

Leszno, 17 lutego 2014 r.

Szanowny Pan

Jan Dworak

Przewodniczący

Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji

Szanowny Panie Przewodniczący,

W imieniu lokalnych stacji radiowych, skupionych w projekcie pod nazwą Pakiet Niezależnych, bardzo dziękuję za zaproszenie nas do konsultacji projektu Strategii Regulacyjnej Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji na lata 2014-201 („Strategia”). Poniżej przedstawiamy nasze stanowisko w przedmiotowej sprawie.

Co do zasady stanowisko całego komercyjnego rynku radiowego jest zapewne spójne. Nasze spostrzeżenia dotyczą kilku najistotniejszych zagadnień, które będą miały znaczący wpływ na przyszłość lokalnej radiofonii. Poruszone zagadnienie, pozornie bezpośrednio nie związane z ekonomią, mogą zasadniczo wpłynąć na zniknięcie radia lokalnego. Oto podstawowe obszary, którym, naszym zdaniem, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji („KRRiT”) powinna poświęcić szczególną uwagę jeśli jej troską (co zawarte jest w projekcie strategii) jest dobro rynku lokalnego wliczając w to segment komercyjny.

Najbardziej nas dotyczące obszary Strategii to:

•**Cyfryzacja radia**

Jest obecnie pierwszoplanowym zagadnieniem. Można z dużą dozą pewności przyjąć, że forma cyfryzacji radia promowana przez regulatora jeszcze kilka miesięcy temu w wypadku jej

dalszej realizacji będzie z wyjątkiem kilku stacji lokalnych początkiem końca tego lokalnego segmentu rynku radiowego. Z punktu widzenia lokalnych nadawców nie widzimy zasadności ani ekonomicznej, ani też społecznej wprowadzania na siłę radia cyfrowego. Dodatkowo nie jest nam znany żaden europejski przypadek, gdzie taki proces byłby skutecznie wdrożony.

Proces cyfryzacji powinien zostać poprzedzony solidnymi przygotowaniem eksperckimi z każdej strony. Od ekonomii poczynając poprzez technikę (rozwiązań emisji cyfrowej dla lokalnych nadawców), aż wreszcie po potrzebę społeczną. Implementacja cyfrowej emisji rozsiwczszej powinna również mieć solidne podstawy w legislacji.

Pojawia się w tym miejscu pytanie: czy zasadne jest już teraz inwestowanie w uruchomienie i rozwój publicznych programów cyfrowych? Czy nie zasadniej przeznaczyć te kwoty na inne cele, jak chociażby zwiększenie prób badawczych w badaniu słuchalności radia.

Stacje komercyjne działające w obecnym kryzysie na pograniczu opłacalności, istnieją jeszcze tylko dzięki zaradności i ambicji ich właścicieli pragnących robić coś dla społeczności lokalnych. Ponoszenie równoległych kosztów nadawania analogowego i cyfrowego, ponoszenie kosztów zwiększenia zasięgu i związanego z tym zwiększenia kosztów wytworzenia programu.

Obecnie problemem stacji lokalnych jest opłata nowej 10 letniej coraz droższej koncesji, coraz droższych pozwoleń, opłat za częstotliwości, prawa autorskie, rosnące koszty pracownicze...

Na lokalnym rynku reklamowym widoczna jest zapaść powodowana z jednej strony przez nie najlepszą sytuację gospodarczą na rynku lokalnym a z drugiej strony przez wojny rabatowe wymuszane przez klientów czy odroczone terminy płatności (ostatnio warunkiem jednego z największych reklamodawców był 120 dniowy termin płatności). To wszystko destabilizuje płynność finansową lokalnych przedsiębiorców i dlatego teraz nie jest czas na cyfryzację radia.

Reasumując większości nadawców lokalnych nie stać na wykupienie dodatkowej opcji cyfrowej, opłacenie u monopolisty miejsca do cyfrowego nadawania (kanały emisyjne zostaną tu wykupione przez podmioty ogólnopolskie i sieciowe posiadające odpowiednie fundusze bo taka jest logika ekonomiczna operatora. Nikt nie będzie się litował nad biednym lokalnym nadawcą.).

Nadawcy lokalni nadają niejednokrotnie z lokalizacji przez siebie wybudowanych lub bardzo tanio pozyskanych miejsc do emisji. Cała ich dotychczasowa zaradność i umiejętność emisji za małe pieniądze zostanie zaprzepaszczona.

●Ograniczenie czasu reklamowego w Publicznej Radiofonii

Postulujemy aby KRRiT wyraźnie zawarła w swojej Strategii uregulowanie zasad działania sektora nadawcy publicznego. Sektor ten powinien ograniczać się do funkcji niezbędnie potrzebnych jakimi są: zapewnienie dostępu do tzw. wysokiej kultury, dostępu dla Polaków za granicą, emisji programów dla rozmaitych grup narodowościowych itp. Istotna jest też kontynuacja znanych dotąd programów ogólnokrajowych typu PR1, PR2 PR3. Strategia KRRiT powinna zawierać konkretne metody i czas dojścia do sytuacji gdy sektor mediów publicznych będzie wzorek krajów rozwiniętych utrzymywany z dzięki opłacie audiowizualnej. Dozwolona reklama w sektorze publicznym nie powinna 2 min na godzinę.

●Autopromocja

Dostrzegamy w proponowanej Strategii troskę KRRiT dotyczącą przekazów handlowych nadawców. Działania KRRiT dążące do liberalizacji przepisów w tym zakresie powinny znaleźć pełniejsze rozwinięcie w Strategii. Dzisiaj radio wypełnione wskazaniem jest coraz trudniejsze w odbiorze.

●Muzyka polska

Zabrakło nam w Strategii KRRiT kwestii poświęconej obligatoryjnej muzyce polskiej. Wprowadzone limity emisji utworów polskich przyczyniły się do upodobnienia wszystkich stacji i trudnej do zniesienia powtarzalności emisji „dobrych” polskich utworów. Utworów słabych i tak nikt dbający o swoją słuchalność nie będzie grał „na siłę”. Utworów „dobrych” w rozumieniu komercyjnym powstaje rozpaczliwie mało. Wiemy, że ta kwestia jest uregulowana ale dobrze byłoby gdyby regulator rynku dostrzegł niezbyt fortunnie brzmiącą unifikację.

•Badania słuchalności

Na zakończenie jeszcze jeden aspekt rynkowy mogący powodować słabą kondycję lokalnego rynku radiowego, na który KRRiT może mieć pozytywny wpływ. Jak sama KRRiT słusznie zauważa w Strategii, w części poświęconej badaniu słuchalności radia (Radio Track):

„Ważnym kierunkiem rozwoju tego badania będzie zwiększenie liczebności prób w poszczególnych obszarach będących w zasięgu technicznym stacji lokalnych – małe miasta, obszary tworzone poprzez łączenie kilku powiatów. Obecnie podawane wyniki słuchalności lokalnych nadawców są bowiem obarczone dużym błędem wynikającym z małej próby.”

Zasięg stacji lokalnych to przeważnie 20-40 km wokół nadajnika. Zdarza się, że próba trafia w teren objęty przez stację lokalną 2-3 razy w roku. Z taką częstotliwością stacje te mogą pochwalić się prawdziwą przeważnie wysoką należną im słuchalnością w rejonie ich nadawania. W pozostałych miesiącach w sposób nieprawdziwy i niezasłużony przypisuje im się śladową lub zerową słuchalność. Uśrednienia kwartalne i roczne są bliskie zera i nie pozwalają tym stacjom zaistnieć w rankingach słuchalności i tym samym odcinają je od reklamy ogólnopolskiej i nawet lokalnej ze względu na brak możliwości udowodnienia swojej słuchalności czy weryfikacji działań programowych.

Finansujące badania grupy radiowe nie są w stanie zwiększać nakładów na badania aby zwiększać próby badawcze. Stacji lokalnych z kolei nie stać na podjęcie dodatkowych kosztów badawczych pokazujących pełniejszy obraz rynku radiowego. Apelujemy więc aby KRRiT uwzględniła w swojej Strategii trud dofinansowania próby badawczej do modelu badawczego opierającego się o mniejszą jednostkę administracyjną jaką jest dawne małe województwo lub nawet powiat. Środki na ten cel, jak wcześniej wskazaliśmy, można by pozyskać weryfikując potrzebę cyfryzacji radia publicznego. Chodzi tu przecież o stosunkowo niewielkie dofinansowanie badań owocujące pełniejszym, dokładniejszym obrazem rynku radiowego w Polsce. Badanie stałoby się również lepszym narzędziem dla samego regulatora jakim jest KRRiT.

•Regulacja rynku lokalnego

Strategia wsparcia rynków lokalnych poprzez preferencyjne traktowanie podmiotów non profit, nadawców środowiskowych itd. nie spełni oczekiwanych przez KRRiT oczekiwań. Lokalna działalność radiowa powinna opierać się przede wszystkim na solidnych podstawach biznesowych. Bez tego mamy wiele przykładów gdzie po wielkich planach niewiele pozostało. Dlatego Strategia powinna raczej opierać się na szerszej i dogłębnej analizie głębokości rynku reklamowego przy dopuszczaniu kolejnych stacji do poszczególnych miast i obszarów. Istnieją znane europejskie kryteria ilości słuchaczy, z których stacja jest w stanie się utrzymać i mnożenie ilości stacji tylko w pogoni za koniecznością zaspokojenia jakiegoś formatu do niczego dobrego nie prowadzi. Dopuszczanie nowych nie mających szans na samofinansowanie bytów nie ma uzasadnienia.

Z poważaniem

Roman Lewicki

Przewodniczący Rady Dyrektorów

Pakiet Niezależnych

54 lokalne stacje radiowe