



רשות ההגבלים העסקיים

החלטה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988

בדבר אי מתן פטור מאישור הסדר כובל להסדר שצדדים לו טי.אם.אף

מדיה פורס ניהול בע"מ וזניט מדיה 1995 בע"מ

1. פתח דבר

ב-15 ביולי 2012 הונחה בפני בקשה למתן פטור מאישור בית הדין להגבלים עסקיים בגין הסדר כובל, שמטרתו שיתוף פעולה ברכישת מדיה, בין החברות טי.אם.אף מדיה פורס ניהול בע"מ (להלן: "TMF") וזניט מדיה 1995 בע"מ (להלן: "זניט" ו"הצדדים").

לאחר שבחנתי את ההסדר, מצאתי כי הוא פוגע פגיעה של ממש תחרות בשווקים הרלבנטיים. ההסדר מאגד ביד אחת את רכש הפרסום של מספר משרדי פרסום, והוא מקים, או מחזק, כוח שוק ברכישת זמן פרסום מידי שדרי הטלוויזיה ובמכירת זמן פרסום זה.

לאחר בדיקת הבקשה שהונחה בפני שוכנעתי כי לא מתקיימים היסודות הקבועים בסעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן: "החוק") למתן פטור מאישור בית הדין להגבלים עסקיים להסדר.

2. הצדדים וההסדר

TMF הינה חברה פרטית המהווה מיזם משותף בבעלות משרדי הפרסום גיתם בי בי די או בע"מ (להלן: "גיתם"), המחזיק בכ-55% מהזכויות בה; יהושע טי בי דבליו איי פרסום ושיווק בע"מ (להלן: "יהושע TBWA"), כ-28%; ויורו אר.אס.סי.גי.י. ישראל בע"מ, כ-16%.¹ TMF עוסקת ברכש ובתכנון מדיה עבור בעלי המניות בה ועבור משרדי פרסום ולקוחות נוספים.

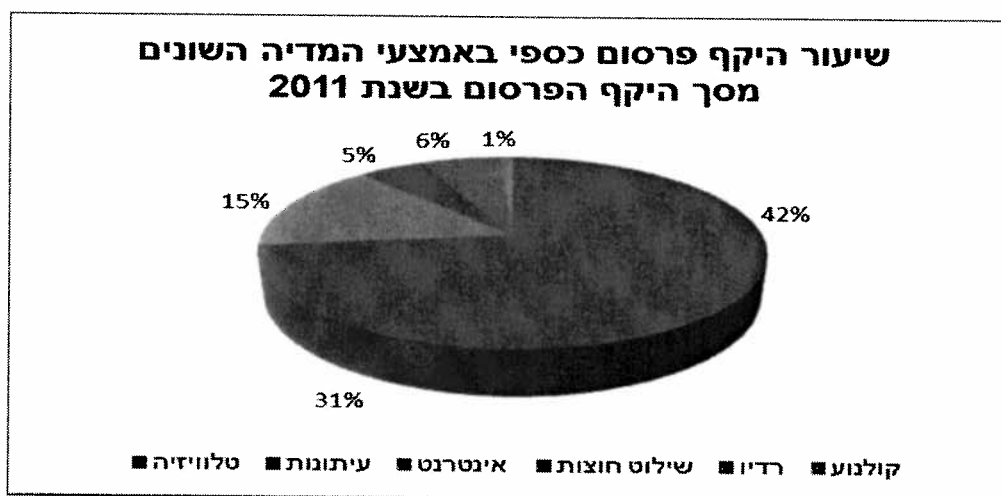
זניט הינה חברה פרטית בבעלות משרד הפרסום באומן-בר-רבינאי בע"מ הנמצא בשליטת חברת הפרסום הבינלאומית Publicis Groupe Holdings BV. זניט עוסקת ברכש ובתכנון מדיה עבור בעליה ועבור משרדי פרסום ולקוחות נוספים.

¹ החלטה בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל להסדר בין גיתם בי בי די או בע"מ, יהושע טי בי דבליו איי פרסום ושיווק בע"מ, צרפתי שטרנשוש זמיר סוכנות פרסום בע"מ, ליניאל די.די.בי בע"מ וטי.אם.אף מדיה פורס ניהול בע"מ 2005 הגבלים עסקיים 5000108 (להלן: "פטור TMF").

עניינו של ההסדר נושא בקשת הפטור שהונחה בפני הינו בהסכם לשיתוף פעולה בין הצדדים לפי TMF תרכוש מדיה עבור זניט, באופן לא בלעדי.

3. תחום רכש המדיה

תחום רכש המדיה הפרסומית ושיתופי הפעולה השונים בו נבחנו לא אחת על ידי הממונה על הגבלים עסקיים, בין היתר, במסגרת בקשות לפטורים מאישור הסדרים כובלים לפי סעיף 14 לחוק.² בתחום פועלות מספר חברות המתמחות ברכישת שטחי או זמני פרסום באמצעי המדיה השונים – טלוויזיה, רדיו, עיתונות מודפסת, שילוט חוצות, אתרי אינטרנט וקולנוע. ניתוח השימוש במדיות השונות מלמד כי הפרסום בטלוויזיה תופס את נתח השוק הכספי הגדול ביותר.³



נוסף על היקפה הכספי המשמעותי, הרי שרכישת מדיה לפרסום בטלוויזיה מתבצעת ברובה (כ-80% מסך הרכישה) באמצעות חברות רכש המדיה, להבדיל מרכישת מדיה לפרסום בעיתונות המודפסת, אשר מתבצעת במקרים רבים ישירות על ידי משרדי הפרסום ולא על ידי חברות רכש המדיה, בין היתר לאור מדיניותם של העיתונים שלא לפעול מול חברות רכש המדיה.

נוכח מרכזיותו של תחום רכש המדיה בטלוויזיה, הן מבחינת היקף כספי והן בהתחשב בדומיננטיות שלו בפעילות הצדדים לבקשת הפטור, התמקדה בדיקת הרשות בתחום זה, וכפי שיפורט להלן, נמצא כי ההסדר שלפני מעורר חשש לפגיעה של ממש בתחרות בתחום הפרסום בטלוויזיה. על כן ההסדר לא ראוי לפטור.

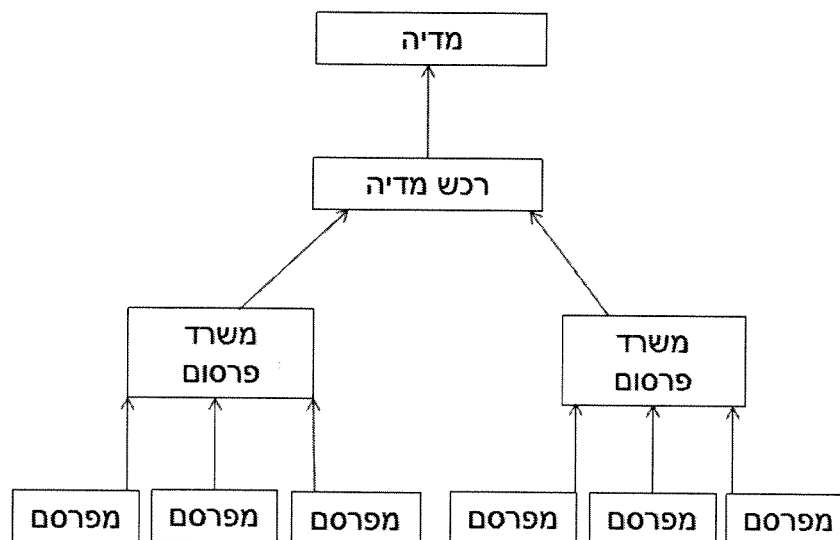
² ראו למשל: החלטה בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל להסדר בין אי.פי.גי' – ראובני פרידן בע"מ לבין שלמור-אבנון-עמיחי פרסומאים בע"מ; 2005 הגבלים עסקיים 5000106; החלטה בדבר אי מתן פטור מאישור הסדר כובל להסדר בין אי.פי.גי' – ראובני פרידן בע"מ לבין שלמור-אבנון-עמיחי פרסומאים בע"מ ויוניטד מדיה (ר.ש. 2005) בע"מ 2008 הגבלים עסקיים 5001311 (להלן: "ההחלטה בעניין יוניטד"); החלטה בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל להסדר בין יוניברסל מקקאן ישראל בע"מ וגליקמן נטלר סמסונוב חברה לפרסום בע"מ; 2010 הגבלים עסקיים 5001694.

³ על פי נתוני יפעת בקרת פרסום לשנת 2011.

4. הגורמים הפועלים בשוק

4.1. החוליות השונות בתחום הפרסום

תחום הפרסום בנוי מארבע חוליות שונות: מפרסמים, משרדי הפרסום, חברות רכש המדיה והמדיה עצמה:



חוליית **המפרסמים** היא חוליה רחבה הכוללת גורמים רבים (עסקיים ושאינם עסקיים) המבקשים לעשות שימוש בערוצי המדיה כדי לקדם מודעות או למתג את מוצריהם, שירותיהם או מטרותיהם.

בחוליה השניה פועלים **משרדי הפרסום**. גופים אלה עוסקים בביצוע התכנון (הקרוי בעגה המקצועית "פלאנינג"), בגיבוש אסטרטגיית הפרסום ובפן היצירתי הכולל את הפקתו וגיבושו של המסר הפרסומי (הקרוי בעגה המקצועית "קריאייטיב") (פעילות משרדי הפרסום שאינה נוגעת לרכש המדיה תכונה להלן: "קריאייטיב"). בתחום זה פועלים עשרות משרדים, אולם מספרם של המשרדים הגדולים המטפלים במפרסמים הגדולים (ובפרט באמצעות הטלוויזיה), שהינם בעלי רלבנטיות רבה לעניינו הוא מצומצם יותר.

בחוליה השלישית ניצבות **חברות תכנון ורכש המדיה** (להלן: "חברות רכש מדיה"), העוסקות בתכנון ובחירת זמן הפרסום המתאים לתוכן הפרסומי, למוצר ולמטרות הפרסום, וברכישת זמן פרסום זה מגופי השידור. חברות אלה הן העומדות במרכז של בקשת פטור זה והן תוצגנה בהרחבה בהמשך.

בחוליה האחרונה ניצבים **גופי המדיה**. כאמור לעיל, הגם שקיימות מדיות שונות לפרסום (עיתונות מודפסת, רדיו, שילוט חוצות וכיו"ב), בדיקה זו התמקדה כאמור במדיה הטלוויזיונית, דהיינו בגופי השידור הטלוויזיוני המשרדים תכנים מסחריים. בטלוויזיה המסחרית בישראל פועלים ערוצים

בודדים; שתי זכייניות ערוץ 2: רשת-נגה בע"מ ושידורי קשת בע"מ; ישראל 10 – שידורי הערוץ החדש בע"מ, וכן מוזיקה 24 בע"מ⁴ ("ערוץ המוסיקה") ווש טלקנל בע"מ (הערוץ הייעודי בשפה הרוסית) (להלן: "הערוצים המסחריים")⁵.

4.2. חברות רכש המדיה

כיום פועלות בתחום רכש המדיה שש חברות: יוניברסל מקקאן בע"מ (להלן: "יוניברסל"), TMF, זניט, יוניון מדיה בע"מ, מדיה קומיוניקיישנס לינקס בע"מ וקאראט ישראל בע"מ. כפי שצויין לעיל, חברות אלו חולקות ביניהן כ-80% מסך שוק רכש המדיה בטלוויזיה.

חמש משש חברות רכש המדיה מצויות בבעלות משרדי פרסום, ובנוסף לרכישת מדיה בטלוויזיה עבור בעליהן, רובן רוכשות מדיה בטלוויזיה גם עבור משרדי פרסום אחרים, וכן עבור מפרסמים שאינם רוכשים שירותי קריאייטיב ממשרדי הפרסום המחזיקים בחברת רכש המדיה.

ככלל, מפרסמים נוהגים לרכוש שירותי קריאייטיב ומדיה לפרסום בטלוויזיה במאחד. כלומר, משרד הפרסום וחברת רכש המדיה באמצעותה הוא רוכש מדיה (בין אם בשל קשרי בעלות ובין אם על בסיס קשרים חוזיים) מציעים למפרסם הצעת מחיר אחת, המתייחסת הן לשירותי הקריאייטיב והן לשירותי רכש המדיה. בפועל, היקף המקרים בהם רוכשים המפרסמים מדיה בטלוויזיה בנפרד מרכישת שירותי הקריאייטיב הינו מוגבל ביחס לכלל הפעילות בשוק.

רכישת מדיה באמצעות חברת רכש מדיה ולא ישירות מגופי השידור מאפשרת לרוכש להנות מיתרונות מסוימים לגודל. היתרון העיקרי הנובע מגודלה של חברת רכש המדיה הוא היכולת לנהל מו"מ מעמדת מיקוח נוחה יותר מול הערוצים המסחריים. נוסף על כך, רכש מדיה באמצעות חברת רכש מדיה ייעודית ולא ישירות מגופי השידור מאפשר תכנון גמיש יותר של השימוש במדיה, התמחות והתמקצעות בתכנון האמור וכן מביא להקטנת עלויות העסקה הנובעות מהחזקת כוח אדם ייעודי וניהול מו"מ פרטני מול הערוצים המסחריים על ידי כל משרד פרסום בנפרד.

התשלום למשרדי הפרסום ורכש המדיה נגזר מתקציב הפרסום שמעביר המפרסם לגופי המדיה וכולל שתי עמלות עיקריות - עמלת בסיס ועמלת יתר.⁶ מבנה ואופן התשלום פורט בהרחבה בהחלטה בעניין יונייטד.⁷ בעבר, נמצא כי שיעור עמלות היתר ביטא קיומו של כוח שוק אצל חברות רכש המדיה. נוכח שינויים שונים שאירעו בשוק, שיעור עמלות היתר כשלעצמו אינו יכול עוד לשמש כפרמטר עצמאי

⁴ שידורי קשת בע"מ היא בעלת השליטה במוזיקה 24 בע"מ ("ערוץ המוסיקה").

⁵ בחודש מרץ 2012 עלה לאוויר ערוץ מסחרי נוסף המשדר בשפה הערבית ומופעל על ידי הלא טי.וי. בע"מ. זכיינית ערוץ 2 רשת-נגה בע"מ הינה בעלת מניות בערוץ.

⁶ לחברות רכש מדיה מרווחים נוספים הנובעים מפערי תיווך בין מחיר הקניה למחיר המכירה של המדיה עבור משרדי פרסום שאינם בעליהן.

⁷ ההחלטה בעניין יונייטד, לעיל ה"ש 2.

לבחינת כוח שוק ויש לבחון פרמטרים נוספים של מחירי הפרסום ורכש המדיה על מנת לבחון קיומו של כוח שוק בידי חברות רכש המדיה.

5. החששות התחרותיים

5.1. כללי

מיזמים משותפים עשויים להצמיח תועלות כלכליות, אולם הם אף מעוררים חשש לפגיעה תחרות, בפרט כאשר הורי המיזם הינם מתחרים. שיתוף פעולה עסקי בין מתחרים עומד בסתירה לפעולה עצמאית ובלתי מתואמת של אותם מתחרים, שהיא בדרך כלל תנאי לתחרות. סכנת הפגיעה בתחרות ממיזם משותף יכולה להתעורר מתעוררת בעיקר בשני שווקים אפשריים: השווקים בהם פועל המיזם והשווקים בהם פועלים הורי המיזם.⁸ בנסיבות הבקשה שלפנינו מתעוררים מספר חששות.

5.2. יצירת כוח שוק מול הערוצים המסחריים

אחד החששות התחרותיים המרכזיים מהקמת מיזם משותף, ובפרט מיזם משותף לרכישת תשומה, הינו מיצירת כוח שוק כלפי מוכר התשומה.⁹ בעניינו מדובר ברכישת מדיה מהערוצים המסחריים. לו יתאפשר המיזם המשותף שלפנינו, יוביל הדבר למצב בו בידי המיזם המשותף ירוכז נתח שוק משמעותי מכלל רכש המדיה הטלוויזיונית, ובידי שתי החברות הגדולות בתחום ירוכז כ-50% מכלל רכש המדיה מערוצי השידור המסחריים.

אל מול מבנה שוק זה בצד רכש המדיה ניצבים הערוצים המסחריים, המתאפיינים בגמישות מועטה בכל הנוגע למבנה ההוצאות שלהם. מבנה ההוצאות הקשיח של ערוצי הטלוויזיה נובע משני גורמים: ראשית, מכך שמכירת דקות הפרסום נעשית בסמוך לשידור התוכנית ולאחר סיום הפקתה, שלב שבו יכולתם של הערוצים המסחריים לדחות את שידור התוכנית הינה מוגבלת. שנית, מהרגולציה המטילה עליהם חובות בנוגע למגוון השידורים המתייחסת אף להיקף ההוצאה הכספית הנדרשת ביחס לשידורים אלה.¹⁰ בהתאם, קיטון גדול מדי בהכנסותיהם מפרסום, שהן מקור הכנסה יחיד עבורם, מגדיל את ההסתברות לפגיעה בערוצים המסחריים, שעלולה להתבטא בפגיעה בתחרות

⁸ ראו: קביעה לפי סעיף 43(א)(1) בעניין הסדר כובל בין חברות הסעה ביעדים תיור בע"מ, 2001 הגבלים עסקיים 3012980, סעיף 4.3.

⁹ ראו: החלטה בדבר אי מתן פטור מאישור הסדר כובל להסדר שעניינו ניהול מו"מ משותף לסוכני הנסיעות בידי התאחרות סוכני נסיעות ותיירות בישראל עם גל-אור פיתוח מערכות תוכנה בע"מ; 2002 הגבלים עסקיים 3015228; החלטה בדבר אי מתן פטור מאישור הסדר כובל להסדר בין חטיבת קופות הגמל שבאיגוד לשכות המסחר לבין קופות הגמול החברות בה לניהול משא ומתן משותף מול התאגידים הבנקאיים בעניין הסכמי הפצה; 2006 הגבלים עסקיים 5000455.

¹⁰ ראו כללי הרשות השניה לטלוויזיה ולרדיו (שידורי תכניות טלוויזיה בידי בעל זיכיון), התש"ע-2009 – הכללים מגדירים את סך ההוצאה ואת אופן החישוב של הקצאות הכספים לפי סוגי משדרים.

ביניהם על ליבו של ציבור הצופים, ובפגיעה בבאיכות השידורים ובמגוון שלהם. אומנם קיימת גמישות מסוימת לערוצים המסחריים להקטין את הוצאותיהם על תכנים לאור קיטון בהכנסותיהם, אך גם בכך יש כדי לפגוע בציבור הצופים, שיהיה חשוף לתכנים שהושקע בהם פחות, בחיות, כאמור, התקבולים מזמן פרסום מקור ההכנסה היחיד של הערוצים.

לעומת הערוצים המסחריים, חברות רכש המדיה נהנות מגמישות רבה בניהול רכש המדיה, באפשרותן להפחית, ולו לתקופות קצובות, את הפרסום באפיק פרסום מסוים או לדחות מועדים של קמפיינים פרסומיים.

על רקע האמור לעיל, נראה כי ההסדר נושא בקשת פטור זו עלול להגביל את התחרות בחלק ניכר מהשוק ולפגוע בה פגיעה של ממש. מבנה השוק שתואר לעיל, על מאפייני הגופים השונים הפועלים בו; נתח השוק המשותף של הצדדים; נתח השוק של שתי חברות רכש המדיה הגדולות במשותף; ומספר השחקנים המצומצם בשוק רכש המדיה מובילים כולם לחשש מהפעלת כוח קניה מצד גופי רכש המדיה אל מול גופי המדיה.

בנוסף, על אף שרכש מדיה במשותף טומן בחובו, כפי שפורט לעיל, יעילויות ויתרונות לגודל המנותקים מכוח השוק כשלעצמו (בדמות הקטנת עלויות עסקה, גמישות והתמחות), היעילויות האמורות יכולות להיות מושגות אף בנתחי שוק נמוכים מזה אליו יגיע המיזם המשותף לו ייצא לפועל. למעשה, הצדדים לבקשת הפטור אף טענו בפני במפורש כי **מטרת ההסדר הספציפי הינה יצירת כוח שוק לצורך הורדת מחירי רכישת המדיה וכי היעילויות המושגות ממנו - בהיבטי כוח אדם וגמישות - הינן שוליות ומשניות למטרה זו**. משמעות הדברים היא כי עיקרו של ההסדר בהפחתת התחרות ואף אם הוא יוביל לשיפור תנאי רכש המדיה של המיזם המשותף, מצב זה לא יגלם יעילות כי אם יעיד על הפעלת כוח שוק מונופסוני על הערוצים.

5.3. יצירת כוח שוק מול המפרסמים

לצד כוח השוק שהמיזם המשותף יוצר מול הערוצים המסחריים הוא גם עלול ליצור כוח שוק כלפי המפרסמים. כאמור, חברות רכש המדיה מתחרות גם על מכירת זמן הפרסום למפרסמים, וכך, העלייה המשמעותית ברמת הריכוזיות בשוק עלולה לפגוע גם במפרסמים. המשמעות היא, שהמיזם עלול ליצור מבנה שוק בו יכולתם של המפרסמים לתחר בין חברות רכש המדיה תפחת ומנגד תיגבר היכולת להפעיל כלפי המפרסמים כוח שוק שיתבטא בצמיחת המרווחים שמפיקות חברות רכש המדיה.

על רקע כל האמור לעיל באתי לכדי מסקנה כי ההסדר שבפני יגביל את התחרות בחלק ניכר של השוק, יש בו כדי לפגוע פגיעה של ממש בתחרות בשוק ועיקרו בהפחתת התחרות. לפיכך מדובר בהסדר שאינו ראוי לפטור לפי סעיף 14(א) לחוק.

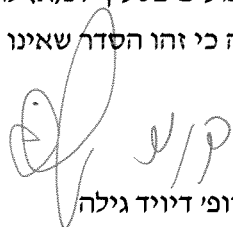
6. טענות הצדדים

עם התגבשות המסקנה האמורה אך בטרם התקבלה ההחלטה בבקשה דנא, נערך לצדדים שימוע בו הוצגו להם עיקרי הממצאים וניתנה להם ההזדמנות להגיב לממצאים אלה. במענה לכך הציגו הצדדים טענות שונות אשר כולן סובבות סביב ציר מרכזי אחד. לטענת הצדדים בשוק רכש המדיה בטלוויזיה פועלת חברה בעלת כוח שוק, יוניברסל, ועל מנת להשוות את מצבם למצבה יש מקום לאשר את ההסדר. הצדדים טענו בפני שכוח הקנייה שהם מייחסים ליוניברסל למול הערוצים המסחריים, צפוי להוביל למעבר מפרסמים למשרדי הפרסום הרוכשים מדיה באמצעות יוניברסל, ולריכוזיות בתחום הקריאייטיב.

אין בידי לקבל את הטענות האמורות. במסגרת בחינת בקשת פטור מאישור הסדר כובל נבחנת השאלה האם הפטור המונח לפתחו של הממונה הינו ראוי לאישור ולא נבחנים לגופם פטורים אחרים. טענתם של הצדדים כי כוח שוק של גורם אחר בשוק מצדיק יצירת כוח שוק נוסף על ידי גורם אחר בשוק אינה יכולה לעמוד. כאמור, מבדיקת הרשות עולה כי איחוד הכוחות בין הצדדים בבקשת הפטור שלפני ייצור כוח שוק ברכישה ויעלה את הריכוזיות של השוק, ועל כן, טענת הצדדים לבקשה כי קיים גורם אחר בשוק בעל כוח שוק (ומבלי להביע עמדה לגופה של טענה זו), אינה יכולה להצדיק את מתן הפטור.

7. סיכום

שילוב הכוחות בין זניט ו-TMF אינו מקיים את התנאים הקבועים בסעיף 14(א) לחוק. לפיכך, ולאחר התייעצות עם הועדה לפטורים ולמיזוגים, הגעתי לכלל מסקנה כי זהו הסדר שאינו ראוי לפטור.



פרופ' דיויד גילה
הממונה על הגבלים עסקיים

ירושלים, י"ד אדר תשע"ג

24 פברואר 2013



רשות ההגבלים העסקיים

הועדה לפטורים ולמיזוגים

המלצות

מועד הדיון: 30 בינואר 2013

מקום הדיון: משרד רשות ההגבלים העסקיים, כנפי נשרים 22 ירושלים ק' ג', 6556111 - 02

בקשות מיזוג במסלול הירוק

בפני חברי הועדה הוצגו בקשות המיזוג וחוות הדעת של המחלקה הכלכלית כדלקמן:

מס' תיק	הצדדים למיזוג
8723	ת.ש.י דרכים שותפות מוגבלת דרך ארץ הייוויז (1997) בע"מ
9116	Sodexo Pass International s.a.s Cibus Business Meals Ltd
9126	אלקטרה בע"מ גיא-אנרגי טכנולוגיות בע"מ
9144	היי קפיטל בע"מ פילת (ישראל) בע"מ (בפירוק)
9146	א.ח.נ.א. השקעות ופתוח בע"מ סלופארק טכנולוגיות בע"מ
9152	לודן חברה להנדסה בע"מ לודן הנדסה לישראל בע"מ בייטמן הנדסה בע"מ בייטמן פרויקטים (1993) בע"מ
9167	הרצליה מדיקל סנטר בע"מ א.י.א. מדיקל (עין טל) בע"מ
9168	מלונות צרפת ירושלים בע"מ חוף הכרמל נופש ותיירות 89 בע"מ
9172	פ.א.ש.ה. השקעות בע"מ תדאה – פתוח טכנולוגי ואוטומציה בע"מ נוגה הנדסה וטכנולוגיה (2008) בע"מ טיפה טכנולוגיה בע"מ
9179	מיתר, ליקוורניק, גבע & לשם, ברנדווין, עורכי דין קנטור, אלחנני, טל ושות' עורכי דין
9180	אינטר אלקטריק התקנות (1983) בע"מ דלקיה אנרגיה ושירותים בע"מ

החלטה

חברי הועדה ממליצים לאשר את בקשות המיזוג על סמך חוות הדעת הכלכלית.

רח' כנפי נשרים 22, ת.ד. 34281 ירושלים 91341 טלפון: 02-6556111 פקס: 02-6515330

lishka@aa.gov.il

www.antitrust.gov.il

459382 / 8781

בקשות פטור נלווה

בפני חברי הועדה הוצגו בקשות פטור ועמדת המחלקה המשפטית כדלקמן :

מס' תיק	הצדדים לפטור
9129	אלקטרה בע"מ גיא-אנרגי טכנולוגיות בע"מ
9169	הרצליה מדיקל סנטר בע"מ א.י.א. מדיקל (עין טל) בע"מ

החלטה

חברי הועדה ממליצים ליתן פטור בבקשות הנ"ל על סמך עמדת המחלקה המשפטית.

בקשות פטור

בפני חברי הועדה הוצגו בקשות פטור וטיוטות פטור של המחלקה המשפטית כדלקמן :

מס' תיק	הצדדים להסדר
8894	אגד אגודה שיתופית לתחבורה בישראל בע"מ – דן חברה לתחבורה ציבורית בע"מ – מטרופולין תחבורה ציבורית בע"מ – אגד תעבורה בע"מ – חברת הנסיעות והתיירות נצרת בע"מ – שירותי אוטובוסים מאוחדים נצרת בע"מ – נתיב אקספרס תחבורה ציבורית בע"מ – נאזרין אקספרס בע"מ – סופרבוס בע"מ – אפיקים שרותי תחבורה מתקדמים בע"מ – וואליה טרנספורטיישן ישראל בע"מ – מטרודן באר שבע בע"מ – גלים נרקיס גל הסעות בע"מ
8956	נען דן גיין השקיה אגש"ח בע"מ Jain (Israel) BV
8984	TMF מדיה פורס ניהול בע"מ זניט מדיה 1995 בע"מ
9049	בנק לאומי לישראל בע"מ בנק דיסקונט לישראל בע"מ בנק מזרחי טפחות בע"מ הבנק הבינלאומי הראשון לישראל בע"מ בנק אגוד לישראל בע"מ בנק מרכנתיל דיסקונט בע"מ הדג-טק הנדסת מימון בע"מ תומסון רויטרס ישראל בע"מ
9115	איגוד האמרגנים ומפיקי אמנויות הבמה בישראל

החלטה

חברי הועדה ממליצים שלא ליתן פטור בבקשה 8984 על סמך טיוטת החלטה בדבר אי מתן פטור של המחלקה המשפטית. משה טרי ויחיאל גוטמן ממליצים כמו כן לבדוק האם רשאי הממונה להורות על פיצולה של חברת יוניברסל או לפעול להקטנת נתח השוק שלה בדרך אחרת. חברי הועדה ממליצים ליתן פטור בשאר הבקשות על סמך טיוטות הפטור של המחלקה המשפטית.

984

בקשת לפטור מאישור הסדר כובל

בהתאם לסעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן - "חוק ההגבלים העסקיים"), מוגשת בזה בקשה לפטור מאישור בית הדין, הסדר כובל שפרטיו כדלקמן:

1. הצדדים להסדר המבקשים את הפטור:

שם: TMF מדיה פורס ניהול בע"מ ("TMF")

מען:

מען למסירת מסמכים: עו"ד מיכל רוטשילד, ארדינסט בן נתן ושות' עורכי דין, רח' ברקוביץ' 4 (מגדל המוזיאון) תל אביב 64238

2. הצדדים האחרים להסדר:

שם: זניט מדיה 1995 בע"מ ("זניט")

מען למסירת עו"ד מיכל רוטשילד, ארדינסט בן נתן ושות' עורכי דין, רח' ברקוביץ' 4 (מגדל המוזיאון) תל אביב 64238
מסמכים:

3. צורת

ההסדר

בכתב

4. תיאור המסמכים הקובעים את ההסדר והנוגעים לו

מצ"ב לבקשה זו, מסומן כנספח א', הסכם בין הצדדים מיום 11/3/12 להלן - "ההסכם").

5. הנכס או השירות נשוא ההסדר

רכש מדיה באופן לא בלעדי.

6. מהות הכבילה ופרטים עליה

ע"פ ההסכם בין הצדדים, רכש מדיה עבור זניט יבוצע, באופן לא בלעדי, על ידי TMF.

תקופת ההסדר הכובל

5 שנים.

7. הנימוקים המצדיקים פטור מאישור בית הדין-

רקע

7.1. TMF הינה מיזם משותף בין משרדי הפרסום גיתם BBDO, יהושע TBWI ו-EURO IL, שהוקם לצורך שיתוף פעולה ברכש מדיה. כיום רוכש המיזם מדיה עבור החברים בו וכן עבור משרדי הפרסום צרפתי, לינאל DDB, דרורי שלומי, i&M, צדר יריב ואחרים. המיזם קיבל בעבר את אישור הממונה על ההגבלים העסקיים ("הממונה"), לפעילותו.¹

7.2. זניט הינו מיזם משותף בין משרדי הפרסום בקבוצת באומן בר רבינאי (באומן בר רבינאי, רגב קויצקי, EXPERT, C וגלר נסיס), ומשרדי הפרסום אזימוט, ערמוני גולן BATES, 4, four, ואלית ודורית. זניט הוקמה לצורך שיתוף פעולה ברכש מדיה.

7.3. הצדדים להסדר מתעתדים לשתף פעולה בתחום רכש המדיה, על מנת לנצל יתרונות לגודל, כך שכלל רכש המדיה עבור המשרדים החברים בזניט יעשה, לא בבלעדיות, על ידי TMF.

השפעת ההסכם על התחרות:

תחום רכש המדיה

7.4. נתח השוק המצרפי של TNF ושל זניט בתחום רכש המדיה הינו נמוך ועומד על כ- 16% על פי הערכת הצדדים, בהתבסס על נתוני יפעת לשנת 2011.² בפרט, נתחי השוק של TMF ושל זניט עמדו על כ- 8% כל אחד. להלן פירוט נתוני השחקנים בתחום רכש המדיה:

שם המשרד	נתח שוק
1. יוניברסל	17.7%
2. יוניון	11.5%
3. מדיה קום	11.3%
4. TMF	8.4%
5. זניט מדיה	7.7%
6. מדיה 1	2.1%
7. מרקורי	1.3%

7.5. מלבד TMF ו-זניט פועלים בתחום רכש המדיה עוד מספר גופים משמעותיים, כמפורט בטבלה לעיל.

7.6. משרדי הפרסום החברים ב-TMF ובזניט אינם כבולים כיום בתניית בלעדיות לרכש מדיה דרך TMF/זניט, וגם לאחר ביצוע ההסדר לא יוגבלו משרדי הפרסום החברים במיזם

¹ החלטה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל להסכם בין גיתם BBDO, יהושע TBWI, צרפתי שטרנשוס זמיר וליניאל DDB. הגבלים עסקיים 5846 (2005). החלטה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל להסכם בין גיתם BBDO, יהושע TBWI, צרפתי שטרנשוס זמיר וליניאל DDB, וטי.אם.אף מדיה פורס ניהול בע"מ. הגבלים עסקיים 5000108 (2005).

² הנתונים המופיעים בטבלה מבוססים על הערכת הצדדים בדבר היקף רכש המדיה הנעשה על יד ארגוני רכש המדיה עבור משרדי הפרסום החברים בארגון ובהתאם לנתוני יפעת לשנת 2011 על היקפי הפעילות בכל משרד. יוער כי לאחרונה התמוג משרד פובליסיס גלר נסיס עם משרד באומן בר רבנאי. רכישת המדיה עבור משרד באומן בר רבינאי נעשית על ידי זניט ורכישת המדיה עבור משרד פובליסיס גלר נסיס נעשתה על ידי מדיה קום בשנת 2011. בהנחה שרכש המדיה עבור פובליסיס יועבר לזניט, הצדדים מעריכים כי נתח השוק של זניט יעלה בפחות מאחוז.

בבלעדיות. יודגש, כי בפועל אכן מבצעים מרבית משרדי הפרסום נתח משמעותי מרכש מהמדיה באופן עצמאי. בטבלה להלן מפורטים הנתונים לשנת 2011:

נתח TMF/זניט מסך רכש המדיה של המשרד	
70%	באומן בר רבינאי
93%	יורו
84%	גיתם
73%	דרורי שלומי שקד
89%	יהושע TBWA

תחום משרדי הפרסום

7.7. למעלה מהדרוש, יש לציין כי אף תחום משרדי הפרסום, המשיק לתחום רכש המדיה, הינו תחום רווי תחרות ומתחרים. הממונה על ההגבלים העסקיים התייחס לתחום הפרסום במספר החלטות:

“אוסף עוד כי לנוכח מאפייניו של תחום הפרסום, ובכלל אלו ריבוי השחקנים בו...בפרט אציין, כי החבירה בין מקאן לבין גליקמן, שהוא משרד פרסום קטן יחסית הפועל בשוק מבוזר...”³

“אלא שענף הפרסום הישראלי מורכב, ככלל, מעשרות משרדי פרסום, ביניהם מקאן, המתחרים זה בזה ופתוחים בפני מתחרי הכללית. במצב דברים זה, ולמרות שמקאן הנו משרד הפרסום הגדול בישראל, חסימתה של מקאן בפני מתחרי הכללית, אינה מעמידה את האחרונים מול קושי ממשי”⁴.

7.8. משרדי הפרסום החברים ב-TMF ובזניט מחזיקים בנתחי שוק שאינם משמעותיים אף בתחום הפרסום. להלן פירוט נתוני המשרדים החברים ב-TMF ובזניט, ע"פ גודלם בתחום הפרסום ובחלוקה לשני גופי רכש המדיה, על פי נתוני יפעת לשנת 2011:

זניט	TMF	
5.22%		באומן בר רבינאי
	4.17%	גיתם BBDO
	2.93%	יהושע TBWA
	1.9%	דרורי שלומי שקד
1.47%		רגב קויצקי
	0.71%	EURO IL
	0.34%	TBWA DIGITAL
0.3%		EXPERT
0.28%		אזימוט
	0.16%	i&M
	0.11%	צדר יריב
0.1%		ערמוני גולן BATES
0.1%		four 4

³ החלטה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל להסדר בין יוניברסל מקאן ישראל בע"מ וגליקמן נטלר סמסנוב חברה לפרסום בע"מ. הגבלים עסקיים 5001694 (2010) ("עניין יוניברסל"). החלטה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל להסדר בין מקאן אריקסון וקופ"ח כללית הגבלים עסקיים 5001516 (2010) ("עניין מקאן כללית").

⁴ עניין מקאן כללית.

C		0.09%
אלית ודורית		0.05%
סה"כ	10.52%	7.6%

מקור: נתוני יפעת לשנת 2011.

בהסדר אין טמונה פגיעה בתחרות ויש לאשרו

7.9. ההסדר המתואר לעיל הינו הסדר מסוג מיזם משותף בין מתחרים. בהחלטות בית הדין להגבלים עסקיים וכן בהחלטות הממונה צוינו פעמים רבות היתרונות הטמונים בשיתופי פעולה בין מתחרים:

"מיזם משותף יכול שיהיה גם בין עסקים המתחרים בדרך כלל זה בזה. המיזם האופקי מאפשר לעסקים המתקשרים בו ליהנות "מכל העולמות": המיזם מקנה לגופים עסקיים נפרדים אפשרות לגייס את מערכיהם העסקיים לעניין מסוים ובכך להשיג יתרונות לגודל (scale economies), למגוון (scope economies) או לאפשר ללקוחות המיזם ליהנות מיתרונות של רשת (network efficiencies). יתרונות אלה, אשר לא היו מושגים בדרך אחרת שאינה מיזוג מלא, עתיר עלויות בין הצדדים, הכרוך בביצוע התאמות ארגוניות ואחרות והמחייב יצירת קשר קבוע בין גורמים נפרדים, הפכו את המיזמים המשותפים ללחם חוקם של עסקים בענפים רבים."⁵

7.10. בפרט, הסכמים לרכש משותף נועדו לשפר את כושר המיקוח של החברים בהם ולהשיג יתרונות לגודל. דברים אלו מקבלים משנה תוקף בתחום המדיה המבוזר, ועמד על כך הממונה בהחלטתו בעניין יוניברסל:

"לרכישה המשותפת נודעת השפעה פרו תחרותית, בהיותה משפרת את כושר התחרות של הגורמים החוברים לרכישה המשותפת."⁶

סוף דבר

שיתוף הפעולה בין TMF וזניט הינו שיתוף פעולה מוגבל בהיקפו, שאינו בלעדי, בין גופים המחזיקים נתחי שוק נמוכים ופועלים בתחום ביזורי. שיתוף הפעולה יאפשר לצדדים להינות מיתרון לגודל ברכישת מדיה ולגלגל יתרונות אלו אל הלקוח המפרסם.

עיקרו של ההסדר אינו בהפחתת תחרות או מניעתה ואין טמונה בהסדר פגיעה כלשהי בתחרות. על סמך כל האמור לעיל, מתבקש הממונה על ההגבלים העסקיים להפעיל את סמכותו על פי הוראות סעיף 14 (א) לחוק ההגבלים העסקיים ולפטור את הצדדים מהחובה לקבל את אישור בית הדין להגבלים העסקיים להסדר נשוא בקשה זו.

אני מצהיר שכל הפרטים האמורים הם מלאים ונכונים שהמסמכים המצורפים הם נכונים ומלבדם אין כל

⁵ קביעה לפי סעיף 43(א)(1) לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 בדבר: הסדר כובל בין חברות הסעה ביעדים תיור בע"מ. הגבלים עסקיים 3012980)
⁶ החלטה בעניין יוניברסל. סעיף 3.

מסמך אחר הקובע את ההסדר או הנוגע לו.

חתימה וחתימת: א.ס. און
מדיה פורס ניהול בע"מ

חתימה וחתימת:
זניט מדיה (1995) בע"מ
512191123

שם:

מילי ק' / אלן אל

תאריך:

11/7/2012

שם:

מילי ק' / אלן אל

תאריך:

11/7/2012