחיר נמוך ביחס למחיר שהיה מתקיים בתנאי תחרות ("**מחיר טורפני**"), המרתיע מתחרים מכניסה לענף.

2.2.4 גילוי דעת 1/14 – דיוויד גילה

בחודש ספטמבר 2014 פרסם הממונה על התחרות (להלן: "**הממונה**") באותה עת, עוה"ד דיוויד גילה, גילוי דעת 1/14, המפרש את החוק כך, שיש לראות באיסור על קביעת **מחיר לא הוגן**, גם כאיסור על גביית **מחיר מופרז**. בגילוי הדעת בדבר האיסור על גביית מחיר מופרז על ידי בעל מונופול¹, מפרט עוה"ד גילה את המבחנים לקיומו של מחיר מופרז, וקובע כי גביית מחיר מופרז על ידי בעל מונופול תהווה עילה להטלת עיצום כספי על ידי הממונה. על פי גילוי הדעת, הגנת "נמל מבטחים" תעמוד לבעל מונופולין כאשר הפער בין מחיר המוצר לעלות ייצורו אינו עולה על 20%.

2.2.5 גילוי דעת 1/17 – מיכל הלפרין

בחודש פברואר 2017, פרסמה הממונה מיכל הלפרין גילוי דעת 1/17² שכותרתו: "שיקולי הממונה על הגבלים עסקיים באכיפת האיסור על מחיר בלתי הוגן גבוה". גילוי דעת זה איננו משנה מהותית את עמדת הרשות על פי גילוי דעת 1/14, אך מבטל את הגנת נמל מבטחים. מאידך לא קבעה הממונה רף חדש לבחינת הוגנות המחיר לצרכן.

2.3 זיהוי מונופול

על פי סעיף 26 לחוק ההגבלים העסקיים, חברה המרכזת יותר ממחצית מכלל המוצרים בענף - יש להכריז עליה כבעלת מונופולין. כדי לבחון קיומו של מונופולין יש להגדיר את השוק הרלבנטי לבחינה. השוק הרלבנטי מוגדר על ידי קבוצת המוצרים או השירותים הקטנה ביותר, באזור גאוגרפי נתון, שביחס אליה תגובת הצרכנים מאפשרת הפעלת כוח שוק.

אם חברה מוכרת למעלה מ-50% מהמוצרים או השירותים בענף שהוגדר, היא תוכרז כמונופול, ויחולו עליה סעיפי החוק, וביניהם האיסור לגבות מחיר בלתי הוגן. אופייה של ההכרזה הינו הצהרתי ואין בהיעדרה של הכרזה כדי לגרוע מהחובות המוטלות על בעל המונופולין³. כך גם לעמדת הרשות. אם מבחינה עובדתית חברה היא בעלת מעל ל-50% מהשוק, אז החוקים המיוחדים שחלים על מונופול - חלים גם עליה, אף אם היא לא הוכרזה ככזו.

¹ גילוי דעת, 1/2014, "האיסור על גביית מחיר מופרז על ידי בעל מונופולין", רשות ההגבלים העסקיים.
² גילוי דעת, 1/2017, "שיקולי הממונה באכיפת האיסור על מחיר בלתי הוגן גבוה", רשות ההגבלים העסקיים.
³ דוח שנתי לשנת 2017, רשות ההגבלים העסקיים.

2.4 זיהוי מחיר מופרז

2.4.1 המבחנים המקובלים

עפ"י הספרות המקצועית בתחום ההגבלים העסקיים, פסיקת בתי משפט בישראל, וכן על פי עמדת הרשות ניתן לזהות מחיר מופרז על ידי המבחנים הבאים:

1. בחינת הפער בין מחיר המוצר לעלות הייצור שלו.
2. בחינת שיעורי הרווחיות של החברה ביחס לשיעורי הרווחיות המקובלים בענף.
3. השוואת מחיר המוצר למחירו, בשווקים אחרים, בתקופות אחרות למחירי מוצרים מתחרים זהים או דומים.

בגילוי דעת האחרון מטעם הרשות, גילוי דעת 1/17, חזרה הממונה על רשימת מבחנים אלו.

2.4.2 פסק דין נאור נגד תנובה

בפסק דין נאור נגד תנובה⁴, השופטת שטמר, בוחנת מספר גישות ומבחנים לזיהוי מחיר מופרז, ולסיכום דבריה, קובעת כבוד השופטת, כי כאשר ניתן לבחון את השוואת מחירו של מוצר אל מול מוצר אחר, דומה בתכונותיו, באותו שוק, מחירים של מוצרים דומים אצל אותו יצרן, וכדומה, התשובה על מבחנים אלה "תביא ישירות למענה על השאלה המרכזית: האם בעל המונופולין גבה מחיר גבוה ממחירו של המוצר בתנאי תחרות". (עמוד 16 לפסק הדין).

2.4.3 דיויד גילה 2018

פרופסור דיויד גילה, במאמר שפורסם בשנת 2018⁵, מתאר מסלול לבחינת קיום מחיר מופרז בשלושה שלבים: שלב ראשון הוא קביעת "מחיר תחרותי" בדרך של השוואה למוצרים דומים אחרים בשווקים קרובים. בשלב שני, יש לבחון האם ישנו פער משמעותי בין מחיר המונופול למחיר התחרותי. בשלב שלישי, במידה ונמצא פער משמעותי, יש לבחון האם הפער נובע כתוצאה מהשקעות ושיפורים במוצר שבוצעו על ידי המונופול, כך שרווח הצרכן הסופי לא נפגע, אם לאו.

על פי גילה, מבחן המבוסס על מדידת הפער בין מחירו של המוצר המסופק על ידי המונופול, לבין מחיר תחרותי שנמצא, הוא עדיף על פני המתודולוגיה של הערכת עלות הייצור עבור המונופול, בתוספת רווחיות סבירה, וכל שניתן למצוא מחיר תחרותי שכזה, עדיף להשתמש במתודולוגיה זו.

⁴ ת"צ 46010-07-11 נאור נ' תנובה – מרכז שיתופי לשיווק תוצרת חקלאית בישראל בע"מ ואח'
⁵ A Coherent Approach to the Antitrust Prohibition of Excessive Pricing by Dominant Firms, דיויד גילה

2.5 שאלת קיומו של כח שוק

2.5.1 הצורך לבחון את קיומו של כח שוק

על פי לשון החוק, אין צורך לבחון את קיומו של כח שוק, לצורך השאלה האם רשאי מונופול לגבות מחיר בלתי הוגן.

על פי סעיף 26(א) לחוק התחרות "יראו כמונופולין ריכוז של יותר ממחצית מכלל אספקת נכסים בידיו של אדם אחד", ובסעיף 29(א) נקבע כי בעל מונופולין, כהגדרתו בסעיף 26(א), לא ינצל לרעה את מעמדו בשוק באופן העלול להפחית את התחרות בעסקים או לפגוע בציבור, בין השאר על ידי קביעה של רמת מחירי קניה או מכירה בלתי הוגנים. כלומר: על פי החוק, מי שמחזיק בנתח שוק של 50%, לא יכול לגבות מחיר מופרז, ללא צורך בדיון נוסף בשאלת כוח השוק.

ביסוס קיומו של מעמד מונופוליסטי בדין הישראלי על נתח שוק בלבד, הינו חריג ביחס למקובל בעולם, אך זהו החוק בישראל. המחוקק בחר במבחן מדיד ומוחלט זה, מתוך הנחה שנתח שוק גבוה הוא אינדיקציה טובה לקיומו של כוח שוק, ושהיתרונות שבבחירת מדד שרירותי המספק וודאות ופשטות עולות על החסרונות שבו.

2.5.2 חוק התחרות הכלכלית 2019

ביום 10 בינואר 2019 נכנס לתוקפו תיקון מספר 21 לחוק ההגבלים העסקיים (להלן: "**תיקון 21**"). בתיקון 21 נקבעה הגדרה חדשה למונח בעל מונופולין, הכוללת שתי חלופות:

1. אדם שחלקו בכלל האספקה של נכסים או בכלל רכישתם, או בכלל מתן שירותים, או בכלל רכישתם, עולה על מחצית.
2. אדם המחזיק כוח שוק משמעותי ביחס לאספקת נכסים או רכישתם, או ביחס למתן שירותים או רכישתם.

בזאת הגדרת המונופול הורחבה, כך שתכלול גם את מי שמחזיק בפחות 50% אם יש בידו **כוח שוק משמעותי**. נכון ליום 10 בינואר 2019, לאחר תיקון 21, לפי לשון החוק נתח השוק הינו תנאי מספק.

2.5.3 ביקורת על תיקון 21

תיקון 21 זכה לביקורת משני צידי המתרס: מצד המונופולים ויועציהם, נשמעה ביקורת על כך, שאמנם התיקון מאפשר לפעול כנגד פירמה שנתח השוק שלה נמוך, אם הוכח שיש בידה כוח שוק משמעותי, אך מנגד, התיקון אינו מסיר את הרף השרירותי, לפיו כל מי שיש בידו נתח שוק של מעל ל- 50%, גם אם אין בידו כוח שוק, כפוף למגבלות והאיסורים החלים על מונופול.

מנגד, גורמים אחרים, כמו למשל המכון הישראלי לתכנון כלכלי, הביעו חשש שהניסוח החדש, יוצר עמימות אותה ינצלו המונופולים המבקשים להתחמק מאיסורים והגבלות, בטענה כי הם אינם בעל כוח שוק משמעותי, לעמדתם,

אמנם החוק קובע מפורשות, כי בעל נתח שוק של 50% ויותר הוא מונופול, אך לצורך מניעת ספק, הוצע על ידם נוסח חלופי לפיו, כל מי שיש לו נתח שוק של מעל ל- 50% חזקה עליו שיש לו כוח שוק, ועל כן יוכרז כמונופול, ויחולו עליו כל המגבלות והאיסורים שבחוק, לרבות גביית מחיר בלתי הוגן גבוה.

2.5.4 קוקה קולה וקאו – ינואר 2019

ביום 16 בינואר 2019 פרסם כבוד השופט עופר גרוסקופף שתי החלטות בעניין שתי בקשות לאישור תובענות כייצוגיות בעילת מחיר מופרז. האחת, בעניין: צדוק נגד שטראוס, בנושא הקקאו, והשנייה בעניין גפניאל נגד החברה המרכזית (להלן: "קוקה קולה"). שתי ההחלטות עוסקות בשאלת ניצול כוחן המונופוליסטי של שטראוס ושל קוקה קולה לגביית מחיר בלתי הוגן גבוה.⁶

בשתי החלטות אלו, קובע כבוד השופט גרוסקופף כי בחינת עילה של תמחור מופרז על ידי מונופול מכח סעיף 29(א) לחוק התחרות הכלכלית, מחייבת בחינה דו שלבית: תחילה יש לבחון את התקיימות תנאי הסף בדבר קיומו של בעל מונופולין כהגדרתו בחוק. לאחר מכן יש לבחון האם בעל המונופולין ניצל לרעה את מעמדו בשוק לצורך פגיעה בצבור על דרך של קביעת מחיר מופרז, וזאת תוך התייחסות לשני פרמטרים המקיימים ביניהם יחס של "מקבילית כוחות":

- (א) כח שוק של המונופול.
- (ב) הפער שבין התמחור בפועל לבין תמחור מבוסס עלויות.

כך, פסק בית המשפט לראשונה, כי לצורך החלת עילת תמחור מופרז, יש לבחון במקביל למבחן הפער, את קיומו של כח שוק, ולא רק קיומו של נתח שוק.

2.5.5 אופן בחינת כח שוק משמעותי

כאמור, הדין בשאלת קיומו של כח שוק משמעותי, הוא פחות "מוחלט" מהדין בשאלת נתח השוק. כח שוק אינו מושג דיכוטומי אלא ענין של מידה. לאחר שתוקן חוק התחרות בתחילת 2019 באופן שמרחיב את הגדרת המונופול גם לחברה שאוחזת בנתח שוק של פחות מ-50%, אך יש בידה "כח שוק משמעותי" פרסמה הרשות לתחרות את גילוי דעת 2/19, ממנו ניתן ללמוד את יחסו של הדין בישראל לשאלה זו.

על פי גילוי דעת 2/19 "כוח שוק משמעותי" פירושו היכולת של גורם לקבוע תנאי אספקה נחותים באופן משמעותי מאלה אשר היו שוררים בשוק תחרותי, בשל היעדר רסנים תחרותיים מספקים על פעולותיו, הן מצד הביקוש והן מצד ההיצע. גילוי הדעת מפרט מספר אינדיקציות, לזיהוי כח שוק משמעותי.

עפ"י הספרות המקצועית בתחום ההגבלים העסקיים, וכן על פי עמדת הרשות כפי שעולה מגילוי דעת 2/19 ניתן לזהות כח שוק משמעותי על פי המבחנים הבאים:

- (א) קיומו של נתח שוק גבוה לאורך זמן.
- (ב) קיומם של חסמי כניסה.
- (ג) היכולת של המונופול לנקוט בפרקטיקות מסוימות כגון מדיניות אפליית מחירים.

כאשר מתקיימות אינדיקציות אלה בכפיפה אחת עם פער בלתי מוסבר, בין עלות הייצור לבין מחירו בפועל, מתקיימת מקבילית הכוחות, המקימה את עילת התביעה.

⁶ גילוי נאות: לכל אחד מבקשות לאישור תובענה כייצוגית אלו, מצורפות חוות דעת מומחה מטעמי.

2.5.6 אכיפת מחיר בלתי הוגן גבוה על ידי הרשות

נהוג לחלק את החששות שעלולים לנבוע מהתנהגות המונופול לשתי קטגוריות: הדרה וניצול.

שאלת המחיר הבלתי הוגן הגבוה שייכת לתחום הניצול. ככלל, ברשות קיימת העדפה לאכיפה מוכוונת תחרות, על פני אכיפה מוכוונת ניצול. אכיפת האיסור על גביית מחיר בלתי הוגן גבוה נעשית כמוצא אחרון, כאשר אין תרופה עדיפה לתיקון מבנה השוק. הרציונל הוא, שאכיפה נכונה כנגד פעולות הדרה, וכנגד היווצרותם של חסמי כניסה, וכן הלאה, תוליד מצב אופטימאלי שבו מתקיימת תחרות, וממילא יתייתר הצורך באכיפה כנגד עשיית רווחים בלתי הוגנת.

הנימוק המרכזי לכך, הוא שיש לתמרץ פירמות להשקעות בפיתוח, בין השאר על ידי אופק שביום מן הימים יהפכו למונופול, שהוא דבר חוקי, ויוכלו לגבות פרמיה מונופוליסטית הוגנת, שתפצה על ההשקעות בתחילת הדרך. ואכן, הרשות נמנעת מלאכוף מחיר בלתי הוגן גבוה, כי ישנה הנחה, שאכיפתו בזמן אמת, מייצרת נזקים לרווחה הכוללת, ופוגעת בתמריץ של פירמות לבצע השקעות.

בפועל, הרשות ממעטת להשתמש בכלי אכיפה כנגד מחיר בלתי הוגן גבוה העומד לרשותה, ולמיטב ידיעתי, עד היום נמנעה מלהשתמש בו כליל. תפקוד מיטבי של הרשות, אמור למנוע מצב שבו מחיר בלתי הוגן גבוה שורר לאורך זמן, וזאת גם ללא שימוש באמצעי האכיפה הישיר של הטלת עיצומים, אלא רק על ידי פעילות נכונה של עידוד התחרות והסרת כשלי שוק וחסמים.

2.5.7 מבחני הרשות

בגילוי דעת 1/17 מפרטת הרשות את השיקולים והעקרונות המנחים, להתערבותה או אי התערבותה באכיפה כנגד מחיר בלתי הוגן גבוה. בסך הכל מפרטת הרשות לאורך פרקים 5 ו-6 בגילוי דעת 1/17, את עשרת המבחנים המנחים הבאים:

1. כאשר הגוף המונופוליסטי קרוב לשליטה מוחלטת בשוק.
2. כאשר אין אפשרות לעורר תחרות בהסרת חסמים.
3. כאשר המרווח מעל העלויות גבוה במיוחד.
4. כאשר קיימים פערי כוחות ניכרים בין בעל המונופולין לצרכני המוצר או השירות.
5. כאשר המוצר משתייך לקבוצת מוצרים חיוניים.
6. כאשר המחיר הגבוה נגבה לאורך זמן.
7. כאשר המחיר הגבוה מונע היווצרות מוצרים חדשים בשווקים משיקים.
8. כאשר המוצר אינו משתייך לתחום עתיר סיכון.
9. כאשר לא קיים רגולטור המחזיק בכלים ייעודיים לפיקוח על המחיר.
10. כאשר המעמד המונופוליסטי הושג הודות ל:
 - 10.1 תכנון שוק על ידי המדינה, **א**
 - 10.2 סביבה רגולטורית שמנעה תחרות, **א**
 - 10.3 פעילות של בעל המונופולין שנועדה לדחוק מתחרים ולבצר את מעמדו.

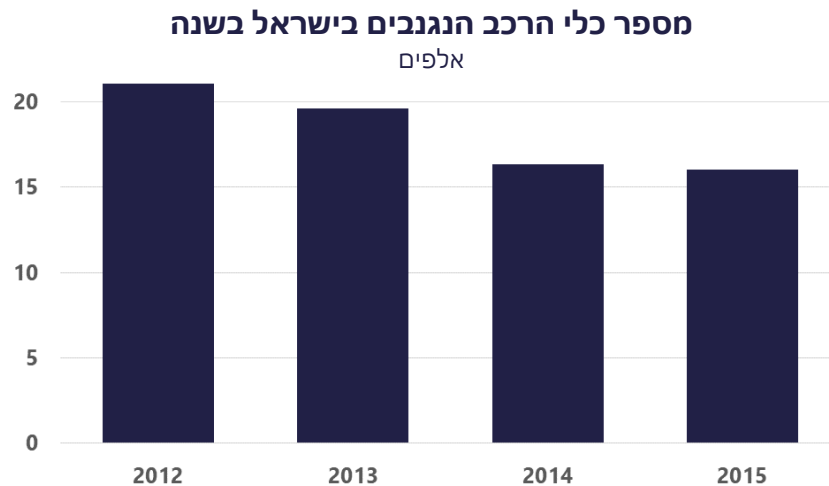
עשרת מבחנים אלו, חופפים במידה רבה למבחנים לקיומו של כח שוק, אם כי מפורטים יותר, ומותאמים יותר לשאלת קיומו של כח שוק משמעותי, בהקשר הספציפי של גביית מחיר מופרז. אין הכרח שכל המבחנים הללו יתקיימו יחדיו. אולם כאשר מבחנים אלה מתקיימים במידה רבה, ובכפיפה אחת עם פער בלתי מוסבר, בין עלות הייצור לבין מחירו בפועל, המשמעות היא, שהמונופול מנצל את כוחו לגביית מחיר בלתי הוגן גבוה, בניגוד לחוק.

3. הסביבה העסקית

3.1 ענף מיגון הרכב

3.1.1 שוק הגניבות

מספר גניבות כלי רכב בישראל מסתכם בכ- 16,000 גניבות רכבים בשנה⁷ המהווים כ- 0.5% מכמות הרכבים בישראל. מכיוון שמדובר בתופעה נרחבת, נוצר שוק של מיגון רכבים מפני גניבות. ככל שעולה מספר הגניבות עולה הצורך באמצעי מיגון, ובכישת פוליסות בביטוח מפני גניבה.



הביקוש למיגון נוצר אצל בעלי הרכבים עצמם, שמוכנים להשקיע באמצעי המיגון כדי למנוע את האפשרות שרכבם ייגנב ואת הנזק הכספי הנובע מכך. אולם זהו החלק הקטן של הביקושים בשוק. מכיוון, שעל פי רב, כלי הרכב בישראל מבוטחים בביטוח מקיף, שמעביר את סיכוני הגניבות לחברות הביטוח, חברות הביטוח הן אלו שמייצרות את מרבית הביקוש להשקעה באמצעי מיגון כלי רכב מפני גניבה.

הגם שיצרניות הרכב מכירות בצורך למנוע גניבות, ומשווקות כלי רכב חדשים שהם כבר מצוידים באמצעי מיגון מקוריים המשולבים במערכות הרכב, במקרים רבים חברות הביטוח אינן מסתפקות בכך. כל אחת מחברות הביטוח מגדירה את אמצעי המיגון הנדרשים על ידה, כתנאי להנפקת פוליסת ביטוח מקיף. אמצעי המיגון הנדרשים על ידי חברות הביטוח נקבעים על ידי שני פרמטרים מרכזיים:

1. שווי הרכב

2. ההסתברות לגניבה בהתאם לפרמטרים שונים של הרכב ושל בעליו (בלשון פשוטה: "כמה הרכב גניב")

עבור רכבים בעלי שווי גבוה נדרש רמת מיגון גובהה יותר. וכן, עבור רכבים חדשים יותר, עם דגש על ג'יפים, ג'יפונים, ומדגמים ספציפיים כגון: סקודה, פולקסוואגן, קיה וטויוטה, נדרשת רמת מיגון גובהה יותר. יש עוד גורמים המשפיעים על דרישות מיגון הרכב, כמו אזור מגורים, רמת ההגנה במקום החניה הקבוע ועוד.

⁷ נכון לשנת 2015

3.1.2 אמצעי מיגון

אמצעי המיגון הפופולריים כוללים: אזעקה, אימוביליזר, קודן, עלוקה, כספת, ומערכות איתור:

אזעקה

אזעקות היו אמצעי מיגון נפוץ בעבר, אך מאז שונו דרישות החוק למניעת מפגעי רעש, הצטמצם השימוש באזעקות כמעט כליל.

שולל תנועה (או אימוביליזר)

שולל תנועה, הוא מערכת מחוברת אל מערכת ההצתה של הרכב, ומשביתה את פעולת המנוע על ידי מניעת מעבר דלק. בעל הרכב מנטרל את פעולת האימוביליזר באמצעות רכיב אלקטרוני, שברכבים החדשים מותקן בדרך כלל בתוך המפתח. רב כלי הרכב החדשים מגיעים עם אימוביליזר מקורי של היצרן שהוא כבר מותקן ברכב.

קודן (או קודנית)

קודן הוא לוח מקשים המוצמד אל הסוויטש, ופעולתו משלימה את פעולת האימוביליזר. הקשת קודן סודי לפני הנעת הרכב, מנטרלת את פעולת האימוביליזר. בחלק מהרכבים החדשים מותקן קודן מקורי של היצרן.

עלוקה

עלוקה, הוא רכיב אלקטרוני המתוקן במקום נסתר ברכב, ומנתק את זרם החשמל באחת ממערכות ההנעה של הרכב. ניתן להתקין מספר עלוקות במספר מקומות שונים ברכב.

כספת

כספת היא קופסת מתכת המותקנת מסביב למחשב הרכב, ומונעת את הגישה אליו. מטרת הכספת היא למנוע מהגנב לנסות ולהחליף את מחשב הרכב, כדי להתגבר על שאר אמצעי המיגון. בנוסף, הכספת הוא מקום פוטנציאלי להסתרת העלוקה.

מערכת איתור

מערכת איתור, היא מערכת שיכולה לשדר את מיקום הרכב באמצעות טכנולוגיית RF או GPS. ישנו מגוון רחב של מערכות איתור, ברמות טכנולוגיות שונות. מערכות האיתור נחלקות לשניים:

מערכת איתור חצי פעילה

מערכת איתור חצי פעילה מאפשרת לגלות את מיקום הרכב.

מערכת איתור פעילה

מערכת איתור פעילה מבצעת פעולות נוספות משלימות, שנועדו לא רק לשדר את מיקומו של הרכב הגנוב, אלא לסייע במניעת הגניבה. מערכות אלה, יכולות להיות מקושרות לאמצעי מיגון לרכב נוספים ברכב כמו קודן, עלוקה, ומחשב הרכב, ויכולות לספק התראות כשהן מזהות פעילות חריגה, שיכולה להעיד על ניסיון גניבה.

כדי להתקין מערכת איתור על כלי רכב, דרושה תשתית טכנולוגית בפריסה ארצית, בעלות הקמה גבוהה. כיום יש 4 חברות המספקות מערכות איתור בישראל והן: איתוראן, פוינטר, סקייילוק וסייפקאר.

3.1.3 דרישות חברת הביטוח

כל חברת ביטוח, קובעת לעצמה את רמת המיגון הנדרש לכל קטגוריה של כלי רכב, ודורשת מבעל הפוליסה להתקין את אמצעי המיגון הנדרשים בהתאם. ברמות המיגון הנמוכות, חברות הביטוח מסתפקות באמצעי הגנה הכוללים שולל תנועה, קודן, עלוקה וכספת.

ברמות המיגון הבינוניות, דורשות חברות הביטוח מבעל הפוליסה להתקין מערכת איתור חצי פעילה או פעילה, וברמות הגבוהות, הן מחייבות לעיתים להתקין שתי מערכות ואף שלוש מערכות איתור על אותו רכב, שמגבות זו את זו.

בתהליך רכישת הביטוח המקיף, החברה מציידת את בעל הפוליסה בהנחיות מפורשות, כיצד להתקין את המיגון הנדרש ומפנות אותו אל המתקינים המורשים של חברות האיתור.

דוגמא – מתוך טופס המיגון של חברת הביטוח הראל

מבוטח נכבד, לצורך ביטוח רכבך ב"הראל" או בצע בדיקה / התקנה של המיגון הנדרש בתחנת ההתקנה הקרובה והנוחה לך, לאחר תיאום בטלפון. רמת המיגון הנדרשת לרכבך רשומה לעיל ואפשרויות המיגון - ראה מעבר לדף. אנו מודים לך על שיתוף הפעולה בנושא החשוב של מיגון רכבך.		
מבוטח נכבד, נא שים לב!	שם המוקד	טל. לתיאום התקנות
בשל ריבוי גמיבות כלי רכב יתכן שחלו שינויים בדרישות המיגון לרכבך בחברתנו. אם טופס זה ניתן לך לקראת חידוש הפוליסה שלך, נא בדוק היטב האם רמת המיגון הנדרשת שמולאה לעיל בטופס זה (ראה גם פירוט מעבר לדף) תואמת את המיגון המותקן ברכבך והמתואר בפוליסה שלך. נא פעל לפי ההנחיות הרשומות בטופס זה.	רשת איתוראן	03-6533515
	רשת פוינטר	*9444
	רשת סייף קאר	077-4015200
	פקס	03-5571393

בעבר חברות הביטוח יכלו להציג אפשרות אחת בלבד בפני רוכש הפוליסה. כדי להילחם באי התחרות בשוק, ובשליטתה המוחלטת של חברת איתוראן, אולצו חברות הביטוח להציע יותר מאופציה אחת, לבחירתו של בעל הרכב.

3.2 שוק מערכות האיתור

3.2.1 גודל השוק

שוק מערכות איתור ברכב בישראל מוערך בכ- 500 מיליוני שקלים בשנה. מספר המנויים למערכות איתור לרכב בישראל מוערך בכ- 866 אלפי מנויים. מתוכם, לאיתוראן כ- 550 אלף מנויים⁸ המהווים כ- 64% מהשוק. למתחרה השנייה בגודלה – חברת פוינטר, כ- 270 אלפי מנויים⁹ המהווים כ- 31% מהשוק. לחברה השלישית בגודלה – סקיילוק מבית רב בריח, כ- 23 אלפי מנויים¹⁰ בלבד.

מספר המנויים למערכות איתור לפי חברה בשנת 2018

באלפים

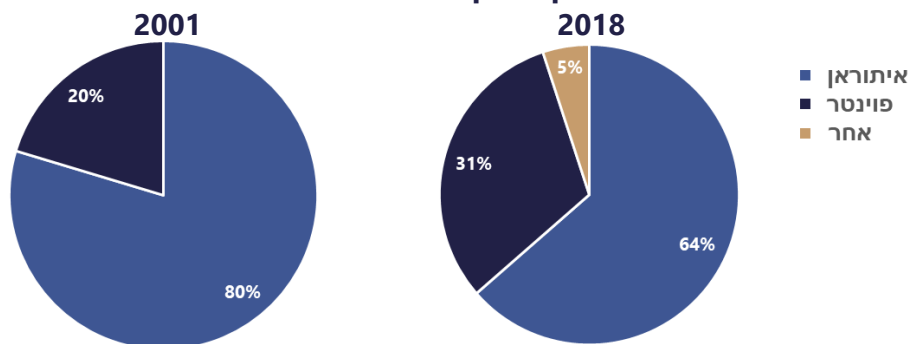
חברה	מספר מנויים
איתוראן	551
פוינטר	272
סקיילוק	23
אחר (הערכה)	20
סה"כ	866

עלות התקנת מערכת איתור נעה בטווח של 500 עד 6,000 שקלים בהתאם לסוג המערכת, ומוערכת בממוצע בכ- 1,500 שקלים להתקנת מערכת בודדת. בנוסף משלם המנוי תשלום חודשי בטווח שנע בין 20 שקלים ל- 60 שקלים, ובממוצע מוערך בכ- 40 שקלים בחודש שהם כ- 480 שקלים בשנה למנוי. סך ההכנסות משירות מוערכות בכ- 400 מיליוני שקלים בשנה. תחום מכירת המערכות מוערך בכ- 100 מיליוני שקלים נוספים בשנה.

3.2.2 ריכוזיות

בשנת 2001, סך שוק מערכות האיתור הוערך בכ- 167 אלפי מנויים, מתוכם 80% של איתוראן ו- 20% של פוינטר. באותה עת הכריז הממונה על התחרות על איתוראן כמונופול בשוק מערכות האיתור לרכב. מאז ועד היום, נשארה איתוראן במשך כל השנים כשחקן הבולט המחזיק בנתח שוק שרד בהדרגה על פני 18 שנה, מרמה של 80% לרמה של כ- 64% המוערכת בשנת 2018. לכל אורך השנים, נתח השוק של איתוראן לא ירד משיעור זה.

נתחי שוק בשוק מערכות איתור לרכב בישראל



3.2.3 חסמי כניסה

שוק מערכות האיתור לרכב מאופיין בחסמי כניסה תמירים. ראשית, כדי לספק מערכת מיגון נדרשת השקעה גדולה בתשתיות, פריסה ארצית של מערכות ניווט, ופריסה ארצית של נקודות שירות והתקנה. בנוסף, ערוץ השיווק העיקרי של חברות האיתור, שעובר דרך דרישות חברות הביטוח, והקשרים העסקיים המתפתחים בין חברות הביטוח לחברות האיתור, מצמצמים את האפשרות של כניסת מתחרים נוספים.

⁸ הדוחות הכספיים של איתוראן 2018 - עמ' 23

⁹ הדוחות הכספיים של פוינטר 2019 - עמ' 4.

¹⁰ אתר האינטרנט של סקיילוק.

3.3 איתוראן

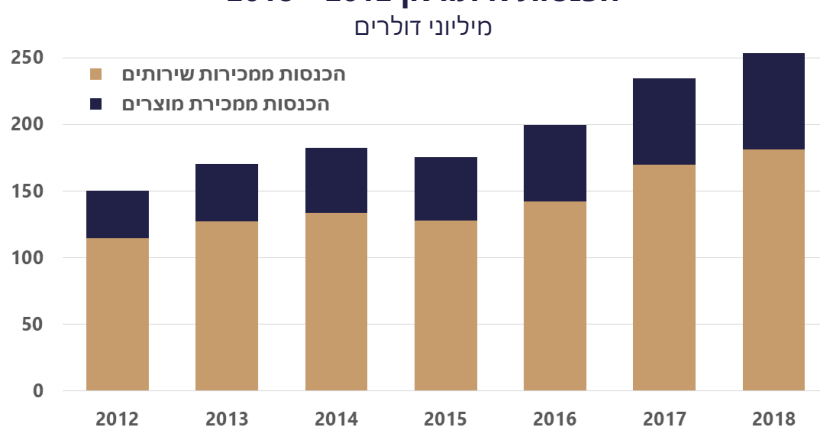
איתוראן איתור ושליטה בע"מ (להלן: "איתוראן" או "החברה") מתמחה בשירותי איתור ומיגון לרכב, בסיכול גנבות, איתור כלי רכב ומתן שירותי מידע, ניווט ועזרה בדרך. החברה הוקמה בשנת 1994 על ידי תדיראן בע"מ, במטרה לנהל באמצעותה פעילות של הפעלת מערכות לאיתור כלי רכב, ושליטה בציי רכב בישראל. בחודש יולי 1995 מכרה תדיראן את השליטה בחברה לחברת מוקד שירותים מידע ניהול השקעות ואחזקות (1995) בע"מ, שבעל השליטה בה הוא איזי שרצקי.

בסמוך לאותו מועד החלה את פעילותה העסקית. בחודש מאי 1998 הפכה החברה לחברה ציבורית ומניותיה החלו להיסחר בבורסה לניירות ערך בתל אביב. בשנת 2005 הונפקה החברה גם בבורסת הנסדא"ק לפי שווי של כ- 300 מיליוני דולרים, ובחודש מאי 2016 מחקה את מניותיה ממסחר בתל אביב, כך שעד מועד חוות דעת זו, מניות איתוראן נסחרות רק דרך הנסדא"ק.

3.3.1 הכנסות

הכנסות החברה בשנת 2018 הסתכמו בכ- 253 מיליוני דולרים, שהם כמיליארד שקלים. הכנסות אלו צמחו בשיעור שנתי ממוצע של 9% משנת 2012, אז הסתכמו בכ- 150 מיליוני דולרים בלבד, ועד לשנת 2018. לאורך כל השנים, כ- 73% מההכנסות נבעו ממכירות שירותים, כגון דמי מנוי, ויתרת 27% נבעו ממכירת מוצרים. חלוקה זו נשמרה ביציבות לאורך כל השנים משנת 2012 עד שנת 2018.

הכנסות איתוראן 2012 – 2018



3.3.2 רווחיות גולמית ותפעולית

הרווח הגולמי הסתכם בשנת 2018 בכ- 127 מיליוני דולרים המהווים 50% מהמכירות. שיעור רווח גולמי זה של 50% נשמר ביציבות לאורך כל השנים משנת 2012 עד שנת 2018. הרווח התפעולי הסתכם בשנת 2018 בכ- 62 מיליוני דולרים המהווים 25% מהמכירות. גם שיעור רווח התפעולי נשמר ביציבות לאורך כל השנים.

איתוראן, רווח גולמי ורווח תפעולי 2012 – 2018

מיליוני דולרים

2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	
253.3	234.6	199.6	175.6	182.1	170.2	150.3	הכנסות
127.3	119.4	102.0	89.9	97.1	89.3	75.6	רווח גולמי
50%	51%	51%	51%	53%	52%	50%	שיעור הרווח הגולמי
62.4	56.5	48.0	40.6	45.9	37.9	29.9	רווח תפעולי
25%	24%	24%	23%	25%	22%	20%	שיעור הרווח התפעולי

3.3.3 רווח נקי

הרווח הנקי הסתכם בשנת 2018 בכ- 60 מיליוני דולרים המהווים 24% מהמכירות. רווח זה מושפע מהכנסה חד פעמית של 13 מיליוני דולרים בשנה זו. לאורך כל השנים נשמר שיעור הרווח הנקי ביציבות ברמה של כ- 16% מהמכירות, שהינו שיעור גבוה מאוד הן בייחס לחברות תעשייתיות והן בייחס לחברות שירותים.

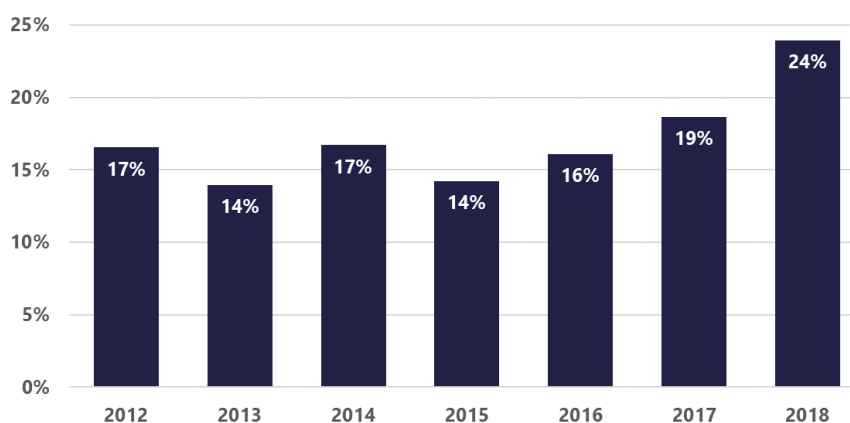
איתוראן, רווח נקי 2012 – 2018

מיליוני דולרים

2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	
62.4	56.5	48.0	40.6	45.9	37.9	29.9	רווח תפעולי
13.1	0.0	0.0	0.0	0.0	-0.2	1.0	הכנסות אחרות (הוצאות), נטו
0.7	-1.0	2.1	1.2	1.7	0.2	6.8	הכנסות מימון (הוצאות), נטו
76.2	55.5	50.1	41.8	47.6	38.0	37.7	הכנסה לפני מס הכנסה
-17.3	-17.7	-14.9	-12.8	-14.2	-12.4	-11.7	מס הכנסה
4.2	8.5	-0.4	-2.4	-0.4	0.0	0.0	חלק ברווחים (הפסדים) של חברות כלולות, נטו
63.2	46.4	34.7	26.6	32.9	25.6	26.0	הרווח הנקי לשנה
-2.5	-2.6	-2.6	-1.6	-2.5	-1.8	-1.1	הכנסה נטו המיוחסת לריבית ללא שליטה
60.7	43.8	32.1	25.0	30.4	23.8	24.9	רווח נקי
24%	19%	16%	14%	17%	14%	17%	שיעור הרווח הנקי

שיעור הרווח הנקי של איתוראן בשנים 2012-2018

באחוזים



3.3.4 רווחיות גבוהה ממכירת שירותים

רב רווחיה של החברה נובעים ממכירת שירותים ולא ממכירת מוצרים. מכירת השירותים הסתכמה בשנת 2018 בכ- 181 מיליוני דולרים לעומת 72 מיליוני דולרים הנובעים ממכירת מוצרים, וגם בשורת הרווח הגולמי, התרומה של מכירת שירותים דומיננטית יותר. הרווח ממכירות שירותים הסתכם בכ- 111 מיליוני דולרים לעומת רווח של 16 מיליוני דולרים בלבד ממכירת מוצרים.

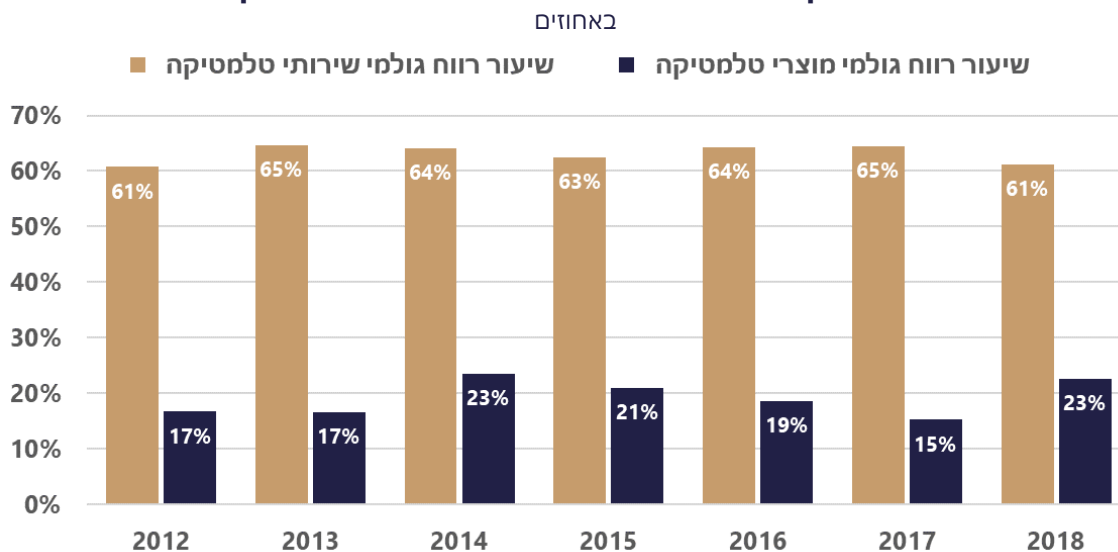
רווחיות גולמית בחלוקה למכירת מוצרים ומכירת שירותים, רווח נקי 2012 – 2018

מיליוני דולרים

2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	
181.4	169.8	141.9	127.7	133.7	127.0	114.6	הכנסות משירותים
72.0	64.9	57.6	47.9	48.4	43.2	35.8	הכנסות ממכירת מוצרים
253.3	234.6	199.6	175.6	182.1	170.2	150.3	סך ההכנסות
111.0	109.5	91.3	79.8	85.8	82.1	69.6	רווח גולמי שירותים
16.3	9.9	10.7	10.1	11.4	7.2	6.0	רווח גולמי ממכירת מוצרים
127.3	119.4	102.0	89.9	97.1	89.3	75.6	רווח ברוטו

שיעור הרווחיות הגולמית ממכירת שירותים נשמר לאורך הנשים ביציבות ברמה של כ- 64%, בעוד ששיעור הרווחיות ממכירת מוצרים נע בטווח נמוך בהרבה של בין 15% ל- 23%.

רווחיות גולמית בחלוקה למכירת מוצרים ומכירת שירותים, רווח נקי 2012 – 2018



3.3.5 פריסה גיאוגרפית

בשנת 1999 פתחה איתוראן חברה בת בברזיל. "איתוראן ברזיל" היא החברה הגדולה בקבוצה ואחראית לניהול צי רכב של מעל ל-550,000 מנויים. החברה בברזיל מטפלת בכ-10,000 אירועי גניבה בשנה. בשנת 2000 פתחה חברה בת בארגנטינה.

באפריל 2007 רכשה איתוראן את קבוצת מפה תמורת 13 מיליון דולר. קבוצת מפה מורכבת משלוש חטיבות: מאגרי מידע גאוגרפי, הוצאה לאור ואתר האינטרנט מפה, בתחום מאגר המידע הגאוגרפי עוסקת במיפוי עסקי, ניווט לוויני, וכן בשירותים מבוססי מיקום.

איתוראן איננה מפרטת את הכנסותיה ואת רווחיה בחלוקה על פיזורים גאוגרפיים. אולם, החברה כן מפרסמת את מספר מנוייה בישראל, בברזיל ובשאר העולם. מספר המנויים בישראל ובברזיל מהווה 31% כל אחת מסך המנויים בחברה.

פריסה גאוגרפית של מנויים בחברת איתוראן בשנת 2018

באלפים

שיעור מסך החברה	אלפי מנויים	
31%	551	ישראל
31%	555	ברזיל
38%	664	שאר העולם
100%	1,770	סה"כ

בהנחה, שההכנסות בישראל מסך מכירות החברה, נאמדות באותו שיעור כמו מספר המנויים בישראל מסך המנויים בחברה ¹¹ ניתן להעריך שסך ההכנסות בישראל ממכירת שירותים נאמדות בכ- 60 מיליוני דולרים, וסך המכירות בישראל ממכירת מוצרים נאמדות בכ- 20 מיליוני דולרים נוספים.

¹¹ הנחה זו לא אומתה, וניתן שהשיעור בפועל שונה מהותית, בשל רמות מחירים שונות בישראל ובברזיל

4. איתוראן כמונופול

4.1 הכרזה 2001

בשנת 2001 הכריז הממונה על איתוראן כמונופול בשוק מערכות האיתור לרכב. הממונה על התחרות מציין בהכרזה, כי מלבד איתוראן היו קיימים בשוק עוד שלושה מתחרים: פוינטר, "חץ", ו- "סקיילוק". מספר כלי הרכב ששירתה איתוראן באותה עת עמד על כ- 133 אלפי כלי רכב אשר היוו כ- 80% מכלל השוק.

בהחלטתו נימק הממונה, מדוע השוק הרלבנטי הינו "שוק מערכות האיתור" ולא כלל שוק מערכות המיגון. על פי הממונה, חלקם הגדול של הצרכנים הרוכשים מערכות אלה, הינו נטול יכולת בחירה בין החברה לבין חברות אחרות. משנדרש הצרכן להתקין מערכת איתור על ידי חברת הביטוח, החלופות הניצבות בפניו מצטמצמות לבחירה שבין מערכות האיתור העונות פונקציונאלית לדרישות חברת הביטוח. לכן, משעה שחברת הביטוח דרשה מהצרכן להתקין מערכת איתור, שאר אמצעי המיגון שאינם כוללים מערכת איתור – אינם מהווים חלופה כלל. השוק הרלבנטי אפוא, הוא שוק מערכות האיתור. המבנה המתואר על ידי הממונה, והמסקנה המתבקשת ממנו- שריר וקיים עד היום.

4.2 נתח שוק 2012 – 2018

נתח השוק של איתוראן נשאר יציב לאורך כל השנים משנת 2012 עד שנת 2018 ברמה של כ- 65%. נתח השוק של שתי החברות המובילות יחד, איתוראן ופוינטר, עולה על 95% לאורך כל התקופה, ויחד מהוות השתיים דואופול השולט בשוק כולו.

פריסה שוק מערכות האיתור – נתחי שוק בשנים 2012 – 2018

באחוזים

ממוצע	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	נתח שוק
	63%	64%	62%	63%	64%	65%	64%	איתוראן
	32%	31%	33%	33%	31%	30%	31%	פוינטר
	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	אחר
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	סה"כ

4.3 שוק ההמשך

בפרט, איתוראן מהווה מונופול של 100% בשוק ההמשך. חוות דעת זו עוסקת בבחינת מחירו של שירות "העברת בעלות". שירות זה ניתן בסיטואציה ספציפית שבה הצרכן רוכש רכב מיד שנייה. ברכב נמצאת כבר מערכת איתור של איתוראן, והא מעוניין להשתמש בה במקום קודמו.

במצב דברים זה, אין לאותו צרכן שום חלופה אחרת מלבד, לאחר שהעביר את הבעלות ברכב, להעביר גם את הבעלות במערכת האיתור כך שמערכת המידע של איתוראן, יופיע שמו ולא שם קודמו. זוהי פעולה טריוויאלית שבכלל איננה צריכה להיות מחויבת בתשלום. אולם למרבה הפלא איתוראן דווקא גובה כסף על פעולה זו.

האלטרנטיבה של הלקוח היא להסיר את מערכת האיתוראן ולהתקין במקומה מערכת של פוינטר בעלות של אלפי שקלים – זוהי כמובן חלופה לא סבירה. לכן, עבור השירות הספציפי הזה, איתוראן מהווה מונופול של 100%, והצרכן הוא צרכן שבוי.

5. קיומו של כח שוק

כאמור בפרק 3 לחוות דעת זו, קיומו של כח שוק נמדד בעיקר על פי אחזקה של נתח שוק גבוה מאוד לאורך זמן, קיומם של חסמי כניסה, ויכולתה של הפירמה לנקוט בפרקטיקות כגון אפליית מחירים. על פי שלושת פרמטרים אלה, כח השוק של איתוראן הוא מובהק.

נתח השוק שלה, נשמר ברמה גבוהה מאוד כמתואר לעיל במשך עשרות בשנים. שוק מערכות האיתור לרכב מאופיין, כמתואר לעיל בחסמי כניסה גבוהים ביותר עד כדי בלתי עבירים, וביכולתה של החברה לנקוט בפרקטיקות שונות כנגד צרכניה דוגמת אפליית מחירים. לשירות בו אנו דנים "העברת בעלות" אין מחיר נקוב אחד וברור, והחברה משנה אותו בין לקוח ללקוח בהתאם לכח המיקוח של אותו לקוח.

בפרט, כאשר הלקוח המתעניין, חפץ במערכת האיתור מהעדפותיו הפרטיות שלו, הוא מצליח לזכות בתעריפים מופחתים. אולם, כאשר החברה מזהה שמדובר בלקוח אשר מחויב על ידי חברת הביטוח שלו להתקין מערכת איתור ברכבו, ולפיכך הינו לקוח שבוי, שעקומת הביקוש שלו קשיחה, היא מתאימה לו תעריפים גבוהים בהרבה.

העובדה כי איתוראן מורידה את המחיר של העברת בעלות בצורה משמעותית עבור לקוחות שלא מחויבים במערכת האיתור על ידי חברות הביטוח מעידה על כך שהמחיר שנגבה מהלקוחות המחויבים על ידי חברות הביטוח הוא מופרז וגבוה הרבה מעבר לעלויות.

בנוסף, בחנתי את כח השוק של איתוראן על פי עשרת המבחנים המוזכרים בגילוי דעת של הרשות, בקשר עם שיקולי הרשות לאכיפה כנגד מחיר בלתי הוגן גבוה:

שיקולי הרשות בהתערבות במחיר בלתי הוגן גבוה

מבחן	שוק מערכות האיתור
1	קרבה לשליטה מוחלטת בשוק
	נתח השוק של איתוראן נע סביב 65%. יחד עם פוינטר, לשתי החברות שליטה מוחלטת בשוק. בשוק ההמשך – מתן שירותים ללקוח שכבר מחזיק במוצרי החברה, לאיתוראן נתח שוק של 100% ושליטה מוחלטת.
2	אפשרות לעורר תחרות בהסרת חסמים
	היכולת לעורר תחרות בהסרת חסמי כניסה מוגבלת ביותר. למשל, חברות הביטוח אולצו לאפשר לצרכן להציע יותר מספק מערכות איתור בודד. פעולה זו אכן גרמה לירידה בנתח השוק של איתוראן מרמות של כ- 80% לרמות של כ- 65%, אולם לא הסירה את חסמי הכניסה, ולא הגדילה את מספר המתחרים בענף, שעמד על 4 מתחרים בשנת 2001, ובשנת 2018 מספר המתחרים בענף נותר עומד על ארבעה בלבד.
3	המרווח מעל העלויות גבוה במיוחד
	שיעור המרווח הכולל ביחס לעלויות עומד על כ- 106% במוצע כ- 7 בשנים האחרונות. מרווח זה שהוא שיעור גבוה במיוחד. שיעור המרווח לא יכול להיות זהה בכל המוצרים, לכן, יש לשער שבמוצרים מסוימים המרווח הינו 50%-90%, ובמוצרים אחרים המרווח הינו 100%-150% ואף למעלה מזה.
4	פערי כוחות בין בעל המונופולין לצרכנים
	יש פער ניכר בין כוחה של איתוראן לכוחם של הצרכנים, לקוח קיים של איתוראן אשר רכש רכב עם מערכת איתוראן ו/או מיגון, מצוי כ"לקוח שבוי" כיוון שמעבר לחברה מתחרה כרוך בעלות כספית גבוהה של פירוק המערכת הקיימת והרכבה של מערכת חדשה.
5	מוצרים חיוניים
	תחת ההנחה, שרכב הוא מוצר חיוני, ובעת רכישת פוליסת ביטוח מקיף לרכב, חברת הביטוח מחייבת את בעלי הרכב להתקין מערכות מיגון ומערכות איתור, רכישת המוצרת הופכת להכרחית. מכאן שניתן לראות במוצר זה כמוצר חיוני.
6	משך הזמן
	נתח השוק הגבוה נמשך למעלה מ-18 שנים, ניתן להניח כי לחברה הייתה שליטה בשוק גם לפני ההכרזה של הממונה על קיום מונופול. לא מדובר בתופעה "רגעית", אלא בזמן ממושך.
7	מונע היווצרות מוצרים חדשים בשווקים משיקים
	אין אינדיקציה חד משמעית להדרה כזאת. בעיניי זהו מבחן בעל חשיבות משנית.
8	המוצר אינו משתייך לתחום עתיר סיכון
	הדרך המקובלת למדידת סיכון היא באמצעות מודל שיעור היוון משוקלל (WACC). שיעור ה-WACC של החברה עומד להערכתי על כ- 10%. שיעור זה מעיד על כך שמוצרי החברה אינם משתייכים לתחום עתיר סיכון.
9	אין רגולטור המחזיק בכלים ייעודיים לפיקוח על המחיר
	אין בתחום מערכות איתור רגולטור כגון "רשות החשמל" או "מועצת החלב" המחזיק בכלים ייעודיים לפיקוח השוק.
10	כאשר המעמד המונופוליסטי הושג הודות לתכנון שוק או רגולציה או רגולציה או פעילות שנועדה לדחוק מתחרים
	המעמד המונופוליסטי לא הושג הודות לתכנון שוק או רגולציה. יכולתה של איתוראן להתקשר עם חברות הביטוח בהסכמים שונים, ביצרה את מעמדה כמובילת שוק, וסייעה לה לשמור על מעמדה המונופוליסטי.

ב- 8 או 9 מתוך עשרת המבחנים ישנה אינדיקציה מובהקת לכך, שאיתוראן נמצאת ברף העליון של היכולת להפעיל כח שוק, ורצויה התערבות של הרגולטור במחירי מוצריה, בהם היא נוקטת במדיניות של הפרזה.

6. קיומו של מחיר מופרז

כאמור, יש שלושה מבחנים מקובלים לזיהוי מחיר מופרז והם:

1. בחינת הפער בין מחיר המוצר לעלות הייצור שלו.
2. בחינת שיעורי הרווחיות של החברה ביחס לשיעורי הרווחיות המקובלים בענף.
3. השוואת מחיר המוצר למחירו, בשווקים אחרים, בתקופות אחרות למחירי מוצרים מתחרים זהים או דומים.

6.1 מבחן הפער

שירות "העברת בעלות" נמכר לצרכן במחירים הנעים בטווח של כ- 30 עד 100 שקלים, ובממוצע מוערך בכ- 50 שקלים. "עלות הייצור" של הפעולה המכונה "העברת בעלות" עבור החברה שווה לאפס, או שואפת לאפס, ובכל מקרה מוערכת על ידי בעלות זניחה.

העברת הבעלות מתבצעת על ידי עובד החברה, שמשנה רשומות במערכת המידע של החבר. פעולה שעשויה להערכת לקחת בין 10 שניות ל- 2 דקות. מכיוון שעלות של שירות זה עבור החברה שואף לאפס, ראוי היה שהחברה הייתה מעניקה אותו בחינם ללקוח שמשלם אלפי שקלים עבור המערכת, ומאות שקלים בשנה עבור דמי שירות חודשיים. לצורך המחשה בלבד, אפשר להעריך את עלות הפעולה המבוצעת ב- "**שקל אחד**". לכן במקרה שלפנינו הפער בין המחיר לעלות נאמד בסדרי גודל של אלפי אחוזים.

על פי מבחן הפער, המחיר של שירות העברת בעלות הוא מופרז בעליל.

6.2 מבחן הרווחיות

כאמור, חברת איתוראן נהנית לאורך השנים האחרונות משיעורי רווחיות גבוהים באופן חריג:

שיעור רווחיות גולמי:	50%
שיעור רווחיות תפעולי:	25%
שיעור רווחיות נקי:	16%
שיעור רווחיות גולמית במגזר שירותים:	65% (אשר המוצר שנדון משתייך למגזר זה)
שיעור הרווחיות בשירות הרלבנטי:	גדול מ- 1,000%

למיטב ניסיוני כמעריך שווי וכמומחה כלכלי, מדובר בשיעורי רווחיות גבוהים ביותר, וחריגים ביחס לכל קנה מידה. שיעורי רווחיות של חברות הפועלות בתנאי תחרות, מסתכמות באחוזים בודדים, ולא בשיעורים דו ספרתיים.

על פי מבחן הרווחיות, המחיר של שירות העברת בעלות הוא מופרז בעליל.

6.3 מבחן השוואה

כדי לבחון את מחירי שירות "העברת בעלות" של איתוראן, ניתן להשוות אותם למחירי "העברת בעלות" של המתחרה העיקרית – פוינטר. מבדיקה זו עולה כי אין הבדל מהותי בין התמחור של שתי החברות. שתי החברות, נוהגות לגבות מחיר של עשרות רבות של שקלים עבור פעולה שעלותה כאמור היא זניחה.

גם פוינטר וגם איתוראן, אינן מפרסמות "מחיר מחירון" עבור פעולה זו, וגובות מחירים שונים עבור לקוחות שונים, על פי כח המיקוח שלהם מול אותו לקוח. מ"לקוח שבוי" יגבה מחיר גבוה יותר. כאשר הלקוח "מתווכח" הוא עשוי לקבל הנחה משמעותית ואף, לקבל פטור מלא מתשלום דמי "העברת בעלות" ככל שיגלה תקיפות בדרישותיו.

כלומר, במבחן השוואה, כאשר משתמשים בפוינטר כנקודות ייחוס, לא מתקבלת תוצאה מובהקת, לפיה מחירי איתוראן גבוהים ממחירי פוינטר באופן שמעיד על הפרזה במחיר, אולם יש להיזהר בטרם מגיעים למסקנה שאיתוראן איננה מפריזה במחירה, על בסיס מבחן השוואה זה.

העובדה שפוינטר גובה מחירים דומים לאיתוראן, ואף לעיתים גבוהים ממחירי איתוראן, אין בהם כדי לסתור את התוצאה שמחירי איתוראן מופרזים. להיפך, המסקנה היא שפוינטר בעצמה, מנצלת את כוחה לרעה ומפריזה במחירי מוצרים אלו. ישנן שתי סיבות מרכזיות המאפשרות לפוינטר להפריז במחירים:

1. אפקט המטריה.
2. מונופול בשוק המשך.

6.3.1 אפקט המטריה

אפקט המטריה הוא מצב בו מתחרה דומיננטי בשוק עם מיעוט מתחרים נוקב במחיר גבוה, ומספק "מטריה" למתחריו לנקוב מחירים דומים לשלו. המתחרים המעטים שיש למתחרה הדומיננטי "נהנים" מרמת תחרות מצומצמת, ומכוחו של המונופול רב העוצמה, ונוקבים בעצמם במחירים הגבוהים בהרבה ממחירי העלות שלהם בתוספת מרווח סביר, מחירים הקרובים הרבה יותר למחירים המופרזים של השחקן הדומיננטי.

במקרה שלפנינו, גם עבור פוינטר, עלות הביצוע של "העברת בעלות" היא שואפת לאפס, ולכן אם פוינטר גובה למשל כ- **90 שקלים** עבור שירות זה, הרי שהיא גובה מחיר מופרז. לכן, כל השוואה של מחירי איתוראן למחירי פוינטר, שנועדה לבחון האם המחירים של איתוראן הם מופרזים על פי מבחן השוואה – היא איננה אינפורמטיבית ואיננה רלבנטית.

6.3.2 פוינטר מונופול בשוק המשך

פוינטר אמנם איננה מהווה מונופול בשוק מערכות האיתור, כמו איתוראן, ואיננה מוכרזת ככזו. אולם, כאשר לקוח רוכש רכב יד שניה עם מערכת איתור קיימת של פוינטר, הוא מהווה "לקוח שבוי" שלה. כדי להפעיל את שירות העברת הבעלות הוא חייב לפנות לפוינטר. האלטרנטיבה הנוספת היחידה שלו, היא מעבר לחברה מתחרה, ובמקרים רבים לאיתוראן בלבד. מעבר כזה כרוך בפירוק המערכת, והרכבת מערכת חדשה במאות עד אלפי שקלים, ובנוסף הרשמה לדמי מנוי חדשים, שעלולים להיות גבוהים יותר מאלו של פוינטר.

לכן, בסיטואציה של העברת בעלות – הלקוח הוא לקוח שבוי. הגדרת השוק הרלבנטי במקרה הזה היא: "**לקוחות פוינטר המבקשים להעביר בעלות**". עבור הגדרת שוק זאת, נתח השוק של פוינטר הוא 100%. במקרה זה, פוינטר היא מונופול המנצל את כוחו לגביית עשרות שקלים מלקוח חסר אונים. מצב זה מכונה בספרות: "**מונופול בשוק המשך**".

6.4 סיכום המבחנים

על פי שני המבחנים המרכזיים: מבחן הפער ומבחן הרווחיות, נמצא כי איתוראן גובה מחיר מופרז. ניתוח על פי מבחן השוואה – איננו שולל את המסקנות על פי שני מבחנים אלו, אלא מעלה את החשד שפוינטר בעצמה מנצלת את כוחה לרעה לגביית מחיר מופרז.

7. אומדן הנזק

7.1 שירות העברת בעלות

לצורך אומדן הנזק, התבססתי על הנתונים המפורטים לאורך כל החוות הדעת, וכן על מספר הנחות יסוד. ההערכה מבוססת על הנחות היסוד הבאות:

- מספר המנויים הידוע של איתוראן בישראל עלה מכ- 300 אלפי מנויים בשנת 2012 לכ- 550 אלפי מנויים בשנת 2018.
- הונח כי תקופת הבעלות ברכב בישראל במוצע עומדת על 4 שנים.
- עוד הונח, כי המחיר הממוצע שנגבה על יד איתוראן עבור שירות "העברת בעלות" הוא 50 שקלים.

התוצאה המתקבלת על סמך הנחות יסוד אלה, היא שאיתוראן גבתה בין 3.5 מיליוני שקלים ל- 7 מיליוני שקלים בשנה, רק עבור שירות זה. מכיוון שהעלות לביצוע הפעולה עבור איתוראן היא זניחה, אני מעריך את הנזק שנגרם לצרכן בכ- 99% עד 100% מהסכום ששילם.

אומדן הנזק כתוצאה מהפרזה במחיר שירות "העברת בעלות" בשנים 2012 – 2018

אלפי מנויים ומיליוני שקלים

סה"כ	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	
2,802	551	501	443	381	340	310	276	מספר המנויים של איתוראן בישראל
	4	4	4	4	4	4	4	משך הזמן בו רכב מוחזק בבעלות בשנים
701	138	125	111	95	85	78	69	מספר העברות בעלות בשנה - הערכה
	50	50	50	50	50	50	50	מחיר ממוצע של העברת בעלות הערכה
35	6.9	6.3	5.5	4.8	4.3	3.9	3.5	סה"כ גביה עבור שירות העברת בעלות
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	שיעור הנזק באחוזים מתוך הגבייה
35	6.9	6.3	5.5	4.8	4.3	3.9	3.5	אומדן הנזק

* תוצאה זו איננה כוללת תוספת בגין ריבית והצמדה.

** במידה ויתקבלו נתוני אמת מאיתוראן, ניתן יהיה לאמוד את הנזק באופן מדויק יותר.

להערכתי הנזק שנגרם לצרכני מערכות האיתור של איתוראן, ב- 7 השנים האחרונות, כתוצאה מהפרזה במחיר שירות "העברת בעלות" נאמד בכ- 35 מיליוני שקלים.

בברכה, ובכבוד רב
סלע קולקר

סלע קולקר



בעל ניסיון של למעלה כ- 20 שנים בייעוץ כלכלי ופיננסי, ביצוע הערכות שווי, וכתיבת חוות דעת כלכליות, מתוכם כ- 10 שנים בתפקידים בכירים. בעל תואר שני **MBA** במנהל עסקים מאוניברסיטת תל אביב, עם התמחות במימון ותואר ראשון **BA** בכלכלה וניהול מאוניברסיטת תל אביב.

לסלע ניסיון עשיר בשוק ההון. סלע שימש במשך 3 שנים כסמנכ"ל שוק ההון של אמפא, וגייס מהשוק המוסדי כ- 700 מיליוני שקלים בכ- 10 סבבי גיוס, באמצעות אגרות חוב מגובות נכסים ומכשירים פיננסיים מגוונים.

שימש כשותף בפירמת ראיית החשבון בייקר טילי, הקים וניהל את חברת הייעוץ "בייקר טילי פיננסיים". בייקר טילי הינה אחת מ- 8 הפירמות הגדולות בישראל ואחת מ- 8 הפירמות הגדולות בעולם. בשנים אלו, חברת הדירוג BDI הגדירה את בייקר טילי כפירמת ראיית החשבון הצומחת ביותר בישראל.

החל משנת 2014 משמש כיועץ לחברות ציבוריות ופרטיות בתחומים של ליווי תהליכים עסקיים, כתיבה של חוות דעת כלכליות וחוות דעת מומחה לבית משפט, ביצוע הערכות שווי, לרבות הערכות שווי אופציות תוך שימוש במודלים כגון מודל בלק אנד שולס, מודל מרטון, מודל OPM, המודל הבינומי, וסימולציית מונטה קרלו.

שימש כמומחה כלכלי וכיועץ כלכלי עבור חברות רבות כגון: פועלים IBI, לאומי קארד, התעשייה האווירית, IDB, מפעלי מגנזיום ים המלח מקבוצת כיל, פלאזה סנטרס, קבוצת סבן, ההתאחדות לכדורגל, אזורים, אלמוגים, אמפא מליבו, ברנמילר אנרגיה, גלעם, גפן ביומד, בנק מרכנתיל, BRM ועוד.

לסלע ניסיון רב בכתיבת חוות דעת כלכליות במגוון תחומים, ניסיונו כולל כתיבה של חוות דעת מומחה כלכלי לבתי משפט בתחומים של הערכות שווי, אומדן נזקים, וחדלות פרעון.

לסלע התמחות ספציפית בתחום של הגבלים עסקיים. ניסיונו כולל בחינה של עשרות שווקים מענף המזון ומענפים נוספים, בהיבט של הגדרת השוק הרלבנטי, בחינת קיומו של מונופול, ניתוח מחיר מופרז, והיבטים כלכליים נוספים של הגבלים עסקיים. בין השאר, חוות דעת מומחה מטעמו צורפו לתביעות ייצוגיות ונגזרות שהוגשו נגד החברות: בזק, ארקיע, אל על, שותפות הגז רציו, שטראוס, קוקה קולה, אסם, יוניליוור, מטרנה, סנפרוסט, ועוד. ניסיונו כולל בחינה של ענפים נוספים, מוצרים נוספים, ומתן ייעוץ ללקוחות פרטיים.