



KRAJOWA RADA
RADIOFONII I TELEWIZJI

**Regulacja koncentracji własności mediów
w wybranych krajach**

Halina Rostek, Agnieszka Ogrodowczyk, Ewa Murawska-Najmiec

DEPARTAMENT STRATEGII

Warszawa, 2021 r.

Spis treści

Wprowadzenie	2
Austria.....	6
Belgia	7
Bułgaria	9
Chorwacja	11
Czechy	12
Francja	14
Grecja.....	17
Hiszpania.....	19
Holandia	20
Irlandia.....	21
Islandia	23
Niemcy	25
Norwegia.....	27
Polska	28
Portugalia.....	30
Słowacja.....	32
Szwajcaria.....	33
Węgry	34
Wielka Brytania.....	36
Włochy	38
Stany Zjednoczone Ameryki Północnej jako przykład pozaeuropejskich przepisów antykoncentracyjnych	39
Podsumowanie	41
Bibliografia.....	42

Wprowadzenie

Przejrzystość własności i koncentracja kapitału na rynku mediów to podstawowe czynniki wpływające na pluralizm mediów. Dlatego też monitorowanie i analiza poziomów koncentracji są niezwykle istotne dla prawidłowego funkcjonowania rynku audiowizualnego. Wynika to ze specyficznego charakteru przedsiębiorstw medialnych, które, mimo że są podmiotami gospodarczymi, pełnią jednocześnie ważną funkcję społeczną i polityczną oraz mają bezpośredni wpływ na kształtowanie opinii. Przejrzystość w zakresie własności mediów jest ważna dla konsumentów mediów i społeczeństwa obywatelskiego. Odbiorcy informacji mają prawo wiedzieć, kto tworzy i rozpowszechnia lub udostępnia treści.

Prawo antymonopolowe, dotyczące wszystkich przedsiębiorców, niezależnie od sektora gospodarczego w jakim prowadzą oni działalność odwołuje się do pojęcia "dominującej pozycji rynkowej" danego podmiotu i ewentualnie jej nadużywania, przepisy te mają służyć ochronie konkurencji. Termin koncentracji własności mediów związany jest natomiast z "dominującą pozycją opiniotwórczą" przedsiębiorstwa medialnego, której istnienie może zagrażać pluralizmowi mediów.

Poziom koncentracji na rynku mediów jest badany zarówno pod względem własności jak i rodzaju mediów i ich zasięgu geograficznego. W badaniach koncentracji mediów bierze się również pod uwagę różne typy koncentracji w mediach i pomiędzy nimi. Rozróżnia się trzy jej rodzaje:

- poziomą (horyzontalną) - gdy podmioty medialne konkurują na tym samym rynku, na przykład radiowym lub telewizyjnym,
- pionową - w przypadku posiadania udziałów kapitałowych w łańcuchu wartości, np. "producent - nadawca - dystrybutor",
- krzyżową - gdy następuje konsolidacja kapitału na kilku rynkach medialnych, np. radia, telewizji, prasy, Internetu czy reklamy.

Biorąc pod uwagę zasięg geograficzny, można wyróżnić koncentrację na poziomach:

- lokalnym/regionalnym - gdy uwzględnia się interesy społeczności lokalnej i jej dostęp do mediów,
- krajowym - gdzie bada się obecność różnych mediów o zasięgu ogólnokrajowym (prasa, radio, telewizja i Internet),
- globalnym i ponadgranicznym - gdy działalność ponadnarodowych koncernów medialnych może prowadzić do ujednoczenia i komercjalizacji treści w skali globalnej (np. Bertelsmann, Time Warner, News Corporation).

Kwestia koncentracji własności na rynku mediów, szczególnie w kontekście ochrony pluralizmu, jest przedmiotem dyskusji na szczeblu europejskim co najmniej od lat 90. XX wieku. Znaczący dorobek mają w tej kwestii zarówno organizacje międzynarodowe, takie jak

Rada Europy, Unia Europejska, UNESCO, OBWE, EBU, organizacje pozarządowe, jak np. Article 19, Freedom House i Access Info, jak i krajowe organy regulujące rynek mediów, takie jak np. brytyjski Ofcom, oraz środowiska akademickie, np. Katolicki Uniwersytet w Leuven czy Europejski Instytut Uniwersytecki we Florencji.

W niniejszej analizie pokrótce przytoczono najważniejsze działania Unii Europejskiej, dorobek Rady Europy, która wydała szereg zaleceń i raportów wskazujących na niekorzystne czynniki stanowiące zagrożenie dla pluralizmu i różnorodności mediów, również w kontekście procesów konsolidacji mediów.¹

W Unii Europejskiej podejmowane były próby wprowadzenia regulacji prawnych mających na celu ograniczenie koncentracji mediów.² Należy podkreślić tu aktywność Parlamentu Europejskiego, który wydał kilka rezolucji w sprawie wolności mediów, zwracając uwagę na zagrożenia dla pluralizmu własności i informacji oraz wyrażając zaniepokojenie brakiem przejrzystości w strukturach własnościowych mediów³. Parlament Europejski opowiedział się za większym zaangażowaniem państw członkowskich UE oraz instytucji europejskich na rzecz bardziej konkretnych działań ograniczających negatywne skutki koncentracji własności w mediach. Obszar ten został jednak *de facto* pozostawiony w kompetencjach poszczególnych państw członkowskich.

W latach 2009-2014 temat koncentracji ponownie znalazł się w programie prac Komisji Europejskiej, która przeprowadziła konsultacje publiczne w sprawie ewentualnych zmian w przepisach dotyczących procedur kontroli połączeń przedsiębiorstw w UE. Konsultacje wykazały, co prawda, że przepisy te funkcjonują prawidłowo, niemniej jednak w wielu opiniach podkreślano potrzebę poprawy obecnych niektórych rozwiązań, ponieważ istniejące prawo konkurencji (zarówno wspólnotowe, jak i krajowe) nie zapewnia wystarczającej ochrony pluralizmu w postępującym na rynku mediów procesie ich konwergencji.

¹ Zalecenie Rec(94)13 Komitetu Ministrów do państw członkowskich w sprawie środków na rzecz promowania przejrzystości mediów; zalecenie Rec(99)1 Komitetu Ministrów do państw członkowskich w sprawie środków na rzecz promowania pluralizmu mediów; zalecenie Rec(2013)9 w sprawie środków na rzecz promowania demokratycznego i społecznego ładu cyfrowego; zalecenie Rec(2007)2 Komitetu Ministrów do państw członkowskich w sprawie pluralizmu mediów i różnorodności treści medialnych, zalecenie CM/Rec(2018) Komitetu Ministrów do państw członkowskich w sprawie pluralizmu i przejrzystości własności mediów.

² (1992) Pluralizm i koncentracja mediów na rynku wewnętrznym - ocena potrzeby działań wspólnotowych. Zielona księga. COM (92) 480; 1994: konsultacje publiczne, w wyniku których powstał wstępny wniosek dotyczący dyrektywy mającej na celu harmonizację prawa antymonopolowego na poziomie Wspólnoty (w tym próg 30% udziału widzów/słuchacza oraz progi ograniczające wzajemną własność ustalane na podstawie relacji z poszczególnych rodzajów mediów; 2002, 2004, uchwały Parlamentu Europejskiego w sprawie koncentracji własności mediów.

³ Na przykład: Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 25 września 2008 r. w sprawie koncentracji i pluralizmu mediów w Unii Europejskiej (2007/2253(INI):

<https://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0459+0+DOC+XML+V0//PL>

Podsumowując konsultacje Komisja opublikowała Białą Księgę "W kierunku skuteczniejszej kontroli połączeń przedsiębiorstw w UE", w której przedstawiła propozycje przeglądu prawodawstwa w zakresie m.in. objęcia kontrolą transakcji mniejszościowych⁴, które miałyby wpływ na konkurencję w UE, ściślejszej współpracy między Komisją a organami regulacyjnymi rynku w państwach członkowskich, a także usprawnienia i uproszczenia procedur dotyczących fuzji nieproblematycznych czy ograniczenia jurysdykcji Komisji w odniesieniu do eksterytorialnych transakcji typu *joint venture*.

Przedsiębiorstwa medialne, podobnie jak inne podmioty gospodarcze działające w Unii Europejskiej, w kwestii koncentracji kapitału podlegają obecnie Rozporządzeniu Rady nr 139/2004/WE z dnia 20 stycznia 2004 r. w sprawie kontroli koncentracji przedsiębiorstw, które upoważnia Komisję Europejską do oceny koncentracji na poziomie wspólnotowym. Artykuł 21 ust. 4 tego rozporządzenia pozwala państwom członkowskim na zastosowanie w sektorze mediów dodatkowych mechanizmów kontrolnych w celu ochrony pluralizmu. Poniższa analiza pokazuje, że wiele krajów skorzystało z tej możliwości i wprowadziło szczegółowe przepisy antykoncentracyjne w odniesieniu do mediów.

W listopadzie 2018 r. przyjęto *dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2018/1808 zmieniającą dyrektywę 2010/13/UE w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich odnoszących się do świadczenia audiowizualnych usług medialnych w związku ze zmianą sytuacji rynkowej (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych)*. Ten akt prawny rozszerzył zakres regulacji unijnych, m.in. na usługi dostawców platform udostępniania wideo, ale nowością jest również treść motywu 15 jej preambuły, w którym stwierdza się, że przejrzystość własności mediów jest bezpośrednio związana z wolnością słowa, która jest podstawą systemów demokratycznych.

Informacje o strukturze własnościowej dostawców usług medialnych umożliwiają użytkownikom mediów świadomą ocenę otrzymywanych treści. Artykuł 5 dyrektywy daje państwom członkowskim UE możliwość określenia, czy i w jakim zakresie użytkownicy powinni mieć dostęp do tego rodzaju informacji. Ustęp 2 tego artykułu mówi, że państwa członkowskie mogą przyjąć środki prawne przewidujące, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji, oprócz dostępu do podstawowych danych dostawcy usług (nazwa, adres, e-mail, strona internetowa, informacje na temat jurysdykcji usługi i właściwych organów regulacyjnych), zapewnią dostęp do informacji na temat ich struktury własności, w tym rzeczywistych beneficjentów.

Poza aspektami politycznymi, istnieje także ekonomiczne uzasadnienie regulowania procesu koncentracji mediów. Rynek mediów audiowizualnych posiada wysokie bariery wejścia (zarówno prawne jak i finansowe). Zapewnienie funkcjonowania w tym obszarze wielu podmiotów, a więc wielu źródeł informacji i opinii wymaga szczególnego podejścia, w

⁴ Nabycie niekontrolujących udziałów mniejszościowych w przedsiębiorstwach.

tym dotyczącego gospodarowaniem widma częstotliwości, służących do rozpowszechniania programów radiowych i telewizyjnych. Do istotnych czynników wpływających na warunki konkurencji na rynku audiowizualnym należą również jego głębokość i stopień koncentracji oraz struktura społeczna i przyzwyczajenia odbiorców a także ich zdolność do ponoszenia nakładów na dostęp do mediów. Różne formy ochrony pluralizmu mediów w kontekście konkurencji wynikają natomiast z kultury prawnej i politycznej poszczególnych państw oraz formy ich organizacji (np. federacja) a także doświadczenia związane z rozwojem rynku mediów i jego aktualnym kształtem. Przepisy regulujące koncentrację mediów w aspekcie ochrony ich pluralizmu wewnętrznego (kapitałowego) powstawały przeważnie w okresie gdy dominującym sposobem odbioru mediów była tradycyjna telewizja i radiofonia. Żaden z omawianych poniżej systemów ochrony pluralizmu mediów nie odnosi się do mediów w kontekście zaawansowanych procesów konwergencji a w szczególności do środowiska mediów on-line, z wyjątkiem przyjętych w nielicznych z krajów przepisów dotyczących audiowizualnych usług na żądanie. Jak dotychczas systemy prawne mające przeciwdziałać nadmiernej koncentracji mediów audiowizualnych w obszarze kapitałowym oraz na rynku kształtowania opinii prezentują daleko posuniętą rozbieżność. Dotyczy ona zarówno progów kapitałowych rozumianych jako maksymalny, dopuszczalny udział własności w poszczególnych rodzajach mediów jak i ograniczeń związanych z osiąganiem popularności przez jedno z przedsiębiorstw medialnych (lub grupę kapitałową). Tak więc w krajach europejskich oraz USA funkcjonuje szeroki wachlarz instrumentów ochrony konkurencji w mediach, stosowanych zarówno na poziomie ogólnokrajowym, jak i lokalnym/regionalnym.

Regulacje mające przeciwdziałać nadmiernej koncentracji przedsiębiorstw zawarte są w prawie konkurencji, natomiast te dotyczące koncentracji mediów są bardziej szczegółowo określone najczęściej w ustawach medialnych. Jako kryteria oceny stopnia koncentracji kapitału w mediach stosuje się pewne progi, biorąc pod uwagę np. udział w rynku słuchalności i oglądalności audycji radiowych/telewizyjnych, liczbę czytelników prasy, liczbę posiadanych koncesji naziemnych na danym terenie czy strukturę kapitału w przedsiębiorstwach medialnych. W większości opisanych poniżej krajów organy regulacyjne ds. mediów są włączone w monitorowanie procesów koncentracji kapitału na rynku mediów.

Niniejsze opracowanie prezentuje rozwiązania przyjęte w 22 wybranych krajach, z których dwadzieścia (21) państw należy do UE i Europejskiego Obszaru Gospodarczego oraz w Stanach Zjednoczonych Ameryki. Nie jest to badanie porównawcze ze względu na różny zakres materiałów źródłowych.

Opracowanie to jest zaktualizowaną wersją raportu o tym samym tytule z roku 2015.

Austria

W Austrii przepisy dotyczące przeciwdziałania koncentracji własności mediów zawarte są w kilku aktach prawnych, w tym w: ustawie o audiowizualnych usługach medialnych⁵, ustawie o radiu prywatnym⁶.

1) Ograniczenia związane z posiadaniem koncesji na rozpowszechniania programów w sposób naziemny

- Osoba lub spółka może posiadać kilka koncesji na rozpowszechnianie programów telewizyjnych w sposób naziemny cyfrowy po warunkiem, że nie pokrywają się więcej niż 3 obszary objęte zasięgiem programów.
- Nadawca radiowy może posiadać kilka koncesji na rozpowszechnianie programu w sposób naziemny analogowy pod warunkiem, że obszary objęte zasięgiem programów nie pokrywają się.
- Osoby lub spółki należące do tej samej medialnej grupy kapitałowej mogą rozpowszechniać na tym samym obszarze terytorium federalnego:
 - nie więcej niż dwa analogowe lub cyfrowe programy radiowe,
 - nie więcej niż jeden naziemny program radiowy z nie więcej niż jedną trzecią naziemnych programów telewizyjnych odbieranych w tej lokalizacji.

Zgodnie z ustawą o audiowizualnych usługach medialnych osoba będąca właścicielem mediów nie może oferować programów telewizyjnych, jeżeli przekroczy na jednym z wymienionych rynków:

- radia naziemnego - 30 % zasięgu ogólnokrajowego tego rynku,
- prasy codziennej - 30% zasięgu ogólnokrajowego tego rynku,
- prasy tygodniowej - 30% zasięgu ogólnokrajowego tego rynku,
- sieci kablowych - 30% pokrycia ludności sieciami kablowymi na terytorium federalnym.

2) Ograniczenia związane z własnością kapitałową

Osoby lub spółki uważa się za powiązane z właścicielem mediów gdy posiadają więcej niż 25% udziałów kapitałowych lub prawa głosu w podmiocie medialnym lub mają wpływ kontrolny. Za udział bezpośredni w wysokości 25% uważa się posiadanie jednego lub większej liczby udziałów pośrednich, gdy udział każdym poziomie przekracza 25%. W celu określenia tego limitu sumuje się udziały właścicieli mediów i osób z nimi powiązanych na tym samym poziomie.

Właściciel podmiotu medialnego nie może zasiadać we władzach nadawcy radiowego działającego w formie stowarzyszenia.

⁵ Audiovisual Media Service Act, (Federal Law Gazette I no 84/2001, skonsolidowana w 2015 r.)

⁶ Private Radio Broadcasting Act (Federal Law Gazette I nr 20/2001, skonsolidowana w 2015 r.)

3) Obowiązki informacyjne (przejrzystość mediów)

Austriacka ustawa o audiowizualnych usługach medialna nakłada obowiązek informowania ogółu społeczeństwa o strukturze własności w sektorze mediów, tzn. w stacjach telewizyjnych i radiowych, portalach internetowych, dziennikach, magazynach prasowych ukazujących się co najmniej cztery razy w roku, tak aby odbiorcy byli świadomi, kto ma wpływ na politykę programową danej usługi. Dotyczy to posiadaczy bezpośrednich i pośrednich udziałów lub akcji w danej spółce medialnej oraz osób posiadających prawo głosu w organach zarządczych spółki, a także innych powiązań personalnych. Obowiązkowi okresowej aktualizacji podlegają wszelkie zmiany struktury własnościowej w danym podmiocie medialnym, w tym: „znaczące zmiany” skutkujące posiadaniem przez osobę trzecią ponad 50% udziałów powinny być zgłoszone w ciągu czterech tygodni od wejścia w życie zmiany a inne zmiany (np. adres, pełnomocnictwo) raz w roku.

Belgia

Belgia, jako państwo federacyjne nie posiada na szczeblu krajowym szczególnego ustawodawstwa dotyczącego własności mediów. Wszystkie zmiany w strukturze własności (fuzje i przejęcia) są regulowane ogólnymi przepisami federalnego prawa konkurencji i wymagają zatwierdzenia przez belgijski organ ochrony konkurencji. Decyzje dotyczące rynku mediów są konsultowane z właściwymi organami regulacyjnymi ds. mediów we Wspólnocie Francuskiej (CSA), Wspólnocie Flamandzkiej (VRM) lub Wspólnocie Niemieckojęzycznej (Medienrat). W poszczególnych Wspólnotach, organy regulacyjne przyjęły własne przepisy dotyczące własności mediów.

Wspólnota Francuska:

1) Ograniczenia związane z własnością kapitałową i osiągnięciem pozycji znaczącej

Organ regulacyjny monitoruje rynek audiowizualny pod kątem potencjalnych ograniczeń w dostępie do pluralistycznej oferty nadawców lub dystrybutorów treści mających "znaczącą pozycję" na rynku. Zgodnie z art. 7 francuskiego wspólnotowego dekretu w sprawie mediów, będącego obecnie przedmiotem przeglądu w kontekście transpozycji dyrektywy UE 2018/1808, znacząca pozycja zostaje osiągnięta, gdy:

- Osoba fizyczna lub prawna posiada, bezpośrednio lub pośrednio, ponad 24 % udziałów w spółce posiadającej koncesje na rozpowszechnianie dwóch różnych naziemnych programów radiowych lub telewizyjnych;
- Łączny udział w widowni i audytorium programów nadawców telewizyjnych lub radiowych kontrolowanych, bezpośrednio lub pośrednio, przez tę samą osobę fizyczną lub prawną wynosi 20%;

- łączny udział w widowni programów telewizyjnych należących do tej samej osoby fizycznej lub prawnej wynosi 20% całkowitej oglądalności programów telewizyjnych⁷;
- łączny udział liczby potencjalnych słuchaczy radiowych programów analogowych należących do tej samej osoby fizycznej lub prawnej, wynosi 20 % całkowitej liczby potencjalnych słuchaczy radiowych programów analogowych na obszarze wspólnoty Francuskiej⁸;
- łączny udział liczby potencjalnych słuchaczy cyfrowych programów radiowych należących do tej samej osoby fizycznej lub prawnej osiąga 20% całkowitej liczby potencjalnych słuchaczy radiowych programów cyfrowych.

Jeżeli CSA uzna, że istnieje zagrożenie dla pluralizmu, przystępuje do negocjacji z nadawcą w celu ograniczenia pozycji znaczącej. Jeżeli w ciągu sześciu miesięcy nie zostanie osiągnięte porozumienie z nadawcą lub jeżeli warunki porozumienia zostaną przez nadawcę naruszone, CSA może nałożyć sankcje, począwszy od grzywny aż do cofnięcia koncesji.

W ramach tego postępowania CSA ma obowiązek zasięgnąć opinii belgijskiego Organu Ochrony Konkurencji.

2) Obowiązki informacyjne (przejrzystość mediów)

Firmy medialne są zobowiązane do publikowania informacji dotyczących ich struktury własnościowej i udziałów posiadanych przez ich właścicieli. Organ regulacyjny prowadzi stronę internetową, na której publikuje informacje dotyczące przejrzystości podmiotów medialnych.

Wspólnota Flamandzka:

Podobnie jak we Wspólnocie Francuskiej obowiązkiem flamandzkiego organu regulacyjnego jest monitorowanie koncentracji rynku i definiowanie rynków właściwych oraz nakładanie sankcji na podmioty podlegające regulacjom w ramach pakietu dyrektyw dotyczących działalności sieci i usług łączności elektronicznej⁹ które wykorzystują swoją znaczącą pozycję rynkową.

1) Ograniczenia związane z uzyskiwaniem koncesji na rozpowszechnianie programów naziemnych

- osoba fizyczna lub prawna nie może posiadać więcej niż dwóch koncesji na rozpowszechnianie analogowych programów radiowych o zasięgu obejmującym obszar Wspólnoty lub regionu,

⁷ Widzowie 4+

⁸ (zdefiniowanej jako Region Walonia i stołeczny region Brukseli ⁸).

⁹ European Telecommunication Framework, w skład których wchodzi Dyrektywa: dyrektywa Ramowa, dyrektywa o dostępie dyrektywa o zezwoleniach, dyrektywa o usłudze powszechnej oraz Dyrektywa o prywatności elektronicznej.

- osoba fizyczna lub prawna rozpowszechniająca program radiowy o zasięgu lokalnym nie może posiadać powiązań personalnych z innym programem radiowym, na przykład poprzez pełnienie w nim funkcji kierowniczych.
- osoba fizyczna lub prawna może posiadać tylko jedną koncesję na rozpowszechnianie telewizyjnego o zasięgu regionalnym.

2) Ograniczenia związane z własnością kapitałową

Organ regulacyjny Wspólnoty Flamandzkiej koncentruje się na badaniu rynków medialnych oraz monitorowaniu czy ich uczestnicy nie nadużywają pozycji znaczącej.

3) Obowiązki informacyjne (przejrzystość mediów)

Organ regulacyjny publikuje corocznie sprawozdanie dotyczące koncentracji w różnych sektorach mediów wraz z wykazem podmiotów mających znaczącą pozycję rynkową na rynkach właściwych. W ten sposób tworzy się i aktualizuje bazę danych jako narzędzie do bieżącej lub długoterminowej analizy rynku.

Bułgaria

Przepisy antykoncentracyjne odnoszące się do całej gospodarki są określone w prawie konkurencji. Przestrzeganie tych zasad jest nadzorowane przez Komisję Ochrony Konkurencji. W odniesieniu do mediów drukowanych i elektronicznych zastosowanie mają również ustawy: o obowiązkowym deponowaniu druków i innych utworów oraz o ogłoszeniach i dystrybucji oraz dostawcach usług medialnych, ustawa o radiofonii i telewizji oraz ustawa o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy.

Zgodnie z ustawą o radiofonii i telewizji osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą oraz osoby prawne, które nie mogą udowodnić własności swojego majątku lub kapitału, nie mogą ubiegać się o koncesję. Wnioskodawcy muszą przedłożyć Radzie Mediów Elektronicznych: zaświadczenie o aktualnym stanie majątkowym, dokumenty potwierdzające pochodzenie kapitału za ostatnie trzy lata, w tym zaświadczone sprawozdanie księgowo na dzień złożenia dokumentów oraz listę spółek medialnych, w których są udziałowcami lub wspólnikami.

1) Ograniczenia związane z uzyskaniem koncesji na rozpowszechnianie radiowych i telewizyjnych programów naziemnych

- Nadawca ogólnokrajowego programu radiowego i telewizyjnego nie może posiadać koncesji na rozpowszechnianie programu o zasięgu regionalnym lub lokalnym.
- Nadawca programu radiowego lub telewizyjnego może posiadać tylko jedną koncesję na rozpowszechnianie programu na tym samym obszarze.

2) Obowiązki informacyjne (przejrzystość mediów)

Rząd Bułgarii przyjął program stabilnego rozwoju Republiki Bułgarii na lata 2014-2018, w których jednym z priorytetów jest "zapewnienie niezależności i pluralizmu, jak również przejrzystości i publicznego ujawniania informacji na temat własności mediów i nadzoru nad nimi". Program objął trzy obszary:

- Zmiany legislacyjne dotyczące łączenia przedsiębiorstw lub sprzedaży udziałów w mediach mające zagwarantować, że właściciel lub podmioty powiązane z właścicielem nie będą miały znaczącego wpływu na rynek mediów elektronicznych;
- Wprowadzenie, jako warunku uczestnictwa w koncesyjnych procedurach przetargowych akceptacji przez przedsiębiorstwa kodeksów etycznych bułgarskich mediów ;
- Regulacji, zgodnie z którymi finansowanie mediów elektronicznych ze środków publicznych może być udzielane wyłącznie tym podmiotom, które mają przejrzystą strukturę własnościową.

Realizacją wspomnianego programu była znowelizowana w 2018 roku ustawa o obowiązkowym deponowaniu druków i innych dzieł¹⁰, której głównym celem jest uregulowanie obowiązków związanych z deponowaniem druków i innych materiałów w celu zapewnienia kompletności zbiorów i ochrony dziedzictwa kulturowego, a także udostępniania i publikowania zbiorów. Do tej ustawy wprowadzono również rozwiązania odnoszące się do wydawców, dystrybutorów i sprzedawców prasy oraz dostawców usług medialnych.

Obecne przepisy zobowiązują te podmioty do składania, do 30 czerwca każdego roku, w Ministerstwie Kultury oświadczenia zawierającego informacje:

- identyfikujące rzeczywistego beneficjenta¹¹ wraz z podaniem czy pełni on funkcję publiczną;

¹⁰ Nazwa ustawy została zmieniona na Ustawę o obowiązkowym deponowaniu druków i innych utworów oraz o ogłaszaniu i dystrybucji oraz o dostawcach usług medialnych (Act on the compulsory deposit of prints and other works and on announcement and distribution and media service providers).

¹¹ Definicja „beneficjenta rzeczywistego” pochodzi z bułgarskiej Ustawy o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy. Zgodnie z tą ustawą "beneficjent rzeczywisty" to każda osoba fizyczna (osoby fizyczne), która ostatecznie jest właścicielem lub kontroluje podmiot prawny lub inną formację prawną, i/lub osoba fizyczna (osoby fizyczne), w imieniu lub na rachunek której (których) przeprowadzana jest transakcja lub działalność i która spełnia co najmniej jeden z kilku warunków określonych prawem. Chodzi przede wszystkim o posiadanie bezpośredniego lub pośredniego udziału procentowego w spółce. Wskazanie własności bezpośredniej ma miejsce, gdy osoba fizyczna jest właścicielem co najmniej 25% udziałów w osobie prawnej lub innej formie prawnej. Własność pośrednia występuje wówczas, gdy co najmniej 25 % udziałów w podmiocie prawnym lub innej formie prawnej posiada osoba prawna lub inna forma prawna, która znajduje się pod kontrolą tej samej osoby fizycznej (tych samych osób fizycznych) lub wielu podmiotów prawnych lub wielu form prawnych, które znajdują się pod ostateczną kontrolą tej samej osoby fizycznej (tych samych osób fizycznych). Przepisy te są zgodne z Dyrektywą PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY (UE) 2015/849 z dnia 20 maja 2015 r. w sprawie zapobiegania wykorzystywaniu systemu finansowego do prania pieniędzy lub finansowania terroryzmu, zmieniająca

- o wszelkich środkach finansowych otrzymanych w poprzednim roku finansowym, ich wysokości i podstawie, w tym danych dotyczących osoby, która udzieliła dotacji.

Ponadto dostawcy usług medialnych są zobowiązani do podania na swoich stronach internetowych informacji i danych dotyczących rzeczywistego beneficjenta usług. Niezłożenie powyższych oświadczeń lub podanie nieprawdziwych danych podlega karze grzywny. Na podstawie wszystkich tych informacji Ministerstwo Kultury, tworzy i prowadzi rejestr publiczny w sektorze mediów.

Chorwacja

W Chorwacji przepisy chroniące pluralizm i różnorodność w mediach elektronicznych, w tym ograniczenia i wymogi dotyczące własności, zawarte są w ustawie o mediach elektronicznych (rozdział V). Ogólne zasady odnoszące się do koncentracji przedsiębiorstw, podobnie jak w innych państwach są zawarte w ustawie o koncentracji.

1) Ograniczenia związane z uzyskiwaniem koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizji posiadaniem koncesji

Nadawcą telewizyjnym i/lub radiowym nie może być osoba prawna, prowadząca działalność jako agencja reklamowa, jak również osoba fizyczna, prawna lub grupa powiązanych osób, która łącznie posiada więcej niż 10% udziału w tym rynku lub więcej niż 10% udziału w składzie organów kierowniczych lub głosów na walnym zgromadzeniu/zgromadzeniu akcjonariuszy;

Koncentracja jest uznawana za niedopuszczalną, gdy:

- nadawca telewizyjny i/lub radiowy posiada koncesję ogólnokrajową i udział kapitału przekraczający 25% w przedsiębiorstwie innego nadawcy o zasięgu ogólnokrajowym, regionalnym, lokalnym, miejskim;
- nadawca telewizyjny i/lub radiowy posiada koncesję ogólnokrajową i udział kapitału przekraczający 10% w podmiocie wydającym prasę codzienną o nakładzie ponad 3.000 egzemplarzy;
- nadawca telewizyjny i/lub radiowy posiada koncesję ogólnokrajową i udział kapitału przekraczający 10% w podmiocie prowadzącym działalność jako agencja prasowa;
- nadawca telewizyjny i/lub radiowy posiada koncesję ogólnokrajową i jednocześnie jest wydawcą prasy codziennej o nakładzie ponad 3.000 egzemplarzy;
- nadawca telewizyjny i/lub radiowy posiada koncesję na rozpowszechnianie programu o zasięgu regionalnym lub lokalnym oraz udział kapitałowy przekraczający 30% w

innym podmiocie mającym koncesję na nadawanie programu o zasięgu lokalnym lub regionalnym na tym samym obszarze;

- nadawca telewizyjny i/lub radiowy posiada koncesję na rozpowszechnianie programu o zasięgu regionalnym lub lokalnym, a jednocześnie jest wydawcą prasy codziennej lokalnej na tym samym obszarze lub obszarze sąsiadującym;
- podmiot świadczący usługi medialne na podstawie koncesji za pośrednictwem satelity, sieci kablowej, internetu jest jednocześnie wydawcą prasy codziennej o nakładzie przekraczającym 3.000 egzemplarzy;
- podmiot świadczący usługi medialne na podstawie koncesji za pośrednictwem satelity, sieci kablowej, internetu posiada udziały kapitałowe przekraczające 10% w wydawnictwie prasy codziennej o nakładzie przekraczającym 3.000 egzemplarzy;

2) Obowiązki informacyjne (przejrzystość mediów)

Zgodnie z ustawą o mediach elektronicznych, dostawcy usług medialnych mają obowiązek informowania regulatora rynku mediów, tj. Radę Mediów Elektronicznych oraz Chorwacką Izbę Gospodarczą¹² o swojej strukturze własnościowej wraz z podaniem danych osób prawnych będących bezpośrednimi lub pośrednimi udziałowcami (powyżej 1%) a także kopią dokumentów potwierdzających nabycie i zbycie udziałów w danej spółce medialnej oraz o wszelkich zaistniałych zmianach. Dostawcy usług medialnych są zobowiązani do publikowania co roku tego typu danych w Dzienniku Urzędowym. Art. 53 ustawy o mediach elektronicznych zawiera szczegółowy opis wzajemnych zależności, powiązań osobistych i kapitałowych, które są brane pod uwagę przy badaniu struktury własnościowej.

3) Inne instrumenty wspierające pluralizm

W celu promowania pluralizmu i różnorodności w mediach w Chorwacji ustanowiono specjalny Fundusz, którego celem jest zachęcanie do tworzenia i rozpowszechniania treści w interesie publicznym oraz promowanie zatrudniania wysokiej klasy specjalistów w mediach lokalnych i regionalnych, a także działanie na rzecz społeczności lokalnych. Funduszem zarządza organ regulacyjny - Rada Mediów Elektronicznych.

Czechy

W czeskiej ustawie o radiofonii i telewizji przepisom chroniącym pluralizm informacji w radiu i telewizji na szczeblu krajowym i lokalnym poświęcony jest rozdział 6. Zgodnie z zawartymi tam regulacjami istnieją obowiązki i ograniczenia dotyczące procedury uzyskiwania koncesji.

Jeżeli wnioskodawca jest osobą prawną, wniosek o wydanie koncesji powinien zawierać informacje o wszystkich akcjonariuszach lub członkach organów zarządzających lub

¹² Organizacja obowiązkowa dla wszystkich osób prawnych prowadzących działalność gospodarczą: <http://en.hgk.hr/about/> .

nadzorczych oraz osobach będących członkami tych organów. Wymagane jest przedstawienie danych dotyczących wysokości kapitału zakładowego, udziału w prawach głosu i wkładów kapitałowych akcjonariuszy lub członków, jeżeli są one obowiązkowe, w tym określenie rodzaju i wyceny finansowej wkładów rzeczowych.

Radiofonia i telewizja ogólnokrajowa

1) Ograniczenia związane z uzyskiwaniem koncesji na rozpowszechnianie ogólnokrajowego programu radiowego lub telewizyjnego

Osoba prawna lub fizyczna może posiadać:

- tylko jedną koncesję na rozpowszechnianie telewizyjnego lub radiowego programu analogowego o zasięgu ogólnokrajowym;
- tylko dwie koncesje na rozpowszechnianie telewizyjnego (pełnoformatowego¹³) lub radiowego programu cyfrowego o zasięgu ogólnokrajowym.

2) Ograniczenia związane z kapitałem:

- Ogólnokrajowy nadawca radiowy i telewizyjny nie może posiadać udziałów własnościowych w spółce innego nadawcy radiowego lub telewizyjnego;
- Podmiot ubiegający się o udzielenie koncesji nie może utrzymywać relacji handlowych z nadawcą publicznym lub spółką założoną przez tego nadawcę.

Radiofonia i telewizja lokalna i regionalna

1) Ograniczenia związane z uzyskiwaniem koncesji na rozpowszechnianie innego niż ogólnokrajowy program radiowy lub telewizyjny - kryterium ludnościowe

- Osoba prawna lub fizyczna nie może posiadać kolejnej koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego jeżeli liczba potencjalnych odbiorców w zasięgu posiadanych już koncesji przekracza 70% ludności Republiki Czeskiej¹⁴;
- Osoba prawna lub fizyczna nie może posiadać kolejnej koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego jeżeli liczba potencjalnych odbiorców w zasięgu posiadanych już koncesji przekracza 300% ludności Republiki Czeskiej ;
- Osoba prawna lub fizyczna może uczestniczyć w działalności podmiotów rozpowszechniających programy zagranicznych nadawców telewizyjnych jeżeli w

¹³ Zgodnie z § 2k czeskiej ustawy o radiofonii i telewizji: "Program pełnoformatowy oznacza program telewizyjny zawierający audycje o różnych specjalizacjach i tematyce, w szczególności programy informacyjne, filmowe, dokumentalne, muzyczne i edukacyjne, który nie jest skierowany tylko do określonej grupy osób o podobnych zainteresowaniach".

¹⁴ Liczba ludności Republiki Czeskiej ustalana jest zgodnie z danymi z ostatniego spisu ludności, liczba potencjalnych odbiorców programów rozpowszechnianych na podstawie koncesji obejmuje tylko raz każdą objętą zasięgiem tych programów populację.

zasięgu rozprowadzania tych programów znajduje się nie więcej niż 70% ludności Republiki Czeskiej;

2) Ograniczenia związane z działalnością operatorów rozprowadzających programy – kryterium ludnościowe

Osoba prawna lub fizyczna nie może prowadzić działalności jako operator rozprowadzający programy radiowe o zasięgu lokalnym lub regionalnym jeżeli w zasięgu rozprowadzania tych programów znajduje się więcej niż 300% ludności Republiki Czeskiej;

3) Tworzenie programowych sieci radiowych i telewizyjnych

Żadna sieć radiowa ani telewizyjna nie może obejmować więcej niż 70% ludności Republiki Czeskiej.

4) Powiązania personalne między nadawcami ogólnokrajowymi i operatorami rozprowadzającymi programy radiofonii i telewizji cyfrowej

Ogólnokrajowy publiczny nadawca radiowy lub telewizyjny, nadawca cyfrowego programu telewizyjnego lub radiowego nie może łączyć się z innym ogólnokrajowym nadawcą radiowym lub telewizyjnym poprzez personalne powiązania polegające na zasiadaniu w organach statutowych tych podmiotów lub prowadzenie działalności gospodarczej na zasadach partnerstwa w tej samej spółce lub w podmiotach powiązanych.

5) Konsolidacja przedsiębiorstw medialnych – obowiązki informacyjne

Organ regulacyjny rynku mediów powinien zostać powiadomiony o zamiarze konsolidacji przedsiębiorstw w drodze fuzji osób prawnych lub sprzedaży całości lub znacznej części jego udziałów na rynku mediów.

Francja

Francuska ustawa audiowizualna zawiera przepisy zapobiegające nadmiernej koncentracji w sektorze mediów w oparciu o następujące kryteria: wielkość udziałów właścicielskich, maksymalna liczba koncesji, zasięg ludnościowy oraz udział w widowni lub audytorium danego programu¹⁵.

1) Ograniczenia związane z udzieleniem koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego:

- Osoba fizyczna lub prawna nie może posiadać więcej niż 49% udziałów w kapitale lub prawie głosu w spółce posiadającej koncesję na ogólnokrajowy naziemny program telewizji, którego oglądalność w sieciach łączności elektronicznej przekracza 8% całkowitej oglądalności telewizyjnej;

¹⁵ Ustawa nr 86-1067 z dnia 30 września 1986 r. o wolności komunikacji z późn. zmianami (art. 39, 40, 41).

- Osoba prawna lub fizyczna posiadająca koncesję na rozpowszechnianie naziemnego programu telewizyjnego o zasięgu ogólnokrajowym, którego oglądalność w sieciach łączności elektronicznej¹⁶ przekracza 8%, nie może posiadać bezpośrednio lub pośrednio, więcej niż 33% udziału w kapitale lub prawie głosu w spółce posiadającej koncesję inną niż ogólnokrajowa;
- Osoba prawna lub fizyczna posiadająca jedną lub więcej koncesji na rozpowszechnianie naziemnego, cyfrowego programu telewizyjnego o zasięgu innym niż ogólnokrajowy nie może wejść w posiadanie innej koncesji tego typu, jeżeli liczba potencjalnych odbiorców w zasięgu wykonywanych przez niego koncesji przekraczałyby 12 milionów mieszkańców (ok. 18%);
- Osoba prawna lub fizyczna nie może posiadać jednej lub więcej koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego w telewizji mobilnej¹⁷, jeżeli potencjalna liczba odbiorców takiej usługi/usług przekracza 20% liczby potencjalnych odbiorców wszystkich programów telewizyjnych (publicznych i koncesjonowanych) dostępnych w ramach telewizji;
- Osoba prawna lub fizyczna posiadająca koncesję na rozpowszechnianie naziemnego cyfrowego programu telewizyjnego na danym obszarze nie może posiadać innej koncesji tego samego typu na tym samym obszarze;

2) Ograniczenia związane z udzieleniem koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego:

Osoba prawna lub fizyczna nie może posiadać kolejnej koncesji na rozpowszechnianie naziemnego programu radiowego jeżeli łączny udział potencjalnych odbiorców tych programów przekroczyłby 20% potencjalnej słuchalności wszystkich naziemnych programów radiowych (publicznych i komercyjnych).

3) Ograniczenia związane z udziałem kapitału zagranicznego

Osoba zagraniczna¹⁸ nie może ubiegać się o bezpośrednie lub pośrednie nabycie udziału w kapitale lub w prawie głosu na walnym zgromadzeniu spółki posiadającej naziemną koncesję na rozpowszechnianie programów radiowych lub telewizyjnych w języku francuskim, jeżeli

¹⁶ Sieci komunikacji elektronicznej w rozumieniu art. L23 Kodeksu Komunikacji Elektronicznej i Poczty, tj. sieci satelitarne, naziemne, systemy teleinformatyczne i sieci używane do rozpowszechniania i rozprowadzania usług komunikacji audiowizualnej (*Sont notamment considérés comme des réseaux de communications électroniques : les réseaux satellitaires, les réseaux terrestres, les systèmes utilisant le réseau électrique pour autant qu'ils servent à l'acheminement de communications électroniques et les réseaux assurant la diffusion ou utilisés pour la distribution de services de communication audiovisuelle.*

https://www.legifrance.gouv.fr/codes/section_lc/LEGITEXT000006070987/LEGISCTA000006118605/#LEGISCTA000006118605

¹⁷ Programy w telewizji mobilnej rozpowszechniane są w sposób naziemny cyfrowy cyfrowej do odbioru na urządzeniach przenośnych z dostępem warunkowych przy użyciu dekodera).

¹⁸ Przepis ten nie ma zastosowania do nadawców, których kapitał lub prawa głosu są w posiadaniu, w co najmniej 80%, nadawców publicznych w państwach członkowskich Rady Europy i których udział w kapitale i prawach głosu we francuskim publicznym radiu i telewizji wynosi co najmniej 20%.

takie nabycie skutkowałoby podniesieniem udziału kapitału zagranicznego do ponad 20%. Ponadto, nie można udzielić koncesji spółce, w której 20% lub więcej kapitału znajduje się w posiadaniu osoby zagranicznej (spoza UE)¹⁹.

4) Koncentracja krzyżowa

Poziom ogólnokrajowy

Osoba prawna lub fizyczna nie może uzyskać żadnej nowej koncesji na rozpowszechnianie naziemnego, cyfrowego programu radiowego lub telewizyjnego jeżeli spełnia łącznie poniższe kryteria ²⁰:

- Posiada jedną lub więcej koncesji telewizyjnych o zasięgu ludnościowym co najmniej 4 miliony;
- Posiada jedną lub więcej koncesji radiowych o zasięgu ludnościowym co najmniej 30 milionów;
- Jest wydawcą lub kontroluje jedną lub więcej dzienników lub czasopism o charakterze informacyjnym (uniwersalnym lub politycznym), których udział w ogólnokrajowym nakładzie prasy wynosi ponad 20%.

Poziom regionalny i lokalny

Osoba prawna lub fizyczna nie może uzyskać nowej koncesji na rozpowszechnianie naziemnego, cyfrowego programu telewizyjnego o zasięgu innym niż ogólnokrajowy jeżeli spełnia łącznie poniższe kryteria ²¹:

- Posiada już jedną lub więcej koncesji na rozpowszechnianie naziemnej telewizji cyfrowej na tym terenie;
- Posiada już jedną lub więcej koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego o zasięgu ludnościowym przekraczającym 10% całkowitego zasięgu ludnościowego na tym terenie;
- Jest wydawcą lub kontroluje co najmniej jeden dziennik drukowany o charakterze informacyjnym (uniwersalnym lub politycznym) dystrybuowany na tym terenie.

W sektorze prasy, posiadanie co najmniej 30% ogólnokrajowego dziennego nakładu oznacza brak możliwości zakupu udziałów w spółce będącej wydawcą innego dziennika lub czasopisma.

5) Arbitraż CSA w sporach związanych z dystrybucją usług radiowych, telewizyjnych oraz VoD

Organ regulacyjny sektora audiowizualnego – CSA, oprócz wyżej wymienionej polityki koncesyjnej mającej na celu zapewnienie pluralizmu na rynku mediów, może stosować inne

¹⁹ Zmiana wprowadzona w 2016 r. ustawą nr 2016-1524.

²⁰ Niemniej jednak możliwe jest udzielenie nowej koncesji podmiotowi, który nie spełnia tych kryteriów, jeśli podmiot ten spełni je w terminie nie dłuższym niż 6 miesięcy, ustalonym przez CSA.

²¹ J.w.

instrumenty przewidziane w ustawie audiowizualnej dotyczące konkurencji na rynku medialnym:

CSA ma prawo do występowania w charakterze arbitra w przypadku zgłoszenia przez nadawcę lub operatora usług (lub któregośkolwiek z jego dostawców) sporu dotyczącego dystrybucji usług radiowych, telewizyjnych lub VoD, w tym technicznych i finansowych warunków świadczenia tych usług na rzecz społeczeństwa, jeżeli istnieje domniemanie naruszenia kilku wymienionych w ustawie podstawowych wartości, do których należą m.in.: pluralizm opinii, różnorodność programu, niedyskryminacyjne warunki udostępniania programu lub umowne relacje między nadawcami a dystrybutorami. CSA w ciągu 2 miesięcy (z możliwością przedłużenia do 4 miesięcy), po uprzednim wysłuchaniu obu stron sporu oraz stron trzecich wydaje decyzję określającą warunki, jakie należy spełnić w celu zapewnienia realizacji wymienionych w ustawie wartości i zasad. Przepis ten daje CSA prawo do zmiany warunków koncesji, a także do zwrócenia się do Rady Stanu, w tym wystąpienia o nakazanie zaprzestania nadawania lub rozprowadzania usługi audiowizualnej. Rada Stanu uprawniona jest do nakazania środków zapobiegawczych oraz środków przymusu, a jej decyzje podlegają rygorowi natychmiastowej wykonalności.

6) Obowiązki informacyjne nadawców

Osoba fizyczna lub prawna, która nabywa 10% lub więcej udziału w kapitale zakładowym lub głosach na walnym zgromadzeniu spółki będącej koncesjonariuszem w rozumieniu ustawy, ma obowiązek zawiadomić o tym CSA w terminie jednego miesiąca od dnia nabycia udziału w kapitale zakładowym lub prawa głosu.

Grecja

W Grecji przepisy mające na celu zapobieganie koncentracji i nadużywaniu pozycji dominującej przez przedsiębiorstwa medialne zostały określone w kilku ustawach: ustawie z 1995 roku²², która dotyczy rynku prasy, ustawie z 2007 r. o koncentracji i koncesjonowaniu przedsiębiorstw medialnych²³, która rozróżnia ograniczenia dla mediów „informacyjnych” i „nie-informacyjnych” (np. sportowe, edukacyjne, dziecięce, religijne czy muzyczne) oraz ustawie z 2018 roku²⁴ o koncesjonowaniu naziemnej telewizji i radia cyfrowego. Przepisy te stanowią uzupełnienie ustawy o konkurencji z 1977 roku.²⁵

W Grecji, aby zapobiec wysokiemu wskaźnikowi koncentracji własności na rynku audiowizualnym określono próg, który może wskazywać na pozycję dominującą na rynku właściwym (telewizyjnym, radiowym lub prasowym) na poziomie 35%.

²² Ustawa 2328/1995

²³ Ustawa o koncentracji i licencjonowaniu przedsiębiorstw sektora środków masowego przekazu oraz inne przepisy (3592/2007).

²⁴ Ustawa 4512/2018

²⁵ Ustawa 703/1977.

1) Ograniczenia dotyczące własności

Prasa

Na rynku prasy istnieją ograniczenia, odnośnie do posiadania tytułów gazet w zależności od ich tematyki i charakteru. Każdy może być właścicielem najwyżej:

- dwóch codziennych gazet o tematyce politycznej ukazujących się w Atenach, Pireusie lub Salonikach;
- jednej gazety codziennej o tematyce finansowej i jednej o tematyce sportowej wydawanej w Atenach, Pireusie lub salonikach;
- dwóch codziennych gazet regionalnych wydawanych w różnych regionach,
- dwóch periodyków regionalnych ukazujących się w różnych regionach
- jednej gazety niedzielnej.

Radio i telewizja

W przypadku „mediów informacyjnych” dopuszczalne jest posiadanie 100 % udziałów w kapitale innego przedsiębiorstwa medialnego, będącego posiadaczem koncesji telewizyjnej lub radiowej, pod warunkiem, że nie sprawuje nad nim kontroli. Przez kontrolę rozumie się sytuację, gdy osoba fizyczna lub prawna, bezpośrednio lub pośrednio:

- posiada co najmniej 1% udziałów w kapitale lub pełni funkcję dyrektora generalnego, dyrektora zarządzającego lub jest jednym z 10 największych udziałowców w więcej niż jednej spółce medialnej o charakterze informacyjnym tego samego rodzaju (telewizyjnej lub radiowej);
- pełni jedną z wyżej wymienionych funkcji w obu tych spółkach medialnych;
- ma prawo powoływania co najmniej dwóch członków zarządu w więcej niż dwóch przedsiębiorstwach medialnych.
- Przepisy te mają również zastosowanie do małżonków i krewnych (do trzeciego stopnia pokrewieństwa), jeżeli zostanie udowodnione, że mogą oni wywierać nienależny wpływ na ten podmiot i mają zastosowanie wyłącznie do obywateli greckich i spółek nienotowanych na giełdzie.

2) Ograniczenia dotyczące uzyskiwania koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych

Przepisy dotyczące „mediów nie-informacyjnych” zezwalają właścicielowi telewizji informacyjnej na posiadanie tylko jednej koncesji na telewizję nie-informacyjną, w pozostałych przypadkach można być właścicielem maksymalnie dwóch koncesji telewizji „nie-informacyjnych”. W przypadku radia, udział w radiu „nie-informacyjnym” nie może przekroczyć 15% koncesji radiowych o charakterze nie-informacyjnym przyznanych w danym regionie geograficznym, przy czym poszczególne regiony mają odmienne progi udziałów.

W przypadku płatnej telewizji i płatnego radia, koncesjonowany dostawca lub udziałowcy tego rodzaju usług mogą być jednocześnie właścicielem tylko jednej koncesji niekodowanej stacji telewizyjnej lub radiowej.

Hiszpania

W Hiszpanii rozwiązania dotyczące ochrony pluralizmu, konkurencji i przejrzystości na rynku mediów są określone w ustawie medialnej²⁶. Monitorowaniem rynku w tym zakresie zajmują się Krajowa Komisja Rynków i Konkurencji (NCCM) oraz regionalne organy regulacyjne rynku audiowizualnego.

1) Ograniczenia związane z własnością

Osoba prawna lub fizyczna nie może jednocześnie posiadać udziałów lub prawa głosu w organach zarządczych różnych podmiotów świadczących telewizyjne usługi komunikacji audiowizualnej.

- Osoba prawna lub fizyczna nie może nabyć znaczących udziałów w więcej niż jednej spółce świadczącej telewizyjne usługi komunikacji audiowizualnej o zasięgu ogólnokrajowym, jeżeli średnia oglądalność wszystkich programów o zasięgu ogólnokrajowym tego podmiotu przekracza 27% całkowitej oglądalności programów telewizyjnych, w okresie 12 miesięcy poprzedzających nabycie tych udziałów;
- Osoba prawna lub fizyczna spoza Europejskiego Obszaru Gospodarczego nie może posiadać więcej niż 50% udziałów lub prawa głosu w organach zarządczych w spółce posiadającej koncesję, w tym zakresie stosuje się zasadę wzajemności w dostępie do rynku.

2) Ograniczenia związane z uzyskiwaniem koncesji na rozpowszechnianie naziemnych, cyfrowych programów telewizyjnych

Osoba fizyczna lub prawna nie może nabyć znaczących udziałów w kapitale ani posiadać prawa głosu w organach zarządczych więcej niż jednej spółki świadczącej telewizyjne usługi komunikacji audiowizualnej:

- jeżeli dostawcy usług komunikacji audiowizualnej o zasięgu ogólnokrajowym posiadają wspólnie prawo użytkowania publicznych zasobów częstotliwości radiowych, których łączna wielkość przekracza techniczną pojemność dwóch multipleksów;
- jeżeli regionalni dostawcy usług komunikacji audiowizualnej mają prawo do korzystania z zasobów publicznych częstotliwości radiowych, które łącznie przekraczają możliwości techniczne jednego multipleksu;
- Osoba fizyczna lub prawna będąca właścicielem lub posiadająca udziały kapitałowe w podmiocie, który jest dostawcą usług komunikacji audiowizualnej o zasięgu ogólnokrajowym nie może nabyć znaczącego udziału lub prawa głosu w kapitale innego podmiotu świadczącego usługi tego samego rodzaju, jeżeli mogłoby to mieć wpływ na działalność co najmniej trzech różnych prywatnych

²⁶ Ustawa ogólna o komunikacji audiowizualnej 7/2010, 31 marca 2010 r., rozdział I, sekcja 3.

dostawców medialnych usług audiowizualnych o zasięgu ogólnokrajowym. Przepis ma na celu zagwarantowanie pluralizmu informacji.

3) Ograniczenia związane z uzyskiwaniem koncesji na rozpowszechnianie naziemnych analogowych i cyfrowych programów radiowych

- W każdym Regionie Autonomicznym, na obszarach, na których dostępna jest tylko jedna częstotliwość; osoba fizyczna lub prawna może sprawować kontrolę (bezpośrednio lub pośrednio²⁷) nad nie więcej niż 40% z liczby istniejących koncesji na rozpowszechnianie naziemnych cyfrowych programów radiowych
- Osoba fizyczna lub prawna nie może (bezpośrednio lub pośrednio) sprawować kontroli, nad więcej niż 50% z liczby istniejących koncesji na rozpowszechnianie naziemnych programów radiowych, których zasięgi znacznie się pokrywają, oraz więcej niż 5 koncesji na tym samym obszarze częstotliwościowym;
- Osoba fizyczna lub prawna nie może sprawować kontroli (bezpośrednio lub pośrednio) nad więcej niż 33% z liczby istniejących koncesji na rozpowszechnianie naziemnych cyfrowych programów radiowych, częściowo lub całkowicie obejmujących terytorium Hiszpanii.

Holandia

W Niderlandach nie istnieją obecnie ograniczenia co do liczby posiadanych koncesji rozpowszechnianie programów telewizyjnych i radiowych dla nadawców komercyjnych, Istnieją jednak pewne ograniczenia w odniesieniu do maksymalnej liczby możliwych do uzyskania koncesji na rozpowszechnianie programów o zasięgu lokalnym i regionalnym dla nadawców, którzy świadczą usługi publiczne finansowane z budżetu państwa.

Jedna osoba fizyczna lub prawna może być posiadaczem tylko jednej lokalnej publicznej koncesji w tym samym regionie geograficznym (mieście lub prowincji). W programach tych treści związane z informacją, edukacją i kulturą powinny stanowić co najmniej 50 % czasu rozpowszechniania.

Holenderski organ regulacyjny ds. mediów (CvdM), w przypadku przejęć i połączeń na rynku mediów, pełni rolę doradcą dla organu ds. konkurencji. Od 2001 r., na wniosek Ministerstwa Edukacji, Kultury i Nauki, CvdM publikuje w tzw. Monitorze Mediów roczne raporty na temat koncentracji mediów w kontekście ich wpływu na różnorodność i niezależność informacji. Monitor obejmuje swoim zasięgiem prasę, radio, telewizję i rynek internetowy.

²⁷ W znaczeniu art. 42 Kodeksu Handlowego (ustawa 16/2007 z 4 lipca 2007 r.)

Irlandia

W Irlandii organ regulacyjny (The Broadcasting Authority of Ireland - BAI) wśród wielu zadań, zobowiązany jest do zapewnienia i promowania pluralizmu na rynku mediów. Działania te podejmowane są w oparciu o ustawę o radiofonii i telewizji z 2009 r.²⁸ oraz ustawę o ochronie konkurencji i konsumentów z 2014 r.²⁹. BAI wspiera działania związane z pluralizmem mediów podejmowane przez Ministra Komunikacji, Klimatu i Środowiska oraz Komisję Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Oprócz sektora audiowizualnego przepisy te obejmują również tradycyjne media drukowane i inne media, w których występują treści redakcyjne.

1) Ograniczenia związane z uzyskiwaniem koncesji

W irlandzkiej ustawie o radiofonii i telewizji określone są szczegółowe kryteria oceny pluralizmu mediów przy przyznawaniu koncesji, takie, jak :

- struktura kapitałowa wnioskodawcy i jego doświadczenie rynkowe
- charakter i jakość oferowanego programu;
- celowość istnienia nowej usługi na danym obszarze;
- czy usługa służy interesom danej społeczności, biorąc pod uwagę liczbę już istniejących usług medialnych na tym obszarze;
- czy pojawienie się nowej usługi nie spowoduje nadmiernej kontroli jakiegokolwiek osoby lub grupy osób nad dźwiękowymi usługami nadawczymi i mediami komunikacyjnymi na określonym obszarze;
- udział w całkowitej widowni różnych mediów komunikacyjnych³⁰ na odpowiednim obszarze geograficznym.

BAI, w odniesieniu do usług nadawania dźwięku (*sound broadcasting services*³¹) określa minimalne i maksymalne progi, aby nie dopuścić do ich „nadmiernej liczby”³², co mogłoby zakłócić interes publiczny:

- 20% lub mniej całkowitej liczby komercyjnych koncesjonowanych usług nadawania dźwięku jest uznawany za dopuszczalny poziom dla każdego podmiotu;

²⁸ część VI, rozdz. 66.2

²⁹ część 4. „Fuzje w sektorze mediów”

³⁰ „media komunikacyjne” oznacza działalność polegającą na : a) świadczeniu usługi nadawczej, b) zapewnieniu platformy usług nadawczych lub c) publikacji gazet lub czasopism obejmujących merytorycznie wiadomości i komentarze dotyczące spraw bieżących;

³¹ „Sound broadcasting service” oznacza usługę nadawczą przekazującą w oparciu o telegrafii bezprzewodową, komunikaty, dźwięki, znaki lub sygnały przeznaczone do bezpośredniego odbioru przez ogół społeczeństwa, niezależnie od tego, czy takie komunikaty, dźwięki, znaki lub sygnały są faktycznie odbierane, czy też nie.

³² termin „nadmierna liczba” oznacza: „więcej niż rozsądny udział w asortymencie środków komunikacji, zgodnie z definicją w ustawie z 2009 r., dostępnych na obszarze geograficznym objętym koncesją”

- 20–25% całkowitej liczby komercyjnych koncesjonowanych usług nadawania dźwięku wymaga dodatkowego rozważenia przez BAI, czy jest to dopuszczalny poziom. BAI bada to w odniesieniu do przedłożonego przez podmiot audytu zgodności w odniesieniu do wszystkich swoich usług radiofonii i telewizji w okresie dwóch lat;
- ponad 25% całkowitej liczby komercyjnych koncesjonowanych usług w zakresie nadawania dźwięku jest poziomem niedopuszczalnym.

BAI, chcąc ustalić czy dana osoba prawna lub indywidualna posiada więcej niż uzasadniony udział w usługach nadawania dźwiękowego na określonym obszarze, stosuje dwa testy:

- test zastępowalności, tzn. przy ocenie stopnia, w jakim jedna usługa nadawcza może być uznana za substytut innej;
- test dominacji w odniesieniu do zdolności wnioskodawcy do wywierania wpływu na opinię publiczną.

Stosując oba testy BAI rozróżnia czy dany podmiot ma kontrolę czy istotne udziały w usłudze nadawania dźwiękowego oraz uwzględnia cechy danej usługi, np. format, treść, techniczna forma dostępu usługi, zasięg usługi (krajowa, lokalna, regionalna) i odbiorców docelowych.

BAI stosuje podobne testy wobec innych niż dźwiękowe usług mediów komunikacyjnych, choć ustawa o radiofonii i telewizji z 2009 roku nie zawiera szczegółowego przepisu odnośnie do koncentracji tego rodzaju mediów.

2) Fuzje w mediach

Wspomnianą ustawą z 2014 roku BAI otrzymał dodatkowe uprawnienia do badania (na wniosek ministra), wpływu połączeń przedsiębiorstw medialnych³³ na pluralizm i interes publiczny w mediach.

Podejmując decyzję, minister bierze pod uwagę ocenę fuzji/przejęcia dokonaną przez BAI, w oparciu o podane niżej kryteria, jak również dostępność usług nadawców publicznych (RTE) i kanału irlandzkojęzycznego (TG4) na danym obszarze:

- struktura właścicielskiej oraz składu organów zarządczych (w tym rad redaktorów);
- programu (strategia programowa, grupa docelowa, układ programu);
- infrastruktury (studia, transmisja);
- analizy ekonomicznej danych podmiotów (struktura zatrudnienia, plany finansowe i biznesowe, przychody z reklam, udział w rynku odbiorców(widownia, audytorium).

³³ <https://www.dccae.gov.ie/en-ie/communications/topics/broadcasting-media/media-mergers/Pages/Media-Mergers.aspx>.

3) Obowiązki informacyjne BAI w zakresie przejrzystości mediów

W dniu 11 października 2020 roku BAI uruchomił nową stronę internetową³⁴, która zawiera informację na temat własności i udziałów w irlandzkich spółkach medialnych. Strona internetowa (www.mediaownership.ie) została zaprojektowana i jest obsługiwana przez School of Communications na Dublin City University w imieniu BAI. Baza danych obejmuje prasę ogólnokrajową i lokalną, programy radiowe i telewizyjne, media internetowe włączając w to platformy udostępniania wideo oraz strony internetowe mediów drukowanych i online zawierające wiadomości bieżące i publicystykę. Zainteresowani, chcąc uzyskać informacje by lepiej zrozumieć media, mogą wyszukiwać według m.in. podmiotów medialnych, właścicieli i udziałowców. Status własności wszystkich mediów w bazie danych ma być weryfikowany w odstępach dwunastomiesięcznych. Informacje zawarte w bazie danych są również ważnym źródłem informacji podczas badania wpływu, jaki może mieć każde planowane połączenie mediów.

Islandia

W Islandii, zgodnie z ustawą medialną z 2011 r., zmienioną w 2013 r.³⁵, w badaniu procesów koncentracji na rynku mediów w kontekście ich wpływu na pluralizm i różnorodność mediów uczestniczą zarówno Urząd ds. Konkurencji jak i organ regulacyjny rynku mediów, tj. Komisja ds. Mediów. Przy ocenie potencjalnego szkodliwego wpływu połączenia podmiotów medialnych na pluralizm lub różnorodność mediów na właściwym rynku mediów, Urząd ds. Konkurencji zwraca się do Komisji ds. Mediów o opinię. Komisja natomiast monitoruje rynek pod względem różnorodności i pluralizmu mediów i w przypadku zagrożeń może wydać zalecenie dla Urzędu ds. Konkurencji w celu zbadania sprawy. Po stwierdzeniu, że konsolidacja lub przejęcie wywierają negatywny wpływ, Urząd może, w przypadku niepowodzenia innych środków, podjąć kroki mające na celu wprowadzenie zmian strukturalnych w przedsiębiorstwie lub nawet anulować połączenie. Urząd ds. Konkurencji może również zmienić warunki danego połączenia, tak aby nie stanowiło ono już zagrożenia dla pluralistycznego rynku mediów.

Przedsiębiorstwo medialne o obrotach równych lub przekraczających 100 mln ISK (ok. 603 000 euro) musi powiadomić Urząd ds. Konkurencji o połączeniu.

Malta

Na Malcie zasady dotyczące koncentracji mediów są zawarte w ustawie medialnej (art. 10)³⁶.

³⁴ www.mediaownership.ie.

³⁵ Ustawa o mediach N. 38/2011 oraz ustawa nr 54/213.

³⁶ <http://www.ba-malta.org/legislation>.

1) Ograniczenia związane z uzyskiwaniem koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych

Osoba prawna lub fizyczna może jednocześnie posiadać, kontrolować lub być redakcyjnie odpowiedzialna za więcej niż jeden naziemny program telewizyjny lub radiowy o zasięgu ogólnokrajowym z zastrzeżeniem, że:

- osoba prawna lub fizyczna może uzyskać tylko jedną koncesję na rozpowszechnianie ogólnokrajowego programu radiowego w sposób analogowy;
- osoba fizyczna lub prawna posiadać nie więcej niż dwie koncesje na rozpowszechnianie ogólnokrajowego programu telewizyjnego o charakterze uniwersalnym;
- osoba fizyczna lub prawna nie może posiadać, kontrolować lub być redakcyjnie odpowiedzialna za więcej niż jeden podmiot posiadających koncesję na rozpowszechnianie radiowego lub telewizyjnego ogólnokrajowego programu (w przeważającej części) o charakterze informacyjno-publicystycznym;
- lokalne rady³⁷ ustanowione zgodnie z Ustawą o Radach Lokalnych³⁸ nie mogą posiadać, kontrolować ani być redakcyjnie odpowiedzialne za rozpowszechnianie programów w tym za programy radiowych nadawców środowiskowych.
- Osoba fizyczna lub prawna nie może posiadać, kontrolować lub być redakcyjnie odpowiedzialna za rozpowszechnianie programu przez więcej niż jednego środowiskowego nadawcy radiowego,
- Osoba fizyczna lub prawna która posiada, kontroluje lub jest redakcyjnie odpowiedzialna za rozpowszechnianie ogólnokrajowego programu telewizyjnego lub radiowego nie może posiadać, kontrolować lub być redakcyjnie odpowiedzialna za rozpowszechnienie programu przez nadawcę środowiskowego.

Na Malcie rząd może, za pośrednictwem spółki wyznaczonej przez Ministra Kultury na mocy zarządzenia w dzienniku urzędowym, jako spółka świadcząca publiczne usługi nadawcze, posiadać, kontrolować lub być redakcyjnie odpowiedzialna za ogólnokrajowe usługi telewizyjne i radiowe. Programy będące własnością lub kontrolowane przez spółkę rządową lub za które spółka ta jest odpowiedzialna redakcyjnie, są koncesjonowane przez Ministra Kultury. W celu umożliwienia Urzędowi ds. Mediów (Media Broadcasting Authority) wykonywania jego obowiązków regulacyjnych w zakresie prawa, Minister, tak szybko jak to możliwe od daty wydania wyżej wymienionej koncesji podmiotowi rządowemu, przekazuje Urzędowi na piśmie kopię takiej koncesji.

³⁷ Rady lokalne - najbardziej podstawowa forma samorządu lokalnego.

³⁸ <https://legislation.mt/eli/cap/363/eng/pdf>.

Niemcy

W Niemczech przepisy antykoncentracyjne dotyczące mediów zawarte są w Traktacie Międzynarodowym w sprawie Nadawania i Telemediów i dotyczą one o zapewnieniu pluralizmu opinii w sektorze audiowizualnym poprzez zapobieganie osiągnięciu przez osobę fizyczną lub prawną dominującego wpływu na opinię publiczną. Traktat zawiera narzędzia, które powinny być stosowane przy badaniu tego zagadnienia. Podstawowym z nich jest udział w rynku widowni wszystkich programów nadawców publicznych i komercyjnych (ogólnodostępnych i płatnych) o zasięgu ogólnokrajowym, bez względu na stosowane techniczne środki przekazu.

W Niemczech nie ma ograniczeń związanych z liczbą posiadanych koncesji radiowych i telewizyjnych do czasu, gdy dany podmiot nie osiągnie dominującego wpływu na opinię publiczną mierzonego udziałem w widowni.

W procesie koncesyjnym prowadzonym przez regulatorów regionalnych (landowych) wnioskodawca ma obowiązek przedstawienia informacji m.in. o: strukturze własnościowej (udziały bezpośrednie i pośrednie), udziałach głosów w organach zarządczych wnioskodawcy oraz w spółkach powiązanych z nim, umowach między stronami posiadającymi bezpośrednie lub pośrednie udziały w firmie wnioskodawcy. Na żądanie organu regulacyjnego, wnioskodawca ma obowiązek przedstawić inne dane związane z procesem koncesyjnym. Wszelkie zmiany w strukturze własnościowej muszą być zgłoszone regionalnym organom regulacyjnym ds. mediów.

W celu zapewnienia różnorodności i pluralizmu opinii, szczególnie w zakresie kultury, edukacji i informacji, Traktat wprowadza, w stosunku do dwóch nadawców ogólnokrajowych o największym udziale w widowni (obecnie RTL i SAT.1), obowiązek udostępniania czasu antenowego w tzw. „okienkach programowych” dla podmiotów niepowiązanych z danym nadawcą. System „okienek programowych” stosuje się wówczas, gdy roczna oglądalność uniwersalnego programu nadawcy telewizyjnego lub programu wyspecjalizowanego o charakterze informacyjnym osiąga 10% lub udział w widowni pozostałych programów (wyłączając wymienione powyżej) osiąga 20%.

Nadawca udostępniający czas antenowy, innym niezależnym podmiotom, nie może wpływać na treści redakcyjne „okienek”, a oferujący „okienka” przy poszanowaniu autonomii programowej nadawcy powinien „wnosić dalszy wkład w różnorodność programów tego nadawcy zwłaszcza w dziedzinie kultury, edukacji i informacji”³⁹. Czas przewidziany na „okienka programowe” powinien wynosić, co najmniej 260 minut tygodniowo, z tego co najmniej 75 minut powinno być udostępniane między godziną 19.00 a 23.30. Na usługę „okienek programowych” udzielane są oddzielne koncesje.

³⁹ Art. 31 Traktatu Międzynarodowego w sprawie nadawania i telemediów.

Od roku 1997 organem odpowiedzialnym za kontrolę koncentracji w mediach jest Komisja ds. Koncentracji w Mediach (KEK), która jest wspólną instytucją założoną przez niemieckie kraje związkowe i działa jako specjalna agenda dyirekcji krajowych ciał regulacyjnych ds. mediów (DLM). Obie instytucje mają za zadanie ściśle ze sobą współpracować w celu zagwarantowania pluralizmu w mediach. KEK współpracuje również z Federalnym Urzędem ds. Karteli w sprawach dotyczących koncentracji na rynku mediów.

KEK uczestniczy w postępowaniach w sprawie udzielania koncesji na rozpowszechnianie programów telewizyjnych, w procesach zmian w strukturze własnościowej nadawców oraz w procedurach nakładania sankcji wobec podmiotów, które wykorzystują swoją pozycję dominującą na rynku.

W celu zagwarantowania przejrzystości, KEK zobowiązana jest co trzy lata wydawać raport na temat koncentracji na rynku mediów komercyjnych i ochrony różnorodności opinii. Ponadto na stronie internetowej KEK umieszczane są wyniki oglądalności stacji telewizyjnych oraz udziały kapitałowe poszczególnych grup medialnych.

Podmiot uznaje się za posiadający zbyt duży wpływ na opinię publiczną, jeśli w danym roku:

- udział jego programów przekracza 30% udziałów w rynku widowni telewizyjnej;
- udział jego programów przekracza 25% udziału w rynku widowni telewizyjnej oraz osiągnął pozycję dominującą na rynkach właściwych i powiązanych z rynkiem mediów;
- ogólna ocena jego działalności na rynku telewizyjnym oraz rynkach powiązanych wskazuje, że wywierany wpływ odpowiada wpływowi podmiotu, którego udział w widowni przekracza 30%.

Za rynki powiązane uznaje się: rynek radia, reklamy, prasy, prawa do emisji filmów, transmisji sportowych, audycji informacyjnych, usług związanych z rozprowadzaniem programów telewizyjnych drogą rozszewczą naziemną w sposób cyfrowy oraz usług płatnej telewizji, mediów internetowych .

Jeśli jeden z ww. warunków zostanie spełniony to podmiot:

- powinien odsprzedać odpowiednią liczbę swoich udziałów tak, aby zredukować swój dominujący wpływ na opinię publiczną poniżej 30%;
- ograniczyć swoje wpływy na powiązanych rynkach (tak, aby pozbyć się pozycji dominującej);
- podjąć działania mające na celu zapewnienie pluralizmu poprzez udostępnienie czasu antenowego niezależnej stronie trzeciej lub powołanie niezależnej rady programowej.

Jeśli dany nadawca nie uzyska porozumienia z regulatorem odnośnie ww. trzech rozwiązań lub nie realizuje powziętych ustaleń, to regulator może wpłynąć na obniżenie udziału w

oglądalności jego programów do maksymalnego poziomu 30% poprzez cofnięcie odpowiedniej ilości koncesji należących do nadawcy.

W 2002 roku 6. Poprawka do Traktatu Międzyzwiązkowego wprowadziła „zasadę premii” (*bonus rule*) w przypadku podmiotów mających 25% udziału w widowni, pozwalającą na zwiększenie tego progu o:

- 2 punkty procentowe (do 27%) gdy program danego nadawcy o wysokiej oglądalności rozpowszechnia regionalne „okienka”⁴⁰ programowe;
- kolejne 3 punkty procentowe (do 30%) gdy w jego programie rozpowszechniane są treści niezależnych podmiotów/producentów zewnętrznych;

Także na poziomie landowym wprowadzone zostały ograniczenia dotyczące koncentracji krzyżowej. Do oceny różnych rodzajów mediów stosowane są różne miary w zależności od siły wpływu na sferę publiczną. Dla przykładu: ustawa o radiofonii i telewizji Północnej Nadrenii i Westfalii określa, że podmiot mający pozycję dominującą na rynku prasy codziennej lub magazynów nie może mieć większościowych udziałów u żadnego nadawcy rozpowszechniającego program na tym samym obszarze. Ponadto w przypadku nadawców lokalnych, podmioty posiadające jedną lub więcej gazet codziennych na danym obszarze nie mogą mieć więcej niż 75% udziałów w kapitale spółek rozpowszechniających programy lokalne.

Norwegia

W Norwegii z dniem 1 lipca 2016 r. została uchylona ustawa o własności mediów z 1997 r. i zastąpiona nową ustawą o przejrzystości własności mediów. Ustawa ta ma zastosowanie do przedsiębiorstw prowadzących działalność w zakresie prasy codziennej, telewizji, radia oraz mediów elektronicznych oraz do przedsiębiorstw, które na podstawie udziałów kapitałowych lub umów dotyczących współpracy mają wpływ na takie przedsiębiorstwa.

1) Obowiązki związane z przejrzystością mediów

Zgodnie z ustawą o przejrzystości własności mediów: Norweski organ ds. mediów przyczynia się do większej przejrzystości, świadomości i wiedzy na temat udziałów własnościowych w norweskich mediach. Urząd gromadzi i systematyzuje informacje o strukturze własności i udostępnia je opinii publicznej. Urząd ds. Mediów prowadzi rejestr podmiotów medialnych działających na rynku norweskim zawierający następujące informacje:

- struktura własności,
- lokalizacja geograficzna i zasięg,

⁴⁰ „Okienka” regionalne to audycje telewizyjne dotyczące najczęściej lokalnych wydarzeń w danym regionie. Obecnie jedynie RTL i SAT.1 stosuje takie rozwiązanie ograniczając ich emisję do 30 min. dziennie.

- rodzaj medium,
- finansowanie i formy wsparcia,
- nazwisko głównego wydawcy/redaktora naczelnego.

Obowiązek przekazywania do Urzędu ds. Mediów informacji przez podmioty medialne obejmuje – poza wspomnianą informacją o własności w mediach, dotyczy także informacji o zawieranych umowach o współpracy, umożliwiającym stronie umowy odpowiedni wpływ na „produkt” redakcyjny jako własność. Informacje mogą być wymagane w formie pisemnej lub ustnej w określonym terminie. Informacje nie są objęte poufnością, jak to ma miejsce w przypadku tych które są składane do organów podatkowych oraz organów monitorujących działalność gospodarczą. Obowiązek zachowania poufności nie ma również zastosowania w przypadku gdy zachodzi konieczność przekazania informacji i dokumentów będących w posiadaniu organów podatkowych lub organów monitorujących działalność gospodarczą na potrzeby prowadzonych postępowań związanych z koncentracją w mediach.

Urząd ds. Mediów, w przypadku niedopełnienia obowiązków przez osobę odpowiedzialną za przekazanie wymaganych informacji, może nałożyć grzywnę na taką osobę.

Odwołania od indywidualnych decyzji Urzędu ds. Mediów podjętych zgodnie ze wspomnianą ustawą lub przepisami ustanowionymi na jej mocy rozpatruje Komisja Odwoławcza ds. Mediów. Komisja odwoławcza nie może odwoływać się od decyzji Urzędu ds. Mediów z własnej inicjatywy.

2) Przepisy dotyczące ochrony konkurencji w mediach

Ustawa o konkurencji jest obecnie jedyną podstawą do interwencji w przypadku przejęć w mediach. Wówczas norweski Urząd ds. Konkurencji uzyskuje odpowiednie informacje i opinię norweskiego Urzędu ds. Mediów w zakresie wpływu na różnorodność mediów. Ocena tego Urzędu może mieć kluczowe znaczenia w procesie oceny koncentracji.

Polska

Ograniczenia związane z posiadaniem koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych.

- Koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego lub telewizyjnego (niezależnie od sposobu jego dystrybucji – drogą naziemną, satelitarną czy kablową⁴¹) nie udziela się, jeżeli rozpowszechnianie programu mogłoby spowodować osiągnięcie przez wnioskodawcę pozycji dominującej w dziedzinie środków masowego przekazu na danym terenie⁴².

⁴¹ Rozpowszechnianie programów w systemach teleinformatycznych nie podlega obowiązkowi uzyskania koncesji (art. 33 ust.1a ustawy o radiofonii i telewizji)

⁴² Art. 36 ust 2 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji

- Koncesja na rozpowszechnianie programu radiowego lub telewizyjnego może zostać cofnięta w przypadku gdy rozpowszechnianie programu powoduje osiągnięcia pozycji dominującej w dziedzinie środków masowego przekazu na danym rynku właściwym w rozumieniu przepisów o ochronie konkurencji i konsumentów.⁴³
- Podstawą cofnięcia koncesji może być również przejęcie bezpośredniej lub pośredniej kontroli nad działalnością nadawcy przez inną osobę⁴⁴.

Zarówno osiągnięcie pozycji dominującej jak i przejęcie kontroli nad działalnością nadawcy stają się podstawą do odmowy wyrażenia zgody na Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji na przejście uprawnień wynikających z koncesji na inny podmiot w przypadku łączenia, podziału lub innego rodzaju przekształceń spółek handlowych.⁴⁵

Ograniczenia związane z własnością kapitałową

Koncesja dla spółki z udziałem osób zagranicznych może być udzielona jeżeli:

- Udział osób zagranicznych w spółce lub udział osób zagranicznych w kapitale zakładowym spółki nie przekracza 49%
- Udział osób posiadających stałe obywatelstwo polskie i stałe miejsce zamieszkania w Polsce w zarządzie spółki powinien wynosić min. 51%. Obowiązek ten dotyczy również składu rady nadzorczej spółki
- Udział osób zagranicznych i spółek zależnych, w rozumieniu Kodeksu spółek Handlowych od osób zagranicznych, w Zgromadzeniu Wspólników lub Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy nie może przekroczyć 49%, próg ten dotyczy również procentowego udziału głosów na w/w zgromadzeniach.

Obowiązkom tym nie podlegają osoby zagraniczne lub spółki zależne od osoby zagranicznej, których siedziba lub stałe miejsce zamieszkania znajduje się w państwie członkowskim Europejskiego Obszaru Gospodarczego.⁴⁶

Obowiązki informacyjne

Zgodnie z nowelizacją ustawy o radiofonii i telewizji z dnia 11 sierpnia 2021 r. będącej implementacją zmienionej w 2018 roku Dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych nadawcy programów telewizyjnych i radiowych, dostawcy katalogów VoD i dostawcy platform udostępniania wideo (VSP) są zobowiązani do zapewnienia odbiorcom łatwego, bezpośredniego i stałego dostępu do informacji umożliwiających identyfikację usługi i podmiotu dostarczającego usługę a w szczególności informacji o:

⁴³ Art. 38 ust. 2 pkt 3 ustawy o radiofonii i telewizji

⁴⁴ art. 38 ust. 2 pkt 4 ustawy o radiofonii i telewizji

⁴⁵ Art. 38a ust. 3 ustawy o radiofonii i telewizji

⁴⁶ Art. 35 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji

- nazwie, nazwisku lub firmie, imionach i nazwiskach osób wschodzących w skład organów tego podmiotu,
- adresie jego siedziby, danych kontaktowych (adresie do korespondencji, adresie poczty elektronicznej i adresie witryny internetowej)
- informacji o wspólnikach lub komplementariuszach i akcjonariuszach których udziały lub akcje przekraczają 5% kapitału spółki
- danych identyfikujących beneficjentów rzeczywistych ujawnionych w Centralnym Rejestrze Beneficjentów Rzeczywistych ⁴⁷

Ponadto dostawcy zobowiązani są do umożliwienia odbiorcom dostępu do listy wszystkich dostarczanych przez niego usług medialnych, platform udostępniania wideo oraz wydawanych przez niego dzienników i czasopism. Obowiązek ten dotyczy również wszystkich podmiotów wchodzących w skład tej samej grupy kapitałowej⁴⁸ co dostawca.⁴⁹

Informacje te publikowane są na stronie internetowej dostawcy.

Portugalia

W Portugalii istnieją trzy sektorowe organy regulacyjne: Anacom (telekomunikacja), ERC (media) i AdC (konkurencja). Instytucje te są odpowiedzialne za ochronę konkurencji i pluralizmu w podległych sobie sektorach. Anacom, ERC i AdC współpracują ze sobą ze względu na powiązania między sektorem mediów i telekomunikacji oraz kwestie związane z koncentracją przedsiębiorców jako takich. Zmiany własnościowe oraz w zakresie składu organów kontrolnych spółek nadawców są zakazane w ciągu pierwszych trzech lat obowiązywania koncesji, a następnie wymagają uprzedniej zgody ERC.

1) związane z uzyskaniem koncesji na rozpowszechnianie programów telewizyjnych i radiowych

- Osoba fizyczna lub prawna nie może posiadać bezpośrednio lub pośrednio więcej niż 50% z liczby istniejących koncesji na rozpowszechnianie ogólnokrajowych bezpłatnych programów telewizyjnych o podobnym charakterze świadczonych bez dostępu warunkowego;
- W przypadku radia, własność jest ograniczona do 10% liczby lokalnych koncesji radiowych przyznanych na terytorium Portugalii lub do liczby koncesji radiowych równej co najmniej 50% koncesji radiowych o tym samym zasięgu terytorialnym i korzystających z tego samego pasma częstotliwości;

⁴⁷ O którym mowa w art. 55 ustawy o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu z dnia 1 marca 2018 r.

⁴⁸ W rozumieniu art. 4 pkt 14 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

⁴⁹ Ustawa o radiofonii i telewizji: art. 14a (nadawcy), art. 47 c (dostawcy VoD), art. 47m dostawcy platform VSP.

- Uprawnienia wynikające z koncesji na rozpowszechnianie programów telewizyjnych są niezbywalne;
- Uprawnienia wynikające z koncesji na rozpowszechnienie programów radiowych o zasięgu lokalnym mogą być zbyte pod warunkiem uzyskania uprzedniej zgody ERC;

2) Ograniczenia związane z własnością w mediach:

- Zabrania się prowadzenia oraz finansowania (bezpośrednio lub pośrednio) działalności telewizyjnej następującym podmiotom:
- partiom lub stowarzyszeniom politycznym,
- władzom lokalnym lub ich stowarzyszeniom, związkom zawodowym,
- stowarzyszeniom pracodawców lub zrzeszeniom zawodowym.

Wyjątkiem jest tego rodzaju działalność prowadzona wyłącznie za pośrednictwem internetu lub kanałów o ograniczonym dostępie i gdy polega ona na świadczeniu usług o charakterze doktrynalnym, naukowym lub instytucjonalnym.

- władze państwowe, regiony autonomiczne, władze lokalne oraz inne instytucje publiczne nie mogą rozpowszechniać programów telewizyjnych, a także finansować bezpośrednio lub pośrednio tego rodzaju działalności, chyba, że jest to działalność prowadzona wyłącznie za pomocą Internetu i dotyczy świadczenia usług instytucjonalnych lub naukowych.

3) Fuzje i przejęcia

Do działalności telewizyjnej i radiowej stosuje się szczególne ograniczenia w zakresie koncentracji i współwłasności. Połączenia między podmiotami medialnymi wymagają uprzedniej opinii ERC. Jeżeli koncentracja stanowi zagrożenie dla swobody wypowiedzi i pluralizmu, opinia ta jest wiążąca dla organu konkurencji.

4) Obowiązki związane z przejrzystością mediów

Oprócz ogólnej ustawy regulującej media audiowizualne, od października 2015 roku obowiązuje ustawa nr 78/2015⁵⁰, o wspieraniu przejrzystości w zakresie własności, zarządzania i środków finansowania przedsiębiorstw medialnych. Zgodnie z tą ustawą, przedsiębiorstwa medialne mają obowiązek przekazywania do ERC jako organu nadzorującego media, do dnia 30 kwietnia każdego roku, raportu zawierającego informacje na temat: struktury kapitału zakładowego przedsiębiorstwa, w tym posiadaczy co najmniej 5% udziałów, posiadaczy udziałów bezpośrednich i pośrednich w innych mediach, składu

⁵⁰ Ustawa obejmuje: agencje informacyjne, nadawców radiowych i telewizyjnych, wydawców periodyków niezależnie od środka dystrybucji, dostawców usług radiowych i telewizyjnych za pośrednictwem sieci łączności elektronicznej, osoby prawne lub fizyczne regularnie udostępniające redagowane treści redakcyjnej zorganizowane w spójną całość oraz posiadaczy i udziałowców w kapitale zakładowym podmiotów wymienionych wcześniej.

organów zarządczych, osób odpowiedzialnych za redakcję i nadzór nad treścią audycji, opis systemów kontroli wewnętrznej oraz powiadomienia o nieprawidłowościach w zakresie kontroli uzyskanych środków finansowych.

Zgodnie z zasadami przejrzystości:

- Akcje podmiotów medialnych muszą być akcjami imiennymi (rejestrowanymi);
- Informacje, w tym dotyczące własności bezpośredniej, pośredniej i beneficjenta rzeczywistego (ostatecznego) oraz danych członków zarządu, redaktora naczelnego i audytora, muszą zostać przekazane organowi regulacyjnemu ds. mediów ERC;
- Publiczne ujawnienie informacji jest obowiązkowe za każdym razem, gdy następuje zmiana w kapitale zakładowym, który odpowiada 5%, 10%, 20%, 30%, 40% lub 50% kapitału zakładowego lub prawa głosu, lub gdy następuje zmiana podmiotu, który kontroluje lub następuje przejęcie kontroli nad danym podmiotem;
- Umowy akcjonariuszy/udziałowców, zmiany w zakresie finansowania działalności i zasad ładu korporacyjnego muszą zostać ujawnione organowi regulacyjnemu ERC, a niektóre szczególne informacje dotyczące akcjonariuszy/udziałowców muszą zostać opublikowane na stronie internetowej operatora.

Organ regulacyjny ERC ma obowiązek ścigania i karania wykroczeń i przestępstw w przypadkach podawania nieprawdziwych danych lub ukrywania informacji, m.in. o strukturze kapitałowej i zmianach w niej oraz o innych kwestiach wymienionych wyżej.

Słowacja

Słowacka ustawa o radiofonii i telewizji zawiera przepisy dotyczące własności w mediach, mające zabezpieczyć pluralizm mediów, są to:

1) Ograniczenia dotyczące uzyskiwania koncesji na rozpowszechnianie programów telewizyjnych i radiowych.

- niedopuszczalne są wszelkie powiązania kapitałowe lub personalne pomiędzy nadawcami radiowymi, nadawcami telewizyjnymi oraz wydawcami prasy periodycznej o zasięgu ogólnokrajowym;
- osoba fizyczna lub prawna może być powiązana kapitałowo z kilkoma podmiotami posiadającymi koncesję na rozpowszechnianie programów radiowych lub telewizyjnych o zasięgu lokalnym lub regionalnym pod warunkiem, że ich łączny udział w widowni lub audytorium nie przekracza 50% ogólnej liczby mieszkańców kraju;
- nadawcy mogą tworzyć sieci programowe do poziomu, gdy odbiór tych usług nie przekroczy 50% ogólnej liczby mieszkańców;

- wydawca prasy ukazującej się co najmniej 5 razy w tygodniu, na co najmniej 50% obszaru kraju nie może posiadać koncesji na rozpowszechnianie programów o zasięgu krajowym lub w kilku regionach kraju;

2) Przejrzystość własności mediów

Nadawcy mają obowiązek przedstawiać organowi regulacyjnemu ds. mediów niezbędne dokumenty i dane dotyczące struktury własności i innych powiązań. W przypadku niepoinformowania organu regulacyjnego o znaczących zmianach w strukturze właścicielskiej, organ może cofnąć koncesję na rozpowszechnianie programu.

Szwajcaria

W Szwajcarii przepisy mające na celu zapewnienie różnorodności treści, promowanie jakości usług medialnych i przeciwdziałanie koncentracji mediów zawarte są w federalnej ustawie o radiu i telewizji.

1) Ograniczenia związane z udziałem kapitałowym

Artykuł 74 wspomnianej ustawy odnosi się do zagrożeń dla różnorodności opinii i oferty, gdy:

- nadawca nadużywa swojej dominującej pozycji na rynku właściwym;
- nadawca lub inny podmiot działający na rynku radiowym i telewizyjnym nadużywa swojej dominującej pozycji na jednym lub kilku rynkach powiązanych z mediami.

Ocenę czy nadawca nadużywa pozycji dominującej ocenia Komisja ds. Konkurencji (Comco) na wniosek Ministerstwa Środowiska, Transportu, Energii i Komunikacji.

Komisja, badając dany przypadek wysyła szczegółowy kwestionariusz do nadawców w celu oceny warunków konkurencji na rynku odbiorców (widowni/słuchalności), rynku reklamy w prasie, radiu, telewizji i Internecie w danym regionie, a także potencjału do rozwoju konkurentów na tych rynkach. Ponadto Comco dokonuje przeglądu struktury własności.

Jeżeli, po otrzymaniu raportu z Comco, Ministerstwo stwierdzi, że nadawca lub inne przedsiębiorstwo działające na rynku radiowo-telewizyjnym zagroziło pluralizmowi i dostępowi do zróżnicowanych opinii, podejmuje (w ciągu 3 miesięcy) środki przeciwko takiemu podmiotowi, polegające na żądaniu:

- zapewnienia różnorodności treści za pomocą takich środków, jak przyznawanie czasu antenowego osobom trzecim lub współpraca z innymi uczestnikami rynku;
- podjęcia środków przeciwko dziennikarstwu korporacyjnemu, takich jak przyjęcie kodeksów redakcyjnych w celu zapewnienia wolności redakcyjnej;
- odpowiedniego dostosowania struktury biznesowej i organizacyjnej danego przedsiębiorstwa, jeżeli wymienione wyżej środki okażą się niewystarczające.

2) Ograniczenia związane z uzyskiwaniem koncesji na rozpowszechnianie programów telewizyjnych i radiowych

W Szwajcarii na rynku mediów ma zastosowanie zasada "2+2"⁵¹, co oznacza, że nadawca może posiadać nie więcej niż:

- dwie koncesje na rozpowszechnianie programów telewizyjnych
- dwie koncesje na rozpowszechnianie programów radiowych

3) Obowiązki informacyjne dotyczące struktury kapitałowej nadawców i koncentracji krzyżowej z ich udziałem w innych mediach

Wnioskodawca ubiegający się⁵² o koncesję ma obowiązek zgłosić organowi regulacyjnemu - Federalnemu Urzędowi Telekomunikacyjnemu (OFCOM) informacje o strukturze właścicielskiej swego przedsiębiorstwa, tj. udziałach kapitałowych, liczbie głosów w organach zarządczych, współwłaścicielach posiadających co najmniej 1/3 kapitału spółki lub uprawnień do głosowania w organach zarządczych, a także posiadanie co najmniej 1/3 udziałów kapitałowych w innych spółkach z sektora mediów. Nadawca jest zobowiązany do zgłaszania wszelkich zmian w strukturze własnościowej przedsiębiorstwa.

Węgry

Na Węgrzech szczegółowe przepisy mające na celu zapobieganie koncentracji i ochronę pluralizmu w mediach zawarte są w ustawie z 2010 r. o usługach medialnych i mediach masowych.⁵³

1) Ograniczenia związane ze znaczącą pozycją nadawców programów radiowych i telewizyjnych

Organ regulacyjny ds. mediów - Krajowy Urząd ds. Mediów i Infokomunikacji (NMHH), monitoruje rynek audiowizualny pod względem udziału nadawców w rynku widowni i audytorium w kontekście osiągnięcia pozycji znaczącej lub dominującej na rynku.

Nadawca telewizyjny lub radiowy jest uznawany za posiadającego znaczącą pozycję rynkową, gdy jego średni roczny udział w widowni lub słuchalności wynosi co najmniej 15%, pod warunkiem że średni roczny udział co najmniej jednej z oferowanych przez niego usług medialnych osiąga 3%.

Rada ds. Mediów przy Krajowym Urzędzie Mediów i Infokomunikacji, na swojej stronie internetowej publikuje metodologię pomiaru udziału w widowni oraz informację na temat średniego rocznego udziału w widowni za miniony rok kalendarzowy. Przy badaniu rynku mediów regulator bierze pod uwagę udział programów ogólnokrajowych

⁵¹ tzw. zasada "2+2" zostanie zniesiona wraz z nowym pakietem środków wspierających media.

⁵² Zezwolenia są wydawane przez Departament Środowiska, Transportu, Energii i Komunikacji.

⁵³ www.hunmedialaw.org.

rozpowszechnianych zarówno przez nadawcę jak i przez podmioty z jego grupy kapitałowej, niezależnie od wysokości udziału kapitałowego w tej grupie.

Regionalni i lokalni nadawcy programów radiowych lub ich bezpośredni lub pośredni właściciele nie mogą nabywać znaczącego pakietu akcji w innych podmiotach rozpowszechniających regionalne lub lokalne programy radiowe na ich obszarze nadawania. Ograniczenie takie nie ma zastosowania, jeżeli obszar transmisji obu dostawców usług medialnych pokrywa się do 20% nadawania.

2) Ograniczenia związane z uzyskiwaniem koncesji na rozpowszechnianie programów telewizyjnych i radiowych

Koncesji na rozpowszechnianie programów telewizyjnych i radiowych nie udziela się jeżeli:

- programy telewizyjne nadawcy osiągnęły średni roczny udział w widowni programów telewizyjnych w wysokości 35% lub więcej;
- programy telewizyjne i radiowe nadawcy osiągnęły łącznie średni roczny udział w widowni i audytorium programów telewizyjnych i radiowych w wysokości 40% lub więcej
- podmiot będący właścicielem usług medialnych lub wszelkie osoby lub przedsiębiorstwa posiadają znaczny udział w wysokości 25% aktywów lub prawa głosu w organach zarządczych innego przedsiębiorstwa świadczącego usługi medialne.

Po przekroczeniu tych progów podmioty te muszą podjąć działania mające na celu zwiększenie różnorodności rynku mediów poprzez zmianę struktury programowej, np. zwiększenie udziału produkcji węgierskiej lub audycji wytworzonych przez niezależnych producentów.

Nadawcy analogowych programów radiowych świadczące swe usługi na podstawie zamówienia publicznego lub umowy o świadczenie usług nadawczych mogą jednocześnie posiadać nie więcej niż:

- Jedną analogową koncesję radiową o zasięgu ogólnokrajowym;
- maksymalnie cztery regionalne i siedem lokalnych analogowych koncesji radiowych;
- maksymalnie dziewiętnaście analogowych lokalnych koncesji radiowych.

Powyższe ograniczenie nie ma zastosowania do: środowiskowych programów radiowych, wyspecjalizowanych (tematycznych) programów radiowych o zasięgu ogólnokrajowym lub na podstawie zezwolenia od Rady ds. Mediów dotyczącego określonych treści tych programów (wiadomości, publicystyka, audycje dla dzieci, audycje edukacyjne i oparte na wiedzy i reality show) oraz regionalnych i lokalnych analogowych sieci radiowych.

3) Obowiązki informacyjne dotyczące struktury kapitałowej nadawców

Wnioskodawca ubiegający się o koncesję na rozpowszechnianie programu jest zobowiązany do poinformowania NMHH o wielkości bezpośrednich lub pośrednich udziałów własnościowych w przedsiębiorstwie oraz w każdym przedsiębiorstwie świadczącym usługi medialne lub ubiegającym się o prawa do świadczenia usług medialnych na terytorium Węgier a także powiadomić Radę ds. Mediów o wszelkich zmianach w strukturze własnościowej przedsiębiorstwa w ciągu pięciu dni od daty takiej zmiany.

Rada może zażądać od dostawcy usług dostarczenia innych informacji niezbędnych do monitorowania rynku pod względem koncentracji, pod groźbą grzywny w przypadku odmowy lub dostarczenia fałszywych danych.

Wielka Brytania

W Wielkiej Brytanii kwestie własności w mediach i pluralizmu regulują przepisy prawa telekomunikacyjnego z 2003 r., prawa medialnego z 1990 r. a także prawa o przedsiębiorstwach z 2002 r. Wymienione akty regulują następujące aspekty: zakazy i ograniczenia dotyczące posiadania koncesji na nadawanie, ograniczenia dotyczące wyznaczonego dostawcy usług informacyjnych dla niektórych nadawców telewizyjnych, krzyżową własność mediów, a także fuzje i przejęcia przedsiębiorstw medialnych.

1) Ograniczenia związane z uzyskiwaniem koncesji na rozpowszechnianie programów telewizyjnych i radiowych

Wspomniane akty prawne nakładają na podmioty publiczne lub posiadaczy koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych szereg szczególnych ograniczeń i obowiązków. Koncesji nie udziela się:

- Podmiotom spoza EOG, których działalność ma charakter całkowicie lub głównie polityczny,
- Władzom lokalnym (z wyjątkiem usług w zakresie informowania wyłącznie o działalności tych władz i usługach na ich obszarze),
- Podmiotom, które otrzymują ponad 50% swojego finansowania z brytyjskich funduszy publicznych (np. agencje rządowe, organy doradcze i niektóre muzea) nie udziela się większości koncesji radiowych (mogą posiadać koncesje telewizyjne),
- Agencjom reklamowym,
- BBC, Channel 4⁵⁴ i S4C⁵⁵ nie mogą posiadać koncesji na Channel 3 i Channel 5⁵⁶;

⁵⁴ nadawca z obowiązkami misji publicznej

⁵⁵ S4C (Sianel Pedwar Cymru - Channel Four Wales)

⁵⁶ Właścicielem jest Amerykańska Korporacja wielonarodowa ViacomCBS

- Organizacje religijne nie mogą posiadać niektórych rodzajów koncesji⁵⁷

Zakazy te obejmują osoby powiązane tzn. te, które posiadają powyżej 5% udziałów w w/w podmiotach.

2) Ograniczenia dotyczące fuzji i przejęć

Każde połączenie przedsiębiorstw medialnych może podlegać przeglądowi w oparciu o tzw. Test interesu publicznego w przypadku, gdy fuzja taka zagraża interesowi publicznemu, w tym pluralizmowi mediów. Pierwszy etap dochodzenia w sprawie wpływu transakcji na interes publiczny przeprowadza organ regulacyjny Ofcom. Przedstawia on swą opinię Sekretarzowi Stanu ds. kultury, mediów i sportu, który po przeanalizowaniu jej może podjąć interwencję w kwalifikujących się według jego uznania połączeniach obejmujących gazety i/lub nadawców⁵⁸. Działania Sekretarza Stanu mogą polegać na przyjęciu zobowiązania stron postępowania w celu naprawienia, złagodzenia lub zapobieżenia zidentyfikowanym podczas badania skutkom niekorzystnym dla interesu publicznego. Sekretarz Stanu może także skierować sprawę do bardziej szczegółowego dochodzenia do Organu ds. Konkurencji (CMA).

3) Ograniczenia związane z własnością krzyżową w telewizji i prasie

Przepisy dotyczące własności krzyżowej mają zastosowanie do rynku telewizyjnego i prasowego na poziomie ogólnokrajowym. Podmiot, który bezpośrednio lub pośrednio kontroluje ponad 20% w jednej lub więcej gazet o zasięgu ogólnokrajowym, których łączny udział w rynku krajowym wynosi 20% lub więcej, nie może posiadać więcej niż 20% udziałów w usłudze "Channel 3" (15 koncesji regionalnych i jedna ogólnokrajowa o charakterze telewizji śniadaniowej).

4) Obowiązki Ofcom w zakresie przeglądu regulacji związanych z własnością mediów

Ofcom ma obowiązek dokonywania przynajmniej co 3 lata przeglądów regulacji dotyczących własności mediów oraz rekomendowania ewentualnych zmian legislacyjnych Sekretarzowi Stanu ds. kultury, mediów i sportu.

⁵⁷ Koncesji na Channel 4 i 5, multiplexy telewizyjne i radiowe, ogólnokrajowe analogowe usługi dźwiękowe, telegazetę.

⁵⁸ Warunki kwalifikacji do badania i interwencji to sytuacja gdy dwa lub więcej podmiotów medialnych zaprzestaje swej działalności/odrębności a wartość obrotów przejmowanego przedsiębiorstwa w Wielkiej Brytanii przekracza 70 mln GBP (test obrotu), i/lub połączenie skutkowałoby stworzeniem lub zwiększeniem co najmniej 25% udziału w dostawach towarów lub usług dowolnego rodzaju w Wielkiej Brytanii lub w znacznej części kraju (test udziału w podaży). Sekretarz Stanu może podjąć interwencję w szczególnej sytuacji próby fuzji gdy dwa lub więcej podmiotów medialnych zaprzestaje swej działalności/odrębności, a jedna z łączących się stron posiada co najmniej 25% udziałów w dostawach dowolnego rodzaju gazet lub dowolnego rodzaju nadawcy na terenie całej Wielkiej Brytanii lub jej znacznej części (z raportu do Sekretarza Stanu ds. kultury, mediów i sportu z 2018 r. „The operation of the media ownership rules listed under section 391 of the Communication Act 2003)

Włochy

Ustawa nr 249/1997 obejmuje zasady zapobiegające nadmiernej koncentracji kapitału w mediach w celu ochrony pluralizmu na tym rynku. Na mocy tej ustawy działa wspólny dla rynku telekomunikacyjnego i sektora audiowizualnego organ regulacyjny (AGCOM). Ustawa ta oraz zmiany w innych aktach prawnych wprowadzone w latach 2004, 2005 i 2010 przewidują między innymi:

1) Ograniczenia związane z kapitałem w mediach

AGCOM wyposażono w narzędzia umożliwiające interwencję w przypadku fuzji i nabycia udziałów w spółkach medialnych i telekomunikacyjnych. W tym zakresie AGCOM ściśle współpracuje z Urzędem ds. Konkurencji i Rynku (AGCM).

Pozycja dominująca na rynku mediów

Przedsiębiorstwo medialne nie może posiadać bezpośredniego lub pośredniego udziału w dochodach przekraczających 20% dochodu generowanego przez cały Zintegrowany System Komunikacji (SIC)⁵⁹, czyli łącznie przez wszystkie sektory, w których dany podmiot działa, tj. radio i telewizję, prasę (w tym wydania elektroniczne), sektor produkcji i dystrybucji kinematograficznej, telewizyjnej i muzycznej oraz sektor reklamy;

Rynek prasy

Podmiot uznaje się za dominujący na rynku prasowym, jeżeli kontroluje ponad 20% krajowego rynku prasy codziennej, ponad 50% prasy regionalnej lub międzyregionalnej lub ponad 30% dystrybucji prasy ogólnokrajowej.

2) Ograniczenia związane z koncentracją krzyżową w mediach i telekomunikacji

- Podmiot, który posiada więcej niż 40% udziałów w rynku telekomunikacyjnym, nie może kontrolować więcej niż 10% zintegrowanego rynku komunikacji (SIC).
- Jeżeli podmiot kontroluje więcej niż 8% zintegrowanego rynku komunikacji (SIC), nie może posiadać udziałów w rynku prasy;

AGCOM prowadzi rejestr spółek wchodzących w skład systemu SIC a w przypadku stwierdzenia zagrożenia dla pluralizmu rynku mediów, może nakazać zmianę struktury własnościowej podmiotu medialnego, np. zalecenie sprzedaży akcji spółki.

3) Ograniczenia związane z uzyskiwaniem koncesji na rozpowszechnianie programów telewizyjnych i radiowych:

- Podmiot może posiadać nie więcej niż 20% z łącznej liczby niezależnych ogólnokrajowych programów telewizyjnych lub radiowych (analogowych i cyfrowych);

⁵⁹ System SIC został wprowadzony ustawą z 2005 r., tak zwaną "Ustawą Gaspari".

- Lokalni nadawcy mogą posiadać nie więcej niż trzech koncesji na rozpowszechnianie programów na tym samym obszarze lub nie więcej niż sześć koncesji na rozpowszechnianie programów na różnych obszarach.
- Bezpośrednia lub pośrednia słuchalność lokalnych programów radiowych tego nadawcy nie może przekraczać 15 milionów słuchaczy.

4) Obowiązki informacyjne podmiotów działających w ramach systemu SIC

Podmioty działające w ramach systemu SIC muszą powiadomić regulatora (AGCOM) o zamiarze fuzji i połączeń w celu zbadania ich skutków pod kątem przepisów zapobiegających koncentracji.

Stany Zjednoczone Ameryki Północnej jako przykład pozaeuropejskich przepisów antykoncentracyjnych

Organem właściwym w sprawach mediów audiowizualnych jest istniejąca od 1934 r. Federalna Komisja Komunikacji (FCC), której kompetencje obejmują sektor telekomunikacyjny, udzielanie koncesji na nadawanie programów radiowych i telewizyjnych a także badanie koncentracji. Co cztery lata FCC dokonuje przeglądu obowiązujących przepisów dotyczących własności mediów w celu sprawdzenia, czy nadal służą one interesowi publicznemu. Aktualne obowiązują następujące zasady dotyczące własności w mediach⁶⁰:

1) Ograniczenia związane z udziałem kapitałowym w podmiotach rozpowszechniających następujące programy:

Nie można jednocześnie posiadać udziałów w dwóch z „wielkiej czwórki” dużych sieci telewizyjnych: ABC, CBS, Fox i NBC.

Wielokrotna własność w telewizji lokalnej

Podmiot może być właścicielem nie więcej niż dwóch stacji telewizyjnych na tym samym Wyznaczonym Obszarze Rynku (Designated Market Area - DMA), jeśli:

- Obszary stacji nie nakładają się na siebie; lub
- Co najmniej jedna ze stacji nie znajduje się pierwszej czwórce (top four) stacji ocenianych w DMA na podstawie udziału w widowni. Wnioskodawca może jednak starać się wykazać, na podstawie konkretnych faktów i okoliczności, że będąc w "top four" stacja służyłaby jednak interesowi publicznemu pomimo zakazu.

⁶⁰ FCC: www.fcc.gov.

Własność w lokalnym radiu

Ograniczenia dotyczące liczby stacji radiowych, które pojedynczy podmiot może posiadać na danym obszarze, są oparte na skali ruchomej, która różni się w zależności od wielkości rynku:

- Na rynku radiowym liczącym 45 lub więcej stacji, podmiot może posiadać do 8 stacji radiowych, z których nie więcej niż 5 może świadczyć te same usługi (AM lub FM).
- Na rynku radiowym, na którym działa od 30 do 44 stacji radiowych, podmiot może posiadać do 7 stacji radiowych, z których nie więcej niż 4 mogą świadczyć tę samą usługę.
- Na rynku radiowym, na którym działa od 15 do 29 stacji radiowych, podmiot może posiadać do 6 stacji radiowych, z których nie więcej niż 4 mogą świadczyć te same usługi.
- Na rynku radiowym, na którym jest 14 lub mniej stacji radiowych, podmiot może posiadać do 5 stacji radiowych, z których nie więcej niż 3 mogą świadczyć tę samą usługę, o ile nie posiada więcej niż 50 % wszystkich stacji radiowych na tym rynku.

Własność w telewizji ogólnokrajowej

Nie ma ograniczenia co do liczby stacji telewizyjnych, które pojedynczy podmiot może posiadać w całym kraju, o ile zasięg grupy nie przekroczy łącznie 39% telewizyjnych gospodarstw domowych w USA. Dla celów ustalenia zgodności z zasadą Własności Krajowej Telewizji, stacjom telewizyjnym działającym na kanałach UHF (14 i więcej) przypisuje się tylko połowę (50%) liczby telewizyjnych gospodarstw domowych w DMA, w przeciwieństwie do 100% liczby gospodarstw domowych przypisanych do stacji działających na kanałach VHF (13 i mniej). Jest to tzw. rabat UHF.

W przeciwieństwie do omówionych powyżej zasad, zasada Własności Telewizji Krajowej nie podlega już czteroletniemu przeglądowi FCC.

Własność krzyżowa

W 2017 r. FCC zniósła zasadę, która wcześniej zabraniała jednoczesnej własności podmiotu posiadającego koncesję na nadawanie (o pełnej mocy) i gazety codziennej, jeżeli obszar zasięgu stacji (określony oddzielnie dla każdego rodzaju stacji) w całości obejmował miasto, w którym jest wydawana gazeta, a stacja i gazeta znajdowały się na tym samym rynku właściwym (Nielsen market). Jednocześnie Komisja wyeliminowała również zasadę własności krzyżowej radiowo-telewizyjnej, która ograniczała wspólną własność nadawców radiowych i telewizyjnych znajdujących się na tym samym rynku. Te dwie zasady - zasada własności krzyżowej wydawców gazet i nadawców oraz zasada własności krzyżowej radio-telewizja zostały wyeliminowane częściowo ze względu na wzrost liczby i różnorodności źródeł rozrywki, wiadomości i informacji na rynku nowoczesnych mediów.

We wrześniu 2019 r. Sąd Apelacyjny dla Trzeciego Obwodu w Stanach Zjednoczonych Ameryki skutecznie przywrócił ograniczenia dotyczące własności krzyżowej, stwierdzając, że

FCC nie uwzględniła konsekwencji takiej deregulacji dla różnorodności własności mediów. Oczekuje się, że FCC ponownie zajmie się tymi kwestiami, a wszelkie przyszłe zmiany zasad współzależności własności mogą podlegać ponownej kontroli sądowej.⁶¹

Podsumowanie

We wszystkich krajach objętych tym raportem organ regulacyjny ds. mediów w różnym stopniu uczestniczy w przeglądzie procesów koncentracji mediów poprzez współpracę z organami ds. konkurencji lub, jak ma to miejsce w przypadku niektórych organów zintegrowanych, otrzymał w tym zakresie własne uprawnienia.

Ustawy medialne i uniwersalne prawo dotyczące konkurencji rynkowej przewidują ograniczenia w tym zakresie:

- Liczby koncesji radiowych lub telewizyjnych lub udziałów kapitałowych: Austria, Belgia, Chorwacja, Republika Czeska, Francja, Grecja, Hiszpania, Malta, Szwajcaria, Stany Zjednoczone, Włochy, Polska;
- Procentowego udziału w rynku oglądalności/słuchalności: Belgia, Republika Czeska, Francja, Hiszpania, Niemcy, Norwegia, Słowacja, Stany Zjednoczone, Węgry, Wielka Brytania;
- Krzyżowej własności: Chorwacja, Francja (dla analogowej telewizji naziemnej i prasy), Niemcy, Słowacja, Wielka Brytania, Włochy, USA.

⁶¹ <https://thelawreviews.co.uk/edition/the-technology-media-and-telecommunications-review-edition-10/1211276/united-states>.

Bibliografia

- Odpowiedzi na wniosek Departamentu Strategii KRRiT skierowany do organów regulacyjnych zrzeszonych w Europejskiej Platformie Organów Regulacyjnych (EPRA), 2020 r.
- Sprawozdanie dla sekretarza stanu (kultura, media i sport) w sprawie funkcjonowania przepisów dotyczących własności mediów wymienionych w art. 391 ustawy o komunikacji z 2003 r., OFCOM, 2018 r.
- dr Paweł Stępka, "Unia Europejska względem zjawiska koncentracji własności mediów", *Studia Europejskie* 3/2007
- Media Monitor, Holandia, 2010
- dr Paweł Stępka, "Ponadgraniczna koncentracja własności mediów na przykładzie europejskiego sektora telewizyjnego", *Global Media Journal - Polish Edition* No. 1(3)2007
- Prof. dr Hans van Kranenburg, "A European comparison of innovation policies to trigger innovation in journalism and news media, January 2015".
- The Technology, Media and Telecommunications Review, 10 wydanie , Law Review, 2019 r.
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2018/1808 zmieniająca dyrektywę 2010/13/UE w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich odnoszących się do świadczenia audiowizualnych usług medialnych (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych) została przyjęta ze względu na zmianę sytuacji rynkowej.
- Republika Czeska, Ustawa o radiofonii i telewizji, 2006 r.
- Francja, ustawa nr 86-1067 z dnia 30 września 1986 r. o wolności komunikacji, <http://www.csa.fr/Espace-juridique/Lois/Loi-du-30-septembre-1986-relative-a-la-liberte-de-communication>.
- Sebastiano Sortino, AGCOM Włochy, "Regulacja koncentracji i pluralizmu mediów", prezentacja, Praga, 17.05. 2007
- Norwegia, ustawa z dnia 13 czerwca 1997 r. o własności mediów nr 53
- Biuletyn informacyjny IRIS 2015-3 Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego
- Chorwacja, ustawa o mediach elektronicznych z 2009 r. (z późniejszymi zmianami), ustawa o konkurencji z 2009 r.
- Malta, Broadcasting Act 2018, <http://www.ba-malta.org/primary-sub>
- Szwajcaria, ustawa federalna o radiofonii i telewizji, 24 marca 2006 r.
- Niemcy: Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów: <http://www.djei.ie/publications/commerce/2014/actno29of2014.pdf>
- Międzypaństwowy traktat o działalności transmisyjnej: http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Rechtsgrundlagen/Gesetze_aktuell/15_RStV_english_01-01-2013.pdf

- Belgia, Ustawa o radiofonii i telewizji z dnia 27 marca 2009 r.
- Consumer Guide, FCC Review of the Broadcast Ownership Rules:
<http://www.fcc.gov.us>.