

Allemagne, Espagne, Italie : un panorama du pluralisme et de la concentration des médias

L'examen du niveau de concentration dans le secteur des médias a toujours été un exercice difficile. La convergence numérique, la multiplication des opérations de concentration verticale ou horizontale ainsi que l'émergence de nouveaux groupes ne facilitent pas la tâche des différentes autorités de contrôle et de régulation. Les parts d'audience sur les principaux marchés médiatiques doivent être unifiées alors que l'état de la propriété des sociétés de médias doit être analysé en prenant en compte les relations de propriété transversale entre les entreprises et leurs filiales. L'examen des marchés allemand, espagnol et italien montre l'importance du chemin qui reste à parcourir pour obtenir une vision précise et transparente des positions dominantes sur le marché des médias en Europe.

Veillez utiliser le formulaire pour vous connecter

Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email

Vous avez oublié votre mot de passe ?

Se connecter