



PRZEWODNICZĄCY
Krajowej Rady Radiofonii
i Telewizji

Warszawa, 8 stycznia 2015 r.

KRRiT-001/2015-decyzja nr 1/2015

Telewizja PULS Sp. z o.o.

ul. Chełmska 21 bud.22

00-724 Warszawa

DECYZJA Nr 1/2015

Na podstawie art. 53 ust. 1 w związku z art.16 ust. 3 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2011 r. Nr 43, poz. 226 z późn. zm.), zwanej dalej: „ustawą” a także art. 104 i 107 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeksu postępowania administracyjnego (Dz. U. 2013 r., poz. 267 i z 2014 r., poz. 183) zwanej dalej: „k.p.a.”.

postanawiam

1. Stwierdzić naruszenie art.16 ust. 3 ustawy przez Spółkę Telewizja PULS Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie – nadawcę programu **PULS 2**.
2. Nałożyć na Spółkę Telewizja PULS Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie karę pieniężną w wysokości **15 000 zł (słownie: piętnaście tysięcy zł)**.
3. Określić, iż karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia otrzymania niniejszej decyzji na rachunek Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w NBP oddział Okręgowy w Warszawie Nr 13101010100095372231000000.

UZASADNIENIE

W celu realizacji zadania ustawowego określonego w art. 6 ust. 2 pkt 4 ustawy, na podstawie jej art. 10 ust. 2 zwrócono się pismem z dnia 25 lutego 2014 r. (sygn. DM.600.33.2014) do Telewizji PULS Sp. z o.o. (dalej: „Nadawca”) z prośbą o przesłanie następujących materiałów dotyczących rozpowszechnianego przez Nadawcę programu pod nazwą **PULS 2** :

- nagrań programu PULS 2 wyemitowanego w dniu 21 lutego 2014 r. w godz. 8:00–10:00 oraz 18:00-20:00;
- ewidencji reklam nadanych w ww. programie, w dniu 21 lutego 2014 r.;
- nagrań wskazań sponsorskich wyemitowanych w ww. programie w dniach 17-23 lutego 2014 r.
- wykazu audycji sponsorowanych wyemitowanych w ww. programie w dniach 17-23 lutego 2014 r.
- ewidencji audycji zawierających lokowanie produktu nadanych w ww. programie w dniach 17-23 lutego 2014 r.

Analiza przesłanych przez Nadawcę w dniu 7 marca 2014 r. wyżej opisanych materiałów wykazała, że w programie **PULS 2**, o godz. 18:00 –19:00 wyemitowano 13 minut 9 sekund reklam (w tym reklamy w blokach reklamowych: 12 min, autopromocja: 1 min 9 s) **przekraczając limit czasu reklam w godzinie zegarowej o 1 minutę 9 sekund.**

Przekroczenie dozwolonego ustawowo limitu czasu reklam w godzinie zegarowej stanowi naruszenie **art. 16 ust. 3 ustawy.**

Przekazy wyemitowane w programie PULS 2 w kontrolowanym dniu i godzinach, oznaczone przez Nadawcę jako ogłoszenia nadawcy nie spełniają przesłanek ogłoszenia nadawcy, które w rozumieniu art. 16 ust. 4 pkt 1 ustawy powinno zawierać: „jedynie informację o jego audycjach lub fragmenty tych audycji”. Natomiast z uwagi na swój promocyjny charakter przekazy te spełniają definicję autopromocji zawartą w art. 4 pkt 23 ustawy i w związku z treścią art. 4 pkt 17 ustawy ich wyemitowanie spowodowało przekroczenie przez Nadawcę dozwolonego ustawowo limitu czasu reklam.

Następujące treści zawarte w przekazach wyemitowanych przez Nadawcę w dniu 21 lutego 2014 r., w ocenie Organu, nadają tym przekazom charakter autopromocji w rozumieniu art. 4 pkt 23 ustawy:

- godz. 18:21:06 – 18:21:26 - „Przezabawni Flinstonowie łączą epoki i pokolenia. Już za chwilę w Junior Tv - Flinstonowie. Tylko w PULSIE 2”. **Czas emisji autopromocji: 20 sekund;**
- godz. 18:24:35 - 18:24:59 – „To Max, jest zwykłym nastolatkiem i niezwykłym bohaterem. Wraz z nim walcz z superłotrami i ratuj świat. W weekendy w PULSIE 2 (...)”. **Czas emisji autopromocji: 24 sekundy;**

- godz.18:55:10 – 18:56:43 – „Jeszcze dzisiaj w Pulsie 2 – zobaczcie o 21.50 „Zbuntowany anioł”(…). „Nikt się nie oprze Pingwinom z Madagaskaru. Codziennie dwa odcinki w telewizji PULS”. **Czas emisji autopromocji: 25 sekund.**

Użycie sformułowań „wraz z nim **walcz** z superłotrami i **ratuj** świat” (przekaz dotyczący filmu Max Steel) oraz „jeszcze dzisiaj w Pulsie 2 – **zobaczcie**” (przekaz dotyczący filmu „Zbuntowany anioł”) stanowi, w ocenie Organu, perswazję promocyjną nadającą przedmiotowym przekazom charakter autopromocji poprzez bezpośrednią zachętę do obejrzenia proponowanych pozycji programu.

Zamieszczenie w przekazach oznaczonych przez Nadawcę jako ogłoszenie nadawcy sformułowań takich jak : „przeżabawni Flinstonowie łączą epoki i pokolenia”, „nikt się nie oprze Pingwinom z Madagaskaru”, „To Max, jest zwykłym nastolatkiem i niezwykłym bohaterem” wykracza poza ustawowe granice czysto informacyjnego ogłoszenia nadawcy z uwagi na „ładunek emocjonalny” cechujący tego typu treści.

Zgodnie z przepisami art. 16 ust. 4 pkt 1 i 2 ustawy, ograniczenia dopuszczalnego czasu emisji reklam ustalonego w art.16 ust.3 ustawy nie stosuje się do ogłoszeń nadawcy, zawierających **jedynie** informację o jego audycjach lub fragmenty tych audycji oraz ogłoszeń nadawcy zawierających jedynie informację o dodatkowych produktach uzyskiwanych bezpośrednio z audycji. Jak jednoznacznie wskazuje się w doktrynie – *„Przepis ten znajduje zastosowanie do ogłoszeń wyłącznie o charakterze informacyjnym, dotyczących audycji lub produktów pochodzących z audycji; oprócz informacji o audycji ogłoszenie może zawierać fragment audycji. Jeżeli natomiast przekaz nadawcy będzie zawierał elementy perswazji promocyjnej będzie stanowił autopromocję, zaliczaną do reklamy i podległą 12-minutowemu godzinowemu limitowi dla reklam i telesprzedaży”* (Wojciechowski K. [w:] Piątek S. (red.), Dziomdziora W., Wojciechowski K., Ustawa o radiofonii i telewizji. Komentarz, Warszawa 2014, str. 152). W ocenie Organu nie budzi wątpliwości, iż będące przedmiotem niniejszej decyzji przekazy wyemitowane przez Nadawcę w dniu 21 lutego 2014 r., wykraczały poza ustawowe granice czysto informacyjnego ogłoszenia nadawcy, stanowiąc w istocie autopromocję rozumianą jako „każdy przekaz pochodzący od dostawcy usługi medialnej mający służyć bezpośrednio lub pośrednio promocji jego audycji, towarów lub usług” (art.4 pkt 23 ustawy).

W rozumieniu art. 4 ust. 17 ustawy: „reklamą jest także autopromocja”, w związku z czym łączny czas reklam i przekazów autopromocyjnych (błędnie zakwalifikowanych przez

Nadawcę jako ogłoszenia nadawcy) wyemitowanych w kontrolowanych godzinach przekroczył dozwolony ustawowo limit.

W dniu 28 kwietnia 2014 r. do Nadawcy wystosowane zostało pismo (DM.600.75.2014) z informacją o stwierdzonych podczas kontroli naruszeniach wraz z prośbą o przesłanie wyjaśnień dotyczących przyczyn ich powstania.

W piśmie z dnia 12 maja 2014 r. przesłanym w odpowiedzi Nadawca przedstawił stanowisko w sprawie. Nadawca nie zgodził się z opinią Organu odnośnie kwalifikacji wyemitowanych ogłoszeń nadawcy (jako przekazów autopromocyjnych) stwierdzając m. in. : *„W celu stworzenia bardziej atrakcyjnej dla naszych widzów formy tejże informacji dodaliśmy do niej elementy opisowe. Stanowią one jedynie uzupełnienie informacji, nie zmieniając charakteru ogłoszenia”*.

Informacje zawarte w kwestionowanych ogłoszeniach nadawcy, które zdaniem Organu nadają im charakter autopromocji Nadawca tłumaczył: *„(...) zależy nam na tym, aby koncepcja artystyczna tychże ogłoszeń była interesująca i satysfakcjonująca dla naszych widzów, a jednocześnie widz otrzymał pełną informację na temat naszych audycji”*.

Organ nie podzielił argumentacji Nadawcy, w związku z czym pismem z dnia 27 czerwca 2014 r. (sygn. DM.600.100.2014) zawierającym wykaz stwierdzonych naruszeń, Organ poinformował Nadawcę zgodnie z art. 61 § 4 k.p.a. o wszczęciu z urzędu postępowania administracyjnego w sprawie ukarania Nadawcy na podstawie art. 53 ust. 1 ustawy.

W związku z informacją o wszczęciu postępowania, Nadawca w piśmie z dnia 4 lipca 2014 r. przedstawił następujące stanowisko w sprawie:

- Zdaniem Nadawcy *„kwestionowane przekazy odnoszące się do audycji emitowanych na antenie nadawcy mają charakter wyłącznie informacyjny i mogą być kwalifikowane jako ogłoszenie nadawcy w rozumieniu art. 16 ust.4 pkt 1) ustawy. Przekazy te zawierają bowiem fragmenty audycji oraz informacje o samej audycji oraz czasie jej emisji.*
- Nadawca argumentuje: *„(...) skoro zgodnie z przepisami ogłoszenia nadawcy mogą zawierać informacje o samej audycji, trudno uznać, że opis audycji – krótkie streszczenie historii jak zakwestionowany fragment »To Max, jest zwykłym nastolatkiem i niezwykłym bohaterem« uznać za autopromocję. Należy zauważyć, że informacja oznacza podanie pewnych właściwości i cech danego produktu. Według nas, także dodatnie określeń w stylu „przezabawni” nie zmienia charakteru przekazu”*.

- Nadawca wskazuje, że (...) *zakwestionowane treści zajęły 1 minutę 5 sekund czasu nadawania. Także według KRRiT jest to zaledwie 1 minuta 9 sekund. Tym samym, nawet w przypadku uznania, że doszło do przekroczenia czasu reklamowego, byłoby to znikome przekroczenie*".

W ocenie Organu argumenty przedstawione przez Nadawcę nie zasługują na uwzględnienie.

1. Intencją ustawodawcy, który wprowadził do ustawy dwa różne pojęcia (autopromocja i ogłoszenie nadawcy) było zróżnicowanie przekazów medialnych, których głównym celem jest:
 - informacja i promocja, bądź sama promocja audycji lub programów (w przypadku autopromocji);
 - wyłącznie informacja o audycjach (w przypadku ogłoszenia nadawcy).
2. Przepisy precyzujące oba pojęcia są jednoznaczne, nie budzące wątpliwości, a ich de-sygnaty znaczenia można łatwo ustalić. Zatem stosowana przez Nadawcę interpretacja przedmiotowych przekazów stoi w sprzeczności z ich brzmieniem.
3. Czas zakwestionowanych przekazów policzony został w całości: od oznaczenia początkowego do oznaczenia końcowego (z wyłączeniem czasu samych oznaczeń), gdyż zdaniem Organu treść zawarta pomiędzy oznaczeniami stanowi całość i jako taka powinna być analizowana.

Mając na uwadze powyższe Organ stwierdził, że wyemitowane w kontrolowanym materiale przekazy oznaczone przez Nadawcę jako ogłoszenia nadawcy stanowią autopromocję, co w konsekwencji doprowadziło do naruszenia **art. 16 ust. 3 ustawy (przekroczenia ustawowego limitu czasu reklam w godzinie zegarowej)**.

Działając zgodnie z art. 10 § 1 kpa, w celu zapewnienia stronie możliwości czynnego udziału w każdym stadium postępowania, pismem z dnia 31 lipca 2014 r. (sygn. DM.600.112.2014) poinformowano Nadawcę o prawie do zapoznania się z aktami postępowania i zebrany materiał dowodowy oraz złożenia oświadczenia w przedmiotowej sprawie, w terminie 7 dni od daty otrzymania zawiadomienia, jak również o fakcie, iż po tym terminie zostanie podjęta decyzja w sprawie. Nadawca nie skorzystał z przysługującego mu prawa zapoznania się z aktami postępowania i nie złożył oświadczenia w przedmiotowej sprawie.

W związku z powyższym należy stwierdzić, że fakt naruszenia przez Nadawcę wskazanych w sentencji niniejszej decyzji przepisów ustawowych nie budzi wątpliwości. Jednocześnie należy mieć na uwadze, że art. 53 ust. 1 ustawy, jako jedyną przesłankę wymierzenia na jego podstawie kary pieniężnej wymienia naruszenie któregoś z wymienionych w nim przepisów. W związku z tym odpowiedzialność za ww. naruszenia ma charakter obiektywny i jest niezależna od istnienia winy po stronie Nadawcy jak i ewentualnego jej stopnia.

Działając na podstawie art. 53 ust. 1 ustawy, w związku ze stwierdzeniem naruszenia przepisów art.16 ust. 3 ustawy **postanowiono jak w sentencji.**

Zgodnie z art. 53 ust. 1 ustawy, jeżeli Nadawca narusza obowiązek wynikający z przepisu art.16 ust. 3 ustawy Przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji wydaje decyzję nakładającą na Nadawcę karę pieniężną w wysokości do 50 % rocznej opłaty do dysponowania częstotliwością przeznaczoną do nadawania programu. Opłata ta w przypadku programu pod nazwą PULS 2 w roku 2014 wyniosła 987 760 zł (słownie: dziewięćset osiemdziesiąt siedem tysięcy siedemset sześćdziesiąt zł). W związku z powyższym **górną granicą kary mogła wynieść 493 880 zł** (słownie: czterysta dziewięćdziesiąt trzy tysiące osiemset osiemdziesiąt zł). Kara w wysokości **15 000 zł** (słownie: **piętnaście tysięcy zł**) została wymierzona poniżej górnej wysokości.

Przy ustalaniu wysokości kary pieniężnej Przewodniczący Krajowej Rady kierował się przesłankami określonymi w przywołanym art. 53 ust.1 ustawy, tj. zakresem i stopniem szkodliwości naruszenia, dotychczasową działalnością nadawcy oraz jego możliwościami finansowymi.

W zakresie dotychczasowej działalności nadawcy Organ wziął pod uwagę, że w latach 2004-2014 spółka Telewizja PULS Sp. z o.o. nie została prawomocnie ukarana decyzją Przewodniczącego.

Przy ocenie zakresu i stopnia szkodliwości naruszenia uwzględniono fakt, iż do naruszenia przepisu ustawy doszło w programie ogólnodostępnym, rozpowszechnianym nieodpłatnie na obszarze całego kraju w sposób cyfrowy rozsiewczy naziemny w multipleksie, a także to, iż jak wskazano w niniejszej decyzji, do naruszenia doszło kilkakrotnie, co wskazuje na utrwaloną praktykę niezgodnego z przepisami ustawy działania Nadawcy w kontrolowanym zakresie.

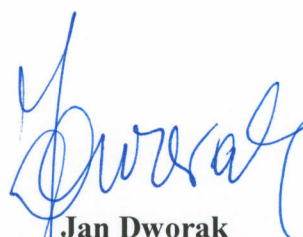
Uwzględniono także przekazaną przez Nadawcę informację o wydaniu pracownikom wytycznych mających na celu wyeliminowanie przekazów, które mogą być uznane za autopromocję.

Oceniłoby zostały również możliwości finansowe Nadawcy, w tym fakt, że w 2013 r. spółka Telewizja PULS Sp. z o.o. osiągnęła przychody ogółem w wysokości 106 623 249 zł (słownie: sto sześć milionów sześćset dwadzieścia trzy tysiące dwieście czterdzieści dziewięć zł).

Z uwagi na powyższe została wymierzona kara w wysokości 15 000 zł.

Zgodnie z art.56 ust.1 i 2 ustawy o radiofonii i telewizji w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz.101, z późn.zm.) stronie przysługuje odwołanie się od niniejszej decyzji do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Gospodarczego za pośrednictwem Przewodniczącego KRRiT w terminie dwóch tygodni od dnia doręczenia niniejszej decyzji.




Jan Dworak

Otrzymują:

1. Telewizja PULS Sp. z o.o.
2. Departament Budżetu i Finansów w Biurze KRRiT
3. Departament Monitoringu w Biurze KRRiT
4. Departament Regulacji w Biurze KRRiT

DYREKTOR
Departamentu Monitoringu


Barbara Turowska