

**משרד התקשורת :**

שלמה פילבר- מנכל משרד התקשורת ויו"ר הוועדה

דנה נויפלד- יועמ"שית

אבינועם רוזנבאום- יועץ למנכ"ל ומזכיר הוועדה

יאיר חקאק- ראש אגף תכנון ומדיניות,

הרן לבאות- סמנכ"ל בכיר אגף כלכלה,

חיים גרון- סמנכ"ל בכיר הנדסה

עדי קופלוביץ'- אגף כלכלה.

תמר ארז- אגף כלכלה

ליאת בלום- לשכה משפטית

רן שטרית - מטה השר

יפעת סיטרוואן- אגף תכנון ומדיניות

**משרד האוצר:**

אסף וסרצוג- רפרנט תקשורת ותיירות

עו"ד לירז דמבריץ

**משרד המשפטים:**

אלידור בליטנר- ייעוץ וחקיקה (כלכלי- פיסקאלי)

**המועצה לשידורי כבלים ולוויין:**

דודו קובסיאנו- יועמ"ש

ד"ר יפעת בן חי שגב- יו"ר

**הרשות השנייה לטלוויזיה ורדיו:**

הילה שמיר- יועמ"שית

ניר שווקי- מנכ"ל זמני

אוה מדז'יבוז'- יו"ר

מומו: אנחנו נכנסים לישורת האחרונה של הוועדה, נשארו לנו יומיים אינטנסיביים של החלטות עקרוניות לקראת כתיבת הדו"ח, כל זאת לאור הצגת העבודה של צוותי המשנה בנושא עמלות היתר, מאסט סייל, אך לפני הכל, נתחיל מתוכן שיווקי.

### **תוכן שיווקי:**

מומו: כיוון שמועצת הכבלים והלוויין החלה לעבוד על כללים משלה לאסדרת התוכן השיווקי אני מעלה פה שאלה לרשות השנייה האם אולי יהיה נכון שתחילו גם אתם את הכללים הללו, בתיקון חקיקה ובהתאמות שלכם?

- דודו, היועמ"ש של מועצת הכבלים והלוויין, הציג מצגת על עבודתם בכללי אסדרת התוכן השיווקי לעניין הערוצים הייעודיים. הכללים המודגשים במצגת נמצאים כעת בהליכי שימוע, מפורטים הכללים והתכניות בהם לא יותר תוכן שיווקי.

מומו: טוב, אני מאמין שאנחנו די תמימי דעים בנושא הזה שהחלטה הגדולה היא שיותר תוכן שיווקי במגבלות על סוגי תכניות ויוסדר באופן הגלוי לציבור שמדובר בתכנית הכוללת תוכן שיווקי.

אסף: לדעתי צריך להתמקד באילו תכניות אסור לפרסם תוכן שיווקי ולא להנחות איפה מותר. השאלה היא לאיזו רזולוציה האסדרה צריכה לרדת, לדעתי צריך להיות משהו מינימאלי.

מומו: אז אמרנו-החלטה להמליץ לשר אסדרה של תוכן שיווקי בטלר"ע במגבלות על בסיס העקרונות של שקיפות, גילוי דעת ועצמאות שיקול הדעת המערכת. בנוסף, ממליצים לשר לתקן את חוק הרשות השנייה ע"מ לאפשר תוכן שיווקי בערוצים המסחריים. לאחר התיקון ייקבעו כללים דומים לאלה שהוצגו לגבי הטלר"ע בשינויים המתבקשים.

כמו כן, התרת התוכן השיווקי תיושם מיידית על הטלר"ע לערוצים שמותר בהם פרסומות.

הילה: המצב אצלנו יותר מורכב מאחר ואנחנו לא יכולים להתקדם באסדרת הנושא כל עוד חוק הרשות השנייה אסור באופן מוחלט על עירוב בין תוכן לפרסום כפי שקיים היום. הדבר גורם לכך שאנחנו עוסקים דווקא באכיפת האיסור על התוכן השיווקי ולא יכולים להתחיל במדיניות ובשימועים בנושא. ככלל, אנחנו תומכים בהסדרה והתיקון בחקיקה שלנו צריך להיות די פשוט כך שרוב ההסדרה יכולה להיות בכללים.

### **MUST SELL**

- תמר מאגף כלכלה מציגה את תוצרי המחקר, המסקנות והפרקטיקה של נושא המאסט סל במטרה לחזק ספקי תוכן חדשים וערוצים עצמאיים. הוסכם בוועדה לבדוק את הנושא על סוגות הילדים והספורט מתוך הבנה כי תכנים אלו מהווים 'קטר תחרותי' בשוק.
- מאפייני הערוצים הפוטנציאליים ל-MUST SELL (ספורט וילדים) נבחנו על ידי פרמטרים של עלויות התכנים, מחירי הערוצים, מאפייני הביקוש מצד המנוי, וחסמי המכירה לספק תוכן חדש מצד בעלי הערוצים.

3.5.16 - סיכום ישיבה

- מסקנת הבחינה היא כי ללא הפקות מקור, אסדרת Must Sell על ערוצי ילדים אינה אפקטיבית בהיבט התחרות בין ספקי התוכן. כמו כן, החלת חובת המכירה על ערוצים שאינם בעלי כוח שוק מספק לא תחזק את כוחם בטווח הארוך.
- הומלץ על חיזוק הערוצים העצמאיים באמצעים אחרים:
  - רישיון "רזה"
  - חובת מסירת מידע מסחרי לערוצים לגבי צפייה בערוץ ובתכני ה-VOD
  - חובת מיתוג ואיסור על מגבלות על הערוצים לבחור מה יוצג בסקטור שלהם
  - מסקנות ועדת איל בתוספת Must Sell – לאחר שלוש שנים הזכויות בהפקות מקור יעברו לערוצים העצמאיים (50-50), ביחד עם Must Sell על ההפקה עצמה, במחיר 15% מעלות ההפקה.
- חובת מכירה על תכני ספורט היא חיונית בשל הכוח מונופוליסטי של בעלי הערוצים, היכולת לשלוט במעבר מנויים בין ספקיות התוכן, מחירי הערוצים הגבוהים, ובעיקר בשל החסם המשמעותי העומד בפני ספקית תוכן חדשה.
- יש שלושה מודלים של חובת המכירה – על הערוצים בלבד, על התכנים בלבד או על שניהם ביחד. המודל המוצע הוא מודל משולב של מכירת ערוצים ומכירת תכנים, מאחר והוא משמר את המוטיבציה התחרותית אך גם יכול למתן את עליית המחירים.
- בנושא זה עמדת משרד האוצר מרחיבה והיא: יש לחייב MUST SELL חלקי גם בערוצי ילדים מכיוון שלערוץ עצמו יש ערך, בניגוד לתכנים בלבד- למתחרים חדשים יהיה קושי לייצר ערוץ ילדים חדש שמתחרה בערוצי הילדים של הוט ויס רק על סמך רכישת תכנים.

מומו: אם כך, אנחנו מאמצים את העקרונות של המודל והם:

1. הנוסחה למחיר שייקבע היא לפי תמורה ממוצעת למנוי שמקבל בעל התוכן מהוט ויס-
2. על ספורט יהיה מאסט סל (עוד לא ברור אם לפי מפעלים או ערוצים) ועל תכני ילדים לא.
3. עדכון (הזלה) דמי מעבר הערוץ הגבוהים המהווים חסם תחרותי.
4. חיזוק בעלי הערוצים העצמאיים ע"י:
  - להמליץ לממונה על ההגבלים לבחון אפשרות להתיר להם להתאגד לצרכי שיווק ובלינג
  - חובת מסירת מידע מסחרי לערוצים לגבי הצפייה בהם
  - הנחיה למיתוג מקורי של התכנים בהוט ויס ב VOD
  - רישיון רזה
  - אימוץ מסקנות ועדת אייל בתוספת מאסט סל.

חבילת בסיס/יסוד:

נערך דיון ראשוני בלבד- מצריך דיון נוסף. יפעת תציג מחר עדכון/שיפור חבילת היסוד. אופציה נוספת היא להסמך את המועצה האחודה לכשתקום לטפל בנושא.

צרכנות:

מומו: דיברנו על כך לא מעט שיש צורך לעדכן את הרגולציה בנושא, כלומר להפחית כללים שאינם רלוונטיים לתקופה שלנו.

יפעת בן חי שגב: אני רק רוצה לציין שהמועצה בעצמה כבר החלה תהליך מיקוד רגולציה אבל אין תחליף למומחיות שלנו בתחום השידורים.

ישנם שלושה סוגים של הוראות צרכניות:

- פנ"צ
- מחירים
- שירותים

יאיר חקאק: זה אולי נכון שיש לכם מומחיות לגבי תוכן אבל לא ברור לי מה המומחיות שלכם בנושא מענה טלפוני, טכנאות שירות וכיו"ב.

מומו: אם מקובל עליכם מציע שנתכנס לכיוון של החלטה כזו- הוועדה ממליצה למועצה לשידורי כבלים ולוויין לבחון מחדש את כל ההוראות הצרכניות ולצמצם אותם תוך התמקדות במומחיות המיוחדת בתחום השידורים.

מרכז שידורים והפצה לוויינית של הרשות השנייה:

מומו- הנושא הזה הוא חלק משלם הגדול מסך חלקיו וזה כל נושא ה-DTT- ההצעה להפריט את מרכז ההפצה של עידן פלוס שמנוהל כיום ע"י הרשות השני לטלוויזיה ורדיו. בגלל שהנושא הזה מתגלגל כבר תקופה ארוכה אני מציע שנחריג אותו מגוף הדו"ח בצורת הקמת צוות של המשרד יחד עם הרשות השנייה לבדוק את נחיצות ההפצה הלוויינית של הערוצים ע"י הרשות, נבדוק נשכלל ונביא את המלצותינו בפני ועדת המרכזים שתבחן את נושא ההפרטה.

הילה: מציינת שהרשות השנייה מפיצה שידורים לוויינית, מפיצה קרקעית למוקדי השידור של חברות הכבלים והלוויין ובנוסף מתפעלת את מערך עידן פלוס. צריך להבחין בין הדברים. עלו כבר בעבר (בתקופת השר לשעבר ארדן) ניסיונות להעביר את חובת ההפצה על כתפי הגופים המשדרים, אך המשרד החליט בסוף משיקולים שונים שלא לקדם את זה. נעשו בזמנו בדיקות שמהן עלה שבגלל שחברת חלל היא סוג של מונופול בתחום, זה לא ישפיע על המחיר. בכל מקרה, חייבים לשים לב שמדובר על הפצת השידורים ולא על עידן פלוס ואנחנו בעד הקמת צוות בנושא

ועדת המדרוג:

מומו: בישיבה הקודמת ניהלנו על הנושא הזה דיון, במובן מסוים, לטעמי יש לראות אותו כחלק מנושא שוק הפרסום ועל כן אולי כדאי שהנושא הזה לא יכלל כחלק אינטגרלי מהדוח אלא כנושא נספח שיש לתת עליו את הדעת לפתחה של הרשות האחודה ולהציע לה כיווני מעשה לשקול אותם אופרטיבית. כאמור, נשמעו דעות מגוונות אבל נראה שיש הסכמה לגבי כך שאופן פעולתה של הוועדה והרכבה דורשים איזושהי רביזיה כזו או אחרת. אין ספק שמדובר בכלי מרכזי וחשוב ליצירת תחרות ופיתוחה וליצירת איזונים אבל המערכת הזו, כפי

שהיא פועלת ומתנהלת כיום לא ממלאת את ייעודה בצורה המיטבית. לכן אני מציע שנכתוב בדוח את כיווני הפתרון שעלו פה בדיונים. מחד, לבחון את הגברת המעורבות של הגופים הציבוריים ושיתוף כלל גופי השידור תוך שיפור כלי המדידה או מאידך, לבחון את סגירת הוועדה והליכה לכיוון של קניית נתונים מגופי מדידה פרטיים.

הילה: מזכירה לכולם שהממונה על ההגבלים מאשר בכל פעם מחדש את היכולת של ועדת המדרוג לפעול רק מכיוון שנמצאים בה הגופים הציבוריים (רשות שנייה ורשות השידור). אם לא, ייתכן וזה היה נחשב כדבר אסור בשל העובדה שהמתחרים יושבים בה אחד עם השני.

נאותות הפקה:

מומו: יאיר, אתה היית העיניים שלנו בנושא המצב בעולם- איפה אנחנו עומדים?

יאיר חקאק: כמי שלקח על עצמו לבדוק את הנושא, הערכתי הראשונית הייתה כי המגמה העולמית בנושא זה, באופן טבעי, תיטה לירידה בגלל כיווץ והתייעלות השוק. מבדיקה שערכתי אני נאלץ להגיד שהערכתי הייתה מוטעית. הנתונים מראים שאין באמת ירידה אלא יציבות יחסית של הסכומים המושקעים עם אפילו, בתקופות תחומות, מגמות עלייה מתונות.

מומו: אם כך, אין לנו באמת סיבה ליישם את ההמלצה מנייר כיווני הביניים שדיברה על קיצוץ או ביטול של נאותות ההפקה- נשאר את ההסדר הקיים על כנו.

נכתב ע"י אבינועם רוזנבאום,

יועץ למנכ"ל ומזכיר הוועדה.