

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ.....	XV
Εισαγωγικά.....	1

ΤΟ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

I. Το νομιμοποιητικό θεμέλιο διασφάλισης της πολυφωνίας.....	7
A) Δικαιοπολιτική θεμελίωση του κρατικού ελέγχου της δράσης των μέσων ενημέρωσης.....	7
B) Το προστατευόμενο αγαθό της πολυφωνίας.....	9
1) Εσωτερική – εξωτερική πολυφωνία.....	10
2) Δυσχέρεια ανίχνευσης της σχέσης αλληλεπίδρασης συγκεντρώσεων - πολυφωνίας.....	11
Γ) Συνταγματική θεμελίωση.....	12
1) Άρθρο 14 παρ. 1 Σ - Ελευθερία έκφρασης.....	12
2) Άρθρο 15 παρ. 2 Σ – Άμεσος έλεγχος του κράτους.....	14
3) Άρθρο 14 παρ. 9 Σ – Απαγόρευση συγκεντρώσεων.....	16
Δ) Ευρωπαϊκή Σύμβαση Δικαιωμάτων του Ανθρώπου.....	18
Ε) Η διασφάλιση της πολυφωνίας στις αποφάσεις του ΔΕΚ.....	21
II. Διεθνείς τάσεις στη διαμόρφωση ρυθμιστικού πλαισίου των μέσων ενημέρωσης.....	24
A) Γενική Επισκόπηση.....	24
B) Συγκριτική παρουσίαση εθνικών ρυθμίσεων.....	26
1) Το παράδειγμα ρυθμιστικού ελέγχου στη Γερμανία.....	26
α) Το προϊσχύσαν άρθρο 21 RfStV.....	27
β) Το άρθρο 26 RfStV 1997.....	28
2) Το παράδειγμα ρυθμιστικού ελέγχου στη Γαλλία.....	30
α) Περιορισμοί στον αριθμό των αδειών.....	31
β) Περιορισμοί στα ποσοστά συμμετοχών.....	31
γ) Περιορισμοί διαγωνίων συγκεντρώσεων (άρθρα 41-1, 41-1-1, 41-2, 41-2-1).....	32
δ) Οριοθέτηση αρμοδιοτήτων ρυθμιστικής αρχής – καρτελικής αρχής.....	33
3) Το παράδειγμα ρυθμιστικού ελέγχου στην Μ. Βρετανία.....	33
Γ) Ο ρόλος των δημόσιων ραδιοτηλεοπτικών φορέων.....	35
III. Ρυθμιστικές πρωτοβουλίες σε Κοινοτικό Επίπεδο.....	37

A) Η θεσμική αρμοδιότητα της Κοινότητας σε θέματα ραδιοτηλεοπτικής δράσης	37
1) Προς ένα κοινοτικό δίκαιο των μέσων ενημέρωσης.....	37
2) Η Οδηγία «Τηλεόραση χωρίς Σύνορα»	40
B) Η Πράσινη Βίβλος «Πολυφωνία και Συγκέντρωση στα μέσα ενημέρωσης στην εσωτερική αγορά»	42
1) Το Σχέδιο Πρότασης Κοινοτικής Οδηγίας	44
Δ) Η διασφάλιση της πολυφωνίας ως βασικό μέλημα της Ευρωπαϊκής Ένωσης.....	47
1) Γενική θεώρηση	47
2) Εξυπηρέτηση στόχων προαγωγής της πολυφωνίας μέσω του τηλεπικοινωνιακού δικαίου	48
3) Η ιδέα μιας πανευρωπαϊκής ρυθμιστικής αρχής	48
IV. Συνύπαρξη δικαίου του ανταγωνισμού και δικαίου των μέσων ενημέρωσης στον έλεγχο της επικοινωνιακής δράσης	49
A) Υπαγωγή της δράσης των μέσων ενημέρωσης στο δίκαιο προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού	49
B) Σχέση οικονομικού – δημοσιογραφικού ανταγωνισμού.....	51
Γ) Εγγενείς αδυναμίες του δικαίου του ανταγωνισμού.....	52
Δ) Συμπληρωματική λειτουργία του δικαίου του ανταγωνισμού στην διασφάλιση της πολυμέρειας των πηγών πληροφόρησης	55
E) Ζητήματα επάλληλης αρμοδιότητας των ρυθμιστικών αρχών.....	59
1) Βασικές επισημάνσεις.....	59
2) Το παράδειγμα του κανονιστικού πλαισίου των ηλεκτρονικών επικοινωνιών	61

Ο ΕΛΕΓΧΟΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΕΩΝ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

V. Οριοθέτηση των σχετικών αγορών στον τομέα των μέσων ενημέρωσης	65
A) Η έννοια της σχετικής αγοράς στο δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού	65
B) Ουσιαστική οριοθέτηση των αγορών στα μέσα ενημέρωσης	67
1) Εισαγωγικές επισημάνσεις.....	67
2) Η σχετική αγορά στο δίκαιο των μέσων ενημέρωσης	69
α) Αλληλαγή κριτηρίων οριοθέτησης	69
β) Οι αγορές των μέσων ενημέρωσης στο ελληνικό δίκαιο.....	71
3) Αγορά παροχής υπηρεσιών τηλεοπτικής μετάδοσης	74
α) Διάκριση ως προς τον αποδέκτη - καταναλωτή	75
i) Απουσία οικονομικής σχέσης μεταξύ τηλεοπτικού σταθμού - θεατή	75
ii) Η Θέση της Επιτροπής.....	75

iii) Σχέση ανταλλαγής μεταξύ τηλεοπτικού σταθμού – θεατή	77
β) Διάκριση ως προς τα μέσα χρηματοδότησης	78
γ) Διάκριση ως προς τις τεχνικές μετάδοσης	81
4) Αγορά παροχής υπηρεσιών ραδιοφωνικής μετάδοσης	83
5) Αγορά εντύπου τύπου.....	84
α) Η αγορά εντύπου	84
β) Η αγορά διαφημιστικών καταχωρήσεων	85
6) Αγορά ψηφιακών διαδραστικών υπηρεσιών.....	86
Γ) Συγγενείς αγορές (αγορές προηγούμενων – επόμενων σταδίων)	88
1) Γενικά.....	88
2) Αγορές προηγούμενου σταδίου: πρόσβαση στην αναγκαία τεχνική υποδομή και τεχνογνωσία.....	89
α) Αγορές τεχνικής υποδομής για την πρόσβαση σε τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες.....	90
i) Το νέο κανονιστικό πλαίσιο ηλεκτρονικών επικοινωνιών	90
ii) Εξασφάλιση της πρόσβασης σε τεχνικές υποδομές.....	93
iii) Οριοθέτηση σχετικής αγοράς από την ΕΕΤΤ.....	95
β) Αγορά τεχνικών υπηρεσιών για τη συνδρομητική – διαδραστική τηλεόραση	96
i) Οι αποφάσεις της Επιτροπής	96
ii) Ρύθμιση από το νέο κανονιστικό πλαίσιο των ηλεκτρονικών επικοινωνιών	97
3) Αγορές προηγούμενου σταδίου: πρόσβαση στο οπτικοακουστικό περιεχόμενο	100
α) Γενικές επισημάνσεις.....	100
i) Έννοια - παροχή οπτικοακουστικού περιεχομένου.....	101
ii) Συμβάσεις αποκλειστικότητας.....	104
iii) Περιορισμοί στην άσκηση του δικαιώματος αποκλειστικότητας στην Οδηγία 2007/65/ΕΚ.....	105
iv) Υποχρέωση πρόσβασης σε οπτικοακουστικό περιεχόμενο;	106
β) Αγορά παραγωγής οπτικοακουστικού προγράμματος	108
γ) Αγορά διανομής οπτικοακουστικού προγράμματος	108
i) Δικαιώματα μετάδοσης σε αθλητικές διοργανώσεις	109
ii) Δικαιώματα μετάδοσης κινηματογραφικών ταινιών	112
iii) Αγορά ταινιών υψηλής θεαματικότητας (Premium)	112
δ) αγορά χονδρικής εκμετάλλευσης καναλιών για τη συνδρομητική τηλεόραση	113
4) Διαφημιστική αγορά	114
5) Η αγορά Διαδικτυακής πύλης (Internet portal)	117
6) Η αγορά της ψηφιακής on-line διακίνησης της μουσικής.....	117

7) Η αγορά διανομής ταινιών σε κινηματογραφικές αίθουσες	118
Δ) Γεωγραφική οριοθέτηση	118
Ε) Χρονική οριοθέτηση	121
VI. Έλεγχος συγκεντρώσεων στο δίκαιο του ανταγωνισμού	122
Α) Ενωσιολογική προσέγγιση	122
1) Η έννοια της συγκέντρωσης στο δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού	122
2) Η έννοια της συγκέντρωσης στο δίκαιο των μέσων ενημέρωσης.....	124
Β) Κανονιστικό πλαίσιο ελέγχου των συγκεντρώσεων	125
1) Άρθρα 81, 82 ΣυνθΕΚ (πρώην 85 και 86)	125
2) Ο Κοινοτικός Κανονισμός Συγκεντρώσεων (139/2004).....	125
α) Από τον Κανονισμό 4064/89 στον 139/2004	125
β) Γενικές διατάξεις	127
γ) Αποκλίσεις από τον κανόνα αποκλειστικής αρμοδιότητας της Επιτροπής	128
i) Η διάταξη του άρθρου 9 του Κανονισμού 139/2004	128
ii) Η διάταξη του άρθρου 21 παρ. 4 του Κανονισμού 139/2004	129
3) Διαδικασία ελέγχου συγκεντρώσεων στο Ν. 703/1977	131
4) Έλεγχος συγκεντρώσεων στα μέσα ενημέρωσης βάσει του άρθρου 3 Ν. 3592/07	133
α) Γενικές διαπιστώσεις	133
β) Μείωση των ορίων (κατωφλιών) υποχρέωσης γνωστοποίησης	134
γ) Αλληλαγή των κριτηρίων αξιολόγησης μιας συγκέντρωσης	135
δ) Προσδιορισμός της δεσπόζουσας θέσης με ποσοτικά κριτήρια	136
ε) Απουσία ρύθμισης συγγενών αγορών.....	138
στ) Συμπληρωματική εφαρμογή των διατάξεων του Ν. 703/77 και Ν. 3431/2006.....	139
Γ) Οριζόντιες και μη οριζόντιες συγκεντρώσεις	140
1) Γενικά.....	140
2) Συγκεντρώσεις στα μέσα ενημέρωσης: περιπτωσιολογία	144
α) οριζόντιες συγκεντρώσεις.....	144
β) κάθετες συγκεντρώσεις	145
γ) διαγώνιες συγκεντρώσεις	147
δ) συγκέντρωση μέσων άλλης μορφής (διαγώνια ιδιοκτησία - cross- media-ownership)	149
i) Η γερμανική υπόθεση Axel Springer/Pro7Sat.1	151
ii) Η εφαρμογή πρακτικών διασταυρούμενης προώθησης (cross – promotion).....	152
3) Ανασκόπηση των κυριότερων αποφάσεων της Επιτροπής.....	156
α) MSG Media Service (9/11/94).....	156
β) RTL-Veronica-Endemol (20/9/95)	157

γ) Nordic Satellite Distribution (19/7/95).....	159
δ) Bertelsmann/Kirch/Premiere (27/5/98).....	160
ε) Deutsche Telekom/Beta Research (27/5/98)	161
στ) BSkyB/KirchPayTV (21/3/2000).....	163
ζ) AOL/Time Warner (11/10/2000)	164
η) Vivendi/Canal+/Seagram (13/10/2000).....	165
θ) Newscorp/Telepiù (2/4/2003).....	167
ι) SFR/Télé 2 France (18/7/2007).....	169
VII. Έλεγχος συγκεντρώσεων στο δίκαιο των μέσων ενημέρωσης.....	170
A) Γενική ανασκόπηση.....	170
1) Το νομικό πλαίσιο του Ν. 2328/95.....	172
2) Εφαρμογή του Ν. 2644/98 στις αναλογικές και ψηφιακές συνδρομητικές υπηρεσίες	174
α) Γενικές παρατηρήσεις.....	174
β) Σχέση των περιορισμών που θέτει το άρθρο 2 Ν. 2644/98 με τους περιορισμούς του Ν. 3592/07	175
3) Ο έλεγχος συγκεντρώσεων στο Ν. 3592/2007	178
α) Η έννοια της συγκέντρωσης ελέγχου στα άρθρα 3 και 5 Ν. 3592/07	178
β) Έκταση εφαρμογής των περιορισμών του Ν. 3592/2007	180
γ) Επάλληλη αρμοδιότητα ρυθμιστικών αρχών	182
i) Αποκλειστική αρμοδιότητα του Εθνικού Ραδιοτηλεοπτικού Συμβουλίου στον έλεγχο της ραδιοτηλεοπτικής δράσης.....	182
ii) Σχέση Επιτροπής Ανταγωνισμού και Εθνικού Ραδιοτηλεοπτικού Συμβουλίου	184
iii) Αποκλειστική αρμοδιότητα της ΕΕΤΤ σε θέματα ηλεκτρονικών επικοινωνιών	187
B) Έλεγχος συγκεντρώσεων ως προς το μερίδιο αγοράς (άρθρο 3 Ν. 3592/2007)	189
1) Το κριτήριο της μορφής και της εμβέλειας του μέσου ενημέρωσης	189
2) Το κριτήριο του μεριδίου αγοράς.....	190
α) Ο πραγματοποιούμενος κύκλος εργασιών	192
β) Το μερίδιο κοινού ως εναλλακτικό μοντέλο υπολογισμού του βαθμού συγκέντρωσης.....	193
3) Συνυπολογισμός των συνδεδεμένων επιχειρήσεων	195
4) Το στοιχείο της δραστηριοποίησης σε μέσα ενημέρωσης	196
Γ) Έλεγχος συγκεντρώσεων ως προς το ιδιοκτησιακό καθεστώς (άρθρο 5 Ν. 3592/2007)	197
1) Περιορισμός συμμετοχής ως προς τη μορφή και το χαρακτήρα του μέσου	197

α) Συμμετοχές στο πεδίο του εντύπου τύπου (διαγώνια ιδιοκτησία)	197
β) Διάκριση μεταξύ ενημερωτικού και μη ενημερωτικού προγράμματος.....	198
γ) Δυνατότητα συμμετοχής σε επιχειρήσεις μη ενημερωτικών μέσων	199
2) Το κριτήριο του ελέγχου μιας επιχείρησης στο άρθρο 5 του Ν. 3592/07	200
Δ) Λοιπές ρυθμίσεις ελέγχου συγκεντρώσεων.....	203
1) Νομική πρόβλεψη της δυνατότητας σχηματισμού συγκεντρώσεων	203
2) Περίπτωση καθαρώς διαγώνιας συγκέντρωσης (Ν. 3310/2005).....	204
3) Ρυθμιστικό πλαίσιο ως προς την παραγωγή και διακίνηση προγράμματος	206
α) Η ρύθμιση ως προς τους ανεξάρτητους παραγωγούς οπτικοακουστικών έργων (άρθρο 10 Ν. 2328/95).....	206
β) Η ρύθμιση ως προς τους διαχειριστές και προμηθευτές προγράμματος (άρθρο 3 και 4 Ν. 2644/98).....	208
γ) Η ρύθμιση του Ν. 3592/2007 ως προς τους παρόχους περιεχομένου	210
4) Ρυθμιστικό πλαίσιο των επιχειρήσεων διαφήμισης	211
5) Ρυθμιστικό πλαίσιο των επιχειρήσεων έρευνας αγοράς.....	213
Ε) Κανόνες προς την κατεύθυνση διασφάλισης της εσωτερικής πολυφωνίας.....	214
1) Γενικές υποχρεώσεις προς τους κατόχους άδειας ραδιοτηλεοπτικών υπηρεσιών	214
2) Αρχές και κανόνες περιεχομένου.....	215
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	217