

93% operatorów sieci kablowych odczuwa presję ze strony nadawców

Płacisz za programy, których nie chcesz? Zdarzyło ci się, że kanał, który oglądasz, nagle został przesunięty na inną pozycję albo wycofany z oferty operatora? Właściciele kanałów telewizyjnych coraz bardziej wykorzystują swoją silną pozycję. Aż 93% operatorów sieci kablowych badanych przez Związek Pracodawców Mediów Elektronicznych i Telekomunikacji Mediakom spotkało się z nieuczciwymi praktykami ze strony nadawców.

Na rynku telewizyjnym coraz częściej dochodzi do wykorzystywania monopolistycznej pozycji przez nadawców a stosowanie nieuczciwych praktyk jest bardziej powszechne, niż mogłoby się to wydawać – taki wniosek nasuwa się z badań jakie przeprowadził Związek Pracodawców Mediów Elektronicznych i Telekomunikacji Mediakom, zrzeszający kilkudziesięciu lokalnych operatorów telewizji kablowej.

– Nadawcy już od kilku lat wykorzystują swoją silną pozycję, zmuszając operatorów do przyjęcia niekorzystnych zapisów i forsując rozwiązania, których akceptacja groziłaby ograniczeniem konkurencyjności i wzrostem cen usług. Nie mieliśmy jednak świadomości, że problem jest aż tak powszechny – przyznaje Krzysztof Kacprowicz z Mediakomu.

Powszechny problem

Jak wynika z analizy, tylko 7% respondentów badania nie dostrzega problemów w relacjach z nadawcami. Za to aż 70% badanych wielokrotnie spotkało się z wykorzystywaniem monopolistycznej pozycji przez nadawców a 23% co najmniej raz było świadkami takiej sytuacji. W sumie 93% badanych zwróciło uwagę na „brak standardów i nierówne traktowanie operatorów”. Dla 80% znaczącym utrudnieniem we współpracy jest ukierunkowanie nadawców na sprzedaż kanałów w pakietach, połowa zgłosiła niedogodności wynikające z konieczności prowadzenia rozliczeń w obcej walucie. 47% respondentów nie jest w stanie zaakceptować rozstrzygnięcia ewentualnych sporów przez zagraniczne instytucje sądowe a 17% operatorów dostrzega problem w uiszczaniu opłat uzależnionych od ilości odbiorników a nie liczby abonentów.

– Mamy dziś do czynienia z sytuacją, w której grupa kilku nadawców, głównie międzynarodowe koncerny, dyktuje warunki współpracy licznej grupie operatorów telekomunikacyjnych. Mają oni dużo gorsze warunki prawne niż np. platformy satelitarne czy nadawcy naziemni. Szanse są nierówne, bo nadawca znajduje się w sytuacji monopolisty – danego kanału nie można przecież kupować od różnych nadawców. Taka sytuacja grozi ograniczeniem konkurencji, monopolizacją i ma negatywny wpływ na rozwój rynku – dodaje Krzysztof Kacprowicz z Mediakomu.

Długa lista skarg

Problemów do rozwiązania jest wiele. Z badań wynika, że aż 70% operatorów doświadczyło sytuacji, w której nadawcy żądali zakupu określonych programów w pakietach, pomimo braku zainteresowania nimi ze strony klientów sieci kablowych. Co ciekawe, dość powszechne jest wśród nadawców żądanie, by kanał znalazł się w pakiecie podstawowym. Zdarza się, że jest to warunek podpisania umowy licencyjnej. 60% ankietowanych operatorów przyznało, że nadawcy podwyższali ceny reemisji programów pomimo widocznego spadku oglądalności kanałów wchodzących w skład oferty. Mniejszym podmiotom oferują oni nawet kilkakrotnie wyższą cenę za licencję w porównaniu do największych operatorów w kraju. Zdaniem Mediakomu wpływa to na ograniczenie konkurencji i odbija się na jakości rynkowej oferty. *- Z powodu przejęcia kontroli nad najlepiej sprzedawalnymi kanałami telewizyjnymi w języku polskim, operatorzy tracą całkowicie możliwość kształtowania swojej oferty dla konsumentów w sposób niezależny. Rzutuje to na ceny i ogranicza możliwości zakupu innych kanałów od niezależnych nadawców z uwagi na konieczność zachowania rentowności.* – alarmuje Krzysztof Kacprowicz. Jego zdaniem w przypadku większości programów trudno jest już dziś mówić o prawdziwej konkurencji. Najbardziej widoczne jest to w przypadku programów sportowych.

- Przykładowo kibic Ligi Mistrzów skazany jest na jednego nadawcę, inny ma tylko prawo do emisji wybranych meczy, liga hiszpańska jest w rękach jednego nadawcy, a liga polska u innego. Takie przykłady można cytować w nieskończoność. Podobnie jest z najnowszymi filmami, serialami czy programami rozrywkowymi. Każdy nadawca kupuje poszczególne programy na wyłączność i widz, aby je obejrzeć musi mieć wykupiony dostęp do tego nadawcy, który te prawa posiada. Nawet programy dziecięce są mocno zmonopolizowane. Programy informacyjne też mocno się od siebie różnią i nikt o zdrowych zmysłach nie stwierdzi, że zamiennikiem TVP Info jest np. TVN 24. W zasadzie tylko w przypadku programów muzycznych jest spory i nieskrępowany wybór. – zwraca uwagę Krzysztof Kacprowicz.

Umowy chronią interesy nadawców

Cierpią na tym klienci. 37% badanych przez MediaKom operatorów spotkało się z żądaniami przesunięcia programów na dalszą pozycję w EPG, a także niekorzystnymi zapisami w umowach. Uniemożliwiają one np. jej wypowiedzenie czy zmniejszenie opłat w przypadku wycofania programu z oferty przez nadawcy. Co więcej, przy wymuszonej sprzedaży kanałów w pakietach narzucane jest rozliczanie opłat licencyjnych od całej bazy abonentów operatora - z pominięciem jedynie tzw. pakietów socjalnych), a nie od faktycznej ilości abonentów, do których programy są reemitowane.

- Często zdarza się, że nadawca zastrzega sobie, że w przypadku sygnału niskiej jakości utrudniającej lub uniemożliwiającej normalny odbiór programu, operator nie może żądać rekompensaty od nadawcy. To bardzo szkodliwa praktyka, dobitnie pokazująca w jaki sposób nadawcy wykorzystują swoją pozycję – przekonuje Krzysztof Kacprowicz.

Badani przez MediaKom skarżą się także, że są obciążani kosztami dostosowania emisji w momencie zmiany warunków technicznych programu, narzekają też na brak informacji o zmianie profilu, nazwy, bądź tematyki kanału. 33% uczestników badania wskazuje także na przypadki ograniczania prawa emisji do jednej technologii reemisji.

Kodeks pomoże?

Potrzebę szybkiego unormowania relacji pomiędzy podmiotami rynku telewizji tłumaczą także wyniki badań odnoszące się do działań operatorów. 20% biorących udział w badaniu przyznało, że zdarzyło im się przesunąć programy na inne, mniej atrakcyjne pozycje EPG bez zgody nadawcy, 13% promowało kanał danego nadawcy kosztem dyskryminacji programu innego kontrahenta, 10% musiało przerwać bądź przesunąć w czasie emisję programu zaś 3% respondentów przynajmniej raz nadało program w gorszej jakości niż ta dostarczana przez nadawcę.

– Choć rynek telewizji kablowej rozwija się od ponad 25 lat, to do tej pory nie opracowano zasad regulujących zasady współpracy pomiędzy nadawcami i operatorami. Dziś widać palącą potrzebę zmian. Mam nadzieję, że Kodeks Dobrych Praktyk, który zaprezentowaliśmy przed trzema tygodniami, pozwoli to zmienić i zapewnić równe warunki konkurencji dla wszystkich podmiotów działających na rynku. Do dyskusji nad jego ostatecznym kształtem zapraszamy Nadawców, Reemitentów, jak i Regulatorów – tłumaczy Krzysztof Kacprowicz z MediaKomu.

Kodeks Dobrych Praktyk to kilkunastostronicowy zbiór zasad postępowania, a w szczególności norm etycznych i zawodowych przedsiębiorców działających na rynku telewizyjnym, odnoszący się do zawierania umów licencyjnych pomiędzy nadawcami programów a sieciami kablowymi. Ma przeciwdziałać nieuczciwym praktykom i zagwarantować konsumentom dostęp do szerokiej i konkurencyjnej cenowo oferty telewizyjnej. Dokument został przesłany do zaopiniowania przedstawicielom sieci kablowych, nadawcom i izbom branżowym. Z jego treścią można zapoznać się tutaj: <http://mediakom.org.pl/kodeks-dobrych-praktyk-strona/>