

## **Sieci kablowe chcą walczyć z nieuczciwymi praktykami na rynku. Tworzą Kodeks Dobrych Praktyk.**

**MEDIAKOM, Związek Pracodawców Mediów Elektronicznych i Telekomunikacji, przedstawił projekt Kodeksu Dobrych Praktyk regulujący zasady zawierania umów licencyjnych pomiędzy nadawcami a sieciami kablowymi. Ma on ucywilizować rynek, utrzymać jego wysoką konkurencyjność i zadbać o interesy konsumenta. Operatorzy skarżą się, że nadawcy coraz częściej wykorzystują swoją pozycję narzucając odgórnie warunki i różnicując warunki umów.**

Rynek telewizji kablowej należy do najbardziej konkurencyjnych w Europie. Działa na nim kilkuset przedsiębiorców telekomunikacyjnych reemitujących w swoich sieciach ponad 200 polskojęzycznych programów telewizyjnych. Taka sytuacja jest dobra dla klientów, bo dzięki szerokiej ofercie mogą oni dopasować ofertę do swoich potrzeb i możliwości finansowych. Operatorzy zwracają jednak uwagę, że niebawem może się to zmienić, jeśli nie unormuje się i nie ujednotli zasad zawierania umów licencyjnych na emisję programów telewizyjnych.

### **Wolny rynek, wolna amerykanka**

- *W ostatnim czasie z rosnącym niepokojem obserwujemy forsowanie przez niektórych uczestników rynku telewizyjnego rozwiązań, których przyjęcie i akceptacja groziłaby stopniową erozją rynku telewizyjnego, monopolizacją, ograniczeniem konkurencyjności a w efekcie wzrostem cen usług. Byłoby to niekorzystne dla wszystkich: konsumentów, operatorów, ale także w dłuższej perspektywie i samych nadawców* – zwraca uwagę Krzysztof Kacprowicz, Prezes Zarządu Mediakom, Związku Pracodawców Mediów Elektronicznych i Telekomunikacji, zrzeszającego kilkudziesięciu małych i średnich operatorów kablowych.

Choć rynek telewizji kablowej ma już w Polsce ponad dwudziestopięcioletnią historię, to do tej pory nie zdefiniowano i nie przyjęto standardów współpracy pomiędzy nadawcami i reemitentami w zakresie zawierania umów licencyjnych na nadawanie programów w sieciach kablowych. To sprzyja stosowaniu nieuczciwych praktyk – wskazuje Mediakom. W tej chwili reemitent może arbitralnie zdecydować o wycofaniu programu z oferty lub przesunięciu go na dalsze pozycje EPG, co może wpłynąć na oglądalność programu. Z kolei nadawca może wobec reemitenta wykorzystać pozycję monopolisty - *Unikalność treści jakie dostarcza, daje mu znacznie silniejszą pozycję negocjacyjną przy ustalaniu warunków umowy licencyjnej, niezbędnej do wprowadzenia kanału do oferty reemitenta. Tego typu praktyki stają się coraz częstsze. Dlatego, aby przeciwdziałać nieuczciwym praktykom rynkowym i zagwarantować konsumentom dostęp do szerokiej oferty, opracowaliśmy Kodeks Dobrych Praktyk* – zwraca uwagę Krzysztof Kacprowicz.

### **Kodeks unormuje rynek?**

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. - *Zapraszamy do dyskusji nad jego ostatecznym kształtem wszystkich uczestników rynku telewizyjnego: w szczególności nadawców, reemitentów, a także regulatorów, którzy podobnie jak my dostrzegają konieczność ujednoczenia i ustandaryzowania zapisów w zawieranych umowach, wprowadzenia możliwości rozstrzygania wszelkich sporów przez polskimi sądami, rozliczeń w złotówkach czy zmian warunków pakietyzacji programów* – apeluje Krzysztof Kacprowicz z Mediakom.

Operatorzy liczą na to, że Kodeks Dobrych Praktyk przyczyni się do wypracowania optymalnego modelu współpracy pomiędzy nadawcami i reemitentami programów telewizyjnych oraz zapewnienia równych warunków konkurencji dla wszystkich podmiotów działających na rynku.

Dokument został przesłany do zaopiniowania przedstawicielom sieci kablowych, nadawcom i izmom branżowym. Z jego treścią można zapoznać się tutaj: <http://mediakom.org.pl/kodeks-dobrych-praktyk-strona/>