

Изх.№ 337/27.02.2018г

ДО
Председателя на комисия по правни въпроси
Народно събрание

НАРОДНО СЪБРАНИЕ на РБ

ДХ № 07-828-00-50

ПОЛУЧЕНО НА 27.02.2018

10.55

**СТАНОВИЩЕ
НА НАЦИОНАЛНО СДРУЖЕНИЕ НА КАБЕЛНИТЕ ОПЕРАТОРИ
„КЛУБ 2000“**

Относно: Внесено предложение от народния представител Христиан Митев № 854-04-51 по ЗИД на Закона за авторското право и сродните му права

По повод предложението за създаване на нов чл.19г в глава първа на закона и нова алинея 5 в чл. 126в **изразяваме нашата решителна подкрепа** и увереност, че този начин за решаване на проблема с пакетизирането на ТВ програми в платени платформи за разпространение, ще внесе равнопоставеност в процеса на договаряне между създатели и разпространители на ТВ съдържание и ще бъде изцяло в интерес и на крайния потребител на медийно съдържание.

АРГУМЕНТИ:

1. **В страната трайно е установена практика от медийните групи със значителен пазарен дял – над 30 % на национално ниво, да заставят платформените оператори при търговските преговори да избират само между две алтернативи – или всичко или нищо.** В пакета от общо 5-6 програми на практика има само една или две с висок рейтинг, но те не могат да бъдат купени отделно от другите. На многобройните писмени запитвания за отделни офрети се получава само устен отказ или мълчание. Това е така защото в делата за злоупотреба с пазарна сила в КЗК срещу Нова бродкастинг груп и БТВ медия груп първата писмено двукратно е заявила, че не пакетира програмите си и затова не е глобена. Но в преговорите в периода 10.2017 - 02.2018 е възприела примера на БТВ медия груп и също задължава платформените оператори да купят изцяло пакета програми без алтернатива за уреждане на правата по отделно за всяка програма. Твърденията, че така се получава по-изгодна цена за платформения оператор и крайният потребител не отговарят на истината, защото ако това е вярно всички платформени оператори ще искат да купят пакета. А в действителност е точно обратното. Платформените оператори масово отказват да плащат за пакета програми, защото цената е неадекватна на съдържанието. **Всеки иска да плаща за качествено съдържание на справедлива цена. А какво иска медията ? Увеличение**

на рекламните приходи. Как? Като пласира в далекосъобщителните мрежи едно и също съдържание в няколко допълнителни тв канала с уж различен програмен профил и така да увеличи общото рекламно време, което продава. **ЗА ТОВА ПАКЕТА Е ЗАДЪЛЖИТЕЛЕН ЗА РАЗПРОСТРАНЕНИЕ.** За това е неизгодно да се продават само една или две програми. За това не са обявени цени поотделно. И когато платформеният оператор е задължен да плаща за целия пакет увеличаващи се с всяка изминала година цени, естествено това ще доведе до повишаване на цената към крайния потребител, който на практика ще плаща повече, за да гледа не по-стойностно съдържание а повече реклама.

2. Твърдението, че забраната за пакетиране ще доведе до “посивяване” на сектора за разпространение на медийно съдържание е изцяло невярно. Точно обратното. Възможността на платформения оператор да избира според потребителското търсене и финансовите си възможности при договаряне на авторските права за разпространение, ще му даде шанс да оцелява и да се развива. А ако алтернативата е пакет програми с висока цена или липса на договор, ще трябва да избира или да фалира или да пиратства.

3. Наложилата се практика за пакетиране на програми при платформените оператори е породена от изричното несъгласие на медийните групировки техните програми да се предлагат към крайните клиенти поотделно на съответни цени в зависимост от рейтинга. За това вече има техническа възможност с наличните на пазара цифрови платформи. Причината за това несъгласие е пак стремежа да се продава повече рекламno време. Ако се окаже, че към част от програмите няма съществен зрителски интерес, тогава и рекламоделите няма да искат да купуват рекламno време в тях и приходите на медийната групировка ще намалеят. За това е нужно програмите **ЗАДЪЛЖИТЕЛНО** да се разпространяват в пакет и рекламоделите да купуват **ПАКЕТНО РЕКЛАМНО ВРЕМЕ.**

Крайно време е да поставим интересите на българския зрител над бизнес интересите на две - три медийни групировки. Не трябва законите на страната да позволяват изнудване и злоупотреба с пазарна сила.

Изп. Директор:
В. Георгиев

