



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РЕКОМЕНДАЦІЇ

25 липня 2024 р.

Київ

№ 6-рк

Медіагрупа «StarLightMedia»
(товариство з обмеженою
відповідальністю «СТАРЛАЙТ
ДІДЖИТАЛ»)

Медіагрупа «Inter Media Group»
(товариство з обмеженою
відповідальністю «НАЦІОНАЛЬНИЙ
КОНТЕНТ ЦЕНТР»)

Товариство з обмеженою
відповідальністю «ВІЖН МЕДІА»

Про надання рекомендацій щодо
здійснення заходів, спрямованих
на запобігання порушенням законодавства
про захист економічної конкуренції

1. ПРЕДМЕТ РЕКОМЕНДАЦІЙ

- (1) В Антимонопольному комітеті України (далі – Комітет) на виконання доручення в. о. Голови Комітету від 28.04.2023 № 13-09/192 проведено дослідження ринкового становища медіагруп «StarLightMedia», «1+1 Media», «Inter Media Group» і «Медіа Група Україна» (далі – Медіагрупи) на ринку телевізійного мовлення (далі – Дослідження).
- (2) Проведення Дослідження пов'язане з надходженням до Комітету заяви товариства з обмеженою відповідальністю «Мережа Ланет» (далі – ТОВ «Мережа Ланет»), яке здійснює діяльність у сфері проводового електрозв'язку та має ліцензії провайдера програмної послуги, від 06.04.2021 № 05-0604/21 (вх. Комітету № 8-01/109-АМ від 07.04.2021) (далі – Заява) про порушення законодавства про захист економічної конкуренції Медіагрупами у вигляді зловживання монопольним (домінуючим) становищем на ринку телевізійного мовлення у зв'язку із, зокрема, безпідставним достроковим розірванням договорів із ТОВ «Мережа Ланет» з урахуванням належного виконання останнім зобов'язань за ними.
- (3) З огляду на викладене, предмет цих рекомендацій стосується умов надання Медіагрупами, ринкове становище яких визначено під час проведення Дослідження (у межах обставин, фактів і правовідносин, зазначених у Заяві), прав на ретрансляцію телеканалів, а саме відмови від їх надання.

2. СУБ'ЄКТИ ГОСПОДАРЮВАННЯ, ЯКИМ НАДАЮТЬСЯ РЕКОМЕНДАЦІЇ

- (4) Ці рекомендації пропонується надати Медіагрупам, а саме:
- медіагрупі «StarLightMedia» [товариство з обмеженою відповідальністю «СТАРЛАЙТ ДІДЖИТАЛ» (далі – ТОВ «СТАРЛАЙТ ДІДЖИТАЛ»)] (ідентифікаційний код юридичної особи [інформація з обмеженим доступом]; адреса: [інформація з обмеженим доступом]), основний вид діяльності – [інформація з обмеженим доступом]);
 - товариству з обмеженою відповідальністю «ВІЖН МЕДІА» (далі – ТОВ «ВІЖН МЕДІА»)] (ідентифікаційний код юридичної особи [інформація з обмеженим доступом]; адреса: [інформація з обмеженим доступом]), основний вид діяльності – [інформація з обмеженим доступом]);
 - медіагрупі «Inter Media Group» [товариство з обмеженою відповідальністю «НАЦІОНАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ЦЕНТР» (далі – ТОВ «НАЦІОНАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ЦЕНТР»)] (ідентифікаційний код юридичної особи [інформація з обмеженим доступом]; адреса: [інформація з обмеженим доступом]), основний вид діяльності – [інформація з обмеженим доступом]]).
- (5) Зазначені в попередньому пункті цих рекомендацій товариства¹, отримавши від інших суб'єктів господарювання у складі Медіагруп відповідно до ліцензійних договорів права на розповсюдження відповідних телеканалів, зі свого боку провадять господарську діяльність із надання на договірній основі суб'єктам господарювання [провайдером програмної послуги (провайдером аудіовізуальних сервісів)] прав на ретрансляцію телеканалів за винагороду (рояліті) [інформація з обмеженим доступом].
- (6) При цьому суб'єкти господарювання у складі Медіагруп пов'язані між собою відносинами контролю, про що детальніше зазначено в підпункті 4.2.2 цих рекомендацій.
- (7) У статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» (далі – Закон) передбачено, що суб'єкт господарювання – юридична особа незалежно від організаційно-правової форми та форми власності чи фізична особа, що здійснює діяльність з виробництва, реалізації, придбання товарів, іншу господарську діяльність, у тому числі яка здійснює контроль над іншою юридичною чи фізичною особою; група суб'єктів господарювання, пов'язаних відносинами контролю.
- (8) Отже, медіагрупи², а саме «StarLightMedia» (ТОВ «СТАРЛАЙТ ДІДЖИТАЛ»), ТОВ «ВІЖН МЕДІА» й «Inter Media Group» (ТОВ «НАЦІОНАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ЦЕНТР») є суб'єктами господарювання в розумінні статті 1 Закону та при цьому продавцями прав на ретрансляцію телеканалів суб'єктам господарювання [провайдером програмної послуги (провайдером аудіовізуальних сервісів)].

3. ПРОЦЕСУАЛЬНІ ДІЇ

- (9) Під час проведення Дослідження Комітет надіслав вимогу до ТОВ «Мережа Ланет» від 02.06.2023 № 130-29.3/01-7266е, відповідь на яку надано листами від 23.06.2023

¹ По 01.07.2023 права на ретрансляцію телеканалів «1+1», «2+2», «ТЕТ», «ПлюсПлюс», «Уніан» і «Бігуді» провайдером програмної послуги надавало товариство з обмеженою відповідальністю «1+1 ІНТЕРНЕТ» (далі – ТОВ «1+1 ІНТЕРНЕТ») у складі медіагрупи «1+1 Media».

² Медіагрупа «Медіа Група Україна» припинила свою діяльність з надання провайдером програмної послуги прав на ретрансляцію телеканалів «Україна», «НЛО TV» й «Індиго TV».

№ 01-2206/23 та від 22.06.2023 № 03-2206/23 (вх. Комітету № 8-01/837-кі від 23.06.2023 та № 8-01/8583 від 26.06.2023).

- (10) Крім того, Комітет запитав інформацію в Медіагруп, а саме:
- ТОВ «НАЦІОНАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ЦЕНТР» у вимозі від 27.06.2023 № 130-29.3/01-7912е, відповідь на яку надано листом від 31.08.2023 № 01/08 (вх. Комітету № 8-01/10754 від 01.09.2023);
 - ТОВ «СТАРЛАЙТ ДІДЖИТАЛ» у вимозі від 27.06.2023 № 130-29.3/01-7913е, відповідь на яку надано листом від 25.08.2023 № 1466 (вх. Комітету № 8-01/10546 від 28.08.2023);
 - ТОВ «МЕДІА ГРУПА УКРАЇНА» у вимозі від 27.06.2023 № 130-29.3/01-7914е, відповідь на яку надано листом від 28.08.2023 № б/н (вх. Комітету № 8-01/1124-кі від 28.08.2023);
 - ТОВ «1+1 ІНТЕРНЕТ» у вимозі від 27.06.2023 № 130-29.3/01-7915е, відповідь на яку надано листами від 23.08.2023 № 230823/1 (вх. Комітету № 8-01/1112-кі та № 8-01/10396 від 23.08.2023).
- (11) Листами від 27.09.2023 № 130-29.3/03-10405-10413е Комітет опитав конкурентів ТОВ «Мережа Ланет», а саме товариство з обмеженою відповідальністю «ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЯ ТЕЛЕЛАН», товариство з обмеженою відповідальністю «ІТ ЛЮКС», товариство з обмеженою відповідальністю ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЯ «ДИСКАВЕРІ», товариство з обмеженою відповідальністю «КОНТЕНТ ТРЕЙДІНГ», товариство з обмеженою відповідальністю «ВОЛЯ-КАБЕЛЬ», товариство з обмеженою відповідальністю «ВІЖН ТБ», товариство з обмеженою відповідальністю «ОТТ УКРАЇНА», товариство з обмеженою відповідальністю «МЕГОГО», товариство з обмеженою відповідальністю «ПЛЮС ТБ», відповіді на які отримано впродовж жовтня – листопада 2023 року.
- (12) Також Комітет у вимогах від 27.09.2023 запитав інформацію у 28 суб'єктів господарювання, ретрансляцію телеканалів яких здійснювало ТОВ «Мережа Ланет».
- (13) Листами від 25.12.2023 Комітет надіслав вимоги до Медіагруп, а саме:
- ТОВ «1+1 ІНТЕРНЕТ» № 130-29.3/03-13419е, відповідь на яку надано листами від 25.01.2024 № 1-2501 і від 31.01.2024 № 1-3101 (вх. Комітету № 8-03/1146 від 26.01.2024 і № 8-03/1359 від 31.01.2024);
 - ТОВ «МЕДІА ГРУПА УКРАЇНА» № 130-29.3/03-13420е, відповідь на яку надано листом від 16.02.2024 б/н (вх. Комітету № 8-01/184-кі від 16.02.2024);
 - ТОВ «СТАРЛАЙТ ДІДЖИТАЛ» № 130-29.3/03-13421е, відповідь на яку надано листом від 22.01.2024 б/н та від 22.01.2024 № 194/24 (вх. Комітету № 8-03/927 від 22.01.2024 і № 8-03/1070 від 25.01.2024);
 - ТОВ «НАЦІОНАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ЦЕНТР» № 130-29.3/03-13423е, відповідь на яку надано листом від 15.02.2024 № 12/02 (вх. Комітету № 8-03/210-кі від 20.02.2024).
- (14) Листом від 26.12.2023 № 130-29.3/03-13448е Комітет надіслав вимогу до Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення (далі – Рада), відповідь на яку надано листом від 17.02.2024 № 16/41 (вх. Комітету № 7-03/701 від 17.01.2024).
- (15) Листами від 26.12.2023 Комітет надіслав вимоги до конкурентів суб'єктів господарювання, зазначених у пункті 11 цих рекомендацій, а саме:
- товариства з обмеженою відповідальністю «ДІДЖИТАЛ СКРІНЗ» № 130-29.3/03-13442е, відповідь на яку надано листом від 28.02.2024 б/н (вх. Комітету № 8-03/298-кі та № 8-03/301-кі відповідно від 01.03.2024);

- товариства з обмеженою відповідальністю «МАКСНЕТ» № 130-29.3/03-13443е, відповідь на яку надано листом від 30.01.2024 № 13 (вх. Комітету № 8-03/1421 від 01.02.2024);
 - товариства з обмеженою відповідальністю «Мультимедіа груп Україна» № 130-29.3/03-13444е;
 - товариства з обмеженою відповідальністю «ПЛАТФОРМА ТВ» № 130-29.3/03-13445е;
 - товариства з обмеженою відповідальністю «УЛЬТРАЛІНК» № 130-29.3/03-13447е, відповідь на яку надано листом від 31.01.2024 № 04 (вх. Комітету № 8-03/98-кі та № 8-03/1498 від 02.02.2024).
- (16) Листом від 06.02.2024 Комітет надіслав вимогу № 130-29.3/03-1313е до ТОВ «1+1 ІНТЕРНЕТ», відповідь на яку останнє надало листом від 19.02.2024 № 1-19/0224 (вх. Комітету № 8-03/2304 від 20.02.2024).
- (17) Крім того, Комітет листами від 22.02.2024 надіслав вимоги до:
- ТОВ «ВІЖН МЕДІА» № 130-29.3/03-1895е, відповідь на яку надано листами від 11.03.2024 № 110324/1 і № 110324/2 (вх. Комітету № 8-03/3332 та № 8-03/371-кі відповідно від 12.03.2024);
 - ТОВ «СТАРЛАЙТ ДІДЖИТАЛ» № 130-29.3/03-1896е, відповідь на яку надано листом від 07.03.2024 № 525/24 (вх. Комітету № 8-03/3130 від 07.03.2024);
 - ТОВ «НАЦІОНАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ЦЕНТР» № 130-29.3/03-1897е, відповідь на яку надано листом від 11.03.2024 № 208/03 (вх. Комітету № 8-03/3462 від 14.03.2024).
- (18) Листом від 18.03.2024 Комітет надіслав вимогу № 130-29.3/03-2670е до ТОВ «Мережа Ланет», відповідь на яку надано листом від 01.05.2024 № 05/01-0105/2024 (вх. Комітету № 8-03/757-кі від 03.05.2024).
- (19) До того ж під час розгляду Заяви Комітет надіслав вимоги про надання інформації до Медіагруп, а саме:
- ТОВ «НАЦІОНАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ЦЕНТР» від 15.02.2023 № 130-26.13/01-4126е [відповідь надано листом від 04.04.2023 № 13/04 (вх. Комітету № 8-01/432-кі від 07.04.2023)];
 - ТОВ «СТАРЛАЙТ ДІДЖИТАЛ» від 15.02.2023 № 130-26.13/01-4127е [відповідь надано листом від 13.03.2023 № 603 (вх. Комітету № 8-01/4598 від 14.03.2023)];
 - ТОВ «МЕДІА ГРУПА УКРАЇНА» від 15.02.2023 № 130-26.13/01-4128е [відповідь надано листом від 31.03.2023 № 07 (вх. Комітету № 8-01/417-кі від 03.04.2023)];
 - ТОВ «1+1 ІНТЕРНЕТ» від 15.02.2023 № 130-26.13/01-4129е [відповідь надано листами від 13.03.2023 № 130323/1 та № 130323/2 (вх. Комітету № 8-01/4589 і № 8-01/312-кі від 13.03.2023)].
- (20) Також у межах розслідування за Заявою Комітет у вимогах від 08.03.2023 запитав інформацію в конкурентів ТОВ «Мережа Ланет», які зазначено в пункті 11 цих рекомендацій, та у приватного акціонерного товариства «ДАТАГРУП», відповіді на які надано протягом березня – квітня 2023 року.

4. ЩОДО РИНКОВОГО СТАНОВИЩА МЕДІАГРУП

- (21) Визначення монопольного (домінуючого) становища Медіагруп здійснюється відповідно до Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку, затвердженої розпорядженням Комітету

від 5 березня 2002 року № 49-р, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 1 квітня 2002 року за № 317/6605 (далі – Методика).

Відповідно до пункту 2.2 розділу 2 Методики етапи визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання, їх кількість та послідовність проведення, передбачені пунктом 2.1 Методики, можуть змінюватися залежно від фактичних обставин, зокрема особливостей товару, структури ринку, обсягів наявної інформації щодо ринку тощо.

4.1. Об'єкт аналізу щодо визначення монопольного (домінуючого) становища

- (22) Відповідно до пункту 3.1 розділу 3 Методики об'єктами аналізу щодо визначення монопольного (домінуючого) становища є:
- суб'єкт господарювання;
 - група суб'єктів господарювання;
 - конкретний товар (продукція, роботи, послуги), який випускається, постачається, продається, придбавається, (використовується, споживається) цим суб'єктом господарювання.
- (23) Так, об'єктами аналізу щодо визначення монопольного (домінуючого) становища є:
- Медіагрупи;
 - право на ретрансляцію телеканалів.
- (24) Інша господарська діяльність Медіагруп, крім надання вказаного права, не є об'єктом аналізу щодо визначення монопольного (домінуючого) становища.

4.2. Визначення переліку товарів та основних продавців, покупців цих товарів, щодо яких має визначатися монопольне (домінуюче) становище

4.2.1. Визначення переліку товарів, щодо яких має визначатися монопольне (домінуюче) становище

- (25) Відповідно до статті 1 Закону товар – будь-який *предмет господарського обороту*, в тому числі продукція, роботи, послуги, документи, що підтверджують зобов'язання та права (зокрема цінні папери).
- (26) Згідно з пунктом 4.1 розділу 4 Методики перелік товарів, щодо яких має визначатися монопольне (домінуюче) становище суб'єкта господарювання, складається з товарів (товарних груп), які *обертаються* в Україні чи на відповідній частині її території і які мають для продавців (постачальників, виробників), покупців (споживачів, користувачів) ознаки *одного (подібного, аналогічного)* товару (товарної групи).
- (27) Згідно із частиною першою статті 418 Цивільного кодексу України право інтелектуальної власності – це право особи на результат інтелектуальної, творчої діяльності або на інший об'єкт права інтелектуальної власності, визначений цим Кодексом та іншим законом.
- (28) Відповідно до частини другої статті 418 Цивільного кодексу України право інтелектуальної власності становлять особисті немайнові права інтелектуальної власності та (або) майнові права інтелектуальної власності, зміст яких щодо певних об'єктів права інтелектуальної власності визначається цим Кодексом та іншим законом.

- (29) В абзаці шостому частини першої статті 420 Цивільного кодексу України передбачено, що до *об'єктів права інтелектуальної власності*, зокрема, належать *програми організацій мовлення*.
- (30) Згідно з пунктом 2 частини першої статті 424 Цивільного кодексу України майновими правами інтелектуальної власності є *виключне право дозволяти використання об'єкта права інтелектуальної власності*.
- (31) Відповідно до частини третьої статті 426 Цивільного кодексу України використання об'єкта права інтелектуальної власності іншою особою здійснюється з *дозволу* особи, яка має виключне право дозволяти використання об'єкта права інтелектуальної власності, крім випадків правомірного використання без такого дозволу, передбачених цим Кодексом та іншим законом.
- (32) Згідно з пунктом «г» частини першої статті 449 Цивільного кодексу України *об'єктами суміжних прав* без виконання будь-яких формальностей щодо цих об'єктів та незалежно від їх призначення, змісту, цінності тощо, а також способу чи форми їх вираження є *програми (передачі) організацій мовлення*. Аналогічна норма містилася також у пункті «в» частини першої статті 35 Закону України «Про авторське право і суміжні права» від 23.12.1993 № 3792-ХІІІ.
- (33) Відповідно до пункту 2 частини першої статті 452 Цивільного кодексу України *майновими правами інтелектуальної власності на об'єкт суміжних прав* є *виключне право дозволяти використання об'єкта суміжних прав*.
- (34) У частині першій статті 454 Цивільного кодексу України передбачено, що *використання програми організації мовлення* здійснюється *виключно з дозволу* відповідного суб'єкта суміжних прав або іншої уповноваженої на надання такого дозволу особи, крім випадків правомірного використання, встановлених законом.
- (35) Відповідно до статті 41 Закону України «Про авторське право і суміжні права» передбачалося, що до *майнових прав організацій мовлення* належить їх виключне право на використання своїх програм будь-яким способом і *виключне право дозволяти* чи забороняти іншим особам публічне сповіщення своїх програм шляхом трансляції і *ретрансляції*.
- (36) Згідно з абзацом першим частини другої статті 41 Закону України «Про авторське право і суміжні права» передбачалося, що майнові права організації мовлення можуть передаватися (відчужуватися) іншим особам *на підставі договору*, в якому визначаються спосіб і строк використання програми мовлення, *розмір* і порядок виплати *винагороди*, територія, на яку розповсюджуються передані права, тощо.
- (37) У частині першій статті 1 Закону України «Про телебачення і радіомовлення»⁴ визначалося:
ліцензія на мовлення – документ державного зразка, який видається Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення та засвідчує право ліцензіата відповідно до умов ліцензії здійснювати мовлення, використовувати канали мовлення, мережі мовлення, канали багатоканальних телемереж (абзац двадцять четвертий);

³ Втратив чинність 01.01.2023 на підставі Закону України «Про авторське право і суміжні права» від 01.12.2022 № 2811-ІХ.

⁴ Втратив чинність 31.03.2023 на підставі Закону України «Про медіа».

ліцензія провайдера програмної послуги – документ державного зразка, який видається Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення та засвідчує право ліцензіата надавати програмні послуги з використанням ресурсу багатоканальних телемереж (абзац двадцять п'ятий);

ліцензіат (власник ліцензії) – юридична або фізична особа, якій Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення видала відповідну ліцензію (абзац двадцять сьомий);

мовник (теле- чи радіо) – суб'єкт господарювання, який створює (комплектуює та/або пакетує) телевізійні чи радіопрограми та передачі і розповсюджує їх у відкритому або кодованому вигляді за допомогою технічних засобів шляхом трансляції та ретрансляції для приймання їх споживачами (абзац тридцять перший);

провайдер програмної послуги – суб'єкт господарювання, який на підставі ліцензії, виданої Національною радою України з питань телебачення та радіомовлення, на договірних засадах надає абонентам можливість перегляду пакетів програм, використовуючи для передавання цих програм ресурси багатоканальних телемереж (абзац сорок шостий);

програма (телерадіопрограма) – поєднана єдиною творчою концепцією сукупність передач (телерадіопередач), яка має постійну назву і транслюється телерадіоорганізацією за певною сіткою мовлення (абзац сорок восьмий);

ретрансляція – прийом і одночасна передача, незалежно від використаних технічних засобів, повних і незмінних телерадіопрограм або істотних частин таких програм, які транслюються мовником (абзац п'ятдесят четвертий);

телерадіоорганізація – зареєстрована у встановленому законодавством порядку юридична особа, яка на підставі виданої Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення ліцензії на мовлення створює або комплектуює та/чи пакетує телерадіопрограми і/або передачі та розповсюджує їх за допомогою технічних засобів мовлення (абзац шістдесят дев'ятий).

- (38) Враховуючи наведені законодавчі положення, *програми (передачі) організацій мовлення [програма (телерадіопрограма)] є окремим об'єктом права інтелектуальної власності, а саме об'єктом суміжних прав, дозвіл на передачу якого суб'єктам господарювання (провайдерам) у повному та незмінному вигляді (ретрансляцію) є виключним майновим правом інтелектуальної власності.*
- (39) Так, *предметами ліцензійних договорів між окремим суб'єктами господарювання у складі Медіагруп є надання суб'єктам господарювання (провайдерам програмної послуги, зокрема, ТОВ «Мережа Ланет») невиключних прав на розповсюдження (ретрансляцію) програм (телепрограм), що здійснюється за винагороду (роялті).*
- (40) З огляду на це *товаром є право на ретрансляцію телеканалів, який є предметом господарського обміну (цінового) між Медіагрупами та провайдерами програмної послуги, зокрема ТОВ «Мережа Ланет».*

4.2.2. Визначення переліку основних продавців товарів, щодо яких має визначатися монопольне (домінуюче) становище

- (41) Як зазначено попередньо, у статті 1 Закону визначено, що суб'єкт господарювання – юридична особа незалежно від організаційно-правової форми та форми власності чи фізична особа, що здійснює діяльність з виробництва, реалізації, придбання товарів, іншу господарську діяльність, у тому числі яка здійснює контроль над іншою

юридичною чи фізичною особою; *група суб'єктів господарювання*, якщо один або декілька з них здійснюють *контроль* над іншими.

- (42) Відповідно до пункту 3.3 розділу 3 Методики визначення складу суб'єкта господарювання, що випускає, постачає, продає, придбаває (споживає, використовує) конкретний товар (продукцію, роботи, послуги), здійснюється шляхом установаження *переліку суб'єктів господарювання* (юридичних та фізичних осіб), які здійснюють діяльність з виробництва, реалізації, придбання товарів чи іншу господарську діяльність, у тому числі *контроль* над іншою юридичною чи фізичною особою, і які пов'язані відносинами, що забезпечують контроль господарської діяльності одного суб'єкта господарювання іншим (іншими) суб'єктом (суб'єктами) господарювання.
- (43) Згідно з пунктом 3.4 розділу 3 Методики визначення складу групи суб'єктів господарювання здійснюється шляхом установаження переліку незалежних суб'єктів господарювання, до складу яких входить суб'єкт (суб'єкти) господарювання, що випускає(ють), постачає(ють), продає(ють), придбаває(ють) (споживає(ють), використовує(ють) конкретний товар (продукцію, роботи, послуги).
- (44) Відповідно до пункту 4.4 розділу 4 Методики перелік основних продавців (постачальників, виробників), покупців (споживачів, користувачів) може складатися шляхом визначення суб'єктів господарювання, які мають *значущі* обсяги продажу (постачання, виробництва), придбання (споживання, використання) товарів (товарних груп), які обертаються в Україні чи на відповідній частині її території.
Значущими обсягами продажу (постачання, виробництва), придбання (споживання, використання) товарів (товарних груп) визначаються обсяги, які, як правило, перевищують 5 відсотків відомих обсягів товарів (товарних груп), що мають ознаки однакових (подібних, аналогічних), які обертаються в Україні чи на відповідній частині її території.
- (45) До основних продавців товару (права на ретрансляцію телеканалів) належать Медіагрупи (у діях яких ТОВ «Мережа Ланет» вбачає порушення законодавства про захист економічної конкуренції), серед яких:
- медіагрупа «StarLightMedia», до складу якої входять, зокрема, такі суб'єкти господарювання, пов'язані між собою відносинами контролю:
 - товариство з обмеженою відповідальністю «СТАРЛАЙТ МЕДІА» (100 %);
 - товариство з обмеженою відповідальністю «НОВИЙ КАНАЛ» (телеканал «Новий канал»), товариство з обмеженою відповідальністю «МІЖНАРОДНА КОМЕРЦІЙНА ТЕЛЕРАДІО-КОМПАНІЯ» (ICTV) (телеканал «ICTV»), товариство з обмеженою відповідальністю «ТЕЛЕКАНАЛ СТБ» (телеканал «СТБ»), товариство з обмеженою відповідальністю «ХМАРОЧОС МЕДІА» (телеканал «ОЦЕ ТБ»), частка кожного з яких у товаристві з обмеженою відповідальністю «СТАРЛАЙТ МЕДІА» 100 %, товариство з обмеженою відповідальністю «ТЕЛЕОДИН» (телеканали «М1», «М2»), частка якого в товаристві з обмеженою відповідальністю «ТЕЛЕРАДІО-КОМПАНІЯ “УКРАЇНСЬКИЙ МОЛОДІЖНО-МУЗИЧНИЙ КАНАЛ М1”» 100 %, частка якого в товаристві з обмеженою відповідальністю «СТАРЛАЙТ М'ЮЗІК ХОЛДІНГ» 40 %, частка якого зі свого боку в товаристві з обмеженою відповідальністю «СТАРЛАЙТ МЕДІА» 100 %, а також ТОВ «СТАРЛАЙТ ДІДЖИТАЛ», частка якого в товаристві з обмеженою відповідальністю «СТАРЛАЙТ МЕДІА» 100 % і яке безпосередньо надавало(-є) права на ретрансляцію телеканалів провайдером програмної послуги, зокрема ТОВ «Мережа Ланет»;

• медіагрупа «1+1 Media», до складу якої входять, зокрема, такі суб'єкти господарювання, пов'язані між собою відносинами контролю [інформація з обмеженим доступом]:

- ТОВ «1+1 ІНТЕРНЕТ» (безпосередній надавач прав на ретрансляцію телеканалів провайдером програмної послуги, зокрема ТОВ «Мережа Ланет»);

- товариство з обмеженою відповідальністю «ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЯ “СТУДІЯ 1+1”» (телеканал «1+1»), товариство з обмеженою відповідальністю «РСАЛ ІСТЕЙТ-ТВ» (телеканали «2+2» і «Бігуді»), приватне акціонерне товариство «ТЕЛЕКОМПАНІЯ “ТЕТ”» (телеканал «ТЕТ») і товариство з обмеженою відповідальністю «ГРАВІС» (телеканали «ПлюсПлюс» й «Уніан»), які передали ТОВ «1+1 ІНТЕРНЕТ» виключні права на розповсюдження програм організацій мовлення шляхом їх ретрансляції в пакетах провайдерів аудіовізуальних сервісів;

• медіагрупа «Inter Media Group», до складу якої входять, зокрема, такі суб'єкти господарювання: приватне акціонерне товариство «ТЕЛЕКАНАЛ “ІНТЕР”» (телеканал «Інтер»), товариство з обмеженою відповідальністю «ТЕЛЕРАДІООРГАНІЗАЦІЯ “МУЛЬТІ МЕДІА СЕРВІС”» (телеканал «К1»), товариство з обмеженою відповідальністю «ТЕЛЕСТУДІЯ “СЛУЖБА ІНФОРМАЦІЇ”» (телеканал «НТН»), товариство з обмеженою відповідальністю «ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЯ “КІНО ТВ”» (телеканал «Enter-фільм»), товариство з обмеженою відповідальністю «МУЗИЧНЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ» (телеканал «Zoom»), товариство з обмеженою відповідальністю «ТЕЛЕКАНАЛ “К2”» (телеканал «К2»), товариство з обмеженою відповідальністю «ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЯ “МУЗИКА ТВ”» (телеканал «Піксель»), товариство з обмеженою відповідальністю «ТЕЛЕКАНАЛ “МЕГА”» (телеканал «Мега»). Безпосереднім надавачем прав на ретрансляцію телеканалів провайдером програмної послуги, зокрема ТОВ «Мережа Ланет», було(є) ТОВ «НАЦІОНАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ЦЕНТР», яке пов'язане відносинами контролю з відповідними, указаними в цьому абзаці суб'єктами господарювання, через товариство з обмеженою відповідальністю «УКРАЇНСЬКИЙ МЕДІА-ПРОЕКТ»;

• медіагрупа «Медіа Група Україна», найпопулярнішими каналами якої були «Україна», «Індиго TV», «НЛО TV», права на ретрансляцію яких надавалися провайдером програмної послуги, зокрема ТОВ «Мережа Ланет», ТОВ «МЕДІА ГРУПА УКРАЇНА», яке володіло 100 % частки у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю «ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЯ “УКРАЇНА”»; останнє зі свого боку надало ТОВ «МЕДІА ГРУПА УКРАЇНА» невиключне суміжне право на використання програм шляхом їх розповсюдження.

4.2.3. *Визначення переліку основних покупців товарів, щодо яких має визначатися монопольне (домінуюче) становище*

- (46) Покупцями товару, а саме прав на ретрансляцію телеканалів, є суб'єкти господарювання, які мають право на ретрансляцію на підставі ліцензійних договорів.
- (47) Законодавство у сфері інтелектуальної власності не встановлює вимог (тобто щодо наявності спеціального статусу) до отримувачів майнових невиключних прав на розповсюдження (ретрансляцію) програм (телепрограм).
- (48) Водночас програми (телепрограми) є особливим об'єктом суміжних прав, на які поширювалися вимоги Закону України «Про телебачення і радіомовлення», відповідно до якого надання абонентам можливості перегляду пакетів програм здійснюється суб'єктами господарювання, які отримали в Ради ліцензію, а саме провайдери

програмної послуги, серед яких і ТОВ «Мережа Ланет», що здійснюють виробниче споживання товару⁵.

- (49) Провайдери програмної послуги надають абонентам, які є фізичними особами, можливість перегляду телеканалів для особистих (некомерційних) цілей, які і здійснюють кінцеве споживання товару, не отримуючи при цьому самих прав на ретрансляцію телеканалів.

4.3. Визначення товарних меж ринку

- (50) У пункті 1.3 розділу 1 Методики визначено, що товарні межі ринку – товар (товарна група), сукупність схожих, однорідних предметів господарського обороту, в межах якої споживач за звичайних умов *може перейти від споживання певного виду предметів господарського обороту до споживання іншого*.
- (51) Згідно з абзацом першим пункту 5.1 розділу 5 Методики товарні межі ринку визначаються шляхом формування групи взаємозамінних товарів (товарних груп), у межах якої споживач за звичайних умов *може легко* перейти від споживання одного товару до споживання іншого.
- Формування групи взаємозамінних товарів (товарних груп) здійснюється з переліку товарів, які мають для продавців (постачальників, виробників), покупців (споживачів, користувачів) ознаки одного (*подібного, аналогічного*) товару (товарної групи), за показниками взаємозамінності, якими зокрема є:
- подібність призначення, споживчих властивостей, умов використання тощо;
 - подібність фізичних, технічних, експлуатаційних властивостей і характеристик, якісних показників тощо;
 - наявність спільної групи споживачів товару (товарної групи);
 - відсутність суттєвої різниці в цінах;*
 - взаємозамінність товарів (товарної групи) з точки зору їх виробництва*, тобто здатності виробників запропонувати нові товари на заміну існуючих.
- (52) Відповідно до пункту 5.2 розділу 5 Методики при проведенні дослідження необхідно враховувати, що взаємозамінні товари належать до групи однорідних товарів (товарних груп), які розглядаються споживачем як один і той же товар (товарна група), і які можуть бути стандартизовані або *диференційовані*.
- (53) Згідно з пунктом 5.4 розділу 5 Методики *диференційовані* товари (товарні групи) характеризуються певними відмінностями споживчих властивостей, зовнішнього вигляду, якісних показників, термінів споживання, обсягів додаткових послуг (сервісного обслуговування), що дає можливість споживачам певним чином *вирізняти переваги конкретного товару* (товарної групи), який виробляється (реалізується) певним суб'єктом господарювання (продавцем), від інших аналогічних товарів (товарних груп) при задоволенні певного попиту.
- (54) Визначаючи групи взаємозамінних товарів, у межах якої провайдери програмної послуги можуть *легко* перейти від споживання одного товару до споживання іншого, тобто тих, які утворюють товарні межі ринку, Комітет повторно зазначає, що провайдери програмної послуги отримують права на ретрансляцію телеканалів для провадження

⁵ <https://www.nrada.gov.ua/reports/>: відповідно до звіту Ради за 2019 рік на 31.12.2019 в Україні працювали 668 провайдерів програмної послуги, згідно із звітом за 2020 рік загалом кількість провайдерів програмної послуги 2020 року становила 643, відповідно до звіту за 2021 рік – 595.

своїї господарської діяльності з надання абонентам можливості перегляду телеканалів. Тобто *вподобання кінцевих споживачів оцінюються та безпосередньо враховуються під час надання їхніх послуг та формування пакетів програм (телепрограм)* з огляду на кінцеву мету здійснення господарської діяльності – отримання та максимізація прибутку.

- (55) З огляду на це Комітет звернувся до даних щодо топканалів, розміщених на сайті Індустріального Телевізійного Комітету (далі – ІТК)⁶, згідно з якими для розрахунку часток на ринку брався відсоток глядачів комерційної аудиторії (вік від 18 до 54 років, міста з кількістю населення більше 50 тис.), які дивилися телепрограму, від загальної їх кількості в заданий проміжок часу (показник Shr%⁷), у період із січня 2019 року до травня 2021 року⁸.
- (56) У таблиці 1 наведено інформацію щодо рейтингу Медіагруп та інших телеканалів за комерційною аудиторією по телеканалах (вік від 18 до 54 років, міста з кількістю населення більше 50 тис.).

Таблиця 1

№ з/п	Телеканали	2019 рік	2020 рік	Січень – травень 2021 року
1	«StarLightMedia» (6 телеканалів ⁹)	27,23 %	26,08 %	27,33 %
2	«1+1 Media» (6 телеканалів ¹⁰)	18,34 %	18,07 %	17,68 %
3	«Inter Media Group» (8 телеканалів ¹¹)	14,27 %	12,78 %	11,67 %
4	«Медіа Група Україна» (3 телеканали ¹²)	14,08 %	11,98 %	9,74 %
	<i>Загальна частка телеканалів Медіагруп</i>	73,93 %	68,91 %	66,42 %
5	«112 Україна»	0,97 %	0,52 %	0,08 %
6	«News One»	0,64 %	0,44 %	0,06 %
7	«24 канал»	0,61 %	0,51 %	0,56 %
8	«Сонце»	0,53 %	0,70 %	0,61 %
9	«Z(ZIK)»	0,31 %	0,39 %	0,08 %
10	«XSport»	0,29 %	0,29 %	0,37 %
11	«O-TV»	0,14 %	0,15 %	0,02 %

- (57) Оцінюючи відповідність і сприйнятність наведеного рейтингу Комітет зазначає, що він надавався Комітету самим ТОВ «Мережа Ланет» та іншими телеканалами в межах

⁶ <http://tampanel.com.ua/rubrics/canals/>

⁷ Shr% – відсоток телеглядачів, що дивилися телепрограму, від загальної їх кількості в заданий проміжок часу.

⁸ Обґрунтування наведеного періоду визначено в підрозділі 4.5 цих рекомендацій.

⁹ ICTV, Новий канал, М1, М2, СТБ, ОЦЕ ТБ.

¹⁰ 1+1, 2+2, ТЕТ, ПлюсПлюс, Уніан, Бігуді.

¹¹ Інтер, К1, НТН, Enter-фільм, Zoom, K2, Піксель, Мега.

¹² Україна, НЛО, Індіго ТВ.

проведення Дослідження, а також використовується самими Медіагрупами для оцінки рейтинговості їх телеканалів за розміщеною на їх вебсайтах інформацією.

- (58) Крім того, за розміщеною на вебсайті ІТК інформацією, останній надає дані дослідження телевізійної аудиторії (ТВ панель), яке на замовлення ІТК готує, зокрема, дослідна компанія Nielsen.
- Телевізійна панель базується на загальнонаціональній вибірці з 2840 домогосподарств, де 1900 домогосподарств розташовані в містах із населенням більше 50 тис. осіб і 940 домогосподарств у містах із населенням менше 50 тис. осіб і селах¹³.
- (59) При цьому під час проведення Дослідження Комітет не отримав від учасників ринку надання прав на ретрансляцію телеканалів як інших статистичних показників, так і інформації, яка б свідчила про викривлення дійсного стану попиту на телеканали тією мірою, яка б унеможливлювала проведення аналізу ринкового становища Медіагруп.
- (60) До того ж Комітет звернувся до суб'єктів господарювання (тих, що не входять до Медіагруп), які також здійснюють ретрансляцію телеканалів і з якими має договірні відносини ТОВ «Мережа Ланет» (у контексті того, зокрема, чи вважають вони Медіагрупи своїми конкурентами), а також до провайдерів програмної послуги, серед яких і конкуренти ТОВ «Мережа Ланет».
- Так, окремі з них зазначили, що не розглядають телеканали Медіагруп як взаємозамінні з телеканалами інших суб'єктів господарювання, оскільки:
- останні не можуть задовольнити потреби глядацької аудиторії;
 - кожен телеканал є унікальним з огляду на його наповнення контентом, особливості побудови програмної сітки, оформлення, логотипа, популярності та прихильності в телеглядачів;
 - канали з різних рейтингових груп не є подібними;
 - канали Медіагруп є найпопулярнішими, тому взаємозамінні товари відсутні.
- (61) Також, розглядаючи такий показник взаємозамінності, як *відсутність суттєвої різниці в цінах*, варто вказати, що роялті, яке отримують від провайдерів програмної послуги суб'єкти господарювання, що здійснюють надання прав на ретрансляцію телеканалів, відмінних від телеканалів Медіагруп, є *меншим у десятки, а подекуди в сотні, тисячі та десятки тисяч разів*.
- Так, за отриманою Комітетом інформацією, розмір роялті, сплачуваний в аналогічні проміжки часу провайдерами програмної послуги за отримання прав на ретрансляцію телеканалів Медіагруп, дорівнює або перевищує загальний розмір роялті, що сплачується ними за отримання прав на ретрансляцію всіх інших телеканалів [інформація з обмеженим доступом].
- Зазначене свідчить про *наявність суттєвої різниці в цінах*, а саме в *розмірі роялті за надання прав на ретрансляцію телеканалів Медіагруп і телеканалів інших суб'єктів господарювання*.
- (62) Оцінюючи *взаємозамінність прав на ретрансляцію телеканалів з точки зору їх виробництва*, тобто здатності виробників запропонувати нові товари на заміну існуючих,

¹³ Nielsen Holdings N.V. (NYSE: NLSN) – світова інформаційно-вимірювальна компанія, що займає провідні позиції на ринку в галузі маркетингу та споживчої інформації, телебачення та вимірювання інших засобів масової інформації, онлайн-медіа, мобільних вимірювань та пов'язаних сфер. Nielsen — світовий лідер у галузі телевізійних вимірів, має представництва в більш ніж 100 країнах світу. Це єдина компанія, яка може запропонувати де-дуплікацію виміру аудиторії з використанням різних засобів масової інформації. Компанія вимірює глядацьку поведінку у 31 країні світу, у дослідженнях беруть участь понад 70 000 домогосподарств.

Комітет вказує, що окремі учасники ринку повідомили, що ринок надання прав на ретрансляцію телеканалів є насиченим і за своєю сутністю не має суттєвих перешкод для вступу на нього.

Проте, враховуючи звичку абонентів дивитися найулюбленіші телеканали, новому телеканалу важко заволодіти увагою аудиторії та здобути її прихильність.

Наприклад, товариство з обмеженою відповідальністю «АРС МАГНА ПРОДАКШН» у відповідь на вимогу Комітету зазначило, що великі фінансові спроможності Медіагруп формують можливості виготовлення унікального та якісного аудіовізуального продукту, привабливого для кінцевого споживача (глядача), що зі свого боку формує попит для провайдерів програмної послуги та рекламодавців.

У таких умовах Медіагрупи володіють більш ніж достатніми фінансовими ресурсами для того, щоб у разі потреби викупити повний обсяг потужності всіх існуючих провайдерів програмної послуги, фактично перекривши доступ до ринку дрібним учасникам.

- (63) Крім того, деякі учасники ринку, зазначаючи Комітету про особливе становище на ринку каналів Медіагруп, зробили припущення, що припинення договірних відносин з останніми про надання провайдеру програмної послуги прав на ретрансляцію телеканалів Медіагруп матиме наслідком відтік його абонентів.
- ТОВ «Мережа Ланет» зі свого боку, якому Медіагрупи припинили надання прав на ретрансляцію телеканалів, повідомило, що це спричинило вже в другій половині 2021 року *втрату 70 % абонентської бази ТОВ «Мережа Ланет» та аналогічне зниження рівня доходів*, і надало підтвердні цьому документи [інформація з обмеженим доступом].
- (64) Враховуючи викладене, *споживачі не можуть легко перейти від споживання телеканалів Медіагруп до споживання телеканалів інших суб'єктів господарювання, телеканали яких не утворюють групи взаємозамінних товарів, з огляду на що товарні межі ринку складають права на ретрансляцію високорейтингових телеканалів [телеканали, зазначені в пунктах 1–4 таблиці 1 (далі – Телеканали)]*.

4.4. Визначення територіальних (географічних) меж ринку

- (65) Відповідно до абзацу першого пункту 6.1 розділу 6 Методики територіальні (географічні) межі ринку певного товару (товарної групи) визначаються шляхом установлення мінімальної території, за межами якої, з точки зору споживача, придбання товарів (товарної групи), що належать до групи взаємозамінних товарів товарної групи, є неможливим або недоцільним.
- (66) У пункті 1.3 розділу 1 Методики визначено, що територіальні (географічні) межі ринку – територія зі сферою взаємовідносин купівлі-продажу товару (групи товарів), в межах якої за звичайних умов споживач може легко задовольнити свій попит на певний товар і яка може бути, як правило, територією держави, області, району, міста тощо або їхніми частинами.
- (67) Враховуючи можливість реалізації правовідносин купівлі-продажу прав на ретрансляцію Телеканалів (з урахуванням території ретрансляції телеканалів Медіагруп і території провадження господарської діяльності провайдерами програмної послуги), територіальними (географічними) межами ринку визначено територію держави Україна, тобто ринок є загальнодержавним.

4.5. Часові межі ринку

- (68) Відповідно до пункту 7.1 розділу 7 Методики часові межі ринку визначаються як проміжок часу (як правило – рік), протягом якого відповідна сукупність товарно-грошових відносин між продавцями (постачальниками, виробниками) і споживачами утворює ринок товару із сталою структурою.
- (69) У пункті 1.3 розділу 1 Методики визначено, що часові межі ринку – час стабільності ринку, тобто період, протягом якого структура ринку, співвідношення попиту та пропозиції на ньому істотно не змінюються.
- (70) Часовими межами ринку визначено період із січня 2019 року по червень 2021 року, протягом якого ринок був стабільний, структура ринку стала, співвідношення попиту та пропозиції істотно не змінювалися.
- Так, у цей проміжок часу існували договірні відносини з надання прав на ретрансляцію Телеканалів між Медіагрупами та ТОВ «Мережа Ланет» (до остаточного розірвання договорів у травні 2021 року), істотно не змінювалася також кількість інших провайдерів програмної послуги, яким Медіагрупи надавали права на ретрансляцію Телеканалів, і не відбулося суттєвої зміни кількості провайдерів програмної послуги та мовників¹⁴.

4.6. Розрахунок частки Медіагруп на ринку

- (71) У пункті 8.1 розділу 8 Методики передбачено, що обсяг ринку, на якому визначається монопольне (домінуюче) становище, визначається як загальний обсяг надходження товару на ринок.
- Кількісні показники визначаються в натуральних та/або вартісних показниках. Натуральні показники застосовуються у випадках, коли можливо використовувати єдиний показник для всіх товарів, які складають товарні межі ринку.
- В інших випадках – використовуються вартісні показники.*
- (72) Як зазначено попередньо, Медіагрупи на підставі договорів з провайдерами програмної послуги, зокрема з ТОВ «Мережа Ланет», у період із січня 2019 року по червень 2021 року надавали останнім права на ретрансляцію Телеканалів і за які провайдери програмної послуги сплачували Медіагрупам роялті.
- (73) Оцінюючи можливість визначення обсягу ринку із застосуванням натуральних показників, Комітет зазначає, що останні не дозволяють коректно визначити дійсний обсяг надходження на ринок з огляду на специфіку товару, яким є право на ретрансляцію Телеканалів, тобто неможливо виміряти кількість і визначити обсяг прав на ретрансляцію Телеканалів. Аналогічне стосується й інших натуральних показників (наприклад, кількість телеканалів або кількість переглядів, яка є показником виміру товару, який знаходиться в обігу безпосередньо між провайдерами програмної послуги та абонентами).
- (74) З огляду на це Комітетом застосовано вартісний показник, а саме роялті.

¹⁴ <https://www.nrada.gov.ua/reports/>: відповідно до звіту Ради за 2019 рік на 31.12.2019 до Державного реєстру суб'єктів інформаційної діяльності у сфері телебачення і радіомовлення внесено дані про 806 мовників, з яких, зокрема, телемовлення вели 425 компаній, телерадіомовлення – 52; згідно із звітом за 2020 рік на 31.12.2020 до вказаного реєстру внесено дані про 799 мовників, з яких, зокрема, телемовників 426, телерадіомовників 53; відповідно до звіту за 2021 рік на 31.12.2021 до зазначеного реєстру внесено дані про 760 мовників, з яких, зокрема, телемовників 409, телерадіомовників 49.

- (75) Так, загальний обсяг прав на ретрансляцію Телеканалів у період із січня 2019 року по червень 2021 року становив [інформація з обмеженим доступом] грн.
- (76) Відповідно, частки Медіагруп на ринку становлять:
- медіагрупи «StarLightMedia» – 32,71 % (567 247 174, 76 грн);
 - медіагрупи «1+1 Media» – 31,43 % (545 053 795, 09 грн);
 - медіагрупи «Inter Media Group» – 22,89 % ([інформація з обмеженим доступом] грн);
 - медіагрупи «Медіа Група Україна» – 12,98 % ([інформація з обмеженим доступом] грн).

4.7. Бар'єри вступу на ринок

- (77) Відповідно до пункту 9.2 розділу 9 Методики бар'єрами для вступу потенційних конкурентів на відповідний ринок є:
- обмеження за попитом, пов'язані з високою насиченістю ринку товарами (товарними групами) та низькою платоспроможністю покупців;
 - адміністративні обмеження;
 - економічні та організаційні обмеження;
 - екологічні обмеження;
 - нерозвиненість ринкової інфраструктури;
 - інші обмеження, що спричиняють суттєві витрати, необхідні для вступу на певний ринок товару (товарної групи).
- (78) У пункті 1.3 розділу 1 Методики визначено, що бар'єри вступу на ринок – обставини, що перешкоджають новим суб'єктам господарювання почати конкурувати на рівних із суб'єктами господарювання, що вже діють на певному товарному ринку.
- (79) Як виявлено Комітетом у процесі узагальнення отриманої в межах Дослідження інформації, враховуючи специфіку товару, вступ на ринок надання прав на ретрансляцію суб'єктами господарювання пов'язаний переважно з отриманням таких прав у правовласників і/або виробництвом власного контенту.
- Останнє може потребувати залучення кваліфікованих фахівців і фінансових ресурсів.
- (80) Так, наприклад, медіагрупа «StarLightMedia» повідомила Комітету, що з метою організації прав на ретрансляцію Телеканалів у ТОВ «СТАРЛАЙТ ДІДЖИТАЛ» створено і діють окремі підрозділи: Відділ продажів прав на ретрансляцію та Відділ легалізації контенту, зауваживши, що це лише два підрозділи серед інших, які також займаються монетизацією контенту, персонал яких відповідає високим кваліфікаційним вимогам. При цьому ТОВ «СТАРЛАЙТ ДІДЖИТАЛ» здійснює також захист прав інтелектуальної власності, проводячи моніторинг, звертаючись із вимогами про припинення порушення прав, пошукових систем, платіжних систем, правоохоронних органів, супроводжуючи такі справи на стадіях досудового слідства та судового розгляду, що також вимагає спеціального кваліфікованого персоналу.
- (81) Зазначене, а також фактори, про які зазначено під час визначення товарних меж ринку (оцінки взаємозамінності прав на ретрансляцію телеканалів з точки зору їх виробництва), можуть розглядатися як бар'єри вступу на ринок, оскільки можуть перешкоджати новим суб'єктам господарювання почати конкурувати на рівних умовах із суб'єктами господарювання, що вже діють на товарному ринку.

4.8. Установлення монопольного (домінуючого) становища Медіагруп на ринку надання прав на ретрансляцію Телеканалів

- (82) Відповідно до частини першої статті 12 Закону суб'єкт господарювання займає монопольне (домінуюче) становище на ринку товару, якщо:
на цьому ринку в нього немає жодного конкурента;
не зазнає значної конкуренції внаслідок обмеженості можливостей доступу інших суб'єктів господарювання щодо закупівлі сировини, матеріалів та збуту товарів, наявності бар'єрів для доступу на ринок інших суб'єктів господарювання, наявності пільг чи інших обставин.
- (83) Згідно із частиною четвертою статті 12 Закону вважається, що кожен із двох чи більше суб'єктів господарювання займає монопольне (домінуюче) становище на ринку товару, якщо стосовно певного виду товару між ними немає конкуренції або є незначна конкуренція і щодо них, разом узятих, виконується одна з умов, передбачених частиною першою цієї статті.
- (84) У частині п'ятій статті 12 Закону передбачено, що монопольним (домінуючим) вважається також становище кожного з кількох суб'єктів господарювання, якщо стосовно них виконуються такі умови:
сукупна частка не більше ніж трьох суб'єктів господарювання, яким на одному ринку належать найбільші частки на ринку, перевищує 50 відсотків;
сукупна частка не більше ніж п'яти суб'єктів господарювання, яким на одному ринку належать найбільші частки на ринку, перевищує 70 відсотків –
і при цьому вони не доведуть, що стосовно них не виконуються умови частини четвертої цієї статті.
- (85) При цьому у статті 1 Закону визначено, що економічна конкуренція (конкуренція) – змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку.
- (86) Тобто для встановлення наявності ознак зайняття суб'єктами господарювання колективного монопольного (домінуючого) становища на певного товару ринку необхідним є:
встановлення перевищення їх сукупної частки на цьому ринку 70 %;
встановлення того, що між цими суб'єктами господарювання щодо певного виду товару немає конкуренції або є незначна конкуренція;
встановлення того, що ці суб'єкти господарювання, разом узяті, не мають жодного конкурента або не зазнають значної конкуренції.
- (87) З огляду на те, що товарні межі ринку утворюють права на ретрансляцію Телеканалів, сукупна частка Медіагруп (4 суб'єктів господарювання) на визначеному ринку становить 100 %, тобто перевищує 70 %.

4.8.1. Щодо наявності конкуренції між Медіагрупами

- (88) Комітет у Медіагруп запитав інформацію про конкретні здійснювані дії, яка свідчить про значну конкуренцію між Медіагрупами під час надання прав на ретрансляцію телеканалів у період із січня 2019 року до травня 2021 року.
- (89) За повідомленням медіагрупи «StarLightMedia» (ТОВ «СТАРЛАЙТ ДІДЖИТАЛ») у групи є:
- свобода укладення договору та конкурентні перемовини щодо умов надання прав на ретрансляцію телеканалів;
 - незначна питома вага телеканалів медіагрупи «StarLightMedia» у пакетах провайдерів програмної послуги;
 - власні рішення провайдерів програмної послуги щодо розташування телеканалів.
- (90) Проте свободу укладення договору та перемовини щодо договірної ціни не можна вважати проявом зазнання медіагрупою «StarLightMedia» (про що повідомили й інші Медіагрупи) конкуренції, оскільки відповідно до пункту 3 частини першої статті 3 Цивільного кодексу України свобода договору є однією із загальних засад цивільного законодавства, а ціна є однією з умов договору (частина перша статті 632 Цивільного кодексу України), який є за своєю сутністю домовленістю сторін (частина перша статті 626 Цивільного кодексу України).
- (91) Щодо незначної питомої ваги телеканалів медіагрупи «StarLightMedia» у пакетах провайдерів програмної послуги варто зазначити, що надання прав на ретрансляцію інших телеканалів, крім Телеканалів, виходить за межі товарних меж ринку (підрозділ 4.3 цих рекомендацій), а також те, що кількість телеканалів Медіагруп є натуральним показником, що не відображає обсягу ринку (підрозділ 4.6 цих рекомендацій), і при цьому, з огляду на таку «кількісну» логіку медіагрупи «StarLightMedia», не доводить зазнання конкуренції між Медіагрупами.
- (92) З приводу власних рішень провайдерів програмної послуги про розташування телеканалів Комітет зазначає, що в договорах, укладених між Медіагрупами та провайдерами програмної послуги, визначено особливості розміщення відповідних телеканалів [інформація з обмеженим доступом], і при цьому такі рішення не стосуються доведення значної конкуренції між Медіагрупами.
- (93) Окремо щодо інформації медіагрупи «StarLightMedia» про непередставлення телеканалів Медіагруп у власних пакетах окремих провайдерів програмної послуги, а саме одного – двох, у досліджуваний період Комітет, враховуючи загальну кількість провайдерів програмної послуги (більше 600), підкреслює, що у випадку наявності конкуренції між Медіагрупами провайдери програмної послуги б обирали між телеканалами Медіагруп, а не отримували права в кожній з Медіагруп. При цьому медіагрупою «StarLightMedia» не наведено причин невключення телеканалів Медіагруп до пакетів окремих провайдерів програмної послуги (враховуючи, наприклад, фінансові можливості таких провайдерів і встановлюваний Медіагрупами розмір роялті тощо).
- (94) Медіагрупа «1+1 Media» (ТОВ «1+1 ІНТЕРНЕТ») у відповідь на запитання Комітету щодо надання інформації про конкретні здійснювані дії, які свідчать про зазнання значної конкуренції між Медіагрупами у правовідносинах надання прав на ретрансляцію телеканалів у період із січня 2019 року до травня 2021 року, повідомила Комітету, що організації мовлення та уповноважені ними особи у правовідносинах із провайдерами

програмної послуги конкурують за бюджети, а також за місце в пакеті та порядковий номер телеканалу.

- (95) Так, медіагрупа «1+1 Media» зазначила, зокрема, що:
- на придбання прав на розповсюдження програм усіх конкуруючих на ринку організацій мовлення може не вистачити бюджету провайдера програмної послуги, який зазвичай становить близько 50 % його витрат;
 - у пакетах провайдерів програмної послуги наявні телеканали – прямі конкуренти;
 - максимальна кількість телеканалів у пакетах може бути обмеженою (аналоговий кабель), при чому кількість найбільш привабливих телеканалів на ринку становить понад 300, а загальна кількість – кілька тисяч;
 - провайдери програмної послуги пакують телеканали та при цьому можуть надавати у своїй пропозиції обмежену кількість пакетів,
- з приводу чого Комітет повідомляє, що такі твердження не підтверджують наявності значної конкуренції між Медіагрупами з огляду на те, що провайдери програмної послуги не розглядають Телеканали як альтернативні та при цьому взаємозамінні з іншими телеканалами.
- (96) Щодо твердження медіагрупи «1+1 Media» про розташування телеканалів, це вже оцінено Комітетом у пункті 4.8.1 цих рекомендацій під час розгляду дій медіагрупи «StarLightMedia».
- (97) Крім того, медіагрупа «1+1 Media» повідомила Комітет про впровадження програм лояльності для провайдерів і надання різноманітних знижок.
- (98) Водночас Комітет зазначає, що вказані дії за своєю сутністю є частиною процесу провадження господарської діяльності (розвитку, налаштування ділових відносин тощо), а не доведенням фактичного зазнання конкуренції на ринку надання прав на ретрансляцію Телеканалів.
- (99) Аналогічну інформацію надано *медіагрупою «Медіа Група Україна»* (ТОВ «МЕДІА ГРУПА УКРАЇНА») про пропонування споживачам ексклюзивного контенту, розробки власними силами й отримання від третіх осіб відповідних прав для впровадження нових форматів і проєктів, інвестування та створення власного контенту, здійснення розширення та модернізації технічної бази, розвитку партнерських відносин із суб'єктами ринку, підвищення медіаграмотності та критичного мислення громадян, протидії дезінформації, здійснення рекламування власного контенту, а *також медіагрупою «Inter Media Group»* (ТОВ «НАЦІОНАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ЦЕНТР») про збільшення переліку телеканалів, просування телеканалів шляхом участі в тематичних конференціях, цінового стимулювання, лояльних фінансових умов і спеціальних цінових пропозицій.
- (100) Також медіагрупа «Медіа Група Україна» щодо надання інформації про конкретні здійснювані дії, які свідчать про зазнання значної конкуренції у правовідносинах надання прав на ретрансляцію телеканалів у період із січня 2019 року до травня 2021 року, повідомила про ведення переговорів та укладання договорів із провайдерами програмної послуги, що вже оцінено Комітетом у пункті 90 цих рекомендацій.
- (101) Щодо повідомлення медіагрупи «Медіа Група Україна» про отримання ліцензій на мовлення Комітет зазначає, що вказане є умовою вступу на відповідний ринок і не є підтвердженням факту зазнання конкуренції у правовідносинах надання прав на ретрансляцію телеканалів.

- (102) Щодо інформації медіагрупи «Медіа Група Україна» про інвестування в розвиток власних платформ OTT та IPTV для конкуренції з кабельними та супутниковими провайдерами Комітет зазначає, що вказане не є підтвердженням зазнання Медіагрупами конкуренції у правовідносинах надання прав на ретрансляцію телеканалів, оскільки провайдери програмної послуги є покупцями вказаного товару, а не конкурентами Медіагруп, зокрема, медіагрупи «Медіа Група Україна».
- (103) З отриманої в межах Дослідження інформації вбачається, що *провайдери програмної послуги під час наповнення власних пакетів телеканалів з урахуванням вподобань споживачів не обирають з якою з Медіагруп укласти договори щодо надання прав на ретрансляцію Телеканалів, звертаючись за отриманням відповідних прав до кожної з них, тобто розглядаючи Телеканали як взаємодоповнюючі (диференційований товар).*
- (104) Щодо наявності конкуренції між Медіагрупами Комітет зазначає, що *в період із січня 2019 року по червень 2021 частки Медіагруп (співвідношення часток Медіагруп у кожному із вказаних років) були майже незмінними [інформація з обмеженим доступом], інформація про що наведена в таблиці 2, що свідчить про збереження кожною з Медіагруп сталої ринкової позиції та відсутність між ними значної конкуренції.*

Таблиця 2

	2019 рік	2020 рік	Січень – травень 2021 року
«StarLightMedia»	33,53 %	32,14 %	33,04 %
«1+1 Media»	30,74 %	31,74 %	31,46 %
«Inter Media Group»	26,48 %	21,97 %	21,5 %
«Медіа Група Україна»	9,25 %	14,15 %	14 %

4.8.2. Щодо наявності конкуренції між Медіагрупами та іншими телеканалами

- (105) Медіагрупи повідомили, що конкуренція на ринку є дуже значною (як між собою, так і між іншими телеканалами). Таке твердження Медіагрупи аргументують тим, що товар на ринку утворює контент (до товарних меж ринку входять також зарубіжні канали, платформи спільного доступу до відео, вироблення власних каналів тощо), а не тільки права на ретрансляцію телеканалів.
- (106) Таке твердження Медіагруп спростовується тим, що предметом господарського обігу є право на ретрансляцію телеканалів, яке є окремим об'єктом суміжних прав, яке провайдер програмної послуги як суб'єкт господарювання, який відповідно до ліцензії надає абонентам можливість перегляду пакетів програм, не може замінити, оскільки відсутня можливість надавати абонентам доступ до телеканалів інакше, ніж як на підставі укладених договорів про отримання відповідних прав, при чому телеканали Медіагруп не є альтернативою телеканалам інших мовників.
- (107) З огляду на це *Медіагрупами не доведено наявності значної конкуренції як між Медіагрупами, так і з іншими телеканалами, щодо надання прав на ретрансляцію телеканалів у період із січня 2019 року до травня 2021 року.*

- (108) Отже, за результатами оцінки ринкового становища Медіагруп у межах заявлених ТОВ «Мережа Ланет» вимог і з огляду на зібрану в межах Дослідження інформацію вбачається, що Медіагрупи мають ознаки таких, що в період із січня 2019 року по червень 2021 року займали монопольне становище на ринку надання прав на ретрансляцію Телеканалів у межах держави Україна.

5. ЩОДО ОДНОСТОРОННЬОГО РОЗІРВАННЯ МЕДІАГРУПАМИ ДОГОВОРІВ ПРО НАДАННЯ ПРАВ НА РЕТРАНСЛЯЦІЮ ТЕЛЕКАНАЛІВ

- (109) У Заяві зазначено, що ТОВ «Мережа Ланет» вбачає, що безпідставне дострокове розірвання Медіагрупами договорів із ТОВ «Мережа Ланет», враховуючи належне виконання останнім взятих зобов'язань, містить ознаки порушення законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченого частиною першою статті 13 Закону, у вигляді зловживання монопольним (домінуючим) становищем, щодо чого Комітет з огляду на проведений аналіз зазначає таке.
- (110) Як вбачається з наданої інформації, Медіагрупи обґрунтовують включення до договорів про надання прав на ретрансляцію Телеканалів умови щодо їх одностороннього розірвання переважно засадами цивільного законодавства, свободою договору, а також особливістю товару (об'єкт права інтелектуальної власності) і виключним характером прав.
- (111) Так, відповідно до частини першої статті 627 Цивільного кодексу України відповідно до статті 6 цього Кодексу сторони є вільними в укладенні договору, виборі контрагента та визначенні умов договору з урахуванням вимог цього Кодексу, інших актів цивільного законодавства, звичаїв ділового обороту, вимог розумності та справедливості.
- (112) Згідно із частиною другою статті 67 Господарського кодексу України підприємства вільні у виборі предмета договору, визначенні зобов'язань, інших умов господарських взаємовідносин, що не суперечать законодавству України.
- (113) Відповідно до абзацу другого частини четвертої статті 179 Господарського кодексу України при укладенні господарських договорів сторони можуть визначати зміст договору на основі вільного волевиявлення, коли сторони мають право погоджувати на свій розсуд будь-які умови договору, що не суперечать законодавству.
- (114) Згідно із частиною сьомою статті 179 Господарського кодексу України господарські договори укладаються за правилами, встановленими Цивільним кодексом України з урахуванням особливостей, передбачених цим Кодексом, іншими нормативно-правовими актами щодо окремих видів договорів.
- (115) Відповідно до частини першої статті 638 Цивільного кодексу України договір є укладеним, якщо сторони досягли згоди з усіх істотних умов договору. Істотними умовами договору є умови про предмет договору, умови, що визначені законом як істотні або є необхідними для договорів даного виду, а також усі ті умови, щодо яких за заявою хоча б однієї із сторін має бути досягнуто згоди.
- (116) Згідно із частиною третьою статті 1109 Цивільного кодексу України у ліцензійному договорі визначаються вид ліцензії, сфера використання об'єкта права інтелектуальної власності (конкретні права, що надаються за договором, способи використання зазначеного об'єкта, територія та строк, на які надаються права, тощо), розмір, порядок

і строки виплати плати за використання об'єкта права інтелектуальної власності, а також інші умови, які сторони вважають за доцільне включити в договір.

- (117) Відповідно до частини першої статті 651 Цивільного кодексу України зміна або розірвання договору допускається лише за згодою сторін, якщо інше не встановлено договором або законом.
- (118) Згідно із частиною першою статті 188 Господарського кодексу України зміна та розірвання господарських договорів в односторонньому порядку не допускаються, якщо інше не передбачено законом або договором.
- (119) Також Медіагрупи наголошують, що право одностороннього розірвання вказаних договорів має паритетний характер, тобто ним можуть скористатися як Медіагрупи, так і їхні контрагенти, зокрема ТОВ «Мережа Ланет», а також зазначають, що така умова наявна в договорах з усіма провайдерами програмної послуги та включається до них уже протягом тривалого періоду.
- (120) Крім того, Медіагрупи зазначили, що фактична реалізація такої можливості є виключним заходом, який застосовувався у визначених часових межах ринку надання прав на ретрансляцію Телеканалів лише у виняткових випадках, надавши підтвердні цьому матеріали [інформація з обмеженим доступом].
- (121) Комітет у межах проведення Дослідження інформації виявив, що включення до договорів про надання ретрансляції прав на телеканали умов щодо їх одностороннього розірвання має непоодинокий характер, зокрема, така умова наявна і в укладених договорах із ТОВ «Мережа Ланет».
- (122) При цьому розірвання Медіагрупами договорів із ТОВ «Мережа Ланет» завдало самим Медіагрупам збитків у вигляді упущеної вигоди (тобто розмір роялті, які б вони могли отримати у випадку продовження договірних відносин із ТОВ «Мережа Ланет») [інформація з обмеженим доступом].
- (123) З огляду на це Комітет проаналізував одностороннє розірвання Медіагрупами договорів з ТОВ «Мережа Ланет» щодо його безпідставності, а також належності виконання договірних зобов'язань останнім, за результатами чого, враховуючи, що окремі факти свідчили / могли свідчити про порушення ТОВ «Мережа Ланет» договірних відносин із Медіагрупами, не виявив, що дії Медіагруп, які полягають в односторонньому розірванні з ТОВ «Мережа Ланет» договорів про надання прав на ретрансляцію телеканалів, містять ознаки порушення законодавства про захист економічної конкуренції у вигляді зловживання монопольним (домінуючим) становищем.
- (124) Водночас відповідно до частини третьої статті 42 Конституції України *держава забезпечує захист конкуренції у підприємницькій діяльності. Не допускаються зловживання монопольним становищем на ринку, неправомірне обмеження конкуренції та недобросовісна конкуренція. Види і межі монополії визначаються законом.*
- (125) Згідно з абзацом першим статті 4 Закону державний контроль за додержанням законодавства про захист економічної конкуренції, захист інтересів суб'єктів господарювання та споживачів від його порушень здійснюються органами Антимонопольного комітету України.

- (126) Відповідно до пункту 2 статті 50 Закону зловживання монополієм (домінуючим) становищем є порушенням законодавства про захист економічної конкуренції.
- (127) Згідно із частиною першою статті 13 Закону зловживання монополієм (домінуючим) становищем на ринку є дії чи бездіяльність суб'єкта господарювання, який займає монополієне (домінуюче) становище на ринку, що призвели або можуть призвести до недопущення, усунення чи обмеження конкуренції, або ущемлення інтересів інших суб'єктів господарювання чи споживачів, які були б неможливими за умов існування значної конкуренції на ринку.
- (128) Відповідно до пункту 5 частини другої статті 13 Закону зловживання монополієм (домінуючим) становищем на ринку, зокрема, визнається часткова або повна відмова від придбання або реалізації товару за відсутності альтернативних джерел реалізації чи придбання.
- (129) *Тобто зайняття суб'єктом господарювання монополієного (домінуючого) становища на ринку покладає на нього особливу відповідальність, зокрема, перед його споживачами.*
- (130) Як з'ясовано Комітетом у межах розгляду Заяви та проведення Дослідження, Медіагрупи й раніше застосували право одностороннього розірвання договорів про надання прав на ретрансляцію телеканалів.
- (131) Так, у серпні 2018 року ТОВ «СТАРЛАЙТ ДІДЖИТАЛ», ТОВ «1+1 ІНТЕРНЕТ» і ТОВ «НАЦІОНАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ЦЕНТР» повідомили товариству з обмеженою відповідальністю «ТЕЛЕВСЕСВІТ» і товариству з обмеженою відповідальністю «УЛЬТРАЛІНК» про дострокове припинення договорів про надання прав на ретрансляцію телеканалів.
Також у серпні 2018 року ТОВ «СТАРЛАТ ДІДЖИТАЛ» і ТОВ «1+1 ІНТЕРНЕТ» повідомили товариству з обмеженою відповідальністю «ЛІЮКСЛІНК» про дострокове припинення договорів про надання прав на ретрансляцію телеканалів.
- (132) ТОВ «СТАРЛАЙТ ДІДЖИТАЛ» у вересні 2019 року повідомило товариству з обмеженою відповідальністю «Фінарт Капітал Інвест» про дострокове припинення договору, у лютому 2021 року – приватному підприємству «Галакт».
- (133) За наявною в Комітеті інформацією, ТОВ «1+1 ІНТЕРНЕТ», ТОВ «НАЦІОНАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ЦЕНТР» і ТОВ «МЕДІА ГРУПА УКРАЇНА» також зі свого боку застосовували до провайдерів програмної послуги право одностороннього розірвання договору як у період часових меж ринку, визначених у підрозділі 4.5 цих рекомендацій, так і після нього [інформація з обмеженим доступом].
- (134) При цьому за отриманою Комітетом інформацією право одностороннього розірвання ТОВ «СТАРЛАЙТ ДІДЖИТАЛ», ТОВ «ВІЖН МЕДІА», ТОВ «НАЦІОНАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ЦЕНТР» договорів про надання суб'єктам господарювання [провайдерам програмної послуги (провайдерам аудіовізуальних сервісів)] прав на ретрансляцію відповідних телеканалів і наразі наявне в них.

6. ОБҐРУНТУВАННЯ НАДАННЯ РЕКОМЕНДАЦІЙ

- (135) Як зазначено попередньо, за результатами розгляду Заяви та проведення Дослідження виявлено, що Медіагрупи мають ознаки таких, що в період із січня 2019 року по

червень 2021 року займали монопольне становище на ринку надання прав на ретрансляцію Телеканалів у межах держави Україна.

- (136) При цьому зазначений висновок за наведеною в підрозділі 4.3 цих рекомендацій інформацією обґрунтовується, зокрема, таким:
- рейтингом Телеканалів;
 - інформацією, наданою провайдерами програмної послуги, щодо взаємозамінності телеканалів Медіагруп;
 - прихильністю абонентської аудиторії до Телеканалів (нездатності суб'єктів господарювання запропонувати нові телеканали на заміну Телеканалів).
- (137) Обґрунтування визначення товарних меж ринку зі свого боку обумовлює визначення частки Медіагруп на цьому ринку (підрозділ 4.6 цих рекомендацій) і незазнання Медіагрупами конкуренції (пункт 4.8.2 цих рекомендацій), а необрання суб'єктами господарювання між Телеканалами – висновки на предмет наявності конкуренції між Медіагрупами (пункт 4.8.1 цих рекомендацій).
- (138) Варто зазначити, що після червня 2021 року відбулися зміни у правовідносинах у сфері медіа, зокрема в частині нормативно-правового регулювання, складу учасників ринку тощо, при чому сфера медіа сама собою є динамічною та такою, що швидко розвивається.
- (139) Так, зокрема, 13.12.2022 прийнято Закон України «Про медіа» (набув чинності 31.01.2023), яким, зокрема, визнано таким, що втратив чинність, Закон України «Про телебачення і радіомовлення» та змінено особливості й підходи до регулювання сфери медіа.
- (140) Проте законодавство у сфері інтелектуальної власності, яким керуються Медіагрупи, надаючи суб'єктам господарювання відповідно до ліцензійних (субліцензійних) договорів права на такий об'єкт права інтелектуальної власності, як програми (передачі) організацій мовлення, не зазнало змін у частині виключності таких прав і їх непорушності і, відповідно, необхідності отримання дозволу на їх використання.
- (141) Крім того, у середині 2022 року припинила свою діяльність медіагрупа «Медіа Група Україна», відповідно, закрито телеканали «Україна», «Індиго TV» і «НЛО TV» і припинено надання прав на їх ретрансляцію.
- (142) Водночас за розміщеною у відкритому доступі інформацією відповідні телеканали медіагруп «StarLightMedia», «1+1 Media» і «Inter Media Group» і після червня 2021 року не втрачають уваги та прихильності телеглядачів¹⁵ та при цьому, за наданою Комітету в межах Дослідження окремими телеканалами й провайдерами програмної послуги інформацією, розглядаються як невзаємозамінні.
- (143) Враховуючи наведену інформацію, становище медіагруп «StarLightMedia» і «Inter Media Group», а також ТОВ «ВДЖН МЕДІА» може й наразі, а також у подальшому містити ознаки монопольного¹⁶.

¹⁵ <https://media.1plus1.ua/tv-business>, <https://starlight.media/uncategorized/novij-rik-zi-starlight-media-absolutne-liderstvo-uljubleni-hiti-ta-pershij-ukrainskij-ievropejskij-serial/> тощо.

¹⁶ У пункті 11.1 Методики передбачено, що для визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку можуть бути використані відомості про діяльність суб'єктів господарювання, які отримані органами Комітету, за попередні роки.

- (144) Зі свого боку, не зважаючи на невиявлення Комітетом, що дії Медіагруп, які полягають в односторонньому розірванні з ТОВ «Мережа Ланет» договорів про надання прав на ретрансляцію телеканалів, містять ознаки порушення законодавства про захист економічної конкуренції у вигляді зловживання монопольним (домінуючим) становищем, медіагрупи «StarLightMedia» і «Inter Media Group», а також ТОВ «ВІЖН МЕДІА» продовжують включати до ліцензійних договорів умову щодо можливості їх одностороннього розірвання та застосовувати її.
- (145) При цьому можливість застосування такого права медіагрупами «StarLightMedia» і «Inter Media Group», а також ТОВ «ВІЖН МЕДІА» відповідно до договорів не пов'язана з порушенням договірних умов контрагентом і може бути реалізована в односторонньому порядку.
- (146) Однак дії з одностороннього розірвання медіагрупами «StarLightMedia» і «Inter Media Group», а також ТОВ «ВІЖН МЕДІА» договорів про надання суб'єктам господарювання [провайдерам програмної послуги (провайдерам аудіовізуальних сервісів)] прав на ретрансляцію відповідних високорейтингових телеканалів *без наявності достатніх підстав* можуть призвести до порушення законодавства про захист економічної конкуренції у вигляді зловживання монопольним становищем.
- (147) Згідно з пунктом 5 частини третьої статті 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України» у сфері формування та реалізації конкурентної політики, сприяння розвитку конкуренції, нормативного і методичного забезпечення діяльності Антимонопольного комітету України та застосування законодавства про захист економічної конкуренції Антимонопольний комітет України має повноваження, зокрема, надавати обов'язкові для розгляду рекомендації та вносити до суб'єктів господарювання пропозиції щодо здійснення заходів, спрямованих на обмеження монополізму, розвиток підприємництва і конкуренції, запобігання порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, а також щодо припинення дій або бездіяльності, які можуть мати негативний вплив на конкуренцію.

Враховуючи викладене, з метою запобігання порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, керуючись пунктом 5 частини третьої статті 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», Антимонопольний комітет України надає медіагрупам «StarLightMedia» (товариство з обмеженою відповідальністю «СТАРЛАЙТ ДІДЖИТАЛ») і «Inter Media Group» (товариство з обмеженою відповідальністю «НАЦІОНАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ЦЕНТР»), а також товариству з обмеженою відповідальністю «ВІЖН МЕДІА» такі

РЕКОМЕНДАЦІЇ:

Під час надання суб'єктам господарювання [провайдерам програмної послуги (провайдерам аудіовізуальних сервісів)] прав на ретрансляцію відповідних високорейтингових телеканалів утриматись від дій щодо розірвання договорів про надання суб'єктам господарювання [провайдерам програмної послуги (провайдерам аудіовізуальних сервісів)] прав на ретрансляцію відповідних високорейтингових телеканалів в односторонньому порядку з підстав, які прямо не встановлені законом або не передбачені в таких договорах.

Рекомендації є обов'язковими для розгляду суб'єктами господарювання, яким вони надані.

Про результати розгляду цих рекомендацій повідомити Антимонопольний комітет України у двомісячний строк із дня їх отримання.

Голова Комітету

Павло КИРИЛЕНКО