



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

בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל

להסדר בין חברת פרטנר תקשורת בע"מ לבין Orange Brand Services Ltd.

1- Orange SA

א. פתח דבר

לפני בקשה למתן פטור מאישור הסדר כובל לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן: "החוק" או "חוק ההגבלים העסקיים"), להסדר בין פרטנר תקשורת בע"מ (להלן: "פרטנר") לבין Orange Brand Services Ltd. ו-Orange SA (להלן ביחד: "אורנג'") וביחד עם פרטנר (להלן: "הצדדים"), שעניינו סיום השימוש במותג "Orange" בישראל על ידי פרטנר (להלן: "הסכם הפרידה").

לאחר שבחנתי את ההסדר ואת הכבילות המצויות בו, כמו גם את השפעתן האפשרית על התחרות בשווקים הרלוונטיים ולאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ולמיוזגים, שוכנעתי כי הכבילה אינה מגבילה את התחרות בחלק ניכר של שוק המושפע מן ההסדר, כי עיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה וכי אין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו. מטעמים אלו מצאתי כי כבילה זו ראויה לפטור לפי סעיף 14 לחוק. הנימוקים לכך יפורטו להלן.

ב. הצדדים להסדר

פרטנר היא חברה ציבורית אשר נסחרת בבורסה לניירות ערך בתל אביב ובנאסד"ק. מניותיה של פרטנר מוחזקות בידי חברת ס.ב. ישראל טלקום בע"מ (32%),¹ בידי גופים מוסדיים שונים (שלכל אחד מהם שיעור החזקה נמוך מ-5%) ובידי הציבור (48.72%). פרטנר עוסקת באספקת שירותי תקשורת שונים בישראל, בהם הפעלת רשת סלולרית בפריסה ארצית, מתן שירותי טלפוניה ניידת, שירותי טלפוניה בינלאומית, שירותי אינטרנט, תמסורת ותקשורת נתונים. מאז הקמתה ועד ראשית שנת 2016 עשתה פרטנר שימוש במותג "Orange" למיתוג שירותיה.

אורנג' היא חברה ציבורית הרשומה בצרפת שהוקמה על בסיס חברת התקשורת הניידת המסורתית של צרפת – France Telecom.² אורנג' פועלת בתחום מתן שירותי תקשורת שונים, ניידים וניידים, במדינות רבות בעולם, כאשר עיקר פעילותה ברחבי העולם נעשית תחת המותג "Orange". אורנג' פועלת בישראל גם בתחום טכנולוגיית המידע (IT) באמצעות החזקה במספר חברות הייטק.

¹ בבעלות של מר חיים סבן.

² בשנת 2013 שינתה החברה את שמה הרשמי מ-France Telecom ל-Orange.



ג. ההסדר והכבילות המצויות בו

הסכם הפרידה בו עוסקת החלטה זו מביא לסיומה של התקשרות משנת 1998 בין אורנג' לפרטנר במסגרתה ניתן לפרטנר רישיון לעשות שימוש במותג "Orange" בישראל. במהלך השנים תוקן והוארך ההסכם מספר פעמים (להלן ביחד: "**הסכם הרישוי**"). על בסיס הסכם הרישוי ותיקוניו מיתגה פרטנר את שירותיה תחת השם "Orange".

ביום 3.6.15 הביע מנכ"ל אורנג' במסיבת עיתונאים שנערכה בקהיר את רצונה של החברה לסיים את קשריה העסקיים עם פרטנר. לטענת הצדדים, התבטאות זו הובילה לקריאות ברשתות חברתיות לנטוש את פרטנר וחייבה את החברה לנקוט מהלכים על מנת למנוע נטישת לקוחות. על רקע זה התגלע סכסוך בין פרטנר ואורנג' ולאחר משא ומתן ביניהן חתמו הצדדים, ביום 26.6.15, על הסכם הפרידה אשר נועד להסדיר את סיום השימוש במותג אורנג' על ידי פרטנר. בהמשך לכך מסרה פרטנר לאורנג' הודעה על ביטול הסכם הרישוי, ובראשית שנת 2016 השיקה פרטנר את המותג החדש שלה – "Partner".

בהסכם הפרידה הוכנסו כבילות שעניינן התחייבות אורנג' שלא לעשות שימוש בישראל במותג "Orange", ולא להעניק רישיון או רשות לאחר להשתמש במותג בישראל, בקשר עם שירותי תקשורת (Telecommunication),³ וזאת למשך ארבע שנים. תקופה זו מהווה הארכה של תקופת אי שימוש במותג שנקבעה בהסכם הרישוי, לטענת הצדדים ההארכה נדרשה לאור נסיבות הפסקת השימוש במותג.

הסכם הפרידה המקורי שהונח בפני כלל גם התחייבות של אורנג' כי לא תתחרה בפרטנר בישראל בתחומי הפעילות של פרטנר במקביל להתחייבותה שלא להעניק זכות שימוש במותג כאמור, אולם בעקבות הערותי בוטלה הכבילה העוסקת בכך.

ד. השפעת ההסדר על התחרות

הסכם הרישוי כונן קשרים עסקיים רבי שנים בין אורנג' לפרטנר שעניינם השימוש במותג "Orange", בהתאם להסכם זה השקיעה פרטנר הון ומשאבים בפיתוח המותג בישראל. מעמד המותג בישראל הוא, אפוא, במידה רבה פרי מאמציה של פרטנר. בהתאם לכך, הוכנסה, כאמור, כבר בהסכם הרישוי תניה המכוונת תקופת אי שימוש במותג "Orange" בישראל לאחר שיובא ההסכם לכדי סיום. דיני ההגבלים העסקיים מכירים בתניות מאין זו, לתקופה מוגבלת, כאשר אלו נועדו למנוע "הנאת חינם" (Free Riding) ובכך לפגוע בתמריץ להשקיע ולפתח את המותג לכתחילה.⁴

³ לכבילה זו נקבע סייג, לפיו תוכל אורנג' להשתמש במותג "אורנג'" לצרכי פעילות מו"פ וחדשנות בלבד, החל מהמועד שבו יחלפו 12 חודשים ממועד השקת המותג החדש על ידי פרטנר.

⁴ Hovenkamp, Antitrust Law, Volume XII (2nd ed.) ¶2134b2.



משך הזמן בו תהיה כבילה זו בתוקף קוצר בעקבות דין ודברים עם הצדדים והועמד על ארבע שנים. תקופה זו משקפת את ההשקעה הרבה של פרטנר בפיתוח המותג, את משך ההתקשרות הארוך ואת נסיבות הפרידה שפורטו לעיל.⁵

בתחום התקשורת, והסלולר בפרט, קיימים מותגים נוספים – הן כאלה שפועלים בישראל והן מותגים בינלאומיים אחרים (כדוגמת: Vodafone, T-Mobile, Telefonica) ומכאן שהגבלת השימוש במותג "Orange" אינה מגבילה את התחרות בחלק ניכר של שוק המושפע מן ההסדר. יחד עם זאת ראוי להבהיר, שפטור זה ניתן אך ורק לכבילה שעניינה השימוש במותג "Orange". החלטה זו אינה מתירה התחייבות כלשהיא לאי תחרות מצידה של אורנג' בישראל, אלא לשימוש במותג "Orange" בלבד וגם זאת רק בפרק הזמן האמור לעיל.

ה. סוף דבר

לאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ומיזוגים, ראיתי לנכון להשתמש בסמכות הנתונה לי בסעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, ולהעניק את הפטור כמבוקש לכבילה הנוגעת לאיסור שימוש של אורנג' במותג "Orange" למשך ארבע שנים.

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.

אורי שוורץ

מ"מ הממונה על ההגבלים העסקיים

ירושלים, ט"ו אלול תשע"ו

18 ספטמבר 2016

⁵ השוו': כללי ההגבלים העסקיים (פטור סוג למיזמים משותפים), התשס"ו-2006 ס' 2(ב)(8); כללי ההגבלים העסקיים (פטור סוג לכבילות נלוות למיזוגים), התשס"ט-2009 ס' 3.