



## רשות ההגבלים העסקיים

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

**מתן פטור בתנאים מאישור הסדר כובל**

**קבוצת הירש מדיה בע"מ, הצופה בע"מ, ישראלי ניוז בע"מ וידיעות**

**אחרונות בע"מ**

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 הפצה משותפת של עיתונים בתחנות הרכבת של רכבת ישראל בע"מ.

לאחר שבחנתי את ההסדר ואת הכבילות המצויות בו, כמו גם את השפעתם האפשרית על התחרות בשוק הרלוונטי, ולאחר שנועצתי בועדה לפטורים ולמיזוגים, שוכנעתי כי הכבילות אינן פוגעות פגיעה של ממש בתחרות בשוק כאמור, כי עיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה, וכי אין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו, וזאת בכפוף לתנאים המפורטים בהחלטה זו. בשל הנימוקים שיפורטו להלן מצאתי כי ההסדר ראוי לפטור בתנאים לפי סעיף 14 לחוק.

## 2. ההסכם

### 2.1 רקע

הצופה בע"מ וישראלי ניוז בע"מ (השניים ביחד עם חברת הירש מדיה בע"מ, להלן: "קבוצת ישראלי") הנם בעליו של זיכיון להפקתו של עיתון עבור נוסעי רכבת ישראל. הזיכיון ניתן לקבוצת ישראלי מכוח הסכם בינה ובין חברת רכבת ישראל בע"מ (להלן: "חברת הרכבת") מיום 13.9.2005 (להלן: "הזיכיון"; "הסכם הזיכיון"), וזאת לאחר שזו זכתה במכרז שהוציאה חברת הרכבת לשם כך (להלן: "המכרז").

הסכם הזיכיון הקנה לקבוצת ישראלי את הזכות להפיק עיתון כאמור וכן להציעו לציבור נוסעי הרכבת בתוך שטחי תחנות הרכבת של רכבת ישראל, לרבות הצבת מעמדים בשטחים אלה (להלן: "שטחי הרכבת"). ואכן, קבוצת ישראלי ניצלה זכות זו על מנת להפיץ את העיתון העונה לשם "ישראלי", עיתון אשר הופץ חינם לא רק בשטחי הרכבת, אלא גם בתחנות אוטובוס, צמתים מרכזיות וכו'. "ישראלי" מופץ ללקוחות חינם אין כסף, והוא היה סנונית ראשונה למשפחת עיתוני החינם, "חינמונים" בשפה הנוהגת, שהחלו להופיע בעת האחרונה. על משפחת החינמונים הצעירה נמנים גם "ישראל פוסט" (לשעבר "מטרו ישראלי") ו"ישראל היום".

בהתאם, הקימה ישראלי מערך הפצה מתאים, והיא מפיצה מאז את העיתון "ישראלי" בשטחי הרכבת. יצוין, כי בשטחי הרכבת נמכרים עיתונים נוספים מלבד "ישראלי", אולם זאת אך ורק ב-ד' אמותיהן של חנויות המצויות בשטחי הרכבת, וזאת להבדיל מ"ישראלי" המחולק על ידי דיילים המוצבים בנקודות רבות בשטחי הרכבת, שונות ומשתנות.

## 2.2 הבקשה הנוכחית

עניינה של הבקשה הנוכחית הוא בהסכם להפצה של עיתון חדש מבית היוצר של ידיעות אחרונות בע"מ, חינמון, (להלן: "העיתון החדש"; "ידיעות") על ידי קבוצת ישראלי בשטחי הרכבת (להלן: "ההסכם").

הרציונאל העומד בבסיס ההסכם הוא כי לקבוצת ישראלי מערך הפצה קיים בתוך שטחי הרכבת, אשר ערוך להפצת חינמונים. הפצה משותפת זו מאפשרת לצדדים ליהנות מיתרונות לגודל במערך ההפצה. שימוש במערך הפצה קיים, לשם הפצת עיתון נוסף, מורידה את העלות הממוצעת להפצת יחידת עיתון. ההסכם הנדון מאפשר חלוקת עלות ההפצה הקבועה, דוגמת דמי הזיכיון לרכבת ישראל, על שני עיתונים. לפיכך, ההסכם מגלם חלוקת נטל ההפצה בין שני העיתונים, באופן שמוזיל לשניהם עלויות אלו.

## 3. השפעת ההסכם על התחרות

שיתוף פעולה בין מתחרים בהפצת המוצרים, עשוי לעורר חששות תחרותיים כבדים ומהותיים. בין היתר, בהפצה משותפת טמון פוטנציאל ממשי לתיאום המחיר והכמות של המוצרים שיסופקו לשוק, זאת בין בעקיפין ובין במישרין. משכך, הפצה משותפת בידי מתחרים מזוהה בספרות ההגבלית כאחד הדפוסים המובהקים ליצירת קרטל.<sup>1</sup> גם בישראל כבר נפסק במספר מקרים כי הסדרים בין מתחרים להפצה משותפת היוו בסיס לתיאום מחירים או כמויות.<sup>2</sup>

עם זאת, בנסיבות המקרה, חששות אלה לא מתעוררים. בראש ובראשונה, אופיו של המוצר – עיתון המחולק בחינם – שולל את החששות של תיאום מחיר או כמות. ברי כי החשש מפני תיאום מחירים לא מתקיים כאן. כך גם בכל האמור לחשש להגבלת תפוקה, שהוא בן הלווייה של תיאום המחירים. הפחתת תפוקה מהווה כלי להעלאת מחיר המוצר, וכפי שראינו, הדבר עומד בסתירה

<sup>1</sup> W. M. Landes, *Harm to Competition: Cartels, Mergers, and Joint Ventures*, at COLLABORATIONS AMONG COMPETITORS (edited by E.M. Fox & J. T. Halverson) 23.

<sup>2</sup> ע"פ 845/02 מ"י תנובה מרכז שיתופי לשיווק תוצרת חקלאית לישראל בע"מ ואח', (טרם פורסם, ניתן ביום 10.10.07); ת"פ 209/96 מ"י נ' אהליך יעקב ואח', תק-מח 2002 (3) 708.

למאפייני המוצר כאן. בנוסף, וכפועל יוצא מכך שהכנסות החינמונים הן מפרסום בלבד, הרי שהגבלת תפוקה חותרת תחת ההיגיון המסחרי שמנחה עיתונים מסוג זה.<sup>3</sup>

בנוסף, גם היקפו המוגבל של שיתוף הפעולה כאן מפיג את החששות האמורים. במישור המוצר, שיתוף הפעולה מוגבל לשניים מתוך ארבעה ספקים של חינמונים.<sup>4</sup> במישור הגיאוגרפי, ההסדר מוגבל לתחנות הרכבת. סך פוטנציאל החלוקה של גיליונות בתחנות הרכבת תחום בהיקפו, והוא מחייב הפצה גם בנקודות נוספות.

יחד עם זאת, עולים בענייננו חששות מסוימים להגבלת התחרות, אשר נלווים בדרך כלל למיזמים משותפים בין מתחרים. מדבר בחששות אשר נמנים על ה"מעגל השני" של החששות התחרותיים – הפוטנציאל לגלישת שיתוף הפעולה אל מעבר לגבולות ההפצה המשותפת שנדונה כאן. בנסיבות כאן, חששות אלה פתירים בתנאים.

בשולי הדברים אציין כי במהלך בחינת ההסדר התעוררה הסוגיה האם מכלול ההבנות שבין רכבת ישראל לבין ישראלי מקנה לישראלי בלעדיות בתחנות הרכבת. ישראלי הציג בפני כי לעמדתו הוא אינו מחזיק בזכות להפצה בלעדית בתחנות הרכבת, ואף שלח לרכבת ישראל מכתב בו הוא מבהיר כי ידוע לו שההסכם עם רכבת ישראל לא מקנה לו בלעדיות וכי הוא לא יפעל למנוע הפצה של עיתונים או חינמונים אחרים בתחנות הרכבת.

נוכח האמור לעיל, מסקנתי היא כי ההסדר האמור – להפצה בתחנות הרכבת בלבד – עומד בתנאים הקבועים בדין למתן פטור, וזאת בכפוף לתנאים המפורטים בסוף החלטה זו.

#### **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.

#### **תנאים למתן הפטור:**

1. הצדדים ו/או מי מטעמם לא יקיימו ביניהם מגעים שאינם נובעים באופן הכרחי מההסכם.

<sup>3</sup> זאת עד לאותה תקרת תפוצה שבה התועלת מהפצת גיליון נוסף לא מתרגמת להכנסה מפרסום בשיעור שעולה על עלות הפצת העיתון הנוסף.

<sup>4</sup> אינני נדרשת להכריע בנסיבות כאן בשאלה האם חינמונים ועיתונים שנמכרים בכסף מלא נמנים על שוק רלוונטי אחד, כמשמעות המונח בדיני הגבלים עסקיים. גם תחת ההנחה המחמירה ביותר מבחינה תחרותית, לפיה החינמונים מהווים שוק נפרד (ומבלי שהדבר יהווה משום חייו דעה כי אכן מדובר בשוק נפרד), ההסדר הוא בין שניים מתוך ארבעה מתחרים.

2. בלי לגרוע מכלליות האמור בתנאי 1 לעיל, לא יידונו בין הצדדים או מי מטעמם וכן לא יועבר בין הצדדים ו/או מי מטעמם מידע כלשהו הנוגע לאיזה מהעניינים הבאים :
  - 2.1. התנאים בהם מסופקים שטחי פרסום, ו/או להתנהלות הצדדים או מי מהם מול מפרסם, לרבות משרד פרסום או חברת מדיה.
  - 2.2. כל עניין הנוגע לתוכן העיתון, ולרבות עניין הנוגע לתוכן פרטני של ידיעה מסוימת, היקף התכנים בעיתון או היקף סוג מסוים של תוכן בעיתון.
3. לא יתקיים בין הצדדים ו/או מי מטעמם שיתוף פעולה אחר בעניין כלשהו, לרבות ייצור עיתונים, עריכתם או שיווקם, אלא אם ניתן לכך אישור הממונה מראש ובכתב.
4. כל ספק בנוגע לתנאים אלה או לפרשנותם 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.

רונית קן

הממונה על הגבלים עסקיים

ירושלים, כ"ז חשון תשס"ח

8 נובמבר 2007