



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

Új audiovizuális szabályozást sürget a GVH

A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) 2009. áprilisában lezárta az elektronikus média piacokat érintő ágazati vizsgálatát. A vizsgálat az ágazatba tartozó szolgáltatási piacok közül a televíziós műsorszolgáltatás nagy- és kiskereskedelmi, továbbá a televíziós hirdetés piacainak megismerésére, a televíziós csatornák továbbítási feltételeinek és a televíziós reklámok értékesítésének értékelésére fókuszált.

Az ágazati vizsgálat eredményeiről a GVH részletes jelentést készített. A jelentés két legfontosabb része: a piacvezető két országos kereskedelmi csatorna reklámértékesítési rendszereinek feltáró és átfogó elemzése, valamint a műsorterjesztési platformok közötti élénk verseny fontosságának hangsúlyozása a műsorszolgáltatók terjesztői hálózatokhoz való problémamentes hozzáféréseinek biztosítása érdekében. Az ágazati vizsgálat indítására okot adó kezdeti probléma-felvetésekkel kapcsolatban a GVH nem azonosított olyan piaci zavart, amelynek felszámolása érdekében azonnali, egyedi versenyfelügyeleti eljárás indítására vagy speciális szabályozás kialakításának kezdeményezésére lenne szükség. Ugyanakkor a GVH szerint a digitális földfelszíni műsorterjesztés elindulásának felgyorsítása, illetve a nézettségmérés szolgáltatás hazai piacán nem megfelelően érvényesülő verseny problémája sürgős megoldást igényelnek. Hatékony piaci megoldások hiányában a szükségessé váló állami beavatkozások nyilvánvalóan a médiaszabályozás keretébe tartoznak, ezért a GVH álláspontja szerint az ágazati vizsgálat eredményei és javaslatai is azt igazolják, hogy egy szakmailag megalapozott és elsődlegesen szakmai szempontokat érvényesítő új audiovizuális szabályozás kidolgozása és elfogadása halaszthatatlan.

I. Verseny a műsorterjesztésben:

a) A műsorszolgáltatók kábelhálózatokhoz való hozzáféréseinek lehetőségei:

Az ágazati vizsgálat indítására okot adó körülmények közül kettő a legmeghatározóbb műsorterjesztési platformhoz, a kábelhálózatokhoz kapcsolódott. A GVH egyrészt vizsgálta a műsorszolgáltatók kábelhálózatokhoz való hozzáféréseinek lehetőségeit. Ennek kapcsán a versenyhatóság arra a következtetésre jutott, hogy a platformok közti verseny élénkülése miatt egyre kevésbé valószínű, hogy a kábelszolgáltatók indokolatlanul elzárkózzanak bizonyos műsorok terjesztésétől. Igaz, a kapacitások bővülése a kábeltelevíziós platformon az analóg szolgáltatások fennmaradása miatt egy ideig korlátozott. Azonban a digitalizáció hatására egyre élénkülő verseny miatt mindez mégsem okoz versenyproblémát. A GVH azonban felhívja a figyelmet: a műsorszolgáltatók terjesztői hálózatokhoz való problémamentes hozzáférése hosszabb távon csak akkor lesz biztosított, ha a platformok közti verseny tovább élénkül. Ehhez pedig a földfelszíni digitális platform (DVB-T) tudna érdemben hozzájárulni. **A GVH a digitális földfelszíni platformot tehát kifejezetten fontos tényezőnek tartja mind a műsorterjesztési, mind a műsorszolgáltatói verseny szempontjából.**

A GVH álláspontja szerint ha a DVB-T életképes platformmá válása tovább késlekedik és az elsődleges célcsoportja (a jelenleg analóg földi vétellel televíziót nézők száma) tovább csökken, akkor reális veszély hogy egyáltalán nem, vagy csak részben lehet kihasználni a benne rejlő lehetőségeket. A digitális műsorterjesztés ellehetetlenülése csak a már piacon lévő műsorterjesztőknek kedvezne tartósan, de a fogyasztóknak és a piac egészének rövid- és hosszútávon egyaránt hátrányos lenne.

A GVH álláspontja szerint a DVB-T platform indulásával kapcsolatosan a legfőbb probléma, hogy a két országos kereskedelmi csatorna (RTL Klub, TV2) még mindig nem érhető el digitális formában, mivel a platformüzemeltető Antenna Hungária nem tudott időben megállapodni a két érintett műsorszolgáltatóval. Az Antenna Hungária csoport magatartásának megfelelő keretek között tartására, vállalásai betartásának ellenőrzésére a jelenlegi szabályozási eszközök (a Nemzeti Hírközlési Hatóság által végezhető piacfelügyelet) megfelelőnek tűnnek. A két országos kereskedelmi csatorna szerződéskötésre ösztönzése azonban jelenleg nem megoldott. Emiatt a GVH álláspontja szerint szükséges lenne szabályozási úton garantálni a két országos kereskedelmi csatorna csatlakozását a DVB-T hálózatra. Hosszú távon, az analóg rendszer lekapcsolásakor már a két országos kereskedelmi csatornának is mindenképp elemi érdeke lesz a csatlakozás, ugyanakkor rövidtávon – reklámpiaci pozícióik lehető leghosszabb védelme érdekében – nem feltétlenül érdekük a DVB-T platformon való jelenlét. Éppen ezért a GVH a jelenlegi médiatörvény soron lévő felülvizsgálata kapcsán megfogalmazott észrevételeiben is a jogalkotó figyelmébe ajánlotta, hogy a két országos kereskedelmi televízió műsorszolgáltatói jogosultságának 2005. évi pályázat nélküli meghosszabbításakor a hosszabbítás feltételül lehetett volna szabni a digitalizációban való részvételt.

A GVH a kiegyensúlyozott versenyfeltételek biztosítása érdekében a DVB-T platform indulásával kapcsolatos problémák kezeléséhez hasonló jelentőségűnek tartja a csatornaalapítási korlátok feloldását. A GVH szerint a csatornaalapítást korlátozó szabályok felülvizsgálatra szorulnak. Indokolatlan a hatályos médiatörvény országos műsorszolgáltatókra vonatkozó azon korlátozása, miszerint nem szerezhettek befolyásoló részesedést más műsorszolgáltatóban. A piacra lépés nyilvánvaló feltétele, hogy a műsorszolgáltató megfelelő tartalmakkal, illetve műsorkészítési lehetőségekkel rendelkezzen, emiatt az országos műsorszolgáltatóknak a többi műsorszolgáltatónál jobb esélyei lennének újabb, akár csak reklámbevételekre építő csatornák alapítására. Különösen indokolatlan a korlátozás annak fényében, hogy a rendelkezés lényegében kikényszeríti a Magyarország területén kívüli csatornaalapítást. Ez a megoldás azon túl, hogy nyilvánvaló társadalmi szintű hátrányokkal járhat (pl. tartalomellenőrzés tekintetében), a cégcsoport szintű szinergiák kiaknázását is korlátozza

b) Verseny a tartalomcsomagolók között:

Az ágazati vizsgálat kábeltelevíziós műsorterjesztéssel kapcsolatos másik problémafelvetése az volt, hogy a kábelszolgáltatóktól független tartalomcsomagolók (olyan vállalkozások, akik a tartalomszolgáltatók kínálatából szabadon válogatva az előfizetők igényeinek messzemenő figyelembe vételével állítanak elő és értékesítenek televíziós műsorcsomagokat) hiánya, a tartalom csomagolásának és átvitelének integrációja hátrányosan befolyásolhatja a piaci versenyt. A GVH az ágazati vizsgálatban megállapította, hogy a kábelhálózatokon a független tartalomcsomagolók megjelenésének jelenleg egyrészt objektív korlátai vannak, másrészt az integrált csomagolás önmagában nem akadályozza a műsorszolgáltatói versenyt. A teljes digitalizációt követően a kábelhálózatokon lehetséges lesz a kábelszolgáltató csomagjai mellett más szereplők csomagjainak a továbbítása is, amelynek

jogszabályi korlátai jelenleg sincsenek, azonban ehhez a műsorszolgáltatók szerződési gyakorlatában is változásnak kell bekövetkeznie.

II. Televíziós reklámpiac:

A televíziós reklámpiac kapcsán a GVH a két országos kereskedelmi csatorna reklámpiaci részesedése és nézettsége közötti aránytalanságot vizsgálta. Ennek kapcsán a GVH megállapította, hogy a feltételezett aránytalanság csak a legnézettebb országos kereskedelmi csatorna, az RTL Klub esetében igazán érzékelhető. Ennek mértéke – az ágazati vizsgálatban rendelkezésre álló információk alapján – a megfelelő nézettségi mutatóhoz viszonyítva nem kifogásolható, a reklámpiac sajátosságai és a csatorna reklámhatékonysági előnyei miatt. Ennek megfelelően a GVH a két országos kereskedelmi csatorna reklámértékesítési rendszere kapcsán – értve ezalatt a költségi-arány vállalásokhoz kötött kedvezmények és bónuszok vizsgált alkalmazását, valamint a műsorszolgáltatók reklámidejének értékesítését végző értékesítőházak vizsgált gyakorlatát – jelenleg nem tart szükségesnek speciális szabályozási intézkedést, vagy azonnali versenyjogi alapú beavatkozást. A GVH azonban fontosnak tartja megjegyezni, hogy amennyiben a piaci körülmények, vagy a piaci szereplők magatartásának változása, illetve egyéb felmerülő piaci információk ezt szükségessé teszik, úgy a GVH bármikor élhet az egyedi versenyfelügyeleti eljárás indításának lehetőségével.

III. Nézettségmérés:

A reklámpiaci értékesítési rendszerek közös vonása, hogy jelentős mértékben támaszkodnak a nézettségmérésre. Az ágazati vizsgálatban beszerzett információk alapján a nézettségmérés kapcsán nem volt kizárható, hogy a kisebb csatornákra és a szűkebb célcsoportokra vonatkozó megbízható adatok hiánya nehezíti a tematikus csatornák reklámpiaci érvényesülését. Emellett a megbízható nézettségi adatok ágazati szabályozási célból (az előfizetői igényeken alapuló csomagképzés ellenőrzése, illetve a véleménybefolyásoló képesség, mérték megítélése) az állam számára is szükségesek lehetnek. A GVH a nézettségmérés kapcsán arra a következtetésre jutott, hogy rendszeres pályáztatással kell kiválasztani az adott időszakokra a mérést végző vállalkozást, mert ez a megoldás biztosíthatja legjobban a meglévő piaci problémák megoldását. Ráadásul ezzel a módszerrel a véleménybefolyásoló képesség koncepcióján alapuló médiaszabályozás elfogadás esetén a szolgáltatás felhasználójává váló állam a legkedvezőbb feltételekkel juthatna hozzá e szolgáltatáshoz. A GVH a nézettségmérés pályáztatására irányuló szabályozási álláspontját a médiatörvény-tervezetek kapcsán is képviselte, és a jövőben is képviselni fogja.

Az ágazati vizsgálati jelentés üzleti titkokat nem tartalmazó változatának teljes szövege és mellékletei – köztük az érintettektől beérkezett írásbeli észrevételek összefoglalója és a médiaszolgáltatásokról szóló törvény egy lehetséges tervezetere a közelmúltban született ötpárti szakmai javaslatokra a hivatal által a vizsgálat eredményeit is hasznosítva megfogalmazott vélemények – olvashatóak a GVH honlapján:

http://www.gvh.hu/gvh/alpha?do=2&st=1&pg=71&m5_doc=5802&m81_act=10&m251_act=1

Budapest, 2009. április 28.

Gazdasági Versenyhivatal
Kommunikációs Csoport

További információ:

Mihálovits András

Gazdasági Versenyhivatal

cím: 1054 Budapest, V. ker. Alkotmány u.5.

levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036

tel: +36-30 618-6618

email: Mihalovits.Andras@gvh.hu

<http://www.gvh.hu>