



29 בפברואר 2016

לכבוד

הוועדה המייעצת להסדרת הרגולציה על השידורים

משרד התקשורת

באמצעות מייל: vaada@moc.gov.il

הנדון: התייחסות חברת Google לדו"ח הביניים של הוועדה

א. פתח דבר

1. חברת Google Inc (להלן – "Google") מתכבדת להגיש את התייחסותה לדו"ח הביניים של הוועדה הנכבדת. בשל חשיבותם הרבה של הנושאים העומדים על סדר יומה של הוועדה, וההשלכות האפשריות של המלצותיה על שוק התקשורת בכלל ועל עניינים הנוגעים ל-Google בפרט, מבקשת Google כי תינתן לה ההזדמנות להופיע בפני חברי הוועדה ולשטוח את טיעוניה בנושאים שעל הפרק גם בעל פה.
2. Google היא חברה אמריקאית, המפעילה את מנוע החיפוש האינטרנטי הידוע בשם Google ומספקת שירותים אינטרנטיים למיליארדי משתמשים בכל רחבי הגלובוס. מטה הפעילות המרכזי של Google נמצא במדינת קליפורניה שבארצות הברית.
3. בין היתר, Google הינה הבעלים של חברת YouTube LLC, המפעילה את פלטפורמת שיתוף הוידאו YouTube (להלן – "YouTube"), הזמינה לגולשים בכל העולם.
4. Google תומכת בתפיסה כי יש לטפל בכשלים הקיימים בשוק השידורים המסורתי ובעקרונות הבאים שמציעה הוועדה לגבי ההסדרה העתידית של שוק השידורים: עידוד התחרות בשוק; ניצול משאבי השידור הציבורי לצורך הבטחת עתידה של היצירה הישראלית; שינוי המבנה הרגולטורי וביזור הריכוזיות הקיימת בתחום רכש המדיה.
5. Google אף תומכת בכוונת הוועדה, כפי שעולה מדו"ח הביניים, להמליץ על הפחתה משמעותית של כללי הרגולציה החלים בשוק השידורים בישראל. Google סבורה כי אכן בשלה העת להתאים את הכללים המחמירים החלים על גופי השידור לרוח התקופה הנוכחית, על מנת לאפשר לשוק השידורים למצות את מלוא פוטנציאל היצירה הקיים בו, תוך הימנעות מהתערבות שאיננה נחוצה עוד. אין ספק כי הסרתם של כללים אלה תסייע בהשגת המטרות החשובות העומדות לנגד עיניה של הוועדה.

6. יחד עם זאת, סבורה Google כי יש להמנע מתיקון כשלים קיימים ביצירת כשלים אחרים תחתם. ביחוד אמורים הדברים מקום בו הכשלים החדשים שעלולים להיווצר נוגעים לתחום השידורים על גבי האינטרנט, שגם לשיטת הוועדה, ברור כי אין כל צורך או טעם בהסדרתו על-ידי המדינה. בהעדר צורך רגולטורי ברור, יש לתת לכוחות השוק ולשיקולים העסקיים-מסחריים לפעול ללא הפרעה או התערבות. ממילא, אין בדו"ח כל תשתית עובדתית, כלכלית או אחרת, אשר יש בה לתמוך באופן כלשהו בצידוק להחלת רגולציה על תחום זה (למעט הוראות הדין הכללי).

7. כפי שיובהר להלן, בעת הנוכחית טרם בשלו התנאים המאפשרים לבחון את ההשלכות העתידיות של שינוי דפוסי הצפייה בתוכן אודיו ויזואלי. לפיכך, קביעת מסמרות כבר כעת, לגבי רגולציה עתידית אשר תחול, אם וכאשר יהיה בכך צורך, על שימוש בתשתית האינטרנט לצורך העברת תכנים אודיו ויזואליים, בשלב בו כלל לא ברור האם יהיה צורך בהחלת כללים כלשהם בעתיד, איננה נחוצה.

8. Google סבורה כי בשל יחודו של המרחב האינטרנטי והאפשרויות האינסופיות הטמונות בו להעשרת היצע התכנים אשר יוצעו לציבור, אין להחיל, באופן קטגורי, כללי רגולציה מטעם המדינה (למעט, כמובן, הוראות הדין הכללי) על ספקי תוכן אודיו-ויזואלי, כהגדרתם בדו"ח הוועדה, המועברים על גבי רשת האינטרנט.

9. כמו כן, יש להבהיר באופן ברור וחד משמעי כי פלטפורמות מארחות תכנים, דוגמת YouTube, המאפשרות לגולשים לשתף דרכן תוכן אודיו ויזואלי (בין אם באופן מקצועי או חובבני) כלל אינן נכנסות תחת ההגדרה של "ספק שירות אודיו ויזואלי", כך שתהא ההסדרה שתקבע אשר תהא, פלטפורמות אלו יוחרגו ממנה במפורש. יצוין כי פלטפורמות מארחות תכנים כגון YouTube אינן כפופות לרגולציית תוכן בשום מדינה בעולם.

10. עוד סבורה Google, כי ככל שהוועדה תחליט, בניגוד לעמדתנו, כי יש להטיל כללים וחובות רגולטוריות על ספקי שירות אודיו ויזואלי, עליה להחילם רק כלפי ספקים אשר השירות אותו הם מציעים הינו בתחליפיות מלאה לשירותי הטלוויזיה הרב ערוצית של חברות הכבלים והלוויין.

11. יובהר, כי מפאת קוצר היריעה, בחרה Google להתייחס במסגרת מסמך זה אך ורק לנושאים אותם היא מצאה כמהותיים ביותר מבחינתה. יחד עם זאת, אין בהימנעותה של Google מהתייחסות לסוגיות האחרות בדו"ח משום הבעת עמדה כלשהי כלפיהן, ו-Google שומרת על זכותה להעלות טיעונים נוספים בהמשך, לרבות במסגרת השימוע בעל פה.

12. נפנה להצגת הדברים כפי סדרם.

ב. אין להטיל חובות רגולטוריות על ספקי שירות אודיו ויזואלי המעבירים את תכניהם על גבי רשת האינטרנט

13. בדו"ח הביניים עמדה הוועדה, בצדק רב, על היעדר הנחיצות, כמו גם על הקושי המובנה הקיים בהחלת כללי רגולציה על ספקי שירות אודיו ויזואלי המעבירים את תכניהם על גבי המרשתת (להבדיל מספקי טלוויזיה, כהגדרתם בדו"ח).

14. יחד עם זאת, בהיעדר יכולת לחזות בעת הזו את המגמות העתידיות הנוגעות לשינויים בהרגלי הצפייה, ובפרט את מידת התחליפיות שבין צריכת תכנים באמצעות ספקי שירות אודיו ויזואליים לבין צריכתם באמצעות ספקי טלוויזיה (כלומר, באיזו מידה יתפסו ספקי השירות האודיו ויזואלי את מקומם של גופי השידור המסורתיים, אם בכלל), שוקלת הוועדה להמליץ כי ספק שירות אודיו ויזואלי אשר יגיע לנתח שוק של 20% יוגדר כ"ספק מהותי" (לכאורה אף אם הוא אינו עונה להגדרת ספק טלוויזיה המוצעת בדו"ח), ויחולו עליו כללי רגולציה נרחבים, לרבות חובת הפקות מקור.

15. כפי שיובהר להלן, להמלצה זו עלולות להיות השלכות שליליות מרחיקות לכת, כבר בטווח הזמן המידי, על התפתחותו של שוק התכנים האודיו ויזואליים בישראל, וקיים חשש ממשי כי יישומה של המלצה זו ישיג דווקא את התוצאה ההפוכה, ויגרום לאפקט אשר יצנן את מימוש פוטנציאל השפע התוכני המבעבע על גבי הרשת.

16. רבות כבר דובר על יתרונותיה של רשת האינטרנט - מרחב אינסופי המשמש קרקע פוריה וזמינה להפצת תכנים אודיו ויזואליים, מקצועיים וחובבניים כאחד. בזכות השיפור המתמיד בתשתית האינטרנט בכל העולם, מתאפשר השימוש בה כפלטפורמה להעברת תכנים אודיו ויזואליים, תוך עקיפת חסמי כניסה משמעותיים כמו הקמת תשתית שידור, קבלת תדר וכיו"ב, שמנעו בעבר כניסתם של ספקי שירות אודיו ויזואליים, והותירו את הבמה, תרתי משמע, לגופי השידור המסורתיים בלבד.

17. כך לדוגמה, מספקת Google באמצעות YouTube משאב חינמי, בלתי מוגבל ונעדר חסמי כניסה של תשתית איכותית להפצת תכנים אודיו-ויזואליים באינטרנט. כל אחד יכול לעלות את תכניו לשירות YouTube המשמש כפלטפורמה מארחת (hosting platform) ואינו מתפקד כעורך הבורר בין התכנים. התשתית המתוחכמת מאפשרת לשמור תכנים (כארכיב אינטרנטי), להגן על זכויות היוצרים באמצעים טכנולוגיים ולהנגיש את התוכן לקהלים רחבים. [REDACTED] התשתית מאפשרת, בין השאר פעילות תוכן עניפה ובינלאומית של בעלי התוכן.

18. בשנים האחרונות החלו לפעול ברחבי העולם ספקי תוכן בין לאומיים (כדוגמת חברת Netflix, אשר החלה לאחרונה לספק את שירותיה בו-זמנית בכ-130 מדינות נוספות, לרבות בישראל), אשר מציעים ספרייה עשירה ומגוונת של תכנים אשר הופקו ונערכו באופן מקצועי. ספקי תוכן אלה אף פועלים לבדל את עצמם ולקנות לעצמם יתרונות תחרותיים, בדרך של ייזום ויצירת מסד מהותי של תוכן ייעודי, המופק על-ידם, או עבורם, ומשודר באמצעותם ואף נמכר הלאה, לצדדים שלישיים, לשם שידור במדיה טלוויזיונית מסורתיות (כגון, רכש תכנים מבית היוצר של Netflix על-ידי חברות הטלוויזיה הרב-ערוצית בישראל).

19. כניסתם של גורמים אלו ורבים נוספים, כמו גם, להבדיל מכך, מתן האפשרות החופשית להפקה והפצה של תכנים שהופקו בידי יוצרים עצמאיים, (בהקשר זה ניתן להזכיר את סדרת המערכונים האינטרנטית "משיח", בכיכובו של השחקן אודי כגן, אשר הופצה דרך שירות YouTube וזכתה

לפופולריות רבה בישראל) הובילה להעשרת וגיוון סוגי והיצע התכנים המוצע לציבור, בנוסף על אלו המשודרים בגופי השידור המסורתיים.

20. בעניין זה נפנה לדו"ח Digital Boom משנת 2014¹, שמצא שהצרכנים הישראלים נהנים מתוכן איכותי ומגוון באינטרנט ומייחסים לו ערך כלכלי גבוה. במחקר, שערכה חברת הייעוץ הבינלאומית Boston Consulting Group, אמרו 74% מהמשיבים שיש יותר תכנים איכותיים באינטרנט כיום מאשר לפני שלוש שנים, ו- 62% מניחים שאיכות התכנים תשתפר עוד במהלך 3 השנים הבאות. 68% אומרים שבאמצעות האינטרנט קל יותר לקדם את התרבות הישראלית בחו"ל. נתון שעשוי להעיד על הפוטנציאל של יצוא תכנים ופורמטים ופנייה לקהלים חדשים, באמצעות הרשת. 77% השיבו שהם פונים לאינטרנט כדי למצוא תכנים ייחודיים שלא ניתן למצוא בדרכים אחרות (יותר מבכל מדינה אחרת בה נערך המחקר). הנתונים הללו מעידים על הציפייה שיש בציבור הישראלי להתפחות התוכן הישראלי ברשת. כדי לאפשר לפוטנציאל הזה להיות ממומש, לטובת הצרכנים, היוצרים ושירותי התוכן הישראלים נכון יהיה לתת לשירותים להתפתח ולא להגבילם מראש באמצעות הסדרה. יש לציין כי המחקר מצא גם שמרבית המשיבים אינם מעוניינים בהתערבות ממשלתית בתכנים באינטרנט (רק 14% לא הסכימו לכך).

21. רשת האינטרנט, בניגוד לתווך בו מועברים תכנים אודיו ויזואליים באופן המסורתי, הינה משאב בלתי מוגבל שהשימוש בו אינו כרוך בקבלת פריבילגיה רגולטורית מהמדינה. השחקנים הפועלים על גביה לא קיבלו זכות כלשהי מהמדינה, ואינם משתמשים במשאבים של המדינה (בוודאי לא משאבים המצויים במחסור, או מצריכים הסדרה מיוחדת כלשהי) והיעדרם של חסמי כניסה מאפשר לכל החפץ בכך להיכנס לשוק.

22. מאפייניה המשוכללים של הרשת, אינם מצביעים, אפוא, על כשל כלשהו הדרוש תיקון, ואף שומטים את הקרקע תחת קיומם של רציונלים מהותיים כלשהם שיש בהם להצדיק חדירה והתערבות של המדינה לתחום פעילות פרטי ומסחרי זה, בדרך של הטלת כללי רגולציה מדינתית פרטניים, מעבר לדיון הכללי, החל על הפעילות ברשת.

23. לשיטתה של Google, קביעת רף כלשהו, אשר בהגיעו אליו יוכפף ספק השירות האודיו ויזואלי לכללי רגולציה נרחבים (ויהא הרף אשר יהא), עלול להתפרש כהטלת חובות ודרישות רגולטוריות כבר באופן מדי על כלל ספקי התוכן האודיו ויזואלי, שהרי, על מנת לבחון את נתח השוק של כל ספק (ובפרט כאשר על פי הצעת הוועדה נתח השוק יחושב כאחוז מתוך הכנסות שוק ספקי הטלוויזיה - מנגנון השוואה בעייתי כשלעצמו) ידרשו הספקים למסור נתונים ודיווחים שונים, לרבות נתונים חסויים ורגישים על פעילותם והכנסותיהם, והכל עוד בטרם יגיעו לרף שייקבע, וייתכן אף מבלי שיגיעו לעולם לרף שייקבע.

24. יתרה מזאת, דרישה מעין זו עלולה להתפרש, על פני הדברים, ככוללת מספר בלתי מוגבל כמעט של ספקי שירות אודיו ויזואלי, בישראל ומחוצה לה, באופן שמטיל ספק רב בשאלת עצם הסמכות

¹Boston Consulting Group, Digital Boom, July 2014. Commissioned by Google
http://ennovate.withgoogle.com/Digital_Boom?language=he

והיכולת להטיל או לאכוף דרישה אקסטרטוריאליית זו, כמו גם לעניין אמינות ונכונות הנתונים אותם כן ניתן יהיה ללקט בדרך זו, כך לדוגמה אתרי חדשות או ספורט בינלאומיים.

25. דרישה כזו עלולה להתפרש כהחלת כללי רגולציה **כבר בעת הנוכחית**, על גופים אשר אינם כפופים אליה, ומבלי שקיימת כל הצדקה לכך, בוודאי שלא בעת הזו, כמו גם בעתיד הנראה לעין.

26. לשיטתנו, מהלך כאמור עשוי ליצור אפקט מצנן אשר ימנע כניסתם של שחקנים בינלאומיים (אשר עצם הסמכות או האפשרות להכפיפם לרגולציה מקומית הינה שאלה כבדת משקל בפני עצמה) ויפגע, בסופו של דבר, בציבור הרחב בכללותו.

27. כפי שמזכירות ספקיות התוכן הבין לאומיות, הבחורות בקפידה את השווקים אליהן הן נכנסות (וראו בהקשר זה את החלטתה של Netflix שלא להיכנס בשלב זה לסין, חרף הפוטנציאל הנובע מגודלו העצום של השוק), יצירת תמריצים שליליים, כבר בשלב זה, טרם התבססותן בשוק, עלולה לסכל את המטרות החשובות אותן מבקשת הוועדה לקדם.

28. כפי שקובעת הוועדה, אנו מצויים בעיצומה של "תקופת מעבר, בה מתעצבים מחדש הרגלי הצפייה, אופני העברת תכנים והתוכניות העסקיות של המשדרים השונים", לשון הדו"ח. אנו סבורים כי בכל הקשור בצריכת תכנים מספקי שירות אודיו ויזואלי המשתמשים במרשתת כפלטפורמה להעברת תכניהם, תקופה זו נמצאת רק **בראשיתה**. שוק השידורים על גבי רשת האינטרנט בישראל נמצא בחיתוליו וטרם התפתח באופן המאפשר להצביע על מגמות כלשהן, וממילא גם לא על כשלים אשר מצריכים את התערבות הרגולטור.

29. ראוי, אם כך, כי בשלב רגיש זה, בו נראים רק ניצני ההתפתחות בתחום, יימנע הרגולטור מקביעת מסמרות לגבי העתיד הרחוק, אשר עלולות להשפיע לרעה, שלא לצורך, על התפתחות שוק התכנים.

30. להשלמת התמונה ייאמר, כי הניסיון הבינלאומי הקיים מלמד כי ספקי התוכן האודיו ויזואליים המציעים תכנים על גבי רשת האינטרנט אינם מהווים מוצר תחליפי לגופי השידור המסורתיים (חברות הכבלים והלוויין), כך שהחשש העומד בבסיס כוונת הוועדה להטלת רגולציה על ספקי שירות אודיו ויזואלי המשתמשים ברשת האינטרנט, אינו מבוסס דיו, ואינו מצדיק קביעת כללים **עתידיים כבר בעת הזו**, אשר כאמור, עלולים לפגוע בשוק התוכן ולסכל את התפתחותו.

ג. יש להחריג באופן מפורש וברור מכללי ההסדרה ספקי שירות אודיו ויזואלי שהם פלטפורמות

מארחות תכנים, דוגמת שירות YouTube

31. גם אם יוחלט בניגוד לדעתה של Google כי יש להטיל כללי רגולציה כלשהם על ספקי שירות אודיו ויזואלי המעבירים את תכניהם על גבי הרשת (ועל ההשלכות של צעד זה עמדנו לעיל), נדרשת החרגה מכל הסדרה שהיא, של פלטפורמות אינטרנטיות **המארחות** תכני גולשים, כדוגמת שירות YouTube.

32. שירות YouTube משמש כפלטפורמה פופולרית ברחבי העולם לאירוח תוכן גולשים. הפלטפורמה מאפשרת לכל משתמש להעלות, לשמור בארכיב ולשתף עם שאר הגולשים תכנים המועלים על

ידו, בין אם כאלו אשר נערכו בצורה מקצועית ובין אם תכנים ביתיים. ההבחנה בין תוכן גולשים לתוכן מקצועי הולכת ומטשטשת, משום שרבים מהגולשים שמתנסים בהעלאת תכנים באופן חובבני הופכים בהמשך לפופולריים, ממקצעים את תכניהם וצוברים עוקבים וצפיות. לכן, לא ניתן לסווג באופן מובהק תוכן גולשים ולהבחינו מתוכן מקצועי.

33. להבנת היקף התכנים העצום המועלה לשירות, נציין כי נכון להיום, מועלות אליו מכל רחבי העולם

34. יובהר, כי שירות YouTube אינו יוצר את התכנים הנכללים בו ואין לו אחריות עריכתית (Editorial Responsibility) עליהם. העלתם מתבצעת במשק ישיר בין הגולשים לשירות, ללא מעורבות

כלשהי מצדו. יחד עם זאת, תכנים המפירים את תנאי הקהילה מוסרים בעקבות דיווח על הפרה.

35. פלטפורמות מארחות תכנים כגון YouTube אינן כפופות לרגולציית תוכן בשום מדינה בעולם, ואין כל הצדקה לכך. במסגרת השירות פועלים אין ספור ערוצי תוכן המנוהלים על ידי המשתמשים (ובכלל כך ערוצים של מוזיקאים, יוצרים, ספורטאים, אישי ציבור ועוד), במסגרתם מוצגים תכנים, המעשירים את ההיצע המוצע לכלל הציבור, אשר יכול לבחור לצפות בתכנים אלו בלחיצת כפתור, בהתאם להעדפותיו.

36. לפלטפורמות אירוח אלו נודעת חשיבות חברתית רבה, וביכולתן אף לחזק ערכים דמוקרטיים חשובים כמו חופש הביטוי, הנגשת מידע וצמצום פערים.

37. ברי, כי הכפפת יוצרים עצמאיים המשתמשים בפלטפורמות אלה להפצת יצירותיהם לכללי רגולציה כלשהם (ובכלל כך, חיובם בהעברת נתונים על "נתח השוק" שלהם, כמו גם נתונים מסחריים וכיו"ב) תגדע ענף פורה זה, ותמנע מהציבור את החשיפה לתכנים אלו, אשר יוצריהם מנצלים את הקדמה הטכנולוגית לצורך הנגשתם שלא בדרך המסורתית. נראה, כי לא לכך מכוונת הוועדה בעבודתה.

38. מקריאת דו"ח הביניים עולה, בין השורות, כי הוועדה אכן מכירה בכך שיש להוציא מגדרי כל הסדרה עתידית פלטפורמות מסוג YouTube ודומיהן. לשיטתנו נדרש חידוד של הגדרת "ספק שירות אודיו ויזואלי", אותה מציעה הוועדה בדו"ח הביניים.

39. במסגרת התכונות על פיהן יוגדר מיהו "ספק שירות אודיו ויזואלי", נקבע, בין היתר (סעיף 3 להגדרות), כי "התכנים הכלולים בו הם תכנים שיזם ספק השירות והצפייה בהם היא באמצעות ממשק (ממשק חומרה או ממשק תוכנה) בשליטתו של ספק השירות" (בדו"ח מובהר כי יוזמת הספק בהצעת התוכן יכולה להתבטא גם ברכישת תוכן שאינו הפקה עצמית).

40. אנו סבורים כי יש לחדד קריטריון זה כך שיינתן משקל מכריע למידת יוזמתו של הספק באספקת התכנים, קרי - לא די בכך שהספק יוזם, במידה כלשהי, הצגת תכנים במסגרת שירותיו, אלא נדרש להבהיר כי תחת הגדרה זו יכנסו רק ספקי שירות היוזמים את מרבית התכנים (אם לא את כולם) הנכללים בשירותיהם.

ד. ככל שתמליץ הוועדה על הטלת רגולציה על שחקנים חדשים בשוק השידורים, יש להחילה רק כלפי מי שהשירות אותו הוא מספק עומד בתחליפיות מלאה לחברות הכבלים והלוויין

41. כמפורט לעיל, סבורה Google כי בתקופת המעבר בה אנו נמצאים, אין להטיל כללי רגולציה על ספקי שירות אודיו ויזואלי המעבירים את תכניהם על גבי רשת האינטרנט (לרבות כללים אשר לכאורה צופים פני עתיד, אולם כאמור לעיל הינם בעלי השלכות בטווח הזמן המידי). לשיטתנו, יש לאפשר לשוק להתפתח באופן טבעי, ללא יצירת מגבלות וחסמים שכלל אינם נחוצים כעת. במסגרת זו ניתן יהיה לעקוב אחר השינויים וההתפתחויות בדפוסי הצפייה, וההשפעות של שינויים אלה על השוק. כך גם ניתן יהיה להתאים את אסדרת השוק באופן מיטבי יותר, על ידי מתן מענה לכשלים אם כאלו יתעוררו בעתיד.

42. יחד עם זאת, ככל שתבחר הוועדה להמליץ, בניגוד לעמדתה של Google, כי יש להטיל כללים וחובות רגולטוריות על ספקי שירות אודיו ויזואלי, עליה להחילם רק כלפי ספקי תוכן שהשירות אותו הם מציעים הינו **ברמת תחליפיות מלאה** לשירותי הטלוויזיה הרב ערוצית של חברות הכבלים והלוויין (ויציעו חבילת תוכן רב-ערוצית כוללת).

43. הרציונל העומד מאחורי הדברים הינו ברור – ככל שבעתיד ירד כוחן של חברות הכבלים והלוויין, ונחזה בנהירת מנויים לטובת ספקי שירות חדשים אשר יציעו מוצרים תחליפיים, כך תיווצר הצדקה לבחון גם את פעילותם של ספקים חדשים אלה.

44. לפיכך, נדרשת לשיטתנו התאמה של הגדרת "ספק טלוויזיה" כפי שמוצע בדו"ח, כך שבגדרה יכללו אך ורק אותם גורמים אשר מתחרים באופן מלא על נתח השוק של חברות הכבלים והלוויין.

45. כך, אנו סבורים כי יש לצמצם את ההגדרה של "ספק טלוויזיה", כמוצע בדו"ח, באופן כזה שתחולת ההגדרה תיפרס על ספק אשר מציע את תכניו באופן **משולב בלבד** - הן באמצעות שידור לינארי והן על פי דרישת הצופה (ספריית Vod). זאת, משום ששירות שאינו מאפשר צריכת תכנים על פי דרישה, בנוסף על הערוצים הלינאריים, אינו מהווה מוצר תחליפי לכבלים וללוויין.

46. בנוסף, סבורה Google כי תנאי מהותי לתחולת ההגדרה הינו כי ספק השירות הטלוויזיוני יציע למנויי את הצפייה בערוצים הפתוחים - ערוצי עידן פלוס - לצד ערוצים לינאריים נוספים. נתוני הצפייה מלמדים² כי הערוצים המסחריים מהווים עוגן משמעותי בשידוריהן של חברות הכבלים והלוויין, ונתח הצפייה בהן בשעות השיא עומד על למעלה מ-50%. ברור, אם כך, כי תנאי מהותי להיותו של שירות תכנים תחליפי לחברות הכבלים והלוויין הינו הכללת הערוצים הפתוחים במסגרתו.

47. כמו כן, אין לשיטתנו צורך לקבוע כעת ובאופן שרירותי מספר כלשהו של ערוצים לינאריים כתנאי לתחולת ההגדרה של "ספק טלוויזיה", ויש להשאיר קביעה זו לשלב מאוחר יותר, לאחר שניתן יהיה לנתח את ההתפתחויות בשוק ולהסיק מסקנות רלוונטיות על סמך נתונים מהימנים.

ראו, למשל, את נתוני הוועדה הישראלית למדרוג באתר הוועדה
<http://www.midrug-tv.org.il/index.php?dir=site&page=content&cs=3004>

48. להשלמת ההגדרה, מוצע גם לקבוע קריטריונים נוספים על אלו שלעיל, לכך שהשירות המוצע הינו מוצר טלוויזיוני בעל תחליפיות מלאה לחברות הכבלים והלוויין – בין היתר ניתן למנות כפרמטרים התקנת ציוד קצה בבית הלקוח; הצעת השירות כחלק מחבילת תקשורת כוללת (שירות טלוויזיה, טלפוניה ותשתית אינטרנט); מוקד שירות לקוחות, ועוד.

ה. סוף דבר

49. לאור כל האמור לעיל, חוזרת Google על עמדתה כי אין להטיל כללי רגולציה על תכנים אודיו ויזואליים המועברים על גבי רשת האינטרנט, וכי יש להמתין עד להתבהרות התמונה בנוגע לשינויים בדפוסי הצפייה, בטרם יקבעו כללים כלשהם (שמהותם ומידת נחיצותם עדיין אינם ידועים) אשר עשויים לסכל את התפתחותו של שוק התוכן בישראל.

50. ככל שתמליץ הוועדה, בניגוד לעמדת Google, כי יש להטיל כללים כלשהם הנוגעים לרשת האינטרנט, יש לבצע מהלכים אלו בזהירות המתבקשת, תוך בחינת מכלול ההשלכות האפשריות, בחינת היתכנות יישומם ובהתאם לעקרונות עליהם הצבענו לעיל.

51. כאמור בראשית התגובה, מבקשת Google להופיע בפני הוועדה על מנת להציג באופן בלתי אמצעי את עמדתה בנושא.

בכבוד רב ובברכה,



דורון אבני

דירקטור מדיניות וקשרי ממשל,
אפריקה, המזה"ת, טורקיה וישראל



נועה אלפנט לפלר

מנהלת בכירה מדיניות וקשרי ממשל, ישראל.