



מדינת ישראל
STATE OF ISRAEL

MINISTRY OF COMMUNICATIONS
The Council for Cable TV and Satellite Broadcasting

משרד התקשורת
המועצה לשידורי כבלים ולשידורי לוויין

החלטת המועצה לשידורי כבלים ולשידורי לוויין מס' 1-4/2016 מיום 10.3.2016 בעניין: מדיניות מבצעים והחלת הוראות שקיפות

רקע

1. בשלהי חודש נובמבר 2015 התקבלו במועצה לשידורי כבלים ולשידורי לוויין (להלן: **המועצה**), הודעות שמשמעותן הלכה למעשה העלאת מחירים למנויים של חברות הוט ויס.
2. הודעות אלו חשפו מספר נקודות בעייתיות לכאורה בהתנהלות החברות בתחום התעריפים והוחלט כי יש להיכנס לעובי הקורה לגבי כל שיטת התימחור של חברות הוט ויס, וזאת נוכח החשש שטמונה בהתנהלות הקיימת הטעיית הצרכן, אפלייה ופגיעה בתחרות. כמו כן הוחלט כי יש מקום לבדיקה כלכלית של העניין והבאתו בדחיפות בפני מליאת המועצה.
3. ביום 24.12.2015 הובא העניין בפני מליאת המועצה ולאחר שהוצגה למועצה עבודה כלכלית שנערכה בעניין החליטה המועצה **בהחלטה מס' 1-18/2015**, לצאת לשימוע המזמין את כל המעוניין בדבר להביע את עמדתו באשר לכוונת המועצה לקבוע מדיניות מקיפה לתעריפים בשוק הטלוויזיה הרב-ערוצית שתמנע את הפגיעה בתחרות, לא תאפשר אפליה ותעשה צדק עם כלל לקוחות החברות. כמו כן, בשים לב לחשיבותו רבת המימדים של עקרון השקיפות הוזמן כל המעוניין בכך גם להתייחס לכוונת המועצה להחיל על בעל הרישיון הכללי לשידורי כבלים (להלן: **הוט**) ועל בעל הרישיון לשידורי טלוויזיה באמצעות לוויין (להלן: **יס**) חובות גילוי של כל המחירונים והמבצעים של החברות (להלן: **החלטת השימוע**).
4. ביום 10.3.2016 הוצגו במליאת המועצה התגובות שהוגשו בכתב להחלטת השימוע שהמרכזיות שבהן הן של חברות הוט ויס, של המועצה הישראלית לצרכנות, של הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן ושל רשות ההגבלים העסקיים. המועצה מבקשת להודות לכל המגיבים.
5. כמו כן, ניתנה לחברות הוט ויס לבקשתן, האפשרות להעלות בפני מליאת המועצה את טענותיהן גם בעל פה ואכן המנכ"לים של שתי החברות יחד עם יועצים כלכליים ואנשי צוות נוספים הופיעו בפני המועצה ושטחו את טענותיהם.

6. כמו כן הופיע בפני מליאת המועצה ד"ר רועי שלם, היועץ הכלכלי שליווה את המועצה בכל המהלך נשוא העניין והציג באופן מפורט את תשובותיו והתייחסותו לטענות השונות שהועלו. היועץ הציג למועצה מדרג של צעדי רגולציה עם מידת התערבות שונה בשוק. הובהר כי בחירה בצעד עם התערבות מתונה מותרת כמובן למועצה את האפשרות להעמיק את מידת ההתערבות בעתיד במידה ותחליט שיש צורך בכך.

7. לאחר הצגת העמדות על ידי כלל הגורמים המועצה קיימה דיון ארוך ומפורט בעניין, ולהלן החלטתה.

החלטה

8. על פי סמכותה בהוראות חוק התקשורת ברישיונות החברות ועל פי כל דין ולאחר שעיינה בעמדות השונות שהוגשו להחלטת השימוע, שמעה את חברות הוט ויס גם בעל פה וקיימה דיון לרבות עם היועץ הכלכלי ד"ר רועי שלם, הגיעה המועצה לכלל מסקנה כי בשלב זה לרבות מטעמים של בחינה הדרגתית של התפתחות העניין ומידתיות יש להתמקד **בנושאים הבאים בלבד ולא בכל הנקודות שנכללו בשימוע.**

מבצעים

9. בתחום המבצעים המועצה נחשפה לאופן התנהלות שמעלה חשש לפגיעה בתחרות, לעקיפה של הרגולציה הקבועה ברישיון וכן של הגנות צרכניות נוספות הקבועות בדין והוא פעמים רבות אף בעל מאפיינים שניתן לכאורה לראותם כמקפחים מבחינת חוק החוזים האחידים. לפיכך לגבי מבצעים ראשיים (מבצע הכולל את חבילת היסוד, חבילת הבסיס או כל חבילה בסיסית אחרת שתהא בעתיד) קובעת המועצה בנוסף להוראות רישיונות החברות וגם בהתאם להוראות חוק הגנת הצרכן באשר לעסקה קצובה כפי שנבחנו עתה על ידי המועצה, כדלקמן:

- "מבצע" יכול לכלול מחיר לתקופה מוגדרת וקצובה של 4 עד 18 חודשים בלבד (להלן: **תקופת המחיר הראשונה**).
- כל תנאי המבצע יפורטו בתקנון בכתב שיימסר למנוי כדין.
- התקנון יפרט מיהו קהל היעד של המבצע כדי שהמנוי ידע האם הוא זכאי לקבלו. ככל שמדובר במבצעי שימור ייכתב הדבר גם כן.
- מחיר המבצע שמשלם המנוי בתקופת המחיר הראשונה לא יועלה לכל אורך תקופת המחיר הראשונה (העלאת אחוז המע"מ לא תיחשב להעלאת מחיר; במקרה של הפחתת המע"מ – יופחת המחיר בהתאם).
- בתקופת המחיר הראשונה רשאית החברה להעניק הנחה נוספת שתפורט מלכתחילה בתקנון בעבור עד ארבעה חודשים ראשונים. יובהר כי איסור העלאת המחיר בתקופת המחיר הראשונה לא חל כמובן לגבי המחיר שיינתן במסגרת הנחה נוספת זו.
- החברה לא תהיה רשאית לבטל למנוי את המבצע אליו הצטרף בתקופת המחיר הראשונה אלא אם הדבר הותר לה כדין.

10. החברה תהיה רשאית לסכם עם המנוי כבר בעת הצטרפותו למבצע על המחיר שיחול לאחר תקופת המחיר הראשונה (להלן: **מחיר ההמשך**) ובלבד שתפעל בהתאם להוראות חוק הגנת הצרכן כפי שנבחנו על ידי המועצה עתה ולהוראות המועצה כדלקמן:

- מחיר ההמשך הכולל, לרבות מבחינת ציוד הקצה וכיו"ב ו/או מחירי ההמשך, אם קיימות מספר תקופות המשך, יהיו נקובים באופן ברור ומפורט כבר במועד ההצטרפות בתקנון המבצע שיימסר למנוי.
- החברה לא תהיה רשאית להעלות את מחיר או מחירי ההמשך הנקובים מלבד הצמדה למדד וגם זאת רק בתנאי שאפשרות ההצמדה צוינה מלכתחילה (כאמור, העלאת אחוז המע"מ כדין לא תיחשב להעלאת מחיר ובמקרה של הפחתת המע"מ יופחת המחיר בהתאם).
- ניתנה לצרכן הודעה בכתב בה יפורטו תנאי העיסקה, לרבות מחיר ההמשך אותו ישלם הצרכן לאחר תקופת המחיר הראשונה. הודעה כאמור תישלח בתקופת ההודעה כהגדרתה בסעיף 13א לחוק הגנת הצרכן (כיום בין 60 ל- 30 יום שלפני מועד תום תקופת המחיר הראשונה). הודעה כאמור המפרטת את מחיר ההמשך שיחול לאחר תום תקופת המחיר הראשונה תצויין **בנוסף** גם בכל האמצעים הבאים:
- ✓ בכל חשבונית או קבלה או הודעת תשלום כפי שנקבע בהוראת סעיף 13א(ב)(2) לחוק הגנת הצרכן.
- ✓ במסרון למספר הטלפון הנייד שמסר הצרכן לעוסק כפי שנקבע לאחרונה בתיקון מס' 44 לחוק הגנת הצרכן.
- ככל שננקבו מספר מחירי המשך עולים יחולו הוראות אלה על כל שינוי מחיר שיבוצע.
- החל מתום תקופת המחיר הראשונה תהיה החברה רשאית להודיע למנוי בכל עת על הפסקת ההתקשרות עמו בכפוף לכך שמתן הודעה כאמור למנוי יהיה לפחות 30 יום מראש.

אופן פרסום המבצעים יפורט להלן.

שקיפות - חובת פרסום

11. כאמור לעיל, עוד בהחלטת השימוע המועצה עמדה על חשיבותו רבת המימדים של עקרון השקיפות ועל כך ששקיפות היא מרכיב חשוב ביותר לקידום התחרות, להסרת חסמים ולהבטחת השוויון. אכן, השקיפות גם מסייעת לציבור המנויים כולו לרבות אוכלוסיות חלשות לכלכל את צעדיו ולבחור באופן מושכל. יחד עם זאת, לשקיפות עלולים להיות גם חסרונות כפי שטענו החברות. בכל הנוגע למבצעי שימור, עניין שיפורט גם בהמשך, יש חשש כי השקיפות לא תאפשר מבצעים אלו ונטען כי בכך דווקא תיפגע התחרות. הוט ויס יחד עם יועציהם הכלכליים עמדו על היתרונות הרבים במתן אפשרות למבצעי שימור בהתאם למה שכונה בהחלטת השימוע "כוח המיקוח" של המנוי.

12. הרשות להגנת הצרכן (להלן: **הרשות**) שהגיבה לשימוע עמדה על כך ש"הרשות מכירה בכך כי תמחור אישי עשוי להוות בעיה ולפגוע בצרכנים חלשים, אם כי הדבר לא נאסר בחוק הגנת הצרכן". הרשות הוסיפה כי "ניהול מו"מ אישי, ומתן מחיר לכל צרכן על פי יכולת המיקוח שלו פועל כנגד מדיניות השקיפות, שכן אין לצרכנים מידע באשר למחירי המסלולים בטרם יצירת קשר עם העוסק". ואולם הרשות הדגישה כי "על אף האמור, הרשות סבורה כי ישנם גם יתרונות במצב הקיים - בשוק בו ישנם מעט מתחרים, האפשרות לקיים תחרות אישית, תוך איום בעזיבה, היא אולי הדרך היחידה לקיים תחרות, אף

כי מצומצמת. הרשות סבורה שאיסור גורף על מבצעים מסוג מחיר מועדף ללקוח, עלול להביא להקפאת מחירים ולפגוע במעט התחרות הקיימת בשוק".

13. הרשות להגבלים עסקיים הגיבה גם היא לשימוע ועמדה על כך שההצעה "להגביל מתן הצעות אטרקטיביות ללקוחות המאיימים בעזיבה או נמצאים בשלבי ניתוק, הרי שלהצעה זו עלולה להיות השלכה שלילית, שכן איסור גורף על מתן הנחות בנסיבות אלה תימנע מציבור הצרכנים הוזלת מחירים הנובעת מהתפתחות התחרות. לעמדתנו, נדרשות נסיבות יוצאות דופן על מנת לאסור באופן גורף על מתן הנחות במצבים אלה"

14. הנה כי כן, שאלת מבצעי השימור על פי "כוח מיקוח" היא שאלה כבדת משקל. מחד גיסא עוד בהחלטת השימוע וגם עתה הציג ד"ר שלם את החסרונות הטמונים במבצעי שימור. העניין גם פורט בעמדה שהגישה המועצה הישראלית לצרכנות. מאידך גיסא החברות הציגו באופן משכנע את היתרונות הטמונים בשיטה מבחינת הרווחה החברתית ונוכח המאפיינים המיוחדים לשוק הטלוויזיה הרב ערוצי בו עלויות קבועות גבוהות ועלות נמוכה עבור הלקוח השולי. כמו כן לא ניתן להתעלם בהקשר זה מהעמדות שהגישו למועצה הרשות להגנת הצרכן והרשות להגבלים עסקיים. בנוסף, יש גם לזכור כי מדובר בפרקטיקה נוהגת מזה שנים.

15. בעניין זה גם לא נעלם מעיני המועצה כי מתנהלות בסוגייה תובענות ייצוגיות הן נגד חברת הוט (7263-12-13) והן נגד חברת יס (48167-07-15, 62371-06-15) זאת בנוסף לתובענה הייצוגית המתנהלת בעניין בתחום הטלקום שם מדיניות משרד התקשורת היא להתיר הבחנה בין "סוגי מנויים" באופן שאיננו מאפשר מתן מחיר על פי כוח מיקוח.

16. בנסיבות אלה החליטה המועצה כי בשלב זה אין זה נכון לחייב פרסום של מבצעי שימור על פי כוח מיקוח מה שעלול לכאורה לעקר אותם מתוכן. בנוסף אין לחייב פרסום של ההטבות והפיצויים השונים הניתנים למנויים מעבר לנספח המבצע הראשי שלהם. יחד עם זאת, יתר המבצעים הראשיים המוצעים לכל הלקוחות שאינם מבצעי שימור, הטבה או פיצוי - **יפורסמו בהתאם לכללים הבאים**:

- מבצעים ראשיים כאמור יפורסמו באתר האינטרנט של החברה לפחות באמצעות רשימה סדורה שתחיל קישורית לתקנון כל מבצע.
- הפנייה לרשימת המבצעים תיעשה באופן בולט בדף הפתיח של אתר האינטרנט של החברות.
- פרסום המבצע באתר האינטרנט יכלול הגדרה ברורה של קהל היעד אליו מיועד המבצע.
- הפרסום יכלול את כל מרכיבי העלות לרבות ציוד קצה, ממירים, התקנות וכיו"ב.
- בראש רשימת המבצעים יובהר כי הרשימה אינה כוללת מבצעי שימור, הטבות ופיצויים.

17. לדעת המועצה יש גם לדאוג לפרסום המבצעים למי שאינם מנויים לאינטרנט באופן כזה או אחר. בעניין זה מסמיכה המועצה את יו"ר המועצה להגיע להסכמות מול החברות. היו"ר גם מוסמכת לסכם עם החברות על אופן פרסום שונה באתר האינטרנט כל עוד תוגשם התכלית של הצגה שקופה של מבצעים כאמור.

18. במוקדי השירות יוצעו למנויים המבצעים הטובים ביותר הרלבנטיים לגביהם.

19. בהחלטת השימוע שקלה המועצה לחייב את החברות לפרסם את ממוצע המחיר הרלבנטי למנוי בחשבונית החודשית בדומה למנגנון הקיים בדו"ח ששולחות למבוטחיהן קרנות הפנסיה. לאחר שבחנה את כלל העמדות בהקשר זה מחליטה המועצה כי בשלב זה לא ידרשו החברות לפרסם בחשבונית את המחיר הממוצע אך החברות תידרשנה לכלול בחשבונית הודעה המיידעת את המנויים כי באתר האינטרנט של החברה מתפרסמים מבצעים נוספים.

"סוגי מנויים"

20. אחת הסוגיות שבהן התרכזה החלטת השימוע היא המציאות בה לקוחות מקבלים תעריף טוב יותר על פי כוח המיקוח שלהם ובמילים אחרות על פי מידת "חוזק" האיום שלהם להתנתק משירותי החברה או יכולתם המילולית בהקשר זה. כמו כן עלתה בשימוע שאלת ההנחות הניתנות מטעמים של יתרונות לגודל וכן מטעמים של שוני בעלויות החברות ושאלת ההבחנה בין מנויים חדשים לקיימים. אחת הטענות המרכזיות שנטענו בפני המועצה היא כי יש הצדקה להבחנות אלו ואין מדובר באפליה אסורה. במיוחד נטען בפני המועצה, כפי שכבר פורט לעיל, כי מבצעי "שימור" על פי כוח מיקוח הם עניין לגיטימי המבחין ולא מפלה ולמעשה כי מדובר ב"סוג מנויי" מובחן. לפיכך מחליטה המועצה כדלקמן:

21. בכל הנוגע למבצעי שימור על פי כוח מיקוח הובהרה כבר לעיל החלטת המועצה.

22. בכל הנוגע ללקוחות עסקיים וכן ליתרונות לגודל לרבות קיבוצים, ועדי עובדים וכיו"ב המועצה החליטה כי יש להותיר עניין זה להמשך בחינה בעתיד ולא להחיל בשלב זה לגבי אלו את ההוראות הנקבעות עתה.

23. המועצה לא התעלמה מן הטענות שהועלו לפנייה באחת התגובות לשימוע לפיה קיבוצים נהנים מהנחה שאינה ניתנת לקבוצות אחרות וכי לכך אין הצדקה. ואולם, כאמור לעיל, סוגיית הלקוחות העסקיים וכיו"ב מצריכה ליבון נוסף ולא תוכרע במסגרת ההחלטה הנוכחית.

24. באשר להבחנה בין מנויים חדשים למנויים קיימים המועצה ביקשה לבחון נקודה זו במסגרת החלטת השימוע ונכח הטענות שנטענו בפניה, אין בדעתה למנוע הבחנה זו. זאת, במיוחד בשים לב לקושי במעבר מחברה אחת לשנייה (להבדיל, למשל, מבעת מעבר בין חברות סלולאר) הדורש במקרים רבים מהלקוח זמן, תיאום הגעת טכנאי, ביצוע התקנות, החלפת ציוד ומאמץ. על כן, המעבר כרוך במקרים רבים בעלויות לא מבוטלות מצד הלקוח. בנסיבות אלה, מתן תעריף נמוך יותר ללקוחות חדשים מקטין חסמי מעבר בין החברות, ועשוי לסייע לתחרות בענף. למען הסר ספק יובהר, כי הוראות השקיפות כאמור לעיל יחולו על מבצעים שכאלו ללקוחות חדשים.

25. על כן, באשר למבצעים המיועדים ללקוחות חדשים שיתקיימו לצד המבצעים ללקוחות קיימים קובעת המועצה כי אין מניעה לכך אך זאת כאמור בכפוף לפרסום המבצע כפי שהוגדר לעיל כאשר החברות רשאיות לקבוע כי מבצע למנויים חדשים יוצע רק למי שאינו מחובר לשירותי החברה. נקבע תנאי שכזה, לא יוצע המבצע למי שאינו עומד בו.

26. בנוסף יצוין כי חברות הוט ויס נענו לבקשת המועצה והתחייבו לשקול מתן הנחה קבועה לניצולי שואה ולקשישים המקבלים הבטחת הכנסה.

תקופת היערכות למדיניות המועצה

27. בפני המועצה נטען כי יש לאפשר לחברות תקופת היערכות ארוכה ביותר למדיניות שתיקבע על ידי המועצה ולמעשה יש לערוך לגבי תקופת ההיערכות שימוע נוסף.

28. לאור החלטות המועצה, כפי שפורטו לעיל, המועצה אינה סבורה שיש מקום לערוך שימוע נוסף לעניין תקופת ההיערכות הנדרשת לצורך יישומן. התייחסות לתקופת היערכות הופיעה בתגובות החברות שהוגשו למועצה, כפי שמצופה כאשר נשקלת מדיניות משמעותית כמו שנכללה בהחלטת השימוע. המועצה גם אינה סבורה שיש לקבל את טענת החברות כי לא יכלו להתייחס לתקופת ההיערכות מבלי שידעו מה יקבע בסופו של יום שהרי מתווה מפורט ביותר נכלל בהחלטת השימוע והמועצה אינה מחמירה מעבר למה שפורט שם כי אם דווקא להיפך.

29. יחד עם זאת, אכן מקובל על המועצה כי יישום ההוראות המוזכרות לעיל מצריך תקופת היערכות מסוימת. לפיכך, לאחר שבחנה את הטענות השונות בעניין זה ושקלה את הדבר בכובד ראש מחליטה המועצה כי יש לאפשר לחברות תקופת היערכות של 3 חודשים למדיניות שנקבעה לעיל באשר למבצעים שקיפות וכיו"ב וזאת אגב בדומה למועד כניסתו לתוקף של תיקון מס' 44 לחוק הגנת הצרכן שכבר הוזכר לעיל.

30. אשר על כן, האמור לעיל בהחלטה זו יכנס לתוקף לגבי מבצעים שיוצעו למנויים מעוד 3 חודשים מהיום.

31. המועצה מבקשת להבהיר כי ככל שישתברר לחברות במהלך ההיערכות בתקופה שנקבעה לעיל כי לשיטתן אין די בתקופה זו הן יהיו רשאיות לפנות למועצה למתן הארכה והמועצה מסמיכה את היו"ר להאריך את המועד, אם תשתכנע כי יש בכך צורך.

מבצעים קיימים

32. בהחלטת השימוע נכללה האפשרות למנוע התייקרות במבצעים קיימים. ואכן, בנוסף לכל האמור לעיל ולאחר כל המידע שהוצג לה המועצה הגיעה לכלל מסקנה כי במבצעים קיימים רבים, מתעורר חשש לפגיעה בתחרות, לעקיפה לכאורה של הרגולציה הקבועה ברישיון וכן של הגנות צרכניות נוספות הקבועות בדין. כמו כן, מבצעים אלו הם בעלי מאפיינים שניתן לכאורה לראותם כמקפחים מבחינת חוק החוזים האחידים. כוונת המועצה היא לגבי כל אותם מבצעים שמחד גיסא לא נכללה בהם הגבלת תקופה לגבי מחיר המבצע המוזל אך מאידך גיסא, נרשמה בתקנון מבצעים אלו זכותה של החברה להעלות מחיר "על פי שיקול דעתה מעת לעת" מבלי לנקוב בשום צורה ואופן במחיר החדש וללא כל הגבלה לגבי אופן הפעלת שיקול דעת זה.

33. הבחינה המקפת שנערכה במסגרת השימוע העלתה כי הפרקטיקה המתוארת לעיל נהוגה בחברת הוט, שרוב ככל לקוחותיה מנויים במסלול המבצעים המתואר לעיל. ככל שיתברר כי קיימים מבצעים כאלה בחברת יס האמור להלן יחול כמובן גם לגביהם.

34. מבחינת הפגיעה בתחרות, הייקור במבצעים אלו מבוצע יחסית בקלות אך את מי שבכל זאת מתנגד לייקור ניתן לשמר ללא קושי ובמובן זה מתעורר חשש לפגיעה בתחרות. מבצעים אלו גם לכאורה עוקפים את רגולציית המחירון שברישיין. שהרי, ללא הגבלת תקופת מחיר המבצע, הלקוח אינו נמצא במחיר ה"מחירון" הכללי החל על כלל המנויים ונוצר למעשה "מחירון פרטי" לכל מנוי בפני עצמו. כאשר מבוצעת העלאת מחיר ב"מחירון פרטי" שכזה, שגם אינה מוגבלת במועדיה או בסכומה, נעקפות הלכה למעשה ההוראות החלות על המחירון הכללי לרבות מבחינת הסבירות, אופן השינוי, האישורים הנדרשים וכיו"ב.

35. בנוסף לכל זאת, מבצעים אלו לכאורה אינם צועדים על-פי רוח הוראות חוק הגנת הצרכן המחייבות כאמור בעסקה לתקופה קצובה תנאים מאוד נוקשים אם מבוצעת המשך התקשרות במחיר גבוה יותר מהמחיר המוזל שבו הצטרף הצרכן מלכתחילה. ודוק: עסקה קצובה היא "בין אם העסקה עצמה היא לתקופה בלתי מסוימת ובין אם היא לתקופה מסוימת". בדוגמאות שהוצגו למועצה, נספחי המבצע של הוט מבקשים הלכה למעשה לחייב את הצרכן בהמשך התקשרות במחיר גבוה יותר שלא נקב מלכתחילה, לא הודע מלכתחילה לצרכן ושהצרכן גם לא הסכים לו באופן פוזיטיבי. מאחר שהמחיר החדש לאחר ההעלאה לא נקב מלכתחילה בשום צורה ואופן הרי שהדבר מעורר לכאורה קושי אל מול הוראות חוק הגנת הצרכן (ראו, למשל, סעיף 13א(ג)(2) לחוק הגנת הצרכן). מעבר לכך, העלאת המחיר במבצעים שכאלו גם לא תחומה מבחינת מועדיה ומבחינת סכומה שהרי הדברים נותרו בגדר "על פי שיקול דעתה מעת לעת".

36. **מצד שני**, לא ניתן להתעלם מן הפסיקה שהכירה בכך שבנסיבות מסוימות ובחייבים מתמשכים ניתן למצוא הצדקה לשמירת הזכות להעלאת מחיר. יתר על כן, מבצעים אלו שהמועצה ראתה שקיימים מזה שנים רבות לא בוטלו גם לא בחלקם ובמהלך השנים בוצעו העלאות מחיר על פיהם. בנוסף נטען בפני המועצה כי הייתה הסתמכות על הקבוע במבצעים אלו וכי מניעת העלאת המחיר במבצעים אלו יש בה כדי לפגוע בציפיות הסבירות באשר להכנסות ממבצעים אלו. ואכן, כאמור לעיל, מנויים רבים של הוט נמצאים במבצעים שכאלה כך שלהחלטת המועצה לגביהם השפעה משמעותית על התנהלות העסקית של חברת הוט, המצריכה זמן התארגנות נאות.

37. **לפיכך, נוכח הבעייתיות שהמועצה רואה במבצעים שכאלה בשוק הטלוויזיה הרב-ערוצית מחד גיסא אך ההסתמכות הנטענת מאידך גיסא הרי שבאיזון מזה ומזה המועצה מבהירה וקובעת כבר עתה כי מבחינתה החל מעוד שנה מהיום נאסר על החברות לבצע העלאות מחיר במבצעים קיימים שכאלו.**

38. **כמו כן, בשנה הקרובה המועצה אמנם לא תמנע מהחברות לפעול כחוכמתם בעניין. ואולם, ככל שמי מהחברות תבקש במהלך השנה להעלות את המחיר למנויים במבצעים שכאלו יהיה עליה ליידע את המנויים בדבר ההעלאה ברוח הוראות חוק הגנת הצרכן ותיקון מס' 44 לחוק. דהיינו, שכתנאי להעלאת מחיר במבצעים שכאלו קובעת המועצה כי יהיה על החברות ליידע את המנויים בדבר ההעלאה לא רק במעטפית אלא גם בכל חשבונית או קבלה או הודעת תשלום בדומה למה שנקבע לעיל וכן גם במסרון למספר הטלפון הנייד שמסר הצרכן לחברה. ההודעות בכל האמצעים הללו יפרטו בדבר העלאת המחיר לרבות ציון ברור ומפורש של המחיר החדש.**

39. מובהר בזאת כי מבחינת המועצה ככל שההעלאה תתבצע בשלושה חודשים הקרובים עדיין יהיה על החברות לשלוח מסרון לפני ההעלאה בו יפורט גם המחיר החדש.

40. באשר לטענה שהועלתה בפני המועצה ולפיה אין להחיל באופן רטרואקטיבי שינויים לגבי מבצעים קיימים יודגש כי המועצה אינה דורשת באופן רטרואקטיבי השבת כספים של העלאות קודמות שבוצעו במבצעים שכאלו אלא אך קובעת הוראות שיחולו מכאן ואילך באופן אקטיבי. המועצה סבורה כי נוכח הקשיים הבלתי מבוטלים הטמונים לכאורה במבצעים שכאלו החלטה שמונעת העלאות מחיר **רק בעוד שנה** ובתקופת הביניים מסתפקת, ככל שהדבר נוגע למועצה, בידוע ברור של הצרכן ברוח חוק הגנת הצרכן – היא החלטה סבירה ומידתית ולמעשה מדובר בהליכה כברת דרך משמעותית לקראת החברות.

41. ודוק: חשוב להבהיר כי איסור העלאת המחיר שממילא יכנס לתוקף רק בעוד שנה אינו מהווה פיקוח מחירים וגם לא הגבלת אפשרויות הפעולה של החברות מעבר לנדרש שהרי אין כל מניעה כי החברה תגיע לכלל מסקנה בעוד שנה כי היא רוצה לסיים את ההתקשרות עם המנוי במחיר הקיים שלו וכל שיהיה עליה לעשות הוא להודיע זאת למנוי מראש ולקבוע עמו מועד לאיסוף הציוד. החברה כמוכן גם תהא רשאית להציע למנוי להמשיך את ההתקשרות במחיר אחר גבוה מהמחיר הקיים שלו אך לשם כך, החל מאותו מועד, היא תידרש להסכמה מפורשת ופוזיטיבית של הצרכן להסכם התקשרות במחיר החדש והגבוה יותר. לדעת המועצה נוכח הבעייתיות שהיא רואה במבצעים שכאלה בשוק הטלוויזיה הרב-ערוצית מדובר בצעדים הכרחיים ובלתי נמנעים וכאמור אין בהם כדי לפגוע בחברות מעבר לנדרש (בנוסף לאמור לעיל ראו והשוו גם ככל הנדרש סעיף 11 לרישיון הוט וכן סעיף 62 לרישיון הוט והשוו גם סעיף 9.3 לרישיון הוט. כן ראו סעיף 6 לחוק התקשורת יחד עם סעיף 6נז לחוק התקשורת).

42. למותר לציין כי אין בהחלטת המועצה, כאמור לעיל, כדי לפטור את הוט ויס מקיום חובותיהן לפי כל דין אחר, לרבות חוק הגנת הצרכן אלא מדובר אך בצעדים שהמועצה דורשת מבחינתה בנסיבות שנוצרו.

סוף דבר

43. המועצה סבורה כי ההחלטות כפי שפורטו לעיל יש בהן תרומה לעידוד התחרות ולציבור הצרכנים, בכך שהן יסייעו לו לפקח ולהבין את המחיר שהוא משלם. כמו כן, הן ימנעו שינוי מחירי מבצעים שהצרכן לא הסכים להם ואינו יודע עליהם מפורשות. נוכח הטענות שהועלו בפניה, המועצה הסתפקה במדיניות הדרגתית ותמשיך לעקוב כמוכן אחר ההתפתחויות השונות בשוק והצורך בהמשך עדכון הרגולציה כך או אחרת.
