

א.ש. שמרון, י. מלכו, פרסקי ושות'
משרד עורכי-דין
E.S. SHIMRON, I. MOLHO, PERSKY & CO.
LAW OFFICES
מייסד: ארוין ש. שמרון 1919-1978

מגדל פלטינום, רח' הארבעה 21, תל-אביב 64739
טל: 972-3-685-3685; פקס: 972-3-6853-853
דואל: officeta1@smplaw.co.il

הגן הטכנולוגי, מנחת, בנין 1, ירושלים, 91487
טל: 972-2-649-0649; פקס: 972-2-649-0659
דואל: officeim1@smplaw.co.il

תל אביב, 24 בפברואר 2015

לכבוד
הוועדה להסדרת הרגולציה על השידורים
משרד התקשורת
רח' יפו 23
ירושלים

בדוא"ל

א.ג.נ.,

הנדון: תגובת ערוץ הקניות למסקנות הביניים של הוועדה

בשם כ.י.ד. ערוץ הקניות בע"מ, בעל רישיון מיוחד לשידורי כבלים ומי שמפיקה ומשדרת ערוץ קניות בשידורי הכבלים והלווין (להלן: "הערוץ" או "בעל הרישיון" או "החברה"), אנו מתכבדים למסור את תגובת ערוץ הקניות לכיוונים ומסקנות ביניים של הוועדה להסדרת הרגולציה בשידורים מיום 3.2.2016. לאור חשיבות מקנות הוועדה לעתידו של ערוץ הקניות, מבקש הערוץ גם להופיע בפני הוועדה על מנת להשמיע את עמדתו.

א. רקע – ערוץ הקניות

1. מרשתנו מפעילה את ערוץ הקניות מאז 1995, עת זכתה במכרז שערך משרד התקשורת להפעלת ערוץ קניות בשידורי הטלוויזיה בכבלים. עם תחילת שידורי הלווין בסוף שנות ה-90, הורחב רישיון ערוץ הקניות ושולבו הוראות ברישיון חברת הלווין המחייבות את העברת ערוץ הקניות גם בשידורי הלווין. מתחילת שנת 2008 פועל הערוץ כבעל רישיון מיוחד בשידורי הכבלים.

2. ערוץ הקניות פועל כחנות טלוויזיונית לשירות הציבור הרחב, ומציע את מוצריו בביתו של הצרכן 24 שעות ביממה, 7 ימים בשבוע. בערוץ מוצעים למכירה מוצרים רבים ומגוונים משלל תחומים, לרבות חשמל, אלקטרוניקה, רהיטים, תכשיטים, ספורט ועוד. לצד צמיחה בהיקפי פעילותו, הקפיד הערוץ לשפר את השירות לציבור הצופים ולמסור להם מידע מרבי על המוצרים או השירותים הנמכרים בו. הערוץ מפעיל מרכזי שירות בערים הגדולות, המשמשים הן כמרכזי תמיכה ביחס למוצרים שנמכרו במכר מרחוק, והן כחנויות בהן יכולים לקוחות להתרשם ישירות מהמוצרים. אותם מרכזי שירות משמשים גם כנקודות לאיסוף מוצרים עבור לקוחות המעוניינים בכך וכן כנקודות להחזרת מוצרים,

- במידת הצורך. בנוסף למוצרים הנמכרים במקומות אחרים בארץ, מוכר ערוץ הקניות גם מוצרים המיובאים על ידו באופן בלעדי במחירים השווים לכל נפש, ללא פערי תיווך.
3. ערוץ הקניות מעסיק כ-190 עובדים, ומקפיד על העסקת כוח אדם מקצועי ועל הכשרה מתמדת של עובדיו. בישראל כ-1.4 מיליון בתי אב המחוברים בטלוויזיה הרב-ערוצית. מתוכם, למעלה משני שליש (כ-1,000,000) רכשו מוצרים מערוץ הקניות. כ-50% מלקוחות ערוץ הקניות הם לקוחות קבועים, שביצעו מספר רכישות מהערוץ. כ-80% ממכירות הערוץ נעשות לאותו ציבור של לקוחות קבועים ומרוצים. שיעורים אלה מעידים על האמון הרב אשר רוחשים הלקוחות לערוץ הקניות ועל רמת שביעות הרצון שלהם. גם במונחי צפייה, מתברר כי 56% מבתי-האב המחוברים צופים בערוץ, ו-20% מתוכם צופים בערוץ בכל יום. שביעות רצון הצופים נלמדת גם מסקרי דעת קהל.
4. ערוץ הקניות מסייע במיוחד לאוכלוסיות שדרכים אחרות לרכישות מוצרים כאלה בעייתית עבורם: נכים וקשישים המוגבלים בתנועתם, שאינם יכולים לבקר בקניונים; קשישים ואחרים שאינם מיומנים בשימוש אינטרנט; תושבי פריפריה שאינם קרובים, מבחינה גיאוגרפית, למרכזי הקניות הגדולים. ברשות הערוץ סטטיסטיקה המצביעה על שיעור גבוה יחסית של אוכלוסיות אלה מבין לקוחותיו.
5. בשנים האחרונות מתמודד ערוץ הקניות עם תחרות הולכת וגוברת מצד שירותי מכירה אינטרנטיים, ובפרט אתרי מכירות סיניים דוגמת Ali Baba ודומיו שאינם כפופים כמובן לאסדרה ואשר מוכרים במחירים זולים סחורה ללא ערבויות למקורה או לאיכותה. בשנה שעברה ספג הערוץ, לראשונה זה יותר מחמש עשרה שנה, הפסדיים, והשנה הנוכחית מסתמנת אף היא כבעייתית.
6. התחרות קיימת לא רק מצד אתרי מכירה אינטרנטיים כאמור לעיל, אלא מריבוי הערוצים המשודרים כיום בטלוויזיה הרב-ערוצית, מחלופות הצפייה האינטרנטיות הרבות, הכוללות הן חברות תקשורת ישראליות המציעות תוכן במתכונת של OTT (over the top), והן אתרים/שירותים בינלאומיים הזמינים ברשת. בצד אלה גברה התפוצה והפופולריות של טכנולוגיות ושירותים המאפשרים צפייה נדחית וצפייה לפי דרישה. כל אלה מהווים שינוי דרמטי לעומת תמונת השוק כאשר ערוץ הקניות קיבל את רשימו. ריבוי הערוצים והפלטפורמות מקשה על משיכת צופים ומייקר את עלויות שידור הערוץ, כאשר הקושי גובר משנה לשנה.
7. בשנת 2005 קיבלה המועצה לשידורי כבלים ולוויין החלטה המאפשרת שידורי מכירה בטלוויזיה הרב-ערוצית, לאו דווקא בערוץ המיועד לכך, ומבלי שמפעילי שידורי מכירה כאלה יחובו בתנאים הצרכניים בהם מחוייב ערוץ הקניות, שעדיין פועל תחת רישונו המקורי בהתאם לסיכום עם המועצה.

התייחסות למסקנות הביניים של הוועדה

1. רישוי ואסדרה של ערוצים מסחריים

רישוי אחוד

- א. ערוץ הקניות תומך בהמלצות הביניים של הוועדה לפיהן יש לאמץ את עקרון הנייטרליות הטכנולוגית, כך שרישיון לערוץ מסחרי יהיה תקף לכל פלטפורמות השידור.
- ב. ערוץ הקניות הוא דוגמא מובהקת לאבסורד שבמשטר הרישוי הקיים, ולמעשה הערוץ פנה כבר כמה וכמה פעמים בבקשה לאחד את הליכי הרישוי כך שיוענק רישיון שידורים אחד התקף לכל הפלטפורמות. כיום, לא זו בלבד שקיים פיצול בין משטר הרישוי וסמכות הרישוי של ערוצי הברודקאסט המסחריים לבין אלה של הערוצים המסחריים הפועלים במסגרת שידורי הכבלים והלווין, אלא אף במסגרת השידור הרב-ערוצי גופא קיים פיצול כזה, כאשר רישיון מיוחד לשידורי כבלים ניתן על ידי המועצה לשידורי כבלים ולוויין, ואילו הרשות המוסמכת למתן רישיון דומה בשידורי הלוויין הוא שר התקשורת.
- ג. ואמנם, כאשר הוחלט בשנת 2007 שלא להאריך את רישונו ההיסטורי של ערוץ הקניות והיפנו את הערוץ לקבלת רישיון מיוחד לשידורי כבלים ולוויין, הוא קיבל רישיון מיוחד לשידורי כבלים מהמועצה לשידורי כבלים ולוויין, אך הרישיון המיוחד לשדר בשידורי הלוויין התעכב, ללא כל סיבה נראית לעין, אצל משרד התקשורת.
- ד. לכן, כאמור, ערוץ הקניות תומך כאמור במעבר המוצע למנגנון רישוי אחוד, ומבקשת להבטיח כי גם ערוצים בעלי רישיון מיוחד לשידורי כבלים (כיום), ערוץ הקניות הוא הערוץ היחיד הפועל במעמד סטטוטורי של בעל רישיון מיוחד), כמו ערוצים ייעודיים וערוצים נושאים, ייכללו במעבר האמור.
- ה. אופיו של ערוץ הקניות מחייב חשיפה מירבית לציבור הצופים הפוטנציאלי. מלכתחילה מדינת ישראל מהווה שוק קטן עבור ערוץ קניות טלוויזיוני: המחקרים מצביעים בדרך כלל על שוק של כ- 2.5 - 5 מיליון בתי אב כגודל השוק המינימלי הדרוש לקיום ערוץ קניות, בעוד שמספר המנויים של המשדרים הרב-ערוציים בישראל עומד על כ- 1.5 מיליון בתי אב בלבד. הזליגה של צופים לעידן פלוס ולשידור האינטרנטי פוגע אף בבסיס הצופים גבולי זה. ערוץ הקניות להימצא גם בשידור האינטרנטי, בין אם על ידי רישוי במסגרת ה-DTT (בהתאם לאמור להלן) ובין על ידי קביעת חבילת בסיס של ערוצי שירות ציבורי, שתכלול את ערוץ הקניות, שגם פלטפורמות IPTV יחוייבו להעמידם לטובת צופיהם.

אסדרה כללית ואסדרה ייחודית

ו. הצעת הוועדה אינה ברורה כל צרכה בכל הקשור לסוגי הרשיונות המצומצמים: ניתן להבין מהפיסקה הראשונה בפרק ג, סעיף 1 להמלצות, שלצד רישיון מצומצם לתקופה מוגבלת (שלוש שנים או עד לרכישת נתח שוק מסויים) שיינתן לערוצים המתכוונים להיות ערוצי ברודקאסט, יינתן רישיון מצומצם בלתי מוגבל בזמן לערוצים נושאים, ייעודיים וערוצי narrowcast שאין בכוונתם ליהפך לערוצי ברודקאסט. אלא שאחר כך מופיע משפט שלפיו, בתום שלוש שנים או עם הגעה לנתח שוק מסויים, "יהפוך בעל הרשיון המצומצם לבעל רישיון רגיל ותוטל עליו הרגולציה החלה כיום על ערוצי הברודקאסט המסחריים (לאחר ההפחתות המומלצות בהתאם להחלטות הוועדה בהמשך)". ככל הנראה, הכוונה כאן היתה אך ורק לסוג הרישיון המצומצם הראשון, ואילו ערוץ נישה שמעוניין להישאר ככה, יוכל לעשות כן ללא הגבלה. נודה לכם על הבהרת ענין זה. כן נודה לכם על הבהרה, לפיה ערוץ נישה שיבחר להישאר בעל רישיון מצומצם, יהיה כפוף לרגולציה הרכה בלבד ויוכל עדיין לשדר עד מחצית מתכניותיו בתחומים אחרים.

ז. ערוץ הקניות הוא ערוץ ייחודי, מבחינת המודל המסחרי שלו - הכנסותיו אינן באות לו מדמי מנוי, ואף לא מפרסומת מסחרית - והן מבחינת תכנון - תכניותיו אינן דומות מבחינת סוגיהן וסוגותיהן, לתכניות המשודרות בערוצים אחרים (גם לא ערוצי נישה). על כן יש להבטיח שהאחדת הרגולציה לא תגרום לכך שיחולו על ערוץ הקניות הוראות אסדרה שאין היא יכולה לעמוד בהן (למשל, חובות לשדר תכניות סוגה עלית, דרישות ביחס לחדשות, וכיו"ב) ולדאוג שתנאי האסדרה יהיו כאלה שיתאימו גם לערוצים בעלי אופי שונה, או, לחלופין, לחלק את תנאי האסדרה לחלק כללי, שיחולו על כל הערוצים המסחריים באשר הם, לבין חלק פרטני, המתייחס לכל ערוץ נתון לפי מאופייניו.

הפקות קנויות:

ח. לפי הבנתנו את המלצות הביניים, האסדרה שתוחל על ערוצי נישה בעלי רשיונות מצומצמים קבועים, תהיה "רכה" בלבד, בהתאם לתיאור של בדו"ח הביניים, וממילא לא יוטלו עליהם חובות בתחום של הפקות מקור. אנו מבקשים להבהיר זאת, שכן חובות המפורטים בדו"ח הביניים בענין הפקות מקור והפקות קנויות, אינן מתאימות לערוצי נישה, והטלת חובות כאלה על ערוצי נישה היתה פוגעת בעקיפין גם ביוצרים ובעובדי תעשיית הטלוויזיה. יש לזכור שבשל התקציב המצומצם של ערוצי נישה, עובדים עשויים לבצע מספר תפקידים בו-זמנית, תופעה שאינה מתיישבת עם הפקות קנויות, שבהן לא ניתן לנצל כח עבודה קיים לטובת ההפקה.

2. דמי מעבר

א. מסקנות הביניים קובעות כי בעל רשיון מצומצם "ייהנה מחובת העברתו בפלטפורמות הכבלים והלווין (must carry) בתשלום"¹. הוועדה אינה מבהירה אם חובה זו תחול גם על בעלי הרשיונות "הרגילים", כדוגמת [מי שהם כיום] זכייני הרשות השנייה, שאינם מחוייבים כיום בדמי מעבר. למיטב ידיעתנו, עמדתם של גופים אלה היא שדווקא פלטפורמות הכבלים והלווין הם הצריכים לשלם לערוצים המסחריים דמי רשיון עבור העברת שידוריהם. כמו כן, המלצות הביניים אינן מבהירות את שאלת מימון ההפצה במערכת ההפצה הדיגיטלית.

ב. סוגיית מערכת היחסים הכלכלית בין ערוצים עצמאיים לבין הפלטפורמות הרב-ערוציות היא סוגייה שבמשך שנים רבות לא נמצא לה פתרון נאות. עובדה זו תרמה תרומה נכבדה לכך שמשטר הנגישות הפתוחה (open access) המוכתב לכאורה על ידי החוק, שאמור היה להפחית את שליטתם של בעלי הפלטפורמות בתוכן המועבר באמצעות מערכותיהם; לאפשר למפיקי ערוצים להנגיש את תכניהם לציבור באופן חופשי ומנגד לאפשר לציבור לראות תכנים אלה באופן חופשי.

ג. התפיסה שהשתרשה, לפיה דווקא פלטפורמות השידור הרב-ערוציות הם הזכאים לדמי מעבר מערוצים עצמאיים, ועוד בסכומים גבוהים, מרוקן למעשה מתוכן את ההסדרים הסטטוטוריים הקיימים המאפשרים רישוי מיוחד של מפיקי ערוצים, ואם הסוגיה לא תיפתר באופן נאות, היא תרוקן מתוכן גם את האסדרה המוצעת ביחס לרישוי ערוצי נישא באמצעות רשיונות מצומצמים. ללא אסדרה סבירה שתאפשר לערוצים בעלי רשיונות עצמאיים לשרוד ולפרוח, כל ערוץ כזה יהיה חייב ממילא להגיע להסכם עם חברות הכבלים והלווין על דמי המעבר, ואם כן מה הואילו להם הרישיונות המיוחדים שקיבלו או עקרון ה- must carry?

ד. כיום, ערוץ הקניות הינו הערוץ היחיד, כמעט, המשלם לחברות הכבלים והלווין "דמי מעבר", שכן ערוצי הברודקאסט והערוצים הייעודיים, כמו גם ערוץ הכנסת, פטורים מכך. מעבר לענין האפלייה ולנטל על הערוץ, יש בכך להוכיח את טענתו

¹ פיסקה אחרת בדו"ח הביניים, אשר ככל הנראה מתייחסת להעברת ערוצים שאינם ממומנים מפרסומת מסחרית אלא מדמי מנוי, קובעת כי ספקי תוכן בעלי תשתית יחויבו לשדר ערוצים של מפיקי ערוץ עצמאיים תמורת תשלום דמי מעבר (שייקבע ע"י הרגולטור ככל שלא תהיה הסכמה בין הצדדים)."

של ערוץ הקניות מאז ומתמיד, כי דמי המעבר מהווים כפל תשלום לפלטפורמות השידור, שכבר מממנות את כלל עלויות התשתית שלהן באמצעות דמי מנוי.

ה. ערוץ הקניות כבר הציג בעבר את עמדתו בנושא דמי המעבר בפני משרד התקשורת ובפני המועצה לשידורי כבלים ולווין פעמים רבות, ולא נחזור על הדברים כאן במלואם. נזכיר רק בקצרה, כי הנחת המוצא לפיה פלטפורמות השידור הרב-ערוציות נושאות בעלות כלכלית בשל נשיאת ערוצים עצמאיים הינה שגויה, וכי חישוב נכון של העלות הכלכלית של העברת הערוצים העצמאיים, תוך שימוש במתודה כלכלית נכונה ועקבית המביאה לידי ביטוי את התועלות ההדדיות, מצביע על כך שאין מקום להנחה לפיה דווקא הפלטפורמות נושאות בעלות כלכלית ביחס לנשיאת הערוצים, ולא להיפך. יודגש, שאין בעמדה זו משום "חסד" עם הערוצים העצמאיים, אלא זוהי זכותם בדין.

ו. האמור לעיל נכון גם לגבי פלטפורמת השידור הקרקעי-דיגיטלי. קיומה של פלטפורמת ה-DTT כפלטפורמה רב-ערוצית חלופית לאלה של הכבלים והלווין הוא חיוני ליצירת תחרות בשידור הרב-ערוצי, לא רק במורד שרשרת האספקה (הפחתת התעריפים הגבוהים של HOT ו-yes), אלא גם במעלה השרשרת (יצירת תחרות בין הפלטפורמות על תוכן וערוצים²). קיומה של פלטפורמה כזאת תלוייה בכך שערוצים יוכלו לעלות על פלטפורמת ה-DTT ללא העלויות הנדרשות מהן כיום. למיטב ידיעתנו, הסכומים הנדרשים כיום להשקת ה-multiplexers הנוספים לעומת הסכומים שכבר הושקעו בפרוייקט ה-DTT הם זניחים, ומימון השקתם על ידי המדינה יהיה הוצאה ראוייה על מנת להגשים את המטרה של יצירת תחרות בתחום התקשורת.

מרשתי עומדת לרשותכם בכל הקשור לעניין הנ"ל.

בכבוד רב,



דב אברמוביץ, עו"ד

העתקים: אורן ז'ורבין, מנכ"ל ערוץ הקניות
עמי איטח, מנכ"ל משותף, ערוץ הקניות

² כך, לפחות, ביחס לערוצים הממומנים מדמי מנוי. ערוצי הממומנים מפסומות מסחרית אינם יכולים להרשות לעצמם שלא להיות חשופים למנויי כל הפלטפורמות.