



רשות ההגבלים העסקיים

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

בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל

להסדר בין יוניברסל מקקאן ישראל בע"מ וגליקמן נטלר סמנסוב חברה לפרסום

בע"מ

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 בין יוניברסל מקקאן ישראל בע"מ (להלן: "יוניברסל") לבין גליקמן נטלר סמנסוב חברה לפרסום בע"מ (להלן: "גליקמן"). בהתאם להסדר רוכשת גליקמן שירותי ייעוץ, תכנון ורכישת מדיה מאת יוניברסל.

לאחר שבחנתי את ההסדר, כמו גם את השפעתו האפשרית על התחרות בשווקים הרלוונטיים, ולאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ולמיזוגים, שוכנעתי כי הכבילות שבהסדר אינן פוגעות פגיעה של ממש בתחרות בשווקים המושפעים מן ההסדר, כי עיקרו של ההסדר אינו בהפחתת התחרות או במניעתה, וכי אין בו כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרו. מטעמים אלו מצאתי, כי ההסדר ראוי לפטור לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן: "החוק"), בשל הנימוקים שיפורטו להלן.

2. ההסדר והצדדים לו

יוניברסל עוסקת במתן שירותי ייעוץ, תכנון ורכישת מדיה, כאשר עיקר שירותיה ניתנים בראש ובראשונה לחברת האם שלה, משרד הפרסום מקקאן אריקסון בע"מ (להלן: "מקקאן"), המחזיק בכל הזכויות ביוניברסל. יוניברסל ומקקאן הן השחקניות המובילות כל אחת בתחום פעילותה היא.

גליקמן הוא משרד פרסום, אשר אינו נמנה עם משרדי הפרסום הגדולים בארץ. על בעלי המניות בו נמנים ה"ה חנן גליקמן, דני נטלר, גיל סמסונוב, ואחרים.

עניינו של ההסדר מושא החלטה זו הוא בהסדר על פיו גליקמן רוכש באופן לא בלעדי שירותי ייעוץ, תכנון ורכישת מדיה מאת יוניברסל עבור לקוחותיו. ההסדר יוצר זיקה אופקית בין משרדי פרסום המתחרים זה בזה, וכן מרכז בידיה של יוניברסל כוח ברכישת מדיה פרסומית.

3. תחום רכש המדיה הפרסומית והשפעת ההסדר על התחרות בו

תחום רכש המדיה הפרסומית נבחן לא אחת על-ידי הממונה על הגבלים עסקיים (להלן: **"הממונה"**), וזאת, בין היתר, במסגרת בקשות לפטורים לפי סעיף 14 לחוק. חברות העוסקות בתחום מתמחות ברכישת שטח או זמן פרסום באמצעי המדיה השונים – טלוויזיה, רדיו, עיתונות, שילוט חוצות וכו' בעבור מפרסמים. תחום רכש המדיה הפרסומית מאופיין בשיתופי פעולה, בין על דרך של הקמת מיזמים משותפים לרכש מדיה מיסודם של משרדי פרסום, בין על-ידי התקשרות עם משרד פרסום הרוכש מדיה בעצמו או באמצעות חברה בבעלותו. כמו כן קיימות חברות המתמחות ברכש מדיה, אשר אינן קשורות בקשרי בעלות עם משרדי פרסום. שיתופי פעולה אלה מאופיינים על דרך הכלל בפן אנכי, במובן זה שהם מספקים תשומה הנדרשת למשרדי הפרסום. לעיתים, כאשר שיתוף הפעולה הוא בין מי שהם מתחרים בתחום הפרסום, מצוי בו גם פן אופקי.

בעבר, עת היה שוק רכש המדיה שוק מבוזר, ניתנו פטורים למיזמי רכש מדיה, תוך עמידה על כך שריכוז כוח הקנייה של משרדי הפרסום יאפשר להם ליהנות מיתרונות לגודל ברכישת מדיה, ולגלגל יתרונות אלה אל הלקוח המפרסם.¹ פטורים אלה ניתנו, כל עוד שיתוף הפעולה ברכש תשומה אינו מביא לריכוז של כוח מונופסוני. לרכישה המשותפת נודעת השפעה פרו תחרותית, בהיותה משפרת את כושר התחרות של הגורמים החוברים לרכישה המשותפת.

אולם, עם חלוף הזמן החלה מגמה של עלייה בריכוזיות בשוק. אגב בקשת פטור שהונחה לפניו, מצא הממונה כי צירוף נתחי השוק של יוניברסל ושל הצדדים לאותה בקשה – יונייטד מדיה (ר.ש. 2005) בע"מ (להלן: **"יונייטד"**), אי.פי.גי ראובני פרידן בע"מ (הקשורה עם יוניברסל בקשרי בעלות) ושלמור אבנון עמיחי פרסמואים בע"מ – ברכש מדיה, התקרבו למימדים מונופוליסטיים.

במסגרת בדיקת בקשת יונייטד, בחן הממונה את השינויים שחלו בשיעורי עמלות היתר, אשר משולמות על-ידי ערוץ הטלוויזיה לחברת רכש המדיה, כפונקציה של היקף המדיה הפרסומית שנרכשת בשנה על-ידי חברת רכש המדיה מידי הערוץ הרלוונטי. מהממצאים שהונחו בפני הממונה עלה כי בעקבות מגמת ההתרכזות שחלה בשוק חל גידול תלול בשיעורי עמלות היתר. בהתאם, לנוכח הפגיעה שהייתה בתחרות בשוק רכש המדיה הטלוויזיונית ובציבור, ולנוכח

¹ החלטה מיום 1.6.2005 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 וליניאל די.די.בי. בע"מ **הגבלים עסקיים** 5846.

העובדה שהסדר יונייטד היה צפוי להגביל באופן משמעותי את התחרות בחלק ניכר מהשוק לו הוסיף להתקיים, הוחלט שאין מקום לחדש את הפטור שעל-פיו פעלה יונייטד.²

בחינה של הענף כיום מלמדת על שינוי במגמת ההתרכזות שזוהתה בעבר. בפרט, מהנתונים המצויים בידי הרשות עולה כי כוח הרכישה המרוכז נכון להיום בידיה של יוניברסל (לרבות זה הנובע לה מהקשר עם גליקמן) אינו מעורר חשש לפגיעה בתחרות בתחום רכש המדיה. בנסיבות אלה, מתקיימים היתרונות הכרוכים בריכוז כוח הרכישה, ובפרט השיפור בכושר התחרות של הגורמים החוברים לרכישה המשותפת, עליהם עמד הממונה, בין היתר, בהחלטה הנזכרת בעניין TMF. ברי אם כן, כי עיקרו של ההסדר הכולל אינו בהפחתת התחרות או במניעתה. יש לזכור כמובן, כי פטור זה (כמו גם שיתופי פעולה אחרים בתחום רכש המדיה) ניתן לפרק זמן קצוב, וככל שיתברר בעתיד כי מגמת ההתרכזות בתחום מרימה שוב את ראשה ישקלו הדברים שוב.

אוסף עוד כי לנוכח מאפייניו של תחום הפרסום, ובכלל אלו ריבוי השחקנים בו, לא ראיתי כי קיים חשש לפגיעה בתחרות בתחום זה כתוצאה מהקשר הנוצר ביניהן, דרך יוניברסל. בפרט אציין, כי החבירה בין מקאן לבין גליקמן, שהוא משרד פרסום קטן יחסית הפועל בשוק מבוזר, אינה צפויה לגרוע מהתחרות הקיימת בתחום הפרסום.

לאור כל אלה, סברתי כי אין מניעה ממתן הפטור המבוקש.

5. סוף דבר

לאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ומיזוגים, ראיתי לנכון להשתמש בסמכות הנתונה לי בסעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים ולהעניק את הפטורים המבוקשים. תוקפו של פטור זה לשלוש שנים מהיום. בהתאם לסעיף 15(א) לחוק, נתונה החלטתי זו לערר בתוך 45 יום בפני אב בית הדין להגבלים עסקיים על-ידי איגוד עסקי, ארגון צרכנים או כל אדם העלול להיפגע מההסדר הכולל עליו ניתן הפטור.

בועז גולן

ממלא מקום הממונה על הגבלים עסקיים

ירושלים, י"ח כסלו תשע"א

25 בנובמבר, 2010

² החלטה מיום 14.8.2008 בדבר אי-מתן פטור מאישור הסדר כובל להסדר בין: אי.פי.גי.י ראובני פרידן בע"מ, שלמור אבנון עמיחי פרסומאים בע"מ ויונייטד מדיה (ר.ש. 2005) בע"מ, ועוד.