​

**Koncentracja kapitału na rynku mediów to jedno z największych zagrożeń dla pluralizmu mediów.** Choć firmy medialne są podmiotami gospodarczymi to mając istotny wpływ na kształtowanie opinii pełnią równocześnie kluczowe funkcje społeczno-polityczne. Dokonując analogii z chroniącego konsumenta i rynek prawa antymonopolowego, które przeciwdziała powstaniu „dominującej pozycji rynkowej” - wiele państw przyjmuje regulacje ograniczające szansę ukształtowania się „dominującej pozycji opiniotwórczej” przez pojedyncze przedsiębiorstwo medialne.

W wielu państwach członkowskich UE organ regulacyjny ds. mediów przeprowadza analizę procesów koncentracji medialnej. Ograniczenia służące zachowaniu konkurencji na rynku mogą dotyczyć różnych obszarów:

• liczby koncesji radiowych lub telewizyjnych lub udziału kapitału: Austria, Belgia, Chorwacja, Czechy, Francja, Grecja, Hiszpania, Malta, Szwajcaria, USA, Włochy;

• procentowego udziału w rynku oglądalności lub słuchalności: Belgia, Czechy, Francja, Hiszpania, Niemcy, Norwegia, Słowacja, USA, Węgry, Wielka Brytania;

• koncentracji krzyżowej: Chorwacja, Francja, Niemcy, Słowacja, USA, Wielka Brytania, Włochy.

**Szczegółowe regulacje:**

**Chorwacja -** dostawcy usług medialnych są zobowiązani do informowania regulatora rynku mediów. Za niedopuszczalną koncentrację uznaje się sytuację, gdy nadawca posiada koncesję ogólnokrajową i udział przekraczający:

- 25% w przedsiębiorstwie innego nadawcy o zasięgu ogólnokrajowym

- 10% w podmiocie wydającym prasę codzienną o nakładzie ponad 3000 egzemplarzy lub jest jednocześnie takim wydawcą, albo agencją prasową.

Podobne ograniczenia dotyczą dostawców usług medialnych.

W celu promowania pluralizmu i różnorodności w mediach ustanowiono specjalny fundusz, którego celem jest zachęcanie do tworzenia i rozpowszechniania treści w interesie publicznym.

**Czechy -** przepisy chronią pluralizm informacji na poziomie ogólnokrajowym i lokalnym:

- jeden podmiot nie może posiadać więcej niż jednej koncesji radiowej lub telewizyjnej o zasięgu ogólnokrajowym,

- nadawca o zasięgu ogólnokrajowym nie może posiadać żadnych udziałów w przedsiębiorstwie innego nadawcy;

- w przypadku, gdy jeden podmiot posiada więcej niż jedną koncesję lokalną, ich łączny zasięg nie może przekraczać 70% populacji Czech

- żadna sieć radiowa, ani telewizyjna nie może swym zasięgiem przekroczyć 70% w populacji Czech

- żaden ogólnokrajowy nadawca nie może połączyć się z innym poprzez personalne powiązania

O zamiarze konsolidacji przedsiębiorstw w formie fuzji osób prawnych lub sprzedaży przedsiębiorstwa na rynku mediów należy poinformować regulatora rynku mediów.

**Francja -** ograniczenia dla koncentracji w telewizji oparte są na następujących kryteriach - wielkość udziałów właścicielskich, maksymalna liczba koncesji, zasięg ludnościowy oraz udział w oglądalności danego programu, np.:

- jeden podmiot nie może posiadać więcej niż 49% w spółce posiadającej ogólnokrajową koncesję TV, której oglądalność przekracza 8% całkowitej,

- podmiot posiadający więcej niż jedną lokalną koncesję telewizyjną nie może wejść w posiadanie kolejnej koncesji tego typu jeżeli spowodowałoby to, że łączny zasięg ludnościowy byłby większy, niż 12 mln mieszkańców,

- podmiot obejmujący dany obszar nadawania nie może wejść w posiadanie innej koncesji tego samego typu na tym samym obszarze,

- osoba zagraniczna nie może ubiegać się o bezpośrednie lub pośrednie nabycie części kapitału lub prawa głosu, jeżeli nabycie to skutkowałoby podniesieniem udziału kapitału zagranicznego do ponad 20%,

W celu zapobieżenia naruszeniom pluralizmu na szczeblu krajowym, żadna nowa koncesja nie jest udzielana osobie przekraczającej łącznie telewizyjny zasięg ludnościowy wynoszący 4 miliony mieszkańców; radiowy zasięg ludnościowy wynosi 30 milionów mieszkańców lub której udział w ogólnokrajowym nakładzie wynosi ponad 20%.

**Hiszpania -** rozwiązania dotyczące zapewnienia pluralizmu, konkurencji i przejrzystości na rynku mediów:

- podmiot nie może jednocześnie posiadać udziałów w kapitale lub mieć prawa głosu w organach podmiotów telewizyjnych dostarczających usługi audiowizualne,

- jeden podmiot nie może nabyć znaczących udziałów w więcej niż jednym ogólnokrajowym podmiocie dostarczającym usługi telewizyjne, jeśli średnia oglądalność wszystkich programów, o zasięgu krajowym przekracza 27%,

- w przypadku posiadania udziałów przez podmioty spoza EOG stosuje się „zasadę wzajemności” w traktowaniu podmiotów, ale ich udział nie może przekraczać 50%;

- jeden podmiot nie może nabyć znaczących udziałów w więcej niż jednym podmiocie dostarczającym audiowizualne usługi medialne,

- posiadacze 5% w regionalnym podmiocie nadawczym nie mogą mieć znaczących udziałów właścicielskich w podmiocie lokalnym nadającym na tym samym terenie,

- jeden podmiot nie może bezpośrednio lub pośrednio sprawować kontroli nad więcej niż 50% koncesji na nadawanie radiowe naziemne, których zasięgi znacznie się pokrywa oraz kontrolować więcej niż 5 koncesji na tym samym obszarze,

- jeden podmiot nie może sprawować kontroli nad więcej ni 1/3 radiowych koncesji częściowo lub w całości pokrywających terytorium.

**Irlandia -** w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów jest specjalny rozdział regulujący fuzje i przejęcia w dziedzinie mediów oraz kryteria stosowane przy przyznawaniu koncesji do oceny pluralizmu w mediach (struktura kapitałowa, celowość istnienia na danym obszarze nowej usługi oraz czy pojawienie się nowej usługi nie spowoduje nadmiernej kontroli osoby lub grupy osób nad usługami audiowizualnymi).

Ocenie podlega także wpływ na rynek ewentualnej konsolidacji lub zaprzestania działalności przedsiębiorstw medialnych, z uwzględnieniem: własności i systemu kontroli, programu oraz analizy rynku oraz struktury zatrudnienia, planów finansowych i biznesowych.

**Niemcy -** przepisy antykoncentracyjne mówią o zapewnieniu pluralizmu opinii w sektorze audiowizualnym poprzez zapobieganie osiągnięciu przez podmiot dominującego wpływu na opinię publiczną. W procesie koncesyjnym prowadzonym przez regulatorów regionalnych wnioskodawca ma obowiązek przedstawienia informacji m.in. o: strukturze własnościowej, w organach zarządczych wnioskodawcy oraz w spółkach powiązanych z nim, umowach między stronami posiadającymi bezpośrednie lub pośrednie udziały w firmie wnioskodawcy.

Podmiot uznaje się za posiadający zbyt duży wpływ na opinię publiczną, jeśli przekracza 30% udziałów w rynku widowni telewizyjnej lub posiada 25% udziału w rynku widowni telewizyjnej oraz osiągnął pozycję dominującą na rynkach właściwych i powiązanych z rynkiem mediów, lub gdy ogólna ocena jego działalności na rynku telewizyjnym oraz rynkach powiązanych sugeruje, że wywierany wpływ odpowiada wpływowi podmiotu, którego udział w widowni przekracza 30%. Jeśli jeden z takich warunków zostanie spełniony, to podmiot powinien odsprzedać odpowiednią liczbę swoich udziałów tak, aby zredukować swój dominujący wpływ na opinię publiczną poniżej 30% lub ograniczyć swoje wpływy na powiązanych rynkach. Jeśli dany nadawca nie uzyska porozumienia z regulatorem odnośnie rozwiązania sytuacji lub nie realizuje powziętych ustaleń, to regulator może cofnąć koncesję należące do nadawcy.

**Wielka Brytania -** istnieją m.in. zakazy i ograniczenia w posiadaniu koncesji na rozpowszechnianie, limity nałożone na właścicieli różnych koncesji radiowych, własność krzyżową oraz fuzje i przejęcia przedsiębiorstw medialnych. W prawie medialnym zawartych jest szereg ograniczeń i obowiązków dotyczących posiadaczy koncesji, m.in.:

- właścicielem koncesji nie mogą być: władze lokalne, podmioty, których głównym lub jednym z celów jest działalność polityczna, BBC, agencje reklamowe,

- w celu zapewnienia pluralizmu oferty medialnej, na każdym lokalnym rynku powinny funkcjonować różnorodne podmioty: TV, radio i prasa,

- każda fuzja na rynku medialnym podlega badaniu w oparciu o prawo konkurencji.

**Węgry -** organ regulacyjny posiada kompetencje monitorowania rynku audiowizualnego pod kątem udziałów w rynku widowni i osiągania znaczącej pozycji rynkowej. Dostawcę linearnej usługi medialnej (telewizyjnej i radiowej) kwalifikuje się jako podmiot o znaczącej pozycji na rynku, gdy jego średni roczny udział w widowni/słuchalności wynosi co najmniej 15%.

Nie mogą rozpocząć świadczenia nowej usługi lub nabyć udziałów w podmiocie świadczącym takie usługi dostawcy linearnych audiowizualnych usług medialnych o udziale w rynku co najmniej 35%. Podobne ograniczenia dotyczą podmiotów posiadających znaczące udziały w przedsiębiorstwie dostawcy usługi.

Podmioty takie muszą podjąć działania mające na celu zwiększenie różnorodności usług na rynku poprzez modyfikację struktury programowej, np. poprzez wzrost udziału w programie utworów węgierskich, audycji wytworzonych przez niezależnych producentów lub w inny sposób.

**Włochy -** przepisy przewidują m. in. poniższe ograniczenia:

- spółka medialna nie może mieć bezpośrednio lub pośrednio udziału w dochodzie przekraczającym 20% dochodu generowanego przez cały zintegrowany system,

- podmiot nie może posiadać więcej niż 20% łącznej liczby niezależnych programów telewizyjnych lub radiowych o zasięgu ogólnokrajowym,

- nadawcy lokalni nie mogą posiadać więcej niż trzy programy na tym samym obszarze lub więcej niż sześć programów w różnych obszarach. Odbiór bezpośredni lub pośredni lokalnych programów radiowych nie może przekraczać 15 mln słuchaczy,

- za dominujący na rynku prasy uznaje się podmiot, który kontroluje więcej niż 20% krajowej prasy codziennej, więcej niż 50% regionalnej lub międzyregionalnej lub więcej niż 30% ogólnokrajowej dystrybucji prasy.

**Austria -** poza obowiązkiem podawania do publicznej wiadomości struktury właścicielskiej w mediach istnieją także przepisy antykoncentracyjne:

- podmiot nie może posiadać więcej niż jednej koncesji radiowej lub telewizyjnej w danym obszarze usług,

- koncerny medialne posiadające więcej niż 25% wzajemnych udziałów nie mogą być właścicielem więcej niż jednej telewizyjnej koncesji,

- radio - podmiot może posiadać 100% udziałów w innym radiu pod warunkiem, że zasięg ich usług nie pokrywa się.

**Belgia - Wspólnota Walońska** - monitorowany jest rynek audiowizualny pod kątem ograniczania dostępu do pluralistycznej oferty przez nadawców lub dystrybutorów o „znaczącej pozycji”. Znacząca pozycja ma miejsce w następujących sytuacjach:

- posiadanie ponad 24% kapitału dwóch różnych nadawców usług medialnych,

- kilku nadawców usług medialnych kontrolowanych przez ten sam podmiot posiada udział w rynku widowni na poziomie 20%.

Jeśli stwierdzi się zagrożenie dla pluralizmu, podejmowane są negocjacje z nadawcą. W przypadku nieosiągnięcia porozumienia w ciągu pół roku lub jeśli jego warunki są łamane, organ może nałożyć sankcje - od grzywny po cofnięcie koncesji.

**Belgia - Wspólnota Flamandzka** - podmiot nie może posiadać więcej niż dwóch stacji radiowych obejmujących obszar Wspólnoty lub regionu. W przypadku telewizji - osoba fizyczna lub prawna może posiadać tylko jedną koncesję na telewizję regionalną.

**Bułgaria -** podmioty chcące uzyskać koncesję medialną wypełniają deklarację, w której informują, że nie posiadają akcji lub udziałów w spółkach radia czy telewizji, których wielkość naruszałaby przepisy antymonopolowe. Nie przyznaje się koncesji ogólnokrajowej podmiotowi, który już posiada regionalne lub lokalne koncesje radiowe i telewizyjne.

**Grecja -** ograniczenia koncentracji dotyczą telewizji i radia analogowego. Wysokość progu, który może świadczyć o dominacji na rynku waha się od 25% do 35%, w zależności od liczby rynków, których to dotyczy. Dopuszczalne jest posiadanie przez jedną osobę 100% kapitału w przedsiębiorstwie będącym właścicielem koncesji telewizyjnej lub radiowej o charakterze informacyjnym i jednocześnie bycie udziałowcem w innym podmiocie pod warunkiem, że nie sprawuje nad nim kontroli.

Osoba fizyczna lub prawna może mieć udziały tylko w jednej stacji telewizyjnej nieinformacyjnej i jednej stacji infomacyjnej lub w dwóch stacjach nieinformacyjnych, albo w stacjach radiowych stanowiących maksymalnie 15% koncesji przyznanych na określonym obszarze geograficznym, ale nie więcej niż w trzech rejonach geograficznych łącznie.

**Holandia -** ograniczenia dotyczące ilości koncesji dla lokalnych i regionalnych publicznych nadawców telewizyjnych i radiowych. Jedna osoba fizyczna lub prawna może być właścicielem jednej publicznej telewizyjnej koncesji lokalnej w tym samym regionie geograficznym (miasto) oraz tylko jednej publicznej telewizyjnej koncesji regionalnej w tym samym regionie geograficznym (hrabstwo). W emitowanym programie treści informacyjne, edukacyjne i kulturalne powinny stanowić więcej niż 50% oferty.

**Islandia -** rynek monitorowany jest pod kątem różnorodności i pluralizmu mediów i w przypadku zagrożeń. W przypadku stwierdzenia negatywnego wpływu konsolidacji lub przejęcia, odpowiedni urząd może podjąć kroki polegające na zmianach strukturalnych w danym podmiocie lub nawet anulowaniu fuzji. Mogą również zmodyfikować warunki dla takiej fuzji, aby nie była ona zagrożeniem dla pluralistycznego rynku mediów.

**Malta -** ten sam podmiot, osoba lub spółka może posiadać, kontrolować lub być odpowiedzialnym pod względem redakcyjnym za więcej niż jedną ogólnokrajową telewizję lub ogólnokrajowe radio.

**Norwegia -** kryteriami stosowanymi do tej pory przy ocenianiu poziomu pluralizmu mediów są udział w widowni (50% lub więcej) lub posiadanie jednoczesnych udziałów w radiu, telewizji i prasie drukowanej (⅓ - własność krzyżowa)

**Słowacja -** przepisy dotyczące własności w mediach, mające zabezpieczyć pluralizm mediów:

- wydawca prasy na co najmniej 50% terytorium kraju nie może posiadać koncesji na nadawanie ogólnokrajowe lub na wiele regionów kraju,

- podmiot nie może posiadać udziałów w więcej niż jednej spółce posiadającej koncesję na wiele regionów lub koncesję ogólnokrajową na program radiowy lub program telewizyjny,

- osoba fizyczna lub prawna może być powiązana kapitałowo z kilkoma podmiotami posiadającymi koncesję na radio lub telewizję o zasięgu lokalnym lub regionalnym pod warunkiem, że ich łączny udział w rynku odbiorców nie przekracza 50% ogólnej liczby mieszkańców,

- nadawca może rozwijać sieci programowe do poziomu, gdy odbiór tych usług nie przekroczy 50% ogólnej liczby mieszkańców;

- niedopuszczalne są wszelkie powiązania pomiędzy nadawcami radiowymi, nadawcami telewizyjnymi oraz wydawcami prasy periodycznej o zasięgu ogólnokrajowym.

**Szwajcaria -** przepisy mówią o zagrożeniu dla różnorodności opinii i oferty, gdy:

- nadawca wykorzystuje pozycję dominującą na rynku właściwym;

- nadawca lub inny podmiot działający na rynku radia i telewizji wykorzystuje swoją pozycję dominującą na jednym lub więcej rynkach powiązanych z rynkiem mediów.

W Szwajcarii na rynku mediów obowiązuje zasada „2+2”, co oznacza, że nadawca może posiadać maksymalnie dwie koncesje telewizyjne i dwie koncesje radiowe.

**Stany Zjednoczone -** istnieją następujące zasady:

- nie na ograniczeń w ilości posiadanych koncesji telewizyjnych o zasięgu krajowym, pod warunkiem, że ich łączny zasięg nie przekroczy 39% wszystkich gospodarstw w USA;

- zabronione są połączenia pomiędzy sieciami telewizyjnymi: ABC, CBS, Fox i NBC;

- w przypadku telewizyjnych stacji lokalnych, jeden podmiot może posiadać dwie koncesje na tym samym obszarze.