KONCENTRACJA AGORA/EUROZET – ZASTRZEŻENIA PREZESA UOKIK

* **Prezes UOKiK Tomasz Chróstny przekazał stronom zastrzeżenia do transakcji przejęcia Eurozet przez Agorę wskazując, że w wyniku koncentracji może dojść do ograniczenia konkurencji.**
* **Zastrzeżenia nie przesądzają o końcowej decyzji w tej sprawie.**

**[Warszawa, 17 listopada 2020 r.]** Wniosek o zgodę na transakcję wpłynął do UOKiK w październiku 2019 r. Agora stoi na czele grupy kapitałowej, która zajmuje się głównie działalnością prasową, wydawniczą i radiową, a także sprzedażą reklam. Eurozet m.in. produkuje i nadaje programy radiowe (np. Radio Zet), sprzedaje czas reklamowy, a także zarządza serwisami internetowymi. Działalność uczestników koncentracji pokrywa się w szczególności w zakresie nadawania programów radiowych, sprzedaży czasu reklamowego oraz pośrednictwa w sprzedaży czasu reklamowego w radiu.

Prezes UOKiK w listopadzie 2019 r. [skierował sprawę do tzw. drugiego etapu](https://www.uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=15976), co oznacza, że konieczne było przeprowadzenie badania rynku, a rok później – wystosował zastrzeżenia do tej koncentracji. Wątpliwości budzi uzyskanie przez Agorę przewagi konkurencyjnej na lokalnym i ogólnopolskim rynku reklamy radiowej oraz w zakresie rozpowszechniania programów radiowych.

- *Zgodnie z naszymi ustaleniami w wyniku koncentracji doszłoby do powstania silnej grupy radiowej, co może doprowadzić do zaburzeń w funkcjonowaniu konkurencji zarówno na poziomie krajowym, jak i na rynkach lokalnych. Analiza koncentracji na rynku medialnym jest procesem trudnym, wymagającym szczególnej pieczołowitości. Chcemy chronić przedsiębiorców działających na tym rynku, którym jego duopolizacja znacząco utrudniłaby uczciwe konkurowanie z innymi podmiotami. To niezwykle ważne także dla zapewnienia szerokiej oferty dla konsumentów, która jest tym lepsza, im rynek jest bardziej konkurencyjny. Dlatego zdecydowałem się przedstawić zastrzeżenia do transakcji przejęcia przez Agorę spółki Eurozet* – mówi Tomasz Chróstny, Prezes UOKiK.

W przypadku rynków lokalnych wątpliwości budzi to, że po dokonaniu koncentracji w rękach Agory pozostawałoby ponad 40 proc. częstotliwości radiowych w Poznaniu, Opolu i Aglomeracji Śląskiej. Tymczasem konkurenci spółki dysponowaliby znacznie mniejszym procentowym udziałem. - *Miałoby to wpływ na możliwość dostosowania reklam do odbiorców, dzięki czemu spółka uzyskałaby przewagę konkurencyjną nad innymi nadawcami programów lokalnych. W efekcie podmiot ten będzie mógł wzmocnić swoją pozycję na lokalnych rynkach reklamy radiowej kosztem konkurentów* – dodaje Prezes UOKiK.

Zdaniem Urzędu, analogicznie będzie wyglądać sytuacja na rynku reklamy krajowej. W wyniku koncentracji mógłby powstać podmiot, który miałby tylko jednego równie mocnego konkurenta – RMF FM. To oznacza, że mielibyśmy do czynienia z duopolem, a to mogłoby doprowadzić do zaburzenia konkurencji i marginalizacji pozostałych grup radiowych oraz stacji niezależnych. Po koncentracji, dwie główne stacje radiowe mogłyby zrezygnować z intensywnej konkurencji i utrzymywać wyższe ceny dla reklamodawców lub inne niekorzystne warunki. Dla konsumentów mogłoby to oznaczać pogorszenie oferty programowej, bowiem podmioty mogłyby wzrastać kosztem mniejszych podmiotów, nie zaś w wyniku rywalizacji pomiędzy sobą.

W sprawach, w których istnieje uzasadnione prawdopodobieństwo istotnego ograniczenia konkurencji w wyniku dokonania koncentracji, Prezes UOKiK przedstawia przedsiębiorcy lub przedsiębiorcom uczestniczącym w koncentracji zastrzeżenia wobec planowanej transakcji. Zastrzeżenia zawierają uzasadnienie i **nie przesądzają o końcowym rozstrzygnięciu postępowania.**

Zgodnie z przepisami przedsiębiorcy mają 14 dni na odniesienie się do zastrzeżeń. Ten termin może zostać wydłużony na ich wniosek o kolejne dwa tygodnie.