

Czy przepisy antykoncentracyjne wzmocnią pluralizm i konkurencję mediów w Polsce?

18/10/2017

Igor Ostrowski

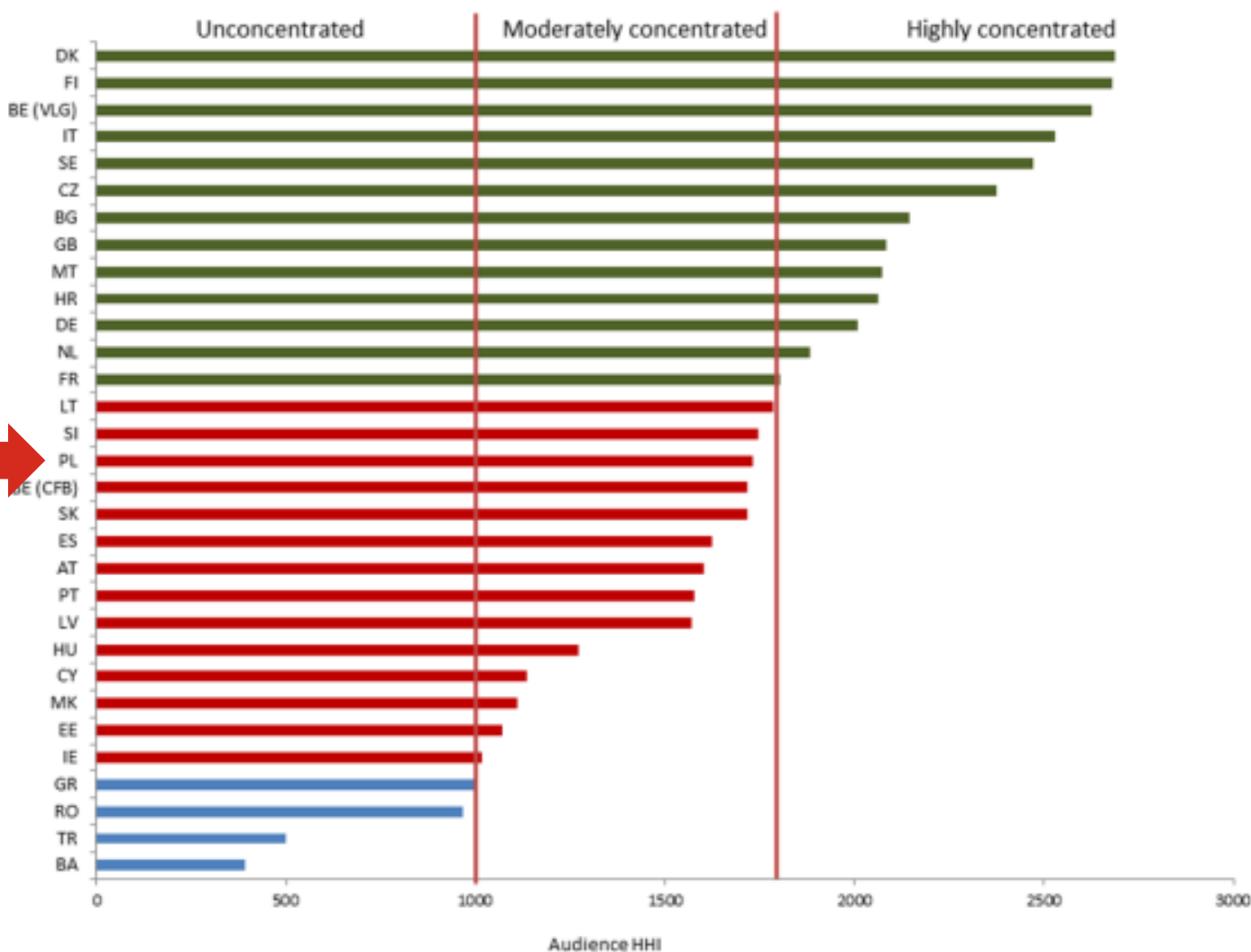
Dane dotyczące stopnia koncentracji w Europie

Stopień koncentracji na rynku nadawania - udział w dziennej oglądalności (dane za 2014 r.)

One broadcasting group has a daily audience share of:	The top two groups combined have a daily audience share of:
more than 35%: BE (VLG), BG, DK, FI, GB, IT, MT	60-70%: BE (VLG), BG, CZ, DK, FI, IT, SE
30-35%: AT, CZ, ES, LT, LV, NL, SE, SI, SK	50-60%: AT, DE, ES, FR, GB, HR, LT, MT, NL, SI, SK
25-30%: DE, FR, HR, HU, IE, MK, PL , PT	40-50%: BE (CFB), HU, LV, MK, PL , PT, RO
20-25%: BE (CFB), RO	30-40%: CY, EE, GR, IE
15-20%: CY, EE, GR	20-30%: BA, TR

Źródło: *European Audiovisual Observatory (2016): Media ownership: towards pan-European groups. Analysis of Mediametrie/Eurodata TV data (Cappello M. (ed.), Media ownership - Market realities and regulatory responses, IRIS Special 2016-2, European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2016)*

Koncentracja rynku – indeks HHI (udział w oglądalności) w Europie



Źródło: European Audiovisual Observatory (2016): *Media ownership: towards pan-European groups. Analysis of Mediametrie/Eurodata TV data* (Cappello M. (ed.)).

Scenariusze przepisów dotyczących przeciwdziałaniu koncentracji własności w mediach

- **Scenariusz 1** – ograniczenia związane z udziałem kapitału zagranicznego (Polska (kapitał spoza Unii Europejskiej), Belgia (region Walonia), Holandia)
- **Scenariusz 2** – ograniczenia związane z liczbą koncesji radiowych lub telewizyjnych (Niemcy, Słowacja, Węgry, Wielka Brytania)
- **Scenariusz 3** – ograniczenia mieszane, w tym związane z udziałem w oglądalności lub słuchalności (Austria, Belgia, Chorwacja, Czechy, Francja, Grecja, Hiszpania, Malta, Włochy)

Źródło: opracowanie własne i „Regulacje dotyczące koncentracji własności na rynku mediów w wybranych krajach”, KRRiT, 2015 r.

Dodatkowe aspekty związane z projektowanymi przepisami

- **Koncentracja krzyżowa – ograniczenia związane z przeciwdziałaniem koncentracji krzyżowej** (Chorwacja, Francja, Niemcy, Słowacja, Wielka Brytania, Włochy)

Podejście „antymonopolowe” a podejście „antykoncentracyjne” w krajach UE

Cechy	Podejście „antykoncentracyjne”	Podejście „antymonopolowe”
Cel	Pluralizm środków przekazu	Zapobieganie nadużywaniu pozycji dominującej / przeciwdziałanie powstaniu lub umocnieniu pozycji dominującej
Rynek właściwy	Rynki wyznaczone ustawowo lub w indywidualnych sprawach: <ul style="list-style-type: none"> wpływ na opinię - krajowy rynek opinii/oglądalności (np. Włochy) bardzo szczegółowo określone rynki (nadawanie określonych kategorii programów) rynki określone ustawowo 	Rynki wyznaczone w indywidualnych sprawach: <ul style="list-style-type: none"> badanie substytucyjności produktów wyznaczanie rynku geograficznego (lokalny lub krajowy) domniemania związane z pozycją dominującą (40 %)
Kryteria oceny	Nadmierna koncentracja własności w mediach <ul style="list-style-type: none"> limity określone wprost w ustawie lub badanie poziomu koncentracji na podstawie przeglądu lub badania rynku uwzględnienie udziałów w oglądalności lub słuchalności w decyzjach, zagrożenie interesów kultury narodowej, bezpieczeństwa, obronności państwa lub dobrego obyczaju społeczno – polityczny charakter 	Konkurencja na rynku <ul style="list-style-type: none"> ocena na podstawie udziałów w rynku w ujęciu ilościowym i wartościowym, czy wskaźnika koncentracji rynku (HHI) badanie rynku i otoczenia konkurencyjnego, w tym barier związanych z wejściem na rynek ocena koncentracji w aspekcie horyzontalnym, wertykalnym, konglomeratowym ekonomiczny charakter
Organy	ministerstwa lub organy regulacyjne w dziedzinie mediów	organy ochrony konkurencji (krajowe lub Komisja Europejska)

Podejście „antymonopolowe” a podejście „antykoncentracyjne” na Węgrzech

Cechy	Podejście „antykoncentracyjne”	Podejście „antymonopolowe”
Cel	Utrzymanie pluralizmu opinii i informacji	Zapobieganie nadużywaniu pozycji dominującej / przeciwdziałanie powstaniu lub umocnieniu pozycji dominującej
Produkt i rynek geograficzny	Substytucyjność w kontekście programów tematycznych i dystrybucji programów: <ul style="list-style-type: none"> • koncentracja w kontekście politycznych, ekonomicznych i finansowych treści informacyjnych • pluralizm innego rodzaju treści także brany pod uwagę. • dostępność produktu – krajowa, regionalna lub lokalna 	Substytucyjność ekonomiczna: <ul style="list-style-type: none"> • rynek dwustronny: oglądalność i reklama – wzajemne powiązanie • segmenty oglądalności poszczególnych mediów wg tematyki • rynek reklamy dzielony na mniej segmentów • ocena rynków powiązanych • dostępność produktu – oddzielnie definiowane rynki krajowe i lokalne
Kryteria oceny	Spadek pluralizmu opinii <ul style="list-style-type: none"> • koncentracja w kontekście przychodów • koncentracja w kontekście udziałów w oglądalności (35 % udział w oglądalności) • szczególne uwzględnienie dystrybutorów treści, którzy posiadają co najmniej 15 % udziałów w oglądalności 	Wpływ na poziom konkurencji: <ul style="list-style-type: none"> • ocena: udziały rynkowe konkurentów w kontekście udziału w oglądalności lub wartości (w tym m.in. w oparciu o wskaźnik HHI) • wysoki poziom rynkowych udziałów na rynkach wertykalnych lub w inny sposób powiązanych • zdolność do podwyższenia cen lub zmniejszenia wyboru lub jakości
Środki zaradcze	Można nakładać środki zaradcze - A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (NMHH) <ul style="list-style-type: none"> • w celu przeciwdziałania negatywnym skutkom • formalnie – część postępowania 	Środki zaradcze negocjowane w trakcie postępowania – Gazdasági Versenyhivatal (GVH): <ul style="list-style-type: none"> • strukturalne lub behawioralne warunki udzielenia zgody na przeprowadzenie koncentracji

Skutki wejścia w życie przepisów przeciwdziałających koncentracji własności na Węgrzech

- NMHH jest silnie uwarunkowany politycznie (znaczące uprawnienia dyskrecjonalne tego organu oraz politycznie uwarunkowany wybór członków NMHH)
- Jak dotąd brak precedensów sądowych (obecnie jedna sprawa w sądzie)
- Brak możliwości zablokowania połączenia w przypadku gdy właścicielami są nie powiązane ze sobą podmioty
- Negatywna decyzja NMHH jest wiążąca dla GHV
- Kilka transakcji zostało już zablokowanych na podstawie przepisów przeciwdziałających koncentracji własności w mediach
- Przepisy obowiązują od 2011 roku

Polskie rozwiązania związane z przeciwdziałaniem koncentracji własności w mediach

- Rozwiązania przygotowane przez MKiDN, we współpracy z UOKiK i KRRiT
- Wyzwanie to zgodność z art. 21 ust. 4 rozporządzenia Rady (WE) nr 139/2004 (*Bezpieczeństwo publiczne, pluralizm środków przekazu oraz zasady ostrożnościowe uważa się za uzasadnione interesy, które mogą być chronione przez Państwa Członkowskie o ile są zgodne z ogólnymi zasadami i innymi przepisami prawa wspólnotowego*)
- Rozwiązania oczekują „na decyzję polityczną”
- Będą procedowane jako rządowy projekt założeń lub projekt ustawy, ale nie są wpisane do Wykazu prac legislacyjnych i programowych Rady Ministrów
- Główne uzasadnienie: konieczność zapewnienia pluralizmu i zapobieganie nadmiernej koncentracji własności w mediach (telewizja i prasa)
- Rozwiązania ograniczające koncentrację krzyżową
- Brak rozwiązań bezpośrednio skierowanych przeciwko zagranicznej własności w mediach
- Rozszerzenie rozwiązań już istniejących (art. 40a ustawy z 29.12.1992 r. o radiofonii i telewizji, art. 25 ustawy z 26.01.1984 r. Prawo prasowe)

Dziękuję

大成 DENTONS

Dentons Europe



Igor Ostrowski
Partner, Szef Zespołu Prawa Technologii, Mediów i
Telekomunikacji na Europę

D +48 22 242 56 73
igor.ostrowski@dentons.com

Dentons is the world's largest law firm, delivering quality and value to clients around the globe. Dentons is a leader on the Acritas Global Elite Brand Index, a BTI Client Service 30 Award winner and recognized by prominent business and legal publications for its innovations in client service, including founding Nextlaw Labs and the Nextlaw Global Referral Network. Dentons' polycentric approach and world-class talent challenge the status quo to advance client interests in the communities in which we live and work. www.dentons.com.