

משרד התקשורת

ועדת פילבר לאסדרת שידורים

פרוטוקול ישיבה מיום 9.3.2016

נוכחים:

שלמה פילבר - מנכ"ל המשרד ויו"ר הועדה

אבינועם רוזנבאום - יועץ למנכ"ל ומזכיר הועדה

אווה מדז'יבוז' - יו"ר הרשות השנייה לטלוויזיה ורדיו

הילה שמיר - יועצת משפטית לרשות השנייה לטלוויזיה ורדיו

דנה נויפלד - יועצת משפטית משרד התקשורת

עדי קופלוביץ' - אגף כלכלה משרד התקשורת

אסף וסרצוג - משרד האוצר

אלידור בליטנר - משרד המשפטים

טל אייזנפלד - עו"ד, מועצה לשידורי כבלים ולוויין

ליאת בלום - לשכה משפטית משרד התקשורת

הרן לבאות - סמנכ"ל כלכלה משרד התקשורת

דר' יפעת בן חי שגב - מועצת הכבלים והלוויין

פרוטוקול

1
2 שלמה פילבר- יו"ר הוועדה: אוקי חברים. אנחנו מתחילים והפעם זה תצי שעה.
3 אתה רוצה לעשות את ה-
4 דובר: נוגה אני מצטער שאת שומעת את זה פעם שלישית חברים, אנחנו
5 בשימוע פורמלי, הדברים מוקלטים יתומללו, עשויים להיות
6 מפורסמים [REDACTED]
7 [REDACTED], זהו. אנחנו האמת אני אגיד מילה אישית,
8 הייתי שמח, השימוע הזה הוא לא שימוע משפטי הוא באמת יותר
9 סוג של הפריה הדדית בין הוועדה והרעיונות שלה לבין השוק לכן
10 סוללת עורכי דין שבאה ורושמת מכינה את הבג"צ פחות נוחה
11 בסיטואציה הזאת, אבל אם זה מה שבחרתם זה מה שנעשה אז
12 אני אפתח. התבקשנו להגיד מאיפה אתם יודעים וזה, [REDACTED]
13 [REDACTED]. אני אגיד את הדברים באופן כללי. זה היה בסוג
14 של הומור מקברי. אני אגיד איפה אנחנו עומדים ואדרבא, אתם
15 רוצים תענו, אתם לא רוצים אל תענו. אנחנו מנסים לאזן את כלל
16 השוק במסגרת כלל השוק יש את הברודקסטים אשר במסגרתם
17 הם מחר יהיו פה, הם היו אצלנו והם כבר בחרו והסבירו ששוק
18 הפרסום נמצא בסטגנציה כבר הרבה שנים הוא הולך ומצטמק
19 ומקורות הכנסה שלהם הולכים ומצטמצמים וכך אי אפשר לפתח
20 שוק ובטח לא זכיינים נוספים ובטח לא תחרות, במסגרת זאת
21 הוועדה דנה, שקלה, חשבה, ניסתה לפרוץ אני אישית למדתי את
22 זה הרבה מאוד שעות, עשרות שעות אולי יותר את הנושא הזה,
23 חייב להגיד שמכל הנושאים שלמדתי בשוק התקשרות זה נשאר
24 מבחינתי חור שחור, אתם יודעים את הנתונים ממני, אתם
25 מבקשים ממני נתונים אני אומר נוגה יודעת את הנתונים יותר
26 טוב ממני, אני יכול להגיד לכם מה תחושה הכללית שמצטברת
27 פה. קודם כל יש נתונים שאפשר להתווכח עליהם אבל גרוסו מודו

1 לצורך העניין סדר גודל של 30 אחוזים מהתקציב ברוטו מגיע
 2 למסך, נעלם בדרך למסך. יש פער בין, לא נתוכת, בין 25 אחוז ל-
 3 40 אחוז בין התקציב ברוטו של המפרסמים לתקציב נטו של
 4 המפרסמים, יש טכניקות ופרקטיקות שהתפתחו בשוק הפרסום
 5 העולמי והתפתחו גם בשוק הפרסום המקומי בצורה כזאת או
 6 אחרת שמנסות להצדיק את התהליכים האלה אבל יש מושג שלא
 7 אני המצאתי אותו, הוא קיים בשוק שנקרא עמלות יתר, קוראים
 8 לו כך כי יש עמלה סבירה ויש עמלה מופרזת. השוק, הרשות
 9 השנייה כבר התעסקה עם הנושא הזה הממונה על ההגבלים כבר
 10 התעסק עם הנושא הזה אבל אנחנו יודעים שהממונה על ההגבלים
 11 לוקח את המינימום ההכרחי, זאת אומרת כשאתם כבר נוגעים
 12 בפגיעה במונופול אז הוא מתערב, כשמדובר על הסדרת שוק הוא
 13 לא מתערב, זאת אומרת לא מעניין אותו אם אילן שילוח ירוויח
 14 אני אומר את זה בכוונה עכשיו כי אתם מייצגים את ... אם אילן
 15 שילוח ירוויח עכשיו יותר או פחות, אם אילן שילוח הופך להיות
 16 מונופול הוא יתערב, אבל אם נוצר קשר שוק בשוק התקשורת
 17 הוא מגלגל את זה אלי כרגולטור ואני כרגולטור ביקשתי להעלות
 18 את זה בדיון בוועדה כי בסוף יש פה, אתמול היתה וועדת המדרוג
 19 וזה הכל ביחד, זה מעין קשר גורדי של משרדי פרסום זכייניות
 20 חברות רכש מדיה, רייטינג מפרסמים שיצרו איזה מין מעגל
 21 קסמים כזה שכל אחד אומר אני לא זה ההוא, אנחנו מנסים
 22 לפרוץ את מעגל הקסמים הזה כדי להגיע למצב שבו עוגת הפרסום
 23 שתגיע למסך תגדל, למה? כי זה יאפשר יותר תחרות ולהערכתנו
 24 גם יותר ביקוש. זהו, שם עומד העסק הזה, מתוך הנקודה הזאת
 25 אנחנו הגענו לזה. אנחנו קבענו ככלל אצבע סנדלרים, הלכנו בדקנו
 26 ואין לנו יכולת, לא היה לנו לא יכולות ולא זמן ולא רצון להתחיל
 27 לעשות בדיקות כלכליות מעמיקות ולהתחיל להיכנס פה

1 לשימועים כלכליים, באנו ואמרנו בדרך כלל כמו שעשו בסלולאר
2 כמו שעושים בדברים אחרים אתה מכניס יותר מתחרים לשוק
3 אתה מקבל יותר תחרות, יש מישהו שהוא היום 25 אחוז לכל
4 הדעות הממונה קבע את זה כבר בשוק כבר קבעו לו מגבלות ל-25
5 אחוז כאלה או אחרות באנו ואמרנו נוריד את זה לרף שבו
6 נמצאים המתחרים הבאים בתור לצורך העניין, המשרדים הבאים
7 בתור, 17, 18, 16, 15 לא משנה מה תחליטו כרגע זה ייצור אם
8 מחלקים את העוגה ל-100 באופן כללי עוד פעם בחשבון סנדלרים,
9 זה יחלק את השוק לשישה שחקנים לפחות, שישה שחקנים יוצר
10 תחרות מתוך כוונה לא להתערב, זהו. וזה מה שאנחנו הנחנו
11 לפתחכם, עכשיו אתם רוצים להעיר על זה.
12 **שלמה פילבר- יו"ר הועדה:** רק לפרוטוקול שם ותפקיד.
13 **דן אלעזרי:** דן אלעזרי מנכ"ל יוניברסל ...
14 **שלמה פילבר- יו"ר הועדה:** דן אלעזרי.
15 **אלעד כהן:** אלעד כהן. גולף ...
16 **נוגה רובינשטיין:** נוגה רובינשטיין, ד"ר זליגמן. האמת שמומו חסכת לנו
17 חלק מהדיבור עכשיו כי היינו שמחים לא לדבר משפטית. בסדר?
18 באמת לדבר לגופם של דברים ובאמת אם התהליך הזה הוא לא
19 שימוע פורמלי לבקשה לקבלת עמדות ודיאלוג, מצוין, אנחנו נדלג
20 על כל הטיעון המשפטי שלנו של היעדר תשתית וכו', ונגיע לגופם
21 של דברים ואני אומרת את זה כי כן חשוב לנו להסביר לכם את
22 השוק הזה וננסה לדבר הכי פחות משפטית שאפשר, מה השוק
23 הזה עושה, איזה פונקציות יש כאן כי שמענו אותך מדבר על
24 תיווך, הוא שוק שיש בו הרבה יותר מתיווך, הוא שוק שיש בו
25 מקצועיות אנחנו ננסה לדבר על זה וגם,
26 **שלמה פילבר- יו"ר הועדה:** יש נקודה אחת שכן הייתי רוצה כי חלק מהבעיות
27 תמיד כש-, קודם כל תתייחסו אם יש קשר שוק או אין קשר שוק.

1 נוגה רובינשטיין: אוקי.

2 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: ואם יש קשר שוק למה, זאת אומרת יש פה מצב

3 אנומלי שבו יש גוף שמייצג את שני הצדדים אז במילא יוצר ניגוד

4 עניינים או אינטרס כפול, זאת אומרת כמו שבזמנו קראו לחוק

5 בחוק לשכת עורכי הדין שאי אפשר לייצג את הקונה ואת המוכר

6 במחיר הדירה אותו דבר, אתה רוצה תקבל כסף מהמפרסם,

7 תייצג אותו מול הזכייניות, אתה רוצה להיות סוכן המכר של

8 הזכייניות תהיה סוכן המכר של הזכייניות, אתה לא יכול לתפוס

9 את התבל משתי קצותיו.

10 נוגה רובינשטיין: אז השיטה היא טיפה שונה. אנחנו תכף,

11 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: זה שיטה, השאלה אם היא עובדת או לא עובדת.

12 נוגה רובינשטיין: אוקי, תכף נדבר על המתכונת, היא מתכונת שעובדת,

13 אנחנו לא המצאנו אותה כאן זה מתכונת שעובדת בכל העולם,

14 אנחנו נדבר גם על כשלי השוק בשוק הטלוויזיה המסחרית ואיך

15 לדעתנו נכון להגדיל לטובת הפרסום זה לא בטוחה שזה משהו,

16 הלוואי היה יכול להיות במסגרת עבודתה של הוועדה אבל נתחיל

17 מזה שהשוק הוא שוק תחרותי מאוד, זאת אומרת שוק חברות

18 רכש המדיה מאופיין בלמעלה משישה מתחרים אני אוכל לתת

19 כאן את השמות, אנחנו גם נתנו את השמות אנחנו נמצאים

20 במקום שבו אנשים נכנסים ויוצאים מהשוק הזה באופן תדיר,

21 תקראו את הגלובס אתמול גורם חדש נכנס אתמול לשוק מקבל

22 נתח יפה מאוד של פעילות, פשוט ללא חסמי כניסה, לא נדרשת

23 תשתית, לא נדרשים היתרים, לא נדרשים רישיונות או זיכיונות,

24 האינדיקציה לזה היא אינדיקציה של ניווד שהוא מאוד תדיר בין

25 חברות רכש המדיה, אנחנו נשמח להעביר נתונים בהנחה שכולם

26 כמובן יעבירו נתונים ותבטיחו לנו שהנתונים יישארו חסויים כי

27 הנתונים הם מסחריים, אנחנו נשמח לשתף אתכם אבל אם אתם

- 1 תראו בעיתונות תראו תקציבים של חברות מאוד משמעותיות
2 רכבת ישראל, פרטנר, עוד חברות שהנתונים האלה טובים עברו
3 אלינו, עברו מאיתנו, השוק הוא שוק שהוא מלא ניודים, אין כאן
4 חסמים שהם חסמים מהעבר.
- 5 **יפעת בן חיי:** מה החלוקה בין השישה שחקנים?
6 **נוגה רובינשטיין:** תראי, יש שבעה שחקנים שהם משמעותיים, יוניון, מדיה,
7 TMF, זניט, לשכת הפרסום הממשלתי, שמעוני, SBC, רויי, יש
8 הרבה מאוד שחקנים אני לא יודעת להגיד לך בדיוק מה החלוקה
9 אני אשמח שתעשה איזה שהיא עבודה של הוועדה כי זה
10 משמעותי.
- 11 **יפעת בן חיי:** לא. ריבוי השחקנים לא אומר בהכרח שאין ריכוזיות.
12 **נוגה רובינשטיין:** לא. ריבוי השחקנים,
13 **יפעת בן חיי:** יכולים להיות הרבה שחקנים אבל שוק ריכוזי.
- 14 **נוגה רובינשטיין:** אוקי, תראי, קודם כל אם אנחנו שוק ריכוזי וזה מומו
15 לשאלתך מי הגורם הרלבנטי והמתאים לטפל בזה, בשוק ריכוזי
16 אם חושבים שיש כאן שוק ריכוזי, בשביל זה נוצר פרק קבוצות
17 הריכוז בחוק ההגבלים העסקיים שהוא בדיוק חלק שמאפשר
18 רגולציה על שווקים אז תבוא רגולציה גם על כלל השווקים ולא
19 רק על שווקי הטלוויזיה, כי מה שאתם עושים כאן נקודתי,
20 **שלמה פילבר- יו"ר הועדה:** לא. אנחנו לא נכנסים לעולמות של ריכוזיות, אנחנו
21 מנסים כרגע, אנחנו נשארים,
22 **נוגה רובינשטיין:** לא. אמרה יפעת זה תחום,
23 **שלמה פילבר- יו"ר הועדה:** זה נכון הקשר, ההגדרה של הקשר היא ריכוזיות
24 שמקטינה את השוק, מקטינה את נתח השוק, אנחנו לא רוצים
25 להתערב.
- 26 **נוגה רובינשטיין:** לא. אבל לפני שאתה הולך ומדרג נתח שוק אתה חייב
27 להבין למה אתה רוצה להקטין נתח שוק, [REDACTED]

- 1 אתה רוצה לבסס את הכשל שוק ואתה צריך להראות, עזוב
2 משפטית אלא מהותית.
- 3 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: ישבת פה בסיכוב הקודם, ישבו קבוצה של אנשים
4 שבאו ואמרו יש צורך מסוים שכרגע בגלל כוח מונופוליסטי נפגע.
5 רוצים תוכן עצמאי, אנחנו מדברים מול גוף חזק,
6 יפעת בן חי: בשוק של שני שחקנים.
7 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: שוק של שני שחקנים.
8 יפעת בן חי: אנחנו מדברים על שוק של שני שחקנים כאשר אחד מהם מחזיק
9 70 אחוז מהאחזקה, אנחנו חלק משש או שבע קבוצות שעובדים
10 מול שלושה,
11 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: לא. לכן אמרתי לך זה נכנס בעניין של את מי אתה
12 מייצג, כי אם אתה מייצג את רשת קשת לצורך העניין או לפחות
13 את קשת ואתה יצרת לעצמך איזה שהוא עוגן,
14 נוגה רובינשטיין: [REDACTED]
15 [REDACTED]
- 16 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: נוצר איזה שהוא קשר גורדי שלא חשוב כרגע, בואי
17 נגיד לצורך העניין [REDACTED]
18 [REDACTED]
19 [REDACTED]
- 20 נוגה רובינשטיין: [REDACTED]
21 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: שעשו תחרות לא רציונלית שלא כיסתה בין
22 ההכנסות להוצאות היתה להם בעיה לבוא לבעלים שלהם ולהגיד
23 להם תזרימו לנו עוד כסף בשביל התחרות המשוגעת שלנו אז הם
24 מצאו לעצמם איזה שהוא גורם שלישי שמוכן לממן להם ולתת
25 להם אשראי, הם בסוף החודש צריכים לתת משכורות,
26 נוגה רובינשטיין: עזוב, זה המלצה שלישית. תכף נגיע לזה.

- 1 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: רגע. לכן אז נוצר מצב שבו יש צורך ומול הצורך
2 הזה שילמו הרבה כסף.
- 3 נוגה רובינשטיין: אוקי, לסיפור של האשראי נגיע אתם רוצים ללכת לשם,
4 בסדר. נגיע, אני לא חושבת, אני רוצה להתמקד,
- 5 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: לא. הוא גם יצר את הקשר, כשאתה נמצא בלחץ
6 אתה מוכן למכור את הסחורה שלך במחיר ב-50 אחוז הנחה
7 כסיטונאי ואז בא מישהו,
8 נוגה רובינשטיין: אז מה אתה רוצה? אתה רוצה שיהיה מחיר בעצם, אתה
9 רוצה ליצור מחיר מינימום אצל הזכיינים?
- 10 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: אני רוצה לשבור את מעגל השני הזה, אני רוצה
11 לבוא ולהגיד ככה, יכול להיות זאת אומרת בעולם האוטופי,
12 נוגה רובינשטיין: זה סיטואציה לחלוטין לא תחרותית. אתה אומר זה שני
13 שחקנים שאחד מהם הוא 70 אחוז מהאחזקה הוא מונופול, עוד
14 פעם, לא בהיבט המשפטי אבל מונופול, אתה אומר אני רוצה
15 לייצר מציאות שבה יש מחיר מינימום לספוט, יש לו שבעה
16 שחקנים שהם לוקחים אותם על אף שאפשר לדלג עליהם. הרי
17 היום או שאתה לוקח במישרין.
- 18 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: אם יחליט כיס עמוק של הזכיין הגדול שהוא רוצה
19 להוציא מהשוק את הזכיין הקטן, רוצה להוציא את ערוץ 10
20 לצורך העניין עכשיו יבוא איזה מיליארדר וישפוך משך שנה יעשה
21 דמפינג על מחירי הפרסום, אנחנו נתערב או לא נתערב? בתור
22 רגולטור של שוק שידורים שרוצה תחרות.
- 23 נוגה רובינשטיין: אתה תתערב מול הזכיין ולא מול חברת רכש המדיה.
24 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: בסדר.
- 25 נוגה רובינשטיין: אתה הולך לגורם שיוצר את התחרות.
26 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: אני אגב לא אתערב, אתם אולי תיפגעו אנחנו את
27 ההחלטה שלנו נקבל מול הזכיינים כי הם הגוף המפוקח.

אנה:

1 נוגה, תמיד מדובר שמדברים על רכש מדיה לא לקבוע משהו
2 בשוק הפרסום שאין לנו מה לעשות אלא לקבוע את אחוז הרכש
3 המסוים שאפשר שזכייין,

4 **שלמה פילבר- יו"ר הועדה:** מה עושה זכייין. סליחה, כמו שאנחנו מגבילים את
5 הזכיינים מול המפיקים כדי לייצר איזה שהוא איזון אנחנו נגביל
6 את הזכיינים בנושא הפרסום כדי ליצור איזה שהוא איזון.

7 **נוגה רובינשטיין:** שנייה, אז יש הבדל, בעצם אתה מדבר על עולמות הגבלים
8 תחרותיים, יש הבדל בין פעולה שאתה עושה כנגד דמפינג שהיא
9 פעולה מאוד ספציפית של הממונה על הגבלים [REDACTED]

10

11 **שלמה פילבר- יו"ר הועדה:** הוא שונה להתערב בשוק התקשורת כי אותו ... לא
12 רציונלי.

13 **נוגה רובינשטיין:** [REDACTED], עזוב את שוק

14 התקשורת אלא בכלל, הוא חושב כיוון שיש לו סיבובים אחרים
15 בתחומים אחרים מולו, הוא חושב שהטיפול בדמפינג הוא טיפול
16 שהוא לא יעיל ברמה התחרותית, אבל נניח שאתה רוצה לטפל
17 בדמפינג [REDACTED] אתה לא מגביל את הצד השני, אתה מגביל
18 מבחינת הפעילות שלך את הזכייין, עכשיו אתה נותן שוק ל-
19 share, זה משהו אחר לחלוטין. זה מתחום אחר לחלוטין, share לא
20 קשור לדמפינג. שום ניתוח כלכלי לא יגיד לך שהטיפול בדמפינג
21 יהיה מגבלה על ה-share. עכשיו אני רוצה להגיד עוד משהו. דיברנו
22 על הניוד, דיברנו על כמות השחקנים, דיברנו על זה שאין הכרח
23 להשתמש בחברות רכש מדיה. תכף נדבר גם על מונח של עמלות
24 יתר. אין הכרח להשתמש בחברות רכש מדיה, אפשר לדלג עליהם,
25 היום מפרסמים אם מפרסמים משמעותיים מקצועיים מדלגים על
26 חברות רכש מדיה, יש כאלה שכן ויש כאלה שלא, לכן צריך
27 להביא בחשבון שגם הזכייניות הולכות במישרין וגם המפרסמים

1 רוכשים במישרין, היום לפני שאתה הולך לחברת רכש מדיה אתה
2 עושה פעולת ניטור בדרך כלל, בקרה לראות שמה שחברת רכש
3 מדיה מוכרת לך הוא מוצר יעיל, בוא נדבר רגע על מה הולך
4 הכסף, בסדר? אנחנו חושבים שהמספרים שאתה דיברת עליהם
5 אין לנו את כל הנתונים של השוק כמובן [REDACTED]
6 אבל בעצם הסכום [REDACTED]
7 שנמצא הוא סכום שהולך לפרסום, לחברת הפרסום שזה תמורה,
8 זה לא תיווך זה מקצוע, יש כאן קריאטיב, [REDACTED]

9 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: [REDACTED]

10 [REDACTED]
11 נוגה רובינשטיין: ידועה. יותר נמוך, כן.

12 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: פלוס מינוס.

13 נוגה רובינשטיין: בעולם כולו כך.

14 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: זה באוטופי.

15 נוגה רובינשטיין: כן.

16 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: היום בגלל התחרות זה ירד ליותר למטה.

17 נוגה רובינשטיין: נכון.

18 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: נגיד את הסכום הזה בהנחה שאנחנו מדברים

19 באמת על סכום של פרסום בטלוויזיה שמגיעה ל-400, 200 מיליון

20 שקל הולך למשרדי פרסום, בסדר.

21 נוגה רובינשטיין: בסדר. אני לא מדברת איתך על המספרים האלה.

22 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: אני אגיד לך מה, המגמה שלנו בסוף, תחושת

23 הבטן, עוד פעם, הכל במספרי אצבע לא בדוקים עד הסוף אבל

24 לצורך העניין הזה ככה תנהל העניין הזה זה שאם אנחנו נצליח

25 לרסן את עמלות היתר 100 מיליון שקל ילכו יגיעו למסך.

26 נוגה רובינשטיין: אוקי.

- 1 **שלמה פילבר- יו"ר הועדה:** אגב, ... שהיא דוגמא קלאסית שהיא מתנהלת
2 והיא בשוק מאוזן נגיד שלצורך העניין תוסיפי 10 אחוז רווח נקי
3 שרוצה, שגוף פרטי מסחרי היה רוצה, קחי את הנתונים שלהם
4 ותראי איך מתנהל השוק. ברגע שיש מגבלה שהיא לפי תעריפי
5 חשב כללי. עובדה שנתח השוק שלהם לא קטן, זאת אומרת
6 המחירים שלהם לא יותר גבוהים כי בסוף מי שפונה זה
7 המפרסמים. העמלות שלהם זה 7 נקודה משהו.
8 **נוגה רובינשטיין:** בוא נדבר על מה שאתה קורא עמלות יתר ואני קוראת
9 עמלות רכש מדיה.
10 **שלמה פילבר- יו"ר הועדה:** אוקי.
11 **נוגה רובינשטיין:** בעצם מה משקף הכסף הזה שנקרא עמלה, [REDACTED]
12 [REDACTED] פישלו כאן בגדול, עמלות יתר [REDACTED]
13 [REDACTED], זה משהו שרץ לאורך כל מדינות העולם במשך הרבה
14 שנים, [REDACTED] נקרא לזה עמלות רכש מדיה [REDACTED]
15 [REDACTED] שמדובר בסכום כסף שניתן עבור עבודה
16 שנעשית, ומה העבודה שנעשית? העבודה שנעשית זה רכש של
17 מדיה, איך אתה רוכש מדיה? אתה רוכש מדיה בהתאם
18 לפרמטרים ויוניברסל זה אחת החברות שהובילה את התחום הזה
19 בשוק ולכן דן אני מניתח יוכל לפרט יותר איך הדבר הזה נעשה,
20 אתה בודק לפי נקודות רייטינג, לפי קהל יעד, לפי פילוח צופים,
21 לפי הזיאנר שמשודר, לפי שוק התכנית שמשודרת, מה המקום
22 היעיל האפקטיבי והיעיל יותר מבחינה כלכלית בשביל המפרסם
23 לשדר את הפרסום שלו בספוטים מסוימים, זה מקצוע, יש כאן
24 ניתוח ואצלו יושבים כלכלנים בתואר ראשון ושני ועושים את
25 העבודה הזאת בנפרד לתחום הטלוויזיה, בנפרד לתחום אינטרנט,
26 בנפרד לתחום שלטי חוצות, זאת אומרת התחומים שהם תחומים
27 שמבחינה מקצועית דורשים יכולות ומסוגלויות אחרות, זה מה

1 שהם עושים. עכשיו, הסכום שנמצא שמועבר אליהם חלקו הוא
2 ידוע למפרסמים, חלקו חוזר למפרסמים שמפרסמים הם בעלי
3 עצמה [REDACTED] ... חלקו נשאר אצל חברות רכש המדיה. חברות
4 רכש המדיה מקבלות תמורה על העבודה הזאת שתיארתי אותה,
5 עכשיו ברור שככל שאתה מקצוע יותר גדול יותר ומשמעותי יותר
6 אתה משולם יותר עבור העבודה שנעשית לך, עכשיו, אם היה כאן
7 שוק תחרותי יותר, תחרותי במלוא מובן המילה בין המפרסמים,
8 כי השוק שלנו, השוק של חברות רכש המדיה הוא הרבה יותר
9 תחרותי מבחינת מספרית מאשר שוק הספקים למשל בשוק המזון
10 מאשר תחום התחבורה אצל יבואני רכב, הוא תחום שיש בו הרבה
11 יותר שחקנים, הרבה פחות שחקני כניסה.

12 אנה: אבל נוגה, עמלות היתר הם פונקציה של יעדים, הם בהיקף, זה לא
13 פונקציה של מקצוענות.

14 נוגה רובינשטיין: אני אתייחס לזה. דקה.
15 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: מה זאת אומרת? אתה לא מקבל על המקצוענות
16 שלך אתה מקבל על כוח השוק שלך המונופוליסטי.

17 אנה: כן. בדיוק.

18 נוגה רובינשטיין: [REDACTED]

19 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: [REDACTED]

20 [REDACTED]

21 [REDACTED]

22 נוגה רובינשטיין: [REDACTED]

23 יפעת בן חי: [REDACTED]

24 נוגה רובינשטיין: [REDACTED]

25 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: [REDACTED]

26 [REDACTED]

27 [REDACTED]

- 1 **נוגה רובינשטיין:** אז למה יש את הניוד הזה? הניוד הכל כך משמעותי בין
- 2 החברות? צריכים לחשוב, אם יש כאלה חסמים, הרי יש היום אם
- 3 תסתכלי על העסקאות ותבדקי את העסקאות בשוק, תבדקי את
- 4 הגלובס של אתמול, כמה עסקאות מועברות בין חברות רכש
- 5 המדיה? זאת אומרת שיש שם יכולת של ניוד, עכשיו,
- 6 **יפעת בן חי:** לקוחות ממש גדולים?
- 7 **נוגה רובינשטיין:** של לקוחות,
- 8 **יפעת בן חי:** ממש לא.
- 9 **נוגה רובינשטיין:** קטנים, גדולים, או בינוניים.
- 10 **שלמה פילבר - יו"ר הועדה:** [REDACTED]
- 11 [REDACTED]
- 12 [REDACTED]
- 13 [REDACTED]
- 14 [REDACTED]
- 15 **נוגה רובינשטיין:** [REDACTED]
- 16 [REDACTED]
- 17 [REDACTED]
- 18 [REDACTED]
- 19 [REDACTED]
- 20 [REDACTED]
- 21 [REDACTED]
- 22 [REDACTED]
- 23 [REDACTED]
- 24 [REDACTED]
- 25 [REDACTED]
- 26 **יפעת בן חי:** סליחה נוגה, מתוך שבע החברות הפעילות היום כמה קשורות
- 27 במשרדי פרסום?

- 1 נוגה רובינשטיין: כמה קשורות במשרדי פרסום? [REDACTED], לא כולם. [REDACTED]
- 2 [REDACTED]
- 3 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: כמעט כולם.
- 4 נוגה רובינשטיין: לא נכון.
- 5 יפעת בן חי: הגדולות. יוניברסל, TMA קשורות במשרדי פרסום? קשורות.
- 6 נוגה רובינשטיין: [REDACTED] וחלק נכבד מהם קשור כי יש כאן היבטים
- 7 מקצועיים של פרסום שאתה הולך וחושב מה הקריאטיב הנכון
- 8 לקהל היעד.
- 9 יפעת בן חי: אבל את יודעת נוגה, תסלחי לי שאני חולקת עליכם, אבל אתם
- 10 יודעים שבתפקידי הקודם הייתי מנכ"לית הוועדה, אוקי?
- 11 נוגה רובינשטיין: כן.
- 12 יפעת בן חי: אז תראי, נדרשת פה איזו שהיא מיומנות, זה לא מיומנות כזאת
- 13 שמצדיקה ביזנס, הביזנס הזה של חברות תכנון המדיה התפתח
- 14 בין היתר בגלל הנושאים שלשמם אנחנו כן חושבים שצריך
- 15 להתערב במה שקורה מבלי להכביר מילים, אוקי?
- 16 נוגה רובינשטיין: לא. אני דווקא רוצה להכביר מילים. זאת אומרת הטענה
- 17 שלך,
- 18 יפעת בן חי: למה זה לא היה יכול להישאר כמחלקה בתוך משרד הפרסום?
- 19 נוגה רובינשטיין: תראו מה אתם אומרים,
- 20 יפעת בן חי: למה ההפרדה?
- 21 נוגה רובינשטיין: אתם רגולטורים שבעצם אומרים החברות רכש מדיה
- 22 לדעתנו מקבלות יותר מדי כסף, אני לא יודעת איך אתם יכולים
- 23 לגדול, אתם תצטרכו לבדוק את זה הרי.
- 24 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: נוגה, בואי נגיד שאנחנו נמליץ כוועדה בסוף
- 25 שאנחנו חושבים שיש פה כשל שוק, אין לנו כלי חקירה, אין לנו
- 26 יכולות אנחנו כן מבקשים מהשר או ממי שצריך לפנות לממונה על
- 27 ההגבלים יכול להיות, אני אומר את זה מאוד בזהירות כי גם את

- 1 זה שמעתי שאולי יש פה היבטים מיסויים בגלל שיש פה כסף
2 שהולך וחוזר וכל מיני דברים כאלה,
3 **יפעת בן חי:** זה חשוב להגיד את זה.
4 **שלמה פילבר- יו"ר הועדה:** תבדקו את זה, כל הגופים האלה ייכנסו עם כלי
5 החקירה שלהם יקבלו נתונים ינתחו יעשו הכל.
6 **נוגה רובינשטיין:** בסדר. אבל שנייה, עזוב את החלק של לקבל נתונים, אני
7 אומרת יש כאן אמירה ואני אגיד בזהירות שאני לא מרגישה
8 איתה נוח, למה? כי בעצם יש שתי טענות שמובהרות אצלך, אחד,
9 שחברות רכש המדיה מקבלות יותר מדי כסף עבור העבודה
10 שלהם, שתיים, שחלק היה צריך להיות חלק ממשרדי הפרסום
11 ולא היתה צריכה להיות כאן הפרדה.
12 **יפעת בן חי:** לא. הטענה היא שפחות מדי כסף שהיה נשאר.
13 **נוגה רובינשטיין:** זאת המשמעות. אני מבינה אבל יש לזה גם צד שני.
14 **הילה:** לא אכפת לנו כמה כסף הולך למקום אחר.
15 **נוגה רובינשטיין:** אבל יש צד שני.
16 **הילה:** כל עוד זה היה נשאר במקום שזה היה אמור להישאר.
17 **נוגה רובינשטיין:** אבל יש לזה גם צד שני. הצד השני שאת אומרת פחות מדי
18 כסף נשאר אצל הזכייין אומר יותר מדי כסף עובר לחברות רכש
19 המדיה אז אני חושבת שהאמירה הזאת היא אמירה שמחייבת,
20 ועוד פעם, זה לא במישור המשפטי, מחייבת היכרות של התחום
21 של הפעילות.
22 **שלמה פילבר- יו"ר הועדה:** זה מה שאנחנו רוצים לעשות.
23 **נוגה רובינשטיין:** מה העבודה, מה הסכום הנכון, אתם רוצים לעשות
24 רגולציה בעצם על הסכומים שחברות רכש המדיה מקבלות ואגב
25 תזכרו שחלק מהסכומים חוזרים למפרסמים. הרי המפרסמים
26 יודעים מה עמלות רכש המדיה, חלק מהסכומים מוחזרים לשם
27 ואגב בואו נחשוב על זה הרי כעל שוק שהוא יש בו היבטים של

1 שוק סביר נניח מחר אנחנו לוקחים את [REDACTED], הרי [REDACTED] לא
2 סתם הולכת ומשלמת לחברת רכש מדיה כסף ולחברת פרסום
3 כסף יש איזו שהיא תמורה שניתנת עבור זה. [REDACTED] נניח מחליטה
4 שהיא מוציאה 100 שקלים לפרסום, עכשיו היא יכולה לעשות את
5 זה בכמה דרכים שהיא יכולה לשלם לזכיון, היא יכולה לשלם
6 לחברת רכש המדיה והיא יכולה לשלם לחברת הפרסום, היא
7 יכולה לשלם לחברת רכש המדיה וחלק מזה עובר לחברת הפרסום
8 וחלק מזה עובר לזכיון.

9 **שלמה פילבר - יו"ר הועדה:** עכשיו אני אתן לך תיאוריה שאומרת שאני [REDACTED]
10 ואני לקחתי את נקן שלא משמש רק אותי אלא משמש עוד איקס
11 חברות והוא יש לו כוח קנייה אדיר מול הזכיון אז הוא בא אל
12 הזכיון והוא קונה ממנו 30 אחוז מהפרסום שלו לשלושה חודשים
13 הקרובים בהנחה של 30 אחוז, 40 אחוזים או 20 אחוזים לא
14 משנה כרגע כמה ואני הגדול ואיתי הוא עושה את הקומבינה אז
15 לי הוא מחזיר את ה-20 אחוזים האלה, אבל אני צריך בסך הכל
16 שמה 10 אחוז, 15 אחוז מהפרסום, יש עוד שניים כמוני או שלושה
17 אז אנחנו הגדולים זוכים בזה, אתר כך מגיע משקפיים מומו שזה
18 אחד שמת להיכנס לטלוויזיה לכמה דקות ולי הוא מוכר את
19 הסלוט הזה במחיר המלא ועושה עלי סיבוב של 40 אחוז של 20
20 אחוז, של 30 אחוז והוא נהנה מזה, זה הפער שלו.

21 **יפעת בן חן:** זה במקרה הטוב.

22 **שלמה פילבר - יו"ר הועדה:** עם אוסם הוא יסתדר,

23 **נוגה רובינשטיין:** [REDACTED]

24 אלף, רשות ההגבלים לעניין הזה היא התייחסה. אבל חברות רכש
25 המדיה הן בדיוק אלה שיכולות לפתור את העניין אפרופו השאלה
26 שלך כמה מהם עם חברות פרסום. הם אלה שמאפשרות למשרדי

- 1 פרסום הקטנים וגם למפרסמים הקטנים להיות חלק מהסל שהם
2 מציגים, זה בדיוק הפתרון אם תרצה רק את אוסם בנפרד,
3 שלמה פילבר- יו"ר הוועדה: עוד פעם, למי שיש עניין לקדם אותו לדחוף אותו
4 להכניס אותו אז יש לי שלושה משרדי פרסום קטנים שאני מכניס
5 בחבילה איתי והם מקבלים, הם זוכים.
6 נוגה רובינשטיין: לא. זה שתי שאלות נפרדות.
7 דן אלעזרי: לא. כמות המפרסמים הקטנים בטלוויזיה בשנים האחרונות
8 עלתה באופן דרמטי.
9 נוגה רובינשטיין: תהיה יותר תחרות בשוק בכלל כי יש יותר מפרסמים
10 קטנים.
11 דן אלעזרי: לזה רשות הגבלים עסקיים התייחסה לזה שחברות רכש המדיה
12 הן אלה שמאפשרות לחברות הקטנות למפרסמים הקטנים
13 להיכנס לחדר הכניסה של הטלוויזיה. יש עליה מאוד דרמטית.
14 אנה: סליחה, זה לא on top בגלל שהגדולים ירדו התפנה מקום
15 לקטנים. היית צודק אם הגדולים היו שומרים על הנתח ובנוסף
16 היו מתווספים הקטנים, אבל זה לא המצב.
17 דן אלעזרי: אבל מי אשם שהגדולים ירדו?
18 אנה: בטח לא הזכייניות. זה החלטות של הוועדה, החלטה ניהולית.
19 נוגה רובינשטיין: אבל זה לא חברות המדיה.
20 דן אלעזרי: כמות המפרסמים בשוק עלתה בשנים אחרונות בעשרות אחוזים.
21 מספר המפרסמים בעשרות אחוזים שלחברות רכש המדיה יש צד
22 דרמטי בסיפור הזה וגם לרשות ההגבלים בעצם התייחסה לזה,
23 הבעיה שהמפרסמים הגדולים המסורתיים חתכו באופן
24 משמעותי.
25 אנה: נכון.
26 דן אלעזרי: למה הם חתכו באופן משמעותי?
27 נוגה רובינשטיין: למה? אולי יש בעיה תחרותית שם.

- 1 דן אלעזרי: למה מפרסמים גדולים עוד פעם, כמות המפרסמים בשוק עלתה
2 באופן דרמטי. מפרסמים גדולים,
3 אנה: כי יש להם אלטרנטיבות.
4 נוגה רובינשטיין: לא בגלל זה, יש גם עניין,
5 אנה: פעם היה את ערוץ 1 שלא היו לו פרסומות ואז הוקם ערוץ 2 ולא,
6 מה היה? אז הוקמו תחנות הרדיו האזוריות שנתנו מענה באמת.
7 נוגה רובינשטיין: עם צרכים אחרים.
8 אנה: למפרסמים מקומיים וקטנים יש פה גם עניין שאנחנו יודעים
9 שטלוויזיה זה עניין של מיצוב, זה לא בהכרח עניין של צרכנות, יש
10 הרבה מאוד אספקטים ואתם יודעים את זה הרבה יותר ממני.
11 דן אלעזרי: התשובה נמצאת כנראה בנתון אחד.
12 נוגה רובינשטיין: כן. תראו, אני רוצה להגיד שלוש נקודות בהמשך למה
13 שאמרת ותכף נגיע לשאלה שלך. בסדר?
14 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: עשר דקות לסיום גם לכם חברים.
15 נוגה רובינשטיין: לא. שנייה.
16 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: 11 וחצי.
17 נוגה רובינשטיין: אוקי. הבנתי. יש שלוש נקודות שאני רוצה לומר, בדיוק
18 מה שדן הצביע עליו הוא הבעיה, אם אתם תפתרו את העובדה
19 שהנתח פרסום התמ"ת בישראל הוא מהנמוכים ביותר שיש, יש
20 דוח של ה-Of come אנחנו הפנינו אליו עמוד 137 את ההוצאות של
21 המדינות השונות אנחנו במצב בקנטים מבחינת היכולת של
22 חברות המדיה לפרסם בגלל שיש מעט תחרות בשוק, זה הניתוח
23 שלנו, עכשיו צריך לפתור את בעיית הבסיס.
24 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: אמרנו שיש חמישה גורמים משפיעים בשוק
25 הפרסום. אנחנו לא מאשימים רק אתכם.
26 נוגה רובינשטיין: שם הבעיה האמיתית.
27 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: אנחנו מזהים את חברות הרכש,

- 1 נוגה רובינשטיין: אבל אתם הולכים לגורם הקטן בתהליך .
- 2 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: לא הקטן.
- 3 הילה שמיר: רגע נוגה, ברשותכם שאלה אחת. יש פה איזה שהוא דיסוננס
- 4 מסוים גם במסמך שלכם והוא בא גם כאן, אתם מצד אחד
- 5 אומרים אנחנו, ויש בעיה ושוק פרסום אולי לא גדל בהתאמה
- 6 למה שאנחנו צריכים,
- 7 נוגה רובינשטיין: לא. אנחנו אומרים שיש בעיה תחרותית כללית בישראל.
- 8 הילה שמיר: יש בעיה תחרותית כללית בישראל והנתונים שלנו כוועדה כמה
- 9 ששמנו בדוח ביניים הם לא נתונים מדויקים והעמלות הן לא
- 10 עמלות מדויקות, מצד שני, כשאנחנו מדברים על כך שאנחנו
- 11 רוצים סמכות לקבל כל מיני מסמכים וכל מיני חומרים אתם
- 12 אומרים מה פתאום, לא, הסמכות הזאת לא מתאימה.
- 13 נוגה רובינשטיין: תכף אני אגיע לעניין הסמכות, זה ממש לא, לא מה
- 14 שאנחנו אמרנו.
- 15 הילה שמיר: אז תראו לנו שאנחנו טועים. תוכיחו לנו שאנחנו טועים במספרים.
- 16 נוגה רובינשטיין: תראו, בשביל שלא יהיה את החץ ואת העיגול מה שאנחנו
- 17 אמרנו מבחינת קבלת נתונים זה שבואו תסבירו קודם כל למה יש
- 18 את הצורך האמיתי הזה, [REDACTED], תגידי
- 19 שיש את הצורך האמיתי הזה הרי תמיד,
- 20 הילה שמיר: הוסבר פה אפילו בצורה גולמית.
- 21 נוגה רובינשטיין: תקשיבי הילה.
- 22 הילה שמיר: יש כאן כסף מסוים שנראה לנו,
- 23 נוגה רובינשטיין: הילה, אם כל השוק יעביר נתונים,
- 24 הילה שמיר: יש כסף שלא מגיע לתעשייה.
- 25 נוגה רובינשטיין: תקשיבי הילה,
- 26 הילה שמיר: נתקע ונשאר במקומות אחרים.

- 1 **נוגה רובינשטיין:** אם כל השוק יעביר נתונים כל השוק באופן רוחבי כולל
2 למדיות השונות והנתונים יהיו חסויים אנחנו לא נתנגד להעברת
3 נתונים. בסדר? מכאן ועד סמכות כללית בחוק יש מרחק רב, אבל
4 אנחנו בעד זה שתעשו בדיקה עובדתית של הדבר הזה, אנחנו
5 נשתף פעולה. עוד שתי נקודות, עמלות רכש מדיה מה שאתם
6 מכנים עמלות יתר. עמלות רכש מדיה במהלך השנים האחרונות
7 ירדו באופן דרמטי, אם תקראו את ההחלטה של מנהל ההגבלים
8 העסקיים בעניין מינואר 2013. לא המיזוג של קליגמן, החלטה
9 אומרת הקריטריון של עמלות רכש מדיה הוא כבר אינו
10 הקריטריון הרלבנטי לבחינת קיומו של כוח שוק, ולכן אני הייתי
11 מציעה שרגע תבדקו את הנתונים של עמלות רכש מדיה תסתכלו
12 על המספרים תראו סביר או לא סביר בסדר.
- 13 **יפעת בן חיי:** זה קצת קשה אם אתם לא מוסרים.
- 14 **נוגה רובינשטיין:** אתם באתם , [REDACTED]
15 וסימנתם את המטרה, אוקי? אנחנו מבקשים מכם שאם אתם
16 רוצים לבדוק את השוק תפדל, אנחנו ניתן נתונים אבל אנחנו
17 מבקשים שיהיו בקשות שהן סבירות לחלוטין.
- 18 **יפעת בן חיי:** רגע, יש לך ספק שאנחנו מבקשים לבדוק את השוק?
- 19 **נוגה רובינשטיין:** האמת, תשמעי,
20 **יפעת בן חיי:** מה את חושבת שאנחנו עושים?
- 21 **נוגה רובינשטיין:** אני נמנעת, אני לא רציתי להיכנס לחלק המשפטי אבל אם
22 כבר מגיעים עם שורת הצעה כזאת פעולה קיצונית ודרמתית
23 כאשר לא נעשתה בדיקה קודמת, אני מרגישה תחושה לא נוחה
24 עם זה. אבל אני רוצה לשים את זה בצד.
- 25 **הילה שמיר:** אין פה פעולה קיצונית, אנחנו לפני שימוע.
- 26 **נוגה רובינשטיין:** לא. כשאת אומרת 17, 18 אחוז זה מספרים בפעולה שהיא
27 לא קיימת בשום תחום אחר, תיקחי כל תחום אחר לא תמצאי אף

1 פעם הגבלת נתח שוק גם כשמדובר במונופול, [REDACTED]
2 [REDACTED]
3 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: אני אגלה לך סוד בגלל שכל התהליך הזה הוא
4 באמת כמו שנאמר,
5 נוגה רובינשטיין: הוא תהליך בתולי.
6 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: לא. של החלפת נתונים יותר מאשר מסקנות ביניים
7 פורמליות משפטיות, בסדר? בדיוק כמו שעשינו פרובוקציה, נקרא
8 לזה ככה, עם הטבלה של חלוקת סוג ... הלכנו למקרה קיצון כי
9 הוא מחדד מאוד את התמונה ומסביר וכתבנו למטה זה להמחשה
10 בלבד, הסבירות שזאת לא תהיה התמונה הסופית, התמונה תהיה
11 יותר מאוזנת, גם פה אמרנו בואו נלך למקרה הקיצון היום זה 25
12 אחוז בפריים טיים שקבע הממונה על ההגבלים אנחנו מורידים ל-
13 16, 17, למה? כדי להגיע למקרה,
14 נוגה רובינשטיין: אבל מה זה נותן לך? תראה,
15 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: אז אני מסביר לך.
16 נוגה רובינשטיין: יש לך שורה אחת שאומרת עמלות יתר אוקיי? שורה שנייה
17 שאומרת הגבלת נתח שוק, מה הקשר בין הדברים? אומר הממונה
18 שאתה יודע, אנחנו ישבנו איתו עשרות שעות עם הממונה עד
19 שהוא הגיע למסקנה, לא שאבנו אותה אבל קיבלנו אותה. היתה
20 שם עבודה של מאות שעות מתוכה עשרות שעות איתנו שהוא ישב
21 ולמד את השוק. מה קשר בין,
22 הילה שמיר: נתונים לראות מה שלנו אין. אנחנו לא יכולים לקבל ממנו את
23 הנתונים, חלק מכם מפחדים להעביר אותם.
24 נוגה רובינשטיין: שנייה.
25 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: נוגה, אני אשמה, זה לא ייגמר פה ובטח לא בחצי
26 שעה ונשאר עוד קצת זמן.
27 הילה שמיר: אני רוצה שתסיימי את המשפט האחרון.

- 1 **נוגה רובינשטיין:** אוקי. אני רוצה להגיד ככה שהממונה הרי לא סתם יש לו
2 סמכות, אוקי? יש לו סמכות כיוון שהוא גורם מקצועי מאוד
3 בעניין הזה, ואנחנו לא אוהבים את ה-,
4 **יפעת בן חי:** היא.
5 **נוגה רובינשטיין:** הממונה, אוקי. היא בטח גורם מאוד מקצועי, הם יודעים
6 איך לעשות את הבדיקות האלה, עכשיו אני לא חושבת שאחרים
7 ניטל מהם הכוח לעשות את זה, אבל דרושה עבודה מאוד יסודית.
8 **שלמה פילבר- יו"ר הועדה:** מסכים איתך לחלוטין.
9 **נוגה רובינשטיין:** לא רק עניין של נתונים, אם אתם בשורה אחת כותבים על
10 עמלות רכש מדיה ושורה שנייה אתם כותבים הגבלת כוח שוק אין
11 קשר בין המטרה לבין הממצאים.
12 **הילה שמיר:** אני רוצה שתסיימי את העניין שאמרת שעכשיו ירדו עמלות יתר.
13 **נוגה רובינשטיין:** לא עכשיו. זה בתהליך.
14 **הילה שמיר:** נכון. הם ירדו, הרי מה זה עמלות יתר? זה עניין של יעדים. מאחר
15 והמפרסמים העיקריים והמסורתיים ירדו אז מן הסתם העמידה
16 ביעדים, אני רוצה שתסיימי ותגידי ירדו עמלות היתר, אז?
17 **נוגה רובינשטיין:** כיוון שעמלות רכש המדיה ירדו וכיוון שחלק מהם ממילא
18 הולכים למפרסמים אז אני חושבת שהנחה שלכם הערכה שלכם
19 על איזה שהוא כסף חור שחור שנמצא בחברות רכש המדיה היא
20 הנחה לא נכונה. בשביל זה צריך לבדוק את כל חברות רכש
21 המדיה.
22 **הילה שמיר:** מה זה רלבנטי שזה חוזר למפרסמים?
23 **נוגה רובינשטיין:** זה רלבנטי כיוון שמה כאן הטיעון? שיש כאן איזה שהוא
24 כסף עודף הרי בעצם העסקה יש כאן עסקה של פרסום שמפרסם
25 רוצה לרכוש זמן שידור ולשדר בצורה מסוימת פרסום מסוים
26 בטלוויזיה, זה מה שיש. עכשיו את לא תחייבי מפרסם להוציא
27 120 אם הוא רוצה להוציא 100, כיוון שזה חוזר למפרסם בסופו

- 1 של דבר את צריכה לראות את העסקה הזאת שמוציאה
2 מהמפרסם 90 ולא 100, אוקי? יש כאן איזו שהיא מסגרת,
3 יפעת בן חני: למה מלכתחילה עושים את המשחקים האלה?
4 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: זה סיפורי מס.
5 נוגה רובינשטיין: תראי, יש כאן המון סיבות שהתחילו ממדינות אחרות,
6 הרי כאן אנחנו משכפלים מודל שנמצא במדינות אחרות.
7 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: שתי נקודות התייחסות. אחד, על העובדה
8 שהחברות מייצגות את שני הצדדים, הבעייתיות והמורכבות של
9 העניין הזה. השנייה זה מודל הצרפתי.
10 נוגה רובינשטיין: אוקי. שחל על כל המדיות.
11 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: מה זאת אומרת?
12 נוגה רובינשטיין: המודל הצרפתי לא חל רק על הטלוויזיה.
13 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: לא. על כל המדיות. בסדר.
14 נוגה רובינשטיין: אוקי. מה אתם חושבים? יש את המודל הצרפתי, מה אתם
15 חושבים שהוא ייתן? כי בעצם,
16 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: אני לא יודע, אני לא רוצה להחליף פרה בחמור, לא
17 רוצה להחליף כשל בכשל.
18 נוגה רובינשטיין: אני חייבת להגיד לך, לא יודעת מה עוד אנחנו חושבים, כי
19 למדנו את המודל הצרפתי, יש בסוף שוק שהוא שוק חופשי,
20 תחרותי יש כאלה שיגידו יותר ויש יגידו פחות, זה גם מאוד תלוי
21 במפרסמים וזה אבן היסוד ויש צורת תשלום מסוימת ואגב מה
22 שדיברתם על התשלום מראש, יש צורה בה השוק מתנהל מי
23 מוציא את הכסף מראש, איך הכסף מתנהל, מתי אתה מחזיר את
24 הכסף הזה [REDACTED] ואיך מודדים
25 בהצלחה של ספוטים [REDACTED]
26 גם אני לפעמים נמדדת בכמה אני מצליחה להביא תוצאה וכמה
27 לא.

- 1 הילה שמיר: [REDACTED]
- 2 נוגה רובינשטיין: [REDACTED]
- 3 [REDACTED]
- 4 יפעת בן חי: הוא יעשה את זה מצוין.
- 5 נוגה רובינשטיין: כן. אבל השקיפות,
- 6 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: נוגה, לחתור לסיום בבקשה.
- 7 נוגה רובינשטיין: זה בדיוק החתירה שלי עכשיו. [REDACTED]
- 8 החוק הצרפתי אומר? [REDACTED] מייצר סוג של שקיפות מול
- 9 המפרסמים בעצם המפרסמים יודעים כמה באמת הם משלמים
- 10 בכל פלח.
- 11 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: נכון.
- 12 נוגה רובינשטיין: [REDACTED]
- 13 [REDACTED]
- 14 [REDACTED]
- 15 [REDACTED]
- 16 [REDACTED]
- 17 [REDACTED]
- 18 [REDACTED]
- 19 [REDACTED]
- 20 [REDACTED]
- 21 [REDACTED]
- 22 [REDACTED]
- 23 [REDACTED]
- 24 [REDACTED]
- 25 [REDACTED]
- 26 [REDACTED]
- 27 [REDACTED]

- 1 [REDACTED]
- 2 [REDACTED]
- 3 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: [REDACTED]
- 4 נוגה רובינשטיין: [REDACTED]
- 5 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: אני אומר לכם, אם יש נושא אחד שאנחנו הרמנו
- 6 אותו ואין לי בו עמדה כי אין לי בו, אני לא מרגיש שאני יושב על
- 7 קרקע יציבה זה הנושא הזה וזה כל הזמן מסתובב, כל הזמן
- 8 מערבבים אותנו כולם, אנחנו נשמע את כולם עוד בהמשך
- 9 היומיים האלה, אולי נהיה חכמים יותר יכול להיות שנרצה מכס
- 10 אחרי זה הבהרות נוספות כאלה או אחרות.
- 11 נוגה רובינשטיין: אנחנו כן נשמח עוד לשבת על זה כי זה באמת עוד נושא
- 12 מסובך.
- 13 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: בכל מקרה אני מעריך,
- 14 הילה שמיר: [REDACTED]
- 15 [REDACTED]
- 16 נוגה רובינשטיין: [REDACTED]
- 17 שלמה פילבר- יו"ר הועדה: לא. אני אומר בכל מקרה להערכתי לנו אין את
- 18 הכלים ובטח לא בתוך הוועדה להחליט, יש לנו כן את היכולת
- 19 אבל להאיר תחום מסוים לבוא להגיד את זה צריך לבדוק ובדרך
- 20 הבאה הזאת והזאת. לגלגל את הכדור הלאה, זה יכול להיות מה
- 21 שיקרה פה, זאת אומרת ברור לנו שממונה צריך להיות בתמונה
- 22 הזאת אולי גופים אחרים, לא יודע, אולי איזו שהיא בדיקה
- 23 רצינית יותר כמו שאת אומרת שמשותפת גם לו וגם לנו, אבל
- 24 אנחנו לא השתכנענו נגיד ככה, גם אחרי ההצגה המאוד משכנעת
- 25 שלך שאין בעיה.
- 26 נוגה רובינשטיין: אוקי.

- דובר:** אוקי. תודה רבה. אף אחד לא קם. היתה הפסקה קודם, אנחנו לא
בזמנים.
1
2
3