



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

Ágazati vizsgálat az elektronikus média piacán

A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) a versenytörvény 43/C. § szerinti ágazati vizsgálatot indított az elektronikus média gazdasági ágazatba tartozó televíziós műsorszolgáltatás (műsortartalom szerkesztés és csomagolás) nagy- és kiskereskedelmi, valamint televíziós hirdetés piacán a televíziós reklámok értékesítésével, a sport-és filmjogokhoz való hozzáféréssel, a televíziós műsorcsatornák továbbításának feltételeivel kapcsolatos piaci folyamatok megismerése és értékelése céljából. A GVH az ágazati vizsgálat során az érintett piaci szereplőkkel szorosan együttműködik.

A GVH az említett piacokon olyan körülményeket azonosított, amelyek arra utalhatnak, hogy a szükségtelen korlátozásoktól mentes piacralépés feltételei nem adóttak, a médiapiaci verseny és a digitalizáció fogyasztói jólétet növelő sokszereplős, változatos médiakínálatot biztosító hatása esetleg nem érvényesül.

Először is a GVH rendelkezésére álló adatok szerint a két országos kereskedelmi adó reklámpiaci részesedése nem áll arányban nézettségükkel. Másodszor, a műsorszolgáltatók magyarországi piacon való megjelenése jelentős mértékben a kábeltelevíziós platformon való megjelenés lehetőségétől függ. Harmadszor ezen a platformon a műsorcsomagok kizárólag a platformszolgáltatótól szerezhetők be.

A GVH aláhúzza, hogy a fent említett körülményekből nem következik feltétlenül, hogy a piacon a verseny korlátozódik vagy torzul, ennek és az ebből esetlegesen fakadó fogyasztói hátránnak értékelésére az ágazati vizsgálat keretében kerül sor.

Ugyanakkor fentiek miatt a GVH előzetes feltevései szerint a hazai elektronikus médiapiac koncentráltasága magasabb, ezzel együtt a választék is alacsonyabb, a hirdetési tarifák akár magasabbak is lehetnek. A nézettséget növelő sport-és csúcsfilm közvetítési jogokhoz, illetve bizonyos csatornákhöz való hozzáférés területén esetlegesen, méltányos szintet meghaladó módon (minden platformra, hosszú időre kiterjedően) alkalmazott feltételek pedig csak tovább fokozhatják a kínálat csökkenéséhez vezető aránytalanságokat és a piacralépési terheket a televíziós piacon.

Az ágazati vizsgálat nem csak a múltbeli és jelen piaci helyzetre, hanem a digitalizációra tekintettel a verseny a fogyasztók szempontjából való jövőbeni alakulására is kiterjed. A Magyarországon is küszöbön álló digitalizáció technológiai oldalról ugyanis biztosíthatja a fogyasztói jólét növekedésének feltételeit, de annak kialakulása a műsorszolgáltatók tényleges piacralépéstől, a felszabaduló kapacitások műsorszolgáltatók általi minél

szélesebb körű kihasználásától függ. Megfordítva ez azt jelenti, hogy a piacok fejlesztéséhez hozzájáruló digitalizáció fogyasztók oldalról mérhető sikere a változatos tartalmat kínáló, sokszereplős piac kialakulásának függvényében alakulhat csak. A digitalizáció ugyanis annyiban képes a választék növekedése révén a fogyasztói jólét növekedéséhez hozzájárulni, amennyiben a szükségtelen korlátozásoktól mentes piacralépés feltételei adottak. A GVH által azonosított fenti körülmények azonban azt valószínűsítik, hogy ezek az említett feltételek nem állnak fenn.

Az ágazati vizsgálat első lépéseként a GVH a gazdasági ágazat egyes vállalkozásaitól a versenytörvénybe foglalt felhatalmazás alapján felvilágosítást kér. Az első adatkéréseket a hivatal szeptember közepén küldi meg a piaci szereplők részére. Az ágazati vizsgálat a tervek szerint 2008 augusztusában zárul majd a vizsgálat eredményeit tartalmazó jelentés közzétételével.

Budapest, 2007. július 25.

További információ:

Mihálovits András

Gazdasági Versenyhivatal

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

levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036

tel: +36-30 618-6618

email: Mihalovits.Andras@gvh.hu

<http://www.gvh.hu>