

Sprzedaż pakietów telewizyjnych ogranicza konkurencję?

Kategoria: Aktualności

Opublikowano: poniedziałek, 14, wrzesień 2020 14:45

Patrycja Grebla-Tarasek

Odsłony: 555

Czy sprzedaż pakietów programów telewizyjnych operatorom, w tym sieciom kablowym, przez nadawców ogranicza konkurencję? Czy nadawcy wykorzystują pozycję rynkową na rynku reklamy? Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumenta sprawdzi praktyki nadawców TV.

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 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.

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 wiązanej lub nierówno, dyskryminacyjnie, traktować swoich kontrahentów.

Źródło: [UOKiK](#)