

Prezes UOKiK sprawdzi praktyki nadawców TV

17 września 2020

Czy sprzedaż pakietów programów telewizyjnych operatorom, w tym sieciom kablowym, przez nadawców ogranicza konkurencję? Czy nadawcy wykorzystują pozycję rynkową na rynku reklamy? Prezes UOKiK Tomasz Chróstny sprawdzi to w postępowaniu wyjaśniającym. Na praktyce nadawców mogą tracić zarówno ich mniejsi konkurenci, jak również operatorzy i konsumenci.

Do UOKiK napływają liczne skargi, w szczególności operatorów telewizyjnych, na sposób sprzedaży programów przez nadawców. Wszczęcie postępowania poprzedziły spotkania i konsultacje z różnymi podmiotami działającymi na rynku. Operatorzy zwracali uwagę, że nie mają możliwości wyboru pojedynczych programów, lub ich zakup jest ekonomicznie nieopłacalny i stąd muszą nabywać je w pakietach także wówczas, gdy ich skład programowy jest nieatrakcyjny dla klientów. Oznacza to, że wyboru w konsekwencji może być pozbawiony także konsument, czyli widz.

Prezes UOKiK Tomasz Chróstny wszczął postępowanie wyjaśniające, w którym przyjrzy się relacjom pomiędzy nadawcami a operatorami, w szczególności telewizji kablowych i platform cyfrowych. Sprawdzi w nim m.in. strukturę rynku, w tym to, czy nadawcy, nie dyskryminują konkurencyjnych operatorów, a także czy nie wykorzystują swojej pozycji dominującej na rynku reklamy. Wśród badanych wątków znajdzie się również wpływ zachowania nadawców na ofertę, którą operatorzy kierują do konsumentów.

„Wielu konsumentów – odbiorców telewizji ma problem z dostępem do swoich ulubionych programów: muszą wykupić je w pakiecie z takimi, które zupełnie ich nie interesują. Pakiety mogą być narzucane również sieciom kablowym, zaś koszt przerzucany na konsumenta, który niejednokrotnie otrzymuje ofertę

diametralnie odbiegającą od jego realnych potrzeb jako widza. Jednym z celów postępowania będzie sprawdzenie, czy przyczyna tej sytuacji leży na wyższym szczeblu obrotu i jest nią sposób sprzedaży programów operatorom przez nadawców, zmierzający do sztucznego kreowania czasu antenowego na reklamy przez nadawców” – mówi Prezes Urzędu Tomasz Chróstny.

Urząd zbada jaki wpływ na przychody z reklam osiągane przez nadawców ma sprzedawanie przez nich paczek programów oraz na ile pakietyzacja może ograniczać dostęp do rynku mniejszym nadawcom. Prawo antymonopolowe zabrania zachowań naruszających konkurencję – rynkowym dominantom nie wolno między innymi stosować sprzedaży związanej lub nierówno, dyskryminacyjnie, traktować swoich kontrahentów.

Postępowanie wyjaśniające prowadzone jest w sprawie, nie przeciwko konkretnym przedsiębiorcom. Jeśli jednak na podstawie zebranych informacji okaże się, że nadawcy naruszają prawo, wówczas zostaną postawione im zarzuty dotyczące stosowania praktyk ograniczających konkurencję. Grozi za to kara do 10 proc. rocznego obrotu przedsiębiorcy.

Autorstwo: UOKiK

Źródło: CentrumPrasowe.PAP.pl