



רשות ההגבלים העסקיים

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

מתן פטור מאישור הסדר כובל

להסדר בין חברי הוועדה הישראלית למדרוג

1. פתח דבר

לפניי בקשה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח – 1988 (להלן: "החוק") למתן פטור מן החובה לקבל את אישור בית הדין להגבלים עסקיים להסדר שעניינו הארכה, בשינויים מסוימים, של הסכם הוועדה הישראלית למדרוג.

לאחר שבחנתי את ההסדר, ולאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ולמיזוגים, שוכנעתי כי אף שההסדר מתפרש על חלק ניכר של השוק וכורך את עיקר המתחרים בענפים שונים, אין הוא צפוי לפגוע פגיעה של ממש בתחרות בשוק בכללותו. כן שוכנעתי כי עיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה, וכי אין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו. מטעמים אלו מצאתי כי ההסדר, בכפוף לתנאים שלהלן, ראוי לפטור לפי סעיף 14 לחוק.

2. ההסכם

2.1 רקע

המבקשים שבפניי, הצדדים להסדר, הם חברי הוועדה הישראלית למדרוג. מקצתם – רשויות ויחידות סמך שבדין: רשות השידור, הרשות השניה לטלוויזיה ורדיו (להלן: "הרשות השניה"), והטלוויזיה החינוכית הישראלית (להלן: "טח"י"); יתרתם – מתחרים מענף הטלוויזיה המסחרית: רשת – נגה בע"מ (להלן: "רשת"), שידורי קשת בע"מ (להלן: "קשת"), ישראל 10 – שידורי הערוץ החדש בע"מ (להלן: "ערוץ 10"), ערוץ המוסיקה הישראלית-מוסיקה 24 (להלן: "ערוץ 24") וערוץ 9 וש טלקנאל בע"מ (להלן: "ערוץ 9"); ואחריתם – איגודים עסקיים מתחום הפרסום בכללותו: איגוד חברות הפרסום בישראל ואיגוד המפרסמים בישראל.

עוד ביום 16.2.95 נחתם הסכם בין מרבית המבקשים¹ אליהם הצטרפה גם המועצה לשידורי כבלים ולווין (להלן: "ההסכם המקורי") ובו הוקמה "הוועדה הישראלית למדרוג", הפועלת ללא מטרות רווח וממומנת מכספי חבריה (להלן: "וועדת המדרוג" או "הוועדה"). עיקר תפקידה של

¹ ערוץ 10, ערוץ 24 וערוץ 9, שלא היו קיימים בשנת 1995, לא היו צד להסכם המקורי. לעומת זאת, חברת טלעד אולפני ירושלים בע"מ, הזכיינית השלישית באותה עת, הייתה צד להסכם המקורי ופרשה מהוועדה לאחר פקיעת זכייתה לשדר בערוץ 2.



רשות ההגבלים העסקיים

וועדת המדרוג הוא לערוך סקרי צפייה בשיטת מדי הצפייה (People Meter) עבור חבריה, וזאת באמצעות גורם חיצוני הנבחר במכרז. הוועדה מספקת לחבריה ולמשתמשים חיצוניים נתונים מגוונים (הלקוחים ממדגם) בדבר הרגלי הצפייה של הצופים השונים בתכניות הטלוויזיה. נתונים אלה משמשים את הפועלים בשוק הפרסום לקבלת החלטות מושכלות בנושא פרסום, ובראש ובראשונה – בקביעת שיבוצן ומחירן של פרסומות.²

ביום 11.07.95 הובא ההסכם המקורי לידיעת הממונה דאז, אשר סבר שהקמת מערך רייטינג אמין ויעיל עשויה לתרום רבות לניצול נכון יותר של המשאבים המושקעים בהפקת תכניות ובפרסום ולשפר את תנאי התחרות. בנסיבות אלה יצא לדרך ההסכם המקורי.

בשנת 2002 החליטו חברי וועדת המדרוג להתקשר ביניהם בהסכם להארכת ההסכם המקורי, אשר עיקר השוני בין ההסכמים היה בכך שהמועצה לשידורי כבלים ולווין הפסיקה את חברותה בוועדה, ומנגד, ערוץ 10, המתחרה החדש בשוק הטלוויזיה המסחרית, הצטרף להסכם ולוועדה (להלן: "**ההסכם הביניים**").

ביום 12.2.2004 העניק הממונה דאז פטור, כפוף להנחות יסוד, מן החובה לקבל את אישור בית הדין להגבלים עסקיים להסכם הביניים. הפטור הוענק לתקופה של חמש שנים, קרי- עד 2009. הממונה קבע בהחלטתו שתי הנחות בסיסיות אשר עמדו ביסודה של ההחלטה ליתן את הפטור: האחת, כי שיתוף הפעולה אינו חורג מן הפעילות לשמה הוקמה וועדת המדרוג, וכי אינו גולש לתחום מסחרי כלשהו; השנייה, כי המידע המופק על ידי וועדת המדרוג יהיה זמין לכל דורש, בכפוף להשתתפות בהוצאות.

2.2 הבקשה הנוכחית

בחודש פברואר 2007 הסתיים ההתקשרות בין וועדת המדרוג לבין הגורם המפעיל כיום את מערכת מדי הצפייה, ובכוונת הוועדה לנקוט בהליך מכרזי לבחירת מפעיל חדש.³ מאחר ותוקפו של הפטור הקיים הנו עד שנת 2009, ועל רקע ההכרה של חברי וועדת המדרוג כי לשם השגת תנאי התקשרות הולמים ישנו הכרח בהתקשרות עם הזוכה למספר שנים,⁴ החליטו החברים, **ביום 23.10.06**, להתקשר ביניהם בהסכם להארכת ההסכם הביניים (להלן: "**ההסכם החדש**"), וזאת בכדי להפיס את החשש כי מתמודדים פוטנציאליים יירתעו ואף יימנעו מהשתתפות במכרז אם לא

² בנוסף, נתוני המדגם משמשים לתמיכה בקבלת החלטות הנוגעות להכנת לוח שידורים ורכישת תוכן.

³ פרסומו של המכרז נדרש, בין היתר, לאור העובדה שחלק מחברי ועדת המדרוג כפופים לחוק חובת מכרזים, התשנ"ב-1992.

⁴ לדברי נציגי הוועדה, מורכבותה של המערכת וההשקעות הנדרשות בה, מחייבות בהיבט הכלכלי, משך התקשרות של מספר שנים. וודאות עסקית זו תגדיל, לשיטתם, את מספר המתמודדים במכרז ותשפר את הפעלת המערכת.



רשות ההגבלים העסקיים

יוברר כי ההסכם בין חברי וועדת המדרוג ימשיך לעמוד בתוקפו אף מעבר לשנת 2009. עיקר השוני בין ההסכם החדש להסכמים שקדמו לו הוא בכך שלאחר פקיעת זיכיונה לשדר בערוץ 2, טלעד אולפני ירושלים בע"מ פרשה מחברותה בוועדת המדרוג, ובהצטרפותם של הערוצים הייעודיים- ערוץ 9 וערוץ 24, להסכם ולוועדה.

3. השפעת ההסכם על התחרות

כפי שנכתב בהחלטת הפטור הקודמת, וועדת המדרוג מהווה מיזם משותף (joint venture) של המבקשים, החייב בקבלת אישור או פטור לפי החוק. מטרתו של מיזם משותף זה היא יצירת מידע זמין ואמין, אשר יאפשר לתכנן באופן מועיל יותר את מכלול הגורמים הפעילים בתחום הפרסום בטלוויזיה: שעת הפרסום, אורך הפרסומת, וכל כיוצא באלה. אין חולק, כי כתוצאה מקבלת הנתונים נשוא המיזם מתאפשר לתמחר באופן מדויק יותר את עלות זמן הפרסום וכי תמחור זה, המתבסס בעיקרו על נקודות הרייטינג, הינו מדד אובייקטיבי לתחרות. כך, המשדר משדר את התוכנית וזוכה לצפיה ברמה מסוימת הנמדדת לפי "הרייטינג" שלה, מוכר זמן פרסום במסגרת אותה התוכנית. חברות המדיה והפרסומאים- הם משרדי הפרסום, רוכשים את זמן הפרסום עבור לקוחותיהם המפרסמים- הן החברות המבקשות לפרסם את מוצריהן. אכן, אין חולק כי כיום הפך המיזם המשותף למודל נפוץ ומקובל לביצוע עסקאות, וכי יכול ויצמחו למיזם מהסוג הנדון יתרונות לא מבוטלים, אף כאשר הוא מתרחש בין מתחרים:

ראשית, המיזם המשותף מייצר למעשה **מוצר חדש שלא היה מצוי טרם הקמתו** – מידע מדויק אגרגטיבי וממוקד. מידע זה לא היה קיים קודם להקמת וועדת המדרוג. אכן, המיזם אינו יוצר נכס מוחשי במובן המילולי של יצירה, אך הוא "מייצר" (ולמעשה - חושף) ומעבד מידע שקודם לכן לא היה בידי הצדדים לו. מידע זה הינו מידע בעל ערך כלכלי רב, שכן הוא מאפשר כפי שכבר ציינתי לעיל תכנון מדויק ונכון יותר של תקציב הפרסום, וכפועל יוצא – תמחור מדויק יותר של זמן הפרסום.

שנית, "יצירת" המוצר החדש - השגת המידע - כרוכה מעצם טיבה וטבעה בעלויות רבות. אילו הועמסו עלויות אלה על כל אחד מחברי וועדת המדרוג – הייתה עלות השגת המידע (שבה היה נושא לבדו) עולה על התועלת המופקת מהן.

שלישית, אילו היה המידע האמור מושג על ידי אחד הצדדים למיזם בלבד – היה ערכו פוחת במידה רבה. הדעת נותנת כי במקרה כזה רב הסיכוי שהמידע היה נתפס כמוטה לטובת אותו גורם. בהקשר זה יש לזכור דווקא את הפן האנכי של ההסדר – היותו הסדר בין מוכרי זמן פרסום לרוכשי זמן פרסום. אילו היה כל המידע מצוי בידי הרוכשים (או מי מהם), ניתן להניח כי למוכרי זמן הפרסום היו חששות וספקות לגבי מהימנות המידע המשמש לקביעת מחירו של זמן הפרסום, ולהפך. שיתופם של שני הצדדים לעסקה במיזם מאפשר יצירת מעין "בורסה" של זמן פרסום, ומאפשר לכל הצדדים להסתמך על המידע המופק כדי לכלכל את צעדיהם.



רשות ההגבלים העסקיים

נמצא כי היותם של גורמים מכל "קצוות הקשת" (חלקם מתחרים, חלקם לקוחות וצרכנים) בחבירה בד בבד עם היות מושא האיסוף נתוני מדורג אובייקטיביים במהותם ובמצטבר לכך שבניית המערך והאיסוף מבוצעים על ידי קבלן חיצוני שאינו אדם קשור למי מן הצדדים – יוצרים איזון הולם המונע לצד קיומם של תנאים, עיוותים והטיות העלולים לשבש באופן ממשי את התחרות בשווקים.

המצב שבפנינו הוא מסוג המצבים שבהם המיזם המשותף נתפס ככלל כחיובי:

"Finally, information provisions involving intermediaries and customers as well as sellers often serve to make markets work more efficiently... good example of this is the reporting of securities and commodities prices of the various exchanges in most daily newspapers and on the internet, giving various classes of buyers and sellers access to reliable and timely market information. The result is that such markets presumably work quite efficiently and relatively few trades take place by uninformed buyers or sellers at prices that deviate significantly from the current market place...Indeed, although good market information does reduce search costs, the principal benefits occur when the consumers as well as producers have the information."⁵

יחד עם זאת, בצד היתרונות שבמיזם המשותף טמונות גם סכנות של ממש לתחרות. למעשה, מיזם משותף עשוי להקים שלושה חששות עיקריים לתחרות: (א) חשש להפחתת התחרות במישור היחסים שבין ההורים למיזם לבין המיזם עצמו; (ב) חשש להפחתת התחרות בין ההורים למיזם לבין עצמם; (ג) חשש כי המיזם המשותף יוביל לתיאומים אסורים בין ההורים למיזם לבין עצמם. להלן נפרט את החששות התחרותיים שבענייננו.

שווקי "הבית" של הורי המיזם – השותפים למיזם שבפני ממוקמים בחוליות שונות של תחום הפרסום: הן בצד המוכרים והן בצד הרוכשים של זמן פרסום בטלוויזיה. על הצדדים למיזם נמנים מספר שחקנים **בכל אחת משתי החוליות**, דהיינו – מתחרים זה לזה: זכייני ערוץ 2 וערוץ 10 הם דוגמא בולטת לכך. במובן זה מעורר המיזם, שעניינו בתחום התחרות בין הצדדים, **חשש תחרותי כפול** – הן לפגיעה בתחרות בין המתחרים הרוכשים זמן פרסום (כדוגמת איגוד המפרסמים בישראל ואיגוד חברות הפרסום בישראל)⁶ והן לפגיעה בתחרות בין מוכרי זמן

⁵ H. Hovenkamp, *Antitrust Law*, Volume XIII, P. 45-46

⁶ אשר כל אחד מהם בפני עצמו מאגד מספר מתחרים.



רשות ההגבלים העסקיים

הפרסום (דוגמת ערוץ 10 וזכייניות הערוץ השני).⁷ חששות אלה ממוקדים בפגיעה האפשרית בתחרות בין "ההורים" במיזם בשווקי "הבית" שלהם – שוק הטלוויזיה המסחרית מזה, ושוק שירותי הפרסום מזה. הקרבה הנוצרת עקב המיזם בין המתחרים בשווקים אלה ביחס לתשומה חשובה ומרכזית המהווה תשתית לפעילותם התחרותית אינה זניחה ואינה קלת ערך. ככל שעסקי המיזם המשותף הם בעלי משקל כלכלי רב יותר עבור הורי המיזם, אם בשל גודלו הכלכלי ואם בשל חיוניותו, ריסון התחרות בין בעלי המיזם המשותף, בשווקים האמורים, תהיה משמעותית יותר. יתרה מזאת, הניסיון הנצבר באכיפת דיני ההגבלים העסקיים מלמד כי ישיבה משותפת במיזם, מזמנת למתחרים היושבים יחדיו הזדמנויות שונות לדון בעניינים החורגים מענייני המיזם המשותף (Spill-over), ולעיתים אף לתאם עמדות בתחומים אחרים שבהם הם מתחרים.⁸ עם זאת, במיזם שלפנינו חברות, בחלק לא מבוטל שלו, גם רשויות שבדין. לכך חשיבות רבה בעיני: ישיבתם המשותפת של הגופים הפרטיים מחד, והרשויות שבדין מן הצד השני, מקשה על יכולתם של המתחרים החברים בוועדה לדון בעניינים החורגים מענייני המיזם המשותף, וממילא גם על הגבלת התחרות בתחומים מסחריים אחרים שבהם הם מתחרים. עוד בשנת 1995, עם מתן האישור להסכם המקורי, הזהיר הממונה דאז את הצדדים, כי "אין צריך לומר שפעילות משותפת זו אסור לה שתגלוש לעבר תחום מסחרי כלשהו, בוודאי לא לתחומים שבהם מתחרים הגורמים השונים המשתפים פעולה בהקמת מערך הרייטינג". כך נקבע גם בהחלטה משנת 2004. בשל האמור, קבעתי בהחלטתי זו תנאי האוסר על חברי הוועדה להעביר מידע שאינו מידע הדרוש לצורך פעילותה של הוועדה, וכן תנאי לפיו כל ישיבות הוועדה יתועדו בפרוטוקול שמי מלא.

לבסוף, במיזמים קיימים, כמו המקרה שלפנינו, לצד בחינת הפגיעה התחרותית המסתברת של המיזם, יש לבחון בנוסף, בראיה לאחור, את ההשפעות התחרותיות של המיזם בפועל (בדיקה Ex Post).

"As part of this examination, the Agencies ask about the business purpose of the agreement and examine **whether the agreement, if already in operation, has caused anticompetitive harm.**"⁹

⁷ ר' הרחבה לעניין חשש זה בקביעה על פי סעיף 43 – הסדר כובל בין חברות הסעה ביעדים תיור בע"מ; 2001 הגבלים עסקיים 3012980. בעמוד 11.

⁸ ר' הקביעה בעניין יעדים, ה"ש 7 דלעיל, וכן החלטה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח – 1988 בדבר מתן פטור בתנאים מאישור בית הדין להסדר כובל בין עשר חברות בעניין פעילות חברת יעדים תיור בע"מ; 2001 הגבלים עסקיים 3013693 בעמ' 5.

⁹ *Antitrust Guidelines for Collaborations Among Competitors*, Federal Trade Commission & U.S. Department of Justice (2000). Section 3.3



רשות ההגבלים העסקיים

המידע שבידי רשות ההגבלים העסקיים אינו כולל אינדיקציות, בעת הזו, כאילו המיזם היווה כר לחילופי מידע אסורים. **מובן הדבר כי כל חריגה של הצדדים בשיתוף פעולה כלשהו, בין בהתנהגות, בתיאומים או בהעברת מידע – החורגים ולו חריגה קלה מהפקת נתוני מדורג גרידא, מהווה הסדר כובל אסור שאינו פטור בזה.**

פן אחר של השלכות המיזם על התחרות בשווקי "הבית" של הורי המיזם עניינו באלה שאינם חברים במיזם. גורמים העוסקים בפרסום, שאינם חברים בוועדה, עלולים למצוא עצמם בנחיתות תחרותית אל מול החברים בוועדה, שכן **המידע המצוי בידי חברי הוועדה לא יהיה מצוי בידיהם, ולמצער – לא יהיה בידיהם באותו עיתוי ובאותו היקף, כך שלא יתאפשר להם להציע הצעות פרסומיות אטרקטיביות כמו אלו של החברים בוועדה.** בשל חשש זה נקבע כהנחת בסיס לפטור הקודם, שהמידע המופק על ידי הוועדה יהיה זמין לכל דורש בצורה שוויונית. תנאי זה עומד בעינו גם בהחלטת הפטור הנוכחית.

זאת ועוד. נגישותו של המידע למתחריהם של הצדדים למיזם, תלויה בין היתר, באפשרויות העומדות בפני גורם פלוני להצטרף כחבר בוועדת המדורג. ההסדר נשוא בקשת הפטור כולל מנגנונים שונים אשר נועדו לאפשר לגורמים נוספים להצטרף לוועדה כחברים מלאים או כחברים ייעודיים, בכפוף להשתתפות בהוצאות הוועדה,¹⁰ ואף כחברים נלווים זמניים ללא דרישה לתשלום חד פעמי.¹¹ בהיבט זה, על פני הדברים, **משפר ההסכם החדש את המצב התחרותי לעומת ההסכם המקורי ואף לעומת הסכם הביניים,** אשר לגבי זה האחרון לא נכללה בו האפשרות להיכנס לוועדה כ"חבר ייעודי" ולשלם תשלום מופחת יחסית לנדרש מחברות מלאה, או כ"חבר נלווה זמני"¹² ולשלם אף פחות מהנדרש מ"חבר ייעודי".

בהחלטה משנת 2004, הועלתה על ידי הממונה דאז השאלה - האם בפועל תנוצל אפשרות ההצטרפות.¹³ והנה, לאחרונה, בהמשך לשינויים ולהקלות שתוארו לעיל, התבשרנו על הצטרפותם של שני חברים חדשים לוועדה- הערוצים המסחריים הייעודיים, ערוץ 24 וערוץ 9. פשיטא, כי זוהי אינדיקציה, מצד החברים החדשים עצמם, לכך שחסימי ההצטרפות למיזם אינם כה טמירים. למצטרף חדש קיימת כיום בנוסף, בתנאי שיעמוד בקריטריונים הדרושים, האפשרות להצטרף כ"חבר ייעודי" ולשלם סכום מופחת.

¹⁰ ר' סעיפים 9.9, 11, 12.1 להסכם החדש.

¹¹ ר' סעיף 11.3.2 להסכם החדש.

¹² ר' הגדרה בסעיף 11.3 להסכם החדש- "גורם שידור ישראלי, שהנו ערוץ נישא המשדר במסגרת הטלוויזיה הרב-ערוצית, ואשר אינו משדר תשדירי פרסומת".

¹³ ר' סעיף 5 להחלטה מיום 12.2.2004: "אכן, אין לדעת אם בפועל תנוצל אפשרות ההצטרפות."



רשות ההגבלים העסקיים

מן ההסכם החדש ובמיוחד מהשינויים שהוכנסו בו בנוגע למגוון אפשרויות ההצטרפות לוועדה, מכניסתם של ערוצים 9 ו-24, ומהתייחסותה של וועדת המדרוג לפניות הרשות עולה, כי בכוונת הצדדים למיזם לאפשר למי שעדיין אינם צדדים למיזם כניסה חופשית לשורותיו (Open entry) תוך ניצול היתרונות הגלומים במיזם, ואף לפעול להגדלת מספר החברים בוועדה.¹⁴

על בסיס כלל עקרונות אלה, התניתי את הפטור הנוכחי בפתיחת החברות בוועדה בפני כל גורם מתחום השידור והפרסום, ללא כל הפליה מכל סוג שהוא ובתנאי שוויון מהותיים.

שוק המיזם - במקביל מעורר המיזם חשש לפגיעה **בשוק המיזם עצמו**: הורים למיזם משותף אינם נוטים להתחרות בו, שהרי תחרות כזו משמעה פגיעה באינטרסים שלהם עצמם.¹⁵ בהיות החברים במיזם גם עיקר הלקוחות הפוטנציאליים לרכישת נתוני מדרוג התכניות, הרי שאין צפויה תחרות של ממש למיזם זה. החבירה מאגדת את עיקר הביקושים, ולפיכך סביר להניח כי היקף חברים אשר כזה מפחית את הסיכוי להקמת מיזם מתחרה. בעניינינו, ההסכם עצמו (הן המקורי, הן הביניים והן החדש) כולל מספר הגבלות לעניין יכולתם של חברי המיזם להתחרות במיזם עצמו,¹⁶ אולם אף ללא הגבלות אלה, כל מיזם משותף – אף אם אין בו כבילה מפורשת – כולל כבילה משתמעת לפיה יימנעו הורי המיזם מתחרות במיזם עצמו.¹⁷ עמדה על כך כבוד השופט מרים נאור, בפסק הדין בעניין דטה קאר.

”כעיקרון כל מיזם משותף שולל מהצדדים את החופש להתחרות בו, אף אם אין בהסכם ההקמה הגבלה מפורשת על התחרות.”¹⁸

¹⁴ ר' בפתח להסכם החדש – "ולשם השגת מטרתה שואפת הוועדה הישראלית למדרוג **לצרף את מירב הגורמים והמשאבים** כדי לקיים את המערכת, לחזקה ולהגביר את יכולתה המקצועית לענות על צרכי המדידה.”

¹⁵ בנסיבות המתאימות, גם עשויות לחול מגבלות שבדין על תחרות בין הורי המיזם, דוגמת חובת תום הלב ביחסים ביניהם.

¹⁶ ר' לדוגמא סעיף 12.2 להסכם החדש, הקובע כי רכישת שירותי עיבוד נתונים שהופקו ממערכת המדרוג תיעשה מנותן השירותים הרלוונטי בלבד.

¹⁷ ר' ערר 1/97 **איסכור שירותי פלדות בע"מ ואח' נ. הממונה על הגבלים עסקיים ואח'**, דינים מחוזי לב(1), 64, פסקאות 8, 19, 20 לפסק הדין. מובן, כי כאשר מדובר במיזם משותף של מי שאינם מתחרים – לא בכח ולא בפועל – כי אז אין באיסור המשתמע להתחרות במיזם כדי לפגוע בתחרות.

¹⁸ ה"ע 465/96 **דטה קאר נ' הממונה על הגבלים העסקיים**, דינים מחוזי, כרך כו(6), 146.



רשות ההגבלים העסקיים

ניתן לטעון כי בשל חשיבותו של המדרוג לקבלת החלטות בתחום הפרסום ובתחום תכנון המדיה, עשויה הפחתת תחרות זו, שהיא ערטילאית משהו¹⁹ כדי להקנות כח שוק למיזם, ולפגוע בסופו של דבר בתחרות המשוכללת בתחום איסוף נתוני המדרוג.

אולם כפי שצינתי בהקשר זה, אין משמעות של ממש לנתוני מדרוג של מתחרה מסוים ללא השוואה לנתוני הרייטינג של מתחריו. **נתוני המדרוג שלו אינם בעלי ערך אלא בהשוואה לנתוני המדרוג של יתר המתחרים.** רק אז מתקבלת תמונה רחבה המאפשרת למפרסמים לקבל החלטה מושכלת אצל מי ומתי ברצונם לפרסם ומהי ההקצאה האופטימלית של תקציב הפרסום שבידם. כללו של דבר, פעילותם של המתחרים בנפרד כל אחד לגבי נתוניו שלו הייתה כרוכה בשכפול עלויות ובסופו של יום לא הייתה מניבה את תשתית המידע הדרושה, המגלמת ביסודו של דבר יתרונות לרשת. באמצעות המיזם המשותף מצליחים הצדדים לייצר מידע אגרגטיבי שקודם לא היה בנמצא. מידע זה מאפשר לשפר את המוצר המוגמר שמייצרים הצדדים (כל אחד בנפרד). אכן, להבדיל משיפור רגיל של מוצר הנעשה על ידי זה המייצרו, מושג השיפור הנוכחי על ידי שיתוף פעולה בין מתחרים.²⁰ החבירה היא המאפשרת נשיאה משותפת בנטל העלויות הנובעות מהשגת נתוני המדרוג, היא המונעת תופעה של ריבוי עלויות להשגת נתונים זהים במהותם והיא המונעת, לחילופין, תופעה של הנאת חנם (Free Riding). אין קיים "מצב טבע" בו כל משדר אוסף בעצמו את נתוני המדרוג שלו ושל מתחריו ונראה כי אין כל יתרון מובנה באיסוף פרטני כזה, על ידי כל מתחרה בגפו. אין משמעות הדבר כי לא תיתכן תחרות באיסוף נתוני הרייטינג. אך ברור הדבר כי לולא שיתוף הפעולה היו הצדדים מבזבזים עלויות כפולות, משולשות וכנראה שאף למעלה מכך בניסיון לאסוף את מלוא נתוני המדרוג של כולם.

4. סוף דבר

לאחר שנועצתי בועדה לפטורים ומיזוגים, ראיתי לנכון להשתמש בסמכות הנתונה לי בסעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים ולהעניק, בכפוף לתנאים שיפורטו להלן, את הפטור המבוקש למשך חמש שנים מהיום.

וזאת בתנאים הבאים:

¹⁹ בשונה מגריעה מתחרות קיימת – המדובר כאן במיזם שקם ליצירת מוצר חדש. אין קיימת בכגון דא כל וודאות כי לולא המיזם היה קם כלל גוף מתחרה.

²⁰ והשווה: *United States v. Penn-Olin Chemical Company et. Al.* (1964) 378 U.S. 158. ור' גם מ' מזרחי, **מיזם משותף כהסדר כובל**, משפטים כג (תשנ"ד) 231, בעמ' 216, וכן בפרק ו', בעמ' 233.



רשות ההגבלים העסקיים

1. וועדת המדרוג לא תעסוק בכל עיסוק או עניין להוציא מדידה או הפקה של נתוני צריכת הטלויזיה בישראל. הוועדה לא תעסוק בכל פעילות נוספת, אלא אם ניתן לכך אישור מראש ובכתב מהממונה.
 2. חבר בוועדת המדרוג לא יעביר כל מידע לחבר אחר, למעט מידע הדרוש לצורך פעילותה התקינה של הוועדה. מבלי לפגוע בכלליות האמור, חבר וועדה ימנע מהעברתו של מידע שיכול שתהא לו השפעה על התחרות. בכלל זה, צד לא יעביר מידע הכולל פרטים הנוגעים לתוכניות עסקיות כלליות או פרטניות; מידע הנוגע למחירים הנגבים או המשולמים, מידע הנוגע לרווחיות, ומידע על לקוחות.
 3. החברות בוועדת המדרוג תהיה פתוחה בפני כל גורם מתחום השידור והפרסום, ללא כל הפליה מכל סוג שהוא ובתנאי שוויון מהותיים. למען הסר ספק, אין בתנאי זה למנוע השתתפות שוויונית של חבר חדש במימון פעילותה השוטפת של הוועדה.
 4. המידע המופק על ידי וועדת המדרוג יהיה זמין לכל דורש בתנאי שוויון מהותי, הן מבחינת טיב, איכות או מחיר.
 5. השיטה ודרך הפקת נתוני סקרי הצפייה יוצגו במלואם לכל דורש וללא תמורה.
 6. כל הישיבות בוועדת המדרוג ובמליאותיה יתועדו בפרוטוקול שמי מפורט ומלא. פרוטוקול כאמור, יישמר במשרדי וועדת המדרוג, ויומצא לממונה תוך שבעה ימים ממועד דרישה מטעמה בעניין זה.
 7. כל ספק בדבר תחולתם של תנאים אלה, פרשנותם או בדבר דרך יישומם- יובא להכרעת הממונה.
- בהתאם לסעיף 15(א) לחוק ההגבלים העסקיים נתונה החלטתי זו לערר בפני אב בית הדין להגבלים עסקיים על ידי איגוד עסקי, ארגון צרכנים או כל אדם העלול להיפגע מההסדר הכובל עליו ניתן הפטור.

מרב בארי כלכלנית ראשית, משנה לממונה

בתוקף תפקידי כממלאת מקום הממונה על הגבלים עסקיים

ירושלים, כט' ניסן תשס"ז

17 אפריל 2007