



רשות ההגבלים העסקיים

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

בדבר מתן פטור מאישור הסדר כובל

להסכמים בין די.בי.אס. שירותי לוויין (1998) בע"מ לבין אי.אס.אי מדיה בע"מ,
קולטאקט מוקדים בע"מ, אליאור ביטון, תומר ביטון, גלעדי יצחק ודוד והאבה

1. פתח דבר

ביום 29 בינואר 2009 הונחה בפניי בקשה למתן פטור לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן: "חוק ההגבלים העסקיים או החוק"), להסכמים בין די.בי.אס. שירותי לוויין (1998) בע"מ (להלן: "Yes") לבין שישה גורמים המשווקים את מרכולתה¹ (להלן יחד: "המשווקים"), אשר נועדו להסדיר את מתן שירותי השיווק על ידי המשווקים ל-Yes (להלן: "ההסכמים").

לאחר שבחנתי את ההסדרים ואת הכבילות המצויות בהם, כמו גם את השפעתם האפשרית על התחרות בשוק הרלוונטי, ולאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ולמיזוגים, שוכנעתי כי הכבילות אינן מגבילות את התחרות בחלק ניכר של השוק המושפע מן ההסדרים, כי עיקרם של ההסדרים אינו בהפחתת התחרות או במניעתה, וכי אין בהם כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרם. מטעמים אלו ראויים ההסדרים לפטור לפי סעיף 14 לחוק בשל הנימוקים שיפורטו להלן.

2. ההסכמים

2.1 הצדדים להסכמים

Yes הינה חברה פרטית העוסקת באספקת שירותי העברת שידורי וידאו וטלוויזיה באמצעות לוויין למנויים בישראל.

המשווקים הם ארבעה עוסקים מורשים ושתי חברות, העוסקים, בין היתר, בשיווק שירותיה של Yes וגיוס לקוחות חדשים עבורה. קולטאקט מוקדים בע"מ לא מספקת שירותי שיווק לשום גורם נוסף, מלבד Yes; אי.אס.אי מדיה בע"מ מספקת שירותי שיווק גם לבזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ ("בזק"); אליאור ביטון מספק שירותי שיווק לחברת 012 סמייל תקשורת בע"מ ("012 סמייל");

¹ כמפורט בכותרת.



רשות ההגבלים העסקיים

תומר ביטון מספק שירותי שיווק לבזק בינלאומי בע"מ ("בזק בינלאומי"); דוד והאבה מספק שירותי שיווק לבזק ובזק בינלאומי; יצחק גלעדי מספק שירותי שיווק לבזק ו-012 סמייל.

2.2. תיאור ההסכמים

ההסכמים נשוא החלטה זו נועדו להסדיר את מתן שירותי השיווק על ידי המשווקים ל-Yes.²

על פי ההסכמים, המשווקים ינהלו מערך שיווק נפרד במסגרתו יקדמו את מכירותיה של Yes באמצעות נציגי שטח ו/או מוקד טלפוני ו/או עמדות מכירה ויחתימו לקוחות על מסמכי ההתקשרות עם Yes. "מסמכי ההתקשרות" מוגדרים בהסכמים כמסמכים המהווים את הסכם ההתקשרות בין Yes ללקוחותיה כפי שישונו מעת לעת על ידי Yes, לרבות נספחי מבצע כפי שינוסחו מעת לעת על ידי Yes. ההסכמים אינם מוגבלים בזמן. יחד עם זאת, כל צד רשאי להביא את ההסכם לסיומו בהודעה מוקדמת בכתב.

2.3. הכבילה שבהסכמים

על פי ההסכמים, התחייבו המשווקים שלא להימצא במצב של ניגוד עניינים בין ביצוע התחייבויותיהם על פי ההסכמים לבין כל עניין אחר שיש להם. בין היתר, התחייבו המשווקים, כי יימנעו במשך תקופת ההסכם הרלוונטי ולמשך שישה חודשים ממועד סיומו מליתן שירותים דומים, בתחומי מדינת ישראל, לכל אדם או גוף העוסקים בהספקת שידורי טלוויזיה רב ערוציים.

הצדדים הצביעו בבקשתם על כבילה נוספת הקיימת, להבנתם, בהסכמים, אשר נוגעת להתחייבות המשווקים להציע את חבילות הצפייה של Yes בתנאים שתקבע האחרונה. ספק בעיני אם התחייבות זו, בנוסחה הנוכחית, מהווה כבילה. כאמור לעיל, כל אשר קובעים ההסכמים בעניין זה, הוא כי המשווקים יחתימו את הלקוחות על מסמכי ההתקשרות עם Yes, אשר נוסחו על ידי Yes. בנסיבות העניין, ספק אם ניתן לראות בהתחייבות זו כבילה שיש להכשירה באמצעות מערך ההגבלים העסקיים.

3. בחינת הכבילה

ביום 15 במאי 2008 ניתנה החלטת פטור להסכם דומה בין Yes לבין משווקת שלה, אליל 2000 ניהול שיווק בע"מ,³ (להלן: "ההחלטה הקודמת").

² נוסח ההוראות הרלוונטיות אחיד בכל ההסכמים.



רשות ההגבלים העסקיים

בהחלטה הקודמת צוין, כי על פי הנתונים שנמסרו על ידי Yes, זו משווקת את שירותיה במגוון ערוצי פרסום וגם באמצעות גופי השיווק של החברה. רק חלק קטן מפעילות השיווק של Yes מתבצע באמצעות משווקים. עוד צוין שם, כי אף אחד מהמשווקים לא נהנה מהתחייבויות לבלעדיות מצד Yes.⁴ עניין זה נתמך בטענות הצדדים בבקשתם הנוכחית. על כן, על פני הדברים, אין בהתחייבות המשווקים לבלעדיות כלפי Yes כדי לפגוע בתחרות התוך-מותגית (intrabrand), אשר ממילא אינה במוקד עניינם של דיני ההגבלים העסקיים.

זאת ועוד, לא מצאתי כי יש בהתחייבויות של המשווקים כדי לפגוע, פגיעה של ממש, בתחרות הבין-מותגית (interbrand) שבין Yes לבין מתחריה. מהמידע שנמסר ע"י מתחרתה העיקרית של Yes, חברת HOT מערכות תקשורת בע"מ, במסגרת ההחלטה הקודמת, עולה, כי גם היא פועלת באמצעות משווקים החל משנת 2005, כי אין זהות בין המשווקים של שתי החברות, וכי גם אצל HOT אחוזי המכירות של המשווקים אינם משמעותיים.

בבקשת הפטור מציינים הצדדים כי במסגרת שירותי השיווק ייחשפו המשווקים למידע מסווג ורגיש של Yes, הכולל, בין היתר, מידע לגבי מחירים ופרטי הלקוחות הקיימים, לרבות פרטי מבצע הצטרפות בו בחרו, מועד סיומו והעדפות הצפייה שלהם. מדובר, לדברי Yes, במידע רגיש שחשיפתו למתחריה עלול להביא לפגיעה משמעותית בחברה.

יש בצירוף שני הנימוקים דלעיל, העדר החשש לפגיעה בתחרות מחד והאינטרס העסקי של Yes לשמור על סודותיה המסחריים מאידך, כדי לתמוך בקבלת עמדת הצדדים בבקשת הפטור.

4. סוף דבר

לאחר שבחנתי את ההסדרים ואת הכבילות המצויות בהם, כמו גם את השפעתם האפשרית על התחרות בשוק הרלוונטי, ולאחר שנועצתי בוועדה לפטורים ולמיזוגים, שוכנעתי כי הכבילות אינן מגבילות את התחרות בחלק ניכר של השוק המושפע מן ההסדרים, כי עיקרם של ההסדרים אינו בהפחתת התחרות או במניעתה, וכי אין בהם כבילות שאינן נחוצות למימוש עיקרם. לפיכך מצאתי לנכון להשתמש בסמכות הנתונה לי בסעיף 14 לחוק ולהעניק את הפטור המבוקש.

³ הגבלים עסקיים, 5000843.

⁴ כאמור, הבלעדיות הינה חד צדדית - מצד המשווקים כלפי Yes.



רשות ההגבלים העסקיים

החלטתי זו נתונה לערר בתוך 45 יום בפני אב בית הדין להגבלים עסקיים על ידי איגוד עסקי, ארגון צרכנים או כל אדם העלול להיפגע מההסדרים הכובלים עליהם ניתן הפטור.

בועז גולן

ממלא מקום הממונה על הגבלים עסקיים

ירושלים, ט' אדר, תשס"ט

5 מרץ, 2009