



TELEWIZJA
INTERNET
TELEFON

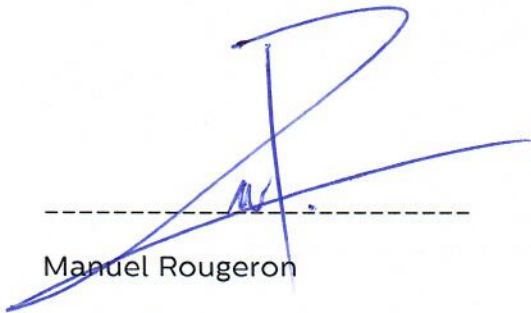
Warszawa, dn. 17.03.2017

Przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
Skwer Kardynała Stefana Wyszyńskiego 9
01-015 Warszawa

Szanowny Panie Przewodniczący,

Działając w imieniu ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie, w odpowiedzi na pismo z 14 lutego 2017 r. dotyczące zaproszenia do wzięcia udziału w konsultacjach społecznych projektu kierunków strategii KRRiT na lata 2017-2022, w załączeniu przedkładamy stanowisko spółki ITI Neovision S.A..

Jednocześnie nadmieniamy, że złożenie niniejszego stanowiska w dniu dzisiejszym, to jest jeden po wyznaczonym terminie, zostało uzgodnione z biurem Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w drodze wymiany emaili.



Manuel Rougeron

Prezes Zarządu

ITI Neovision S.A.



Jarosław Kordalewski

Wiceprezes Zarządu

ITI Neovision S.A.



**TELEWIZJA
INTERNET
TELEFON**

I. NAZIEMNA TELEWIZJA I RADIOFONIA CYFROWA

DVB-T

HD jako obowiązujący standard w DVB-T

Według Spółki przejście z DVBT na DVB-T2 to dobry kierunek, jednak zmianę tę należy wdrażać powoli, co umożliwi uczestnikom rynku właściwe dostosowanie się. Jakkolwiek co do zasady wspieramy wszelkie inicjatywy, które mogą przyczynić się do poprawy jakości technicznej przekazu telewizyjnego, to w przypadku ewentualnej zmiany standardu z DVB-T/H.264 na DVB-T2/HEVC należy zwrócić uwagę na fakt, że zdecydowana większość urządzeń odbiorczych nie jest przystosowana do nowego standardu. W związku z tym postulujemy o zastosowanie możliwie długiego okresu przejściowego, który pozwoliłby na naturalną wymianę urządzeń na kompatybilne ze standardem DVB-T2/HEVC.

Oferta programowa w NTC – bez zmian

Wybór programów w ofercie NTC jest już wystarczająco bogaty, dlatego też Spółka nie widzi powodu, aby zwiększać liczbę programów w tej ofercie, ale popiera pomysł udostępniania ich w standardzie HD.

W przypadku jakichkolwiek planów rozszerzenia oferty programów NTC finansowanych ze środków publicznych (w tym z opłat abonamentowych), należy się upewnić, że dany program nie będzie konkurować z kanałami komercyjnymi pod względem gatunku i grupy docelowej. Na przykład, niewłaściwa byłaby sytuacja, w której programy subsydiowane ze środków publicznych bezpośrednio konkurowałyby z tymi oferowanymi przez podmioty prywatne. Może to mieć miejsce w przypadku TVP Sport, którego włączenie do oferty NTC jest rozpatrywane.

Ponadto, rozszerzenie oferty NTC stworzyłaby bezpośrednią konkurencję dla programów objętych ofertą telewizji płatnej, której model biznesowy opiera się zarówno na opłatach za subskrypcję jak i przychodach z reklam. Jako że rynek reklamy rośnie powoli, tj. 2-3% w skali roku, taki rozwój programów finansowanych tylko z przychodów reklamowych spowoduje rozwodnienie modelu przychodów reklamowych, a tym samym zmusi mniejsze stacje telewizyjne do zamknięcia. Takie zmiany osłabiłyby ofertę tematyczną dla klientów i obniżyłyby ich zadowolenie z płatnej telewizji, tj. miałyby bezpośredni wpływ na zadowolenie z płatnej telewizji w dłuższej perspektywie i mogłyby doprowadzić do spadku przychodów dostawców usług płatnej telewizji, a w efekcie mogłyby wywrzeć negatywny wpływ na przychody skarbu państwa (czyli podatki płacone przez dostawców usług telewizyjnych).

MUX 5 – pierwszy MUX wyłącznie w HD

W ocenie Spółki obecna oferta telewizji naziemnej jest tak szeroka, że już w tej chwili skutecznie konkuruje z telewizją płatną. Dalsze rozszerzanie oferty programowej telewizji naziemnej doprowadzi do zwiększenia konkurencji na rynku płatnych nadawców, co z jednej strony może służyć widzom, ale z drugiej strony może doprowadzić do zmniejszenia oferty płatnych programów, bowiem



**TELEWIZJA
INTERNET
TELEFON**

mniejsi nadawcy mogą nie wytrzymać konkurencji. Spółka opowiada się za wspieraniem włączenia wersji HD programów już działających w NTC, ale przeciwko włączeniu nowych kanałów.

Warunki techniczne dla odbiorników telewizyjnych

Okres 7-10 lat jest okresem 'naturalnej' wymiany urządzeń; aby wymiana urządzeń ze względu na technologię wynikała z naturalnego cyklu użytkowania, data switch off powinna nastąpić nie wcześniej niż w latach 2025-2030. W przeciwnym razie Skarb Państwa powinien finansować wymianę urządzeń dokonywaną w związku z wdrożeniem nowego systemu.

DVB-T – nadal bezpłatna

Zdaniem Spółki oferta NTC jest na tyle bogata, że nie ma potrzeby uruchamiania nowych multipleksów, ani płatnych, ani bezpłatnych.

DAB+

W przypadku podjęcia decyzji o subsydiowaniu dekoderek DAB+, taki proces powinien zostać wdrożony bez dyskryminowania innych segmentów rynku mediów

II. NOWE MEDIA (INTERNET)

Zmiany unijnego prawa mediów

Spółka stoi na stanowisku, że działania zmierzające do ochrony małoletnich, jak również ograniczanie obecności dyskryminujących treści w usługach internetowych jest konieczne i uzasadnione. Należy jednak zwrócić uwagę, że ograniczenia nakładane na nadawców telewizyjnych oraz na podmioty udostępniające treści w środowisku Internetu/OTT powinny być spójne, adresując jednocześnie potrzebę konkurencyjności przedsiębiorców krajowych z podmiotami/konkurentami z państw trzecich, w tym zarówno z krajów Unii Europejskiej, jak i spoza UE.

KRRiT powinna wspierać lokalnych dostawców usług audiowizualnych, stosując wszelkie dostępne środki, na przykład poprzez konsultowanie projektów nowych regulacji dążąc do zapewnienia równego traktowania we wszystkich dziedzinach, w tym wspierając walkę z piractwem (obecnie strony pirackie udostępniane są bez blokady rodzicielskiej do nieodpowiednich treści dostarczając treści sprzeczne z prawem), a także w dążeniu do tego, by dostawców międzynarodowych i lokalnych usług internetowych obowiązywały takie same reguły jak nadawców telewizyjnych, w szczególności w zakresie ochrony prywatności i ochrony praw konsumentów.

Równe szanse dla podmiotów polskich i zagranicznych

Spółka stoi na stanowisku, że wprowadzane ograniczenia lub dodatkowe wymogi (np. opłaty) nie mogą prowadzić do sytuacji, gdy podmioty działające na rynku krajowym nie mogą efektywnie konkurować z przedsiębiorcami z państw trzecich, którzy kierują swoją ofertą do polskiego odbiorcy. Tam gdzie obowiązujące regulacje tworzą dla podmiotów krajowych warunki mniej korzystne do



funkcjonowania na rynku medialnym niż te obowiązujące ich zagranicznych konkurentów, należy rozważyć zmianę krajowych przepisów w kierunku ich dostosowania, a gdzie konieczne – (i) złagodzić wymogi stawiane krajowym nadawcom; lub (ii) nałożyć takie same wymogi na podmioty zagraniczne (działające z kraju będącego państwem członkowskim UE i / lub z kraju, który nie jest państwem członkowskim UE) kierujące swoją ofertą na polski rynek – zgodnie z zasadą: "takie same usługi, takie same zasady". Takie podejście ma zastosowanie nie tylko w odniesieniu do wymogów dotyczących europejskich kwot dotyczących treści i / lub ochrony małoletnich, ale także – na przykład – w odniesieniu do opłat na rzecz rozwoju krajowej kinematografii (w Polsce pobieranych przez PISF). W związku z tym, Spółka w pełni popiera pomysł regulacji upoważniającej państwo członkowskie – którego rynek jest rynkiem docelowym dla internetowej usługi na żądanie – do nakładania na podmiot prowadzący taką usługę na żądanie formalnie z terytorium innego kraju obowiązku wnoszenia tej opłaty.

Polscy dostawcy usług audiowizualnych potrzebują wsparcia KRRiT we wzmacnianiu ich pozycji wobec serwisów pirackich, w tym w implementacji art. 8.3 Dyrektywy UE 2001/29 / WE.

Proporcjonalność w regulacji tradycyjnych i nowych mediów

W ocenie Spółki, co do zasady, obowiązujące przepisy nie powinny faworyzować podmiotów z branży medialnej w zależności od wykorzystywanego medium – telewizja vs. Internet. W tym względzie, warto wspomnieć o zasadzie Must carry – Must offer. W opinii Spółki, w odniesieniu do programów finansowanych ze środków publicznych, zasada ta powinna być stosowana również w stosunku do dostawców usług medialnych działających w Internecie, jako że swobodny przepływ informacji i różnorodności kulturowej winien być zachowany poprzez dostęp do najważniejszych programów telewizyjnych, a w przypadku programów finansowanych ze środków publicznych, widzowie powinni mieć możliwość korzystania z tych treści za pośrednictwem każdego kanału dystrybucji. Jednocześnie, w przypadku treści finansowanych ze środków prywatnych, prywatny nadawca powinien mieć swobodę decydowania, czy udzielić licencji na swój kanał i na jakich warunkach taka licencja powinna zostać przyznana, zatem stosowanie zasady Must Carry – Must Offer w odniesieniu do Internetu nie powinna mieć miejsca w przypadku programów nadawców prywatnych.

Warto również wspomnieć, że usługi internetowe OTT powinny być obwarowane takimi samymi obowiązkami, jakie dotyczą nadawców telewizyjnych w zakresie niedyskryminujących treści i ochrony małoletnich, jak również w stosunku do wymogów minimalnej zawartości audycji polskich i europejskich .

Współpraca podmiotów i instytucji w ramach odpowiedzialności za treści w Internecie

Spółka podziela pogląd, że instytucje odpowiedzialne za implementację nowych przepisów powinny pozostać w stałym dialogu z dostawcami usług w odniesieniu do tego, jak nowe regulacje powinny być realizowane.



Również polscy dostawcy usług audiowizualnych potrzebują wsparcia Krajowej Rady we wzmacnianiu ich pozycji wobec piractwa, w tym realizacji wdrożenia art. 8.3 Dyrektywa UE 2001/29 / WE.

III. MEDIA PUBLICZNE

Doprecyzowanie misji nadawców i kontrola wydawania środków publicznych

W odniesieniu do poprawy systemu opłat abonamentowych, Spółka dostrzega potrzebę wprowadzenia zmian mających na celu stworzenie narzędzia do skutecznego odzyskania wiarygodności publicznoprawnych. Spółka jest jednak przeciwna wszelkim inicjatywom mających na celu zmuszanie podmiotów prywatnych do uczestniczenia w wykonywaniu takich zobowiązań. Nałożenie dodatkowych na podmioty prywatne obowiązków, które nie są bezpośrednio związane z prowadzoną działalnością, nie jest uzasadnione.

Spółka przyznaje, że obowiązek realizacji "misji" może prowadzić – choć nie musi tak być – do tworzenia audycji o niskim potencjale komercyjnym. Z punktu widzenia Spółki, audycje realizujące misję powinny być wolne od wszelkich odniesień komercyjnych, takich jak lokowanie produktu lub wskazania sponsorskie. W przypadku programów dotowanych ze środków publicznych, ich udział w rynku reklamowym powinien być ograniczony, jeśli nie wykluczony (telewizja publiczna bez reklam).

Mając na uwadze, że media publiczne są równoprawnym uczestnikiem rynku i bezpośrednią konkurencją dla podmiotów prywatnych z branży medialnej, zarówno w odniesieniu do oferty programowej i pozyskiwania publiczności, jak i oferowanej przestrzeni reklamowej, dodatkowe subwencjonowanie mediów publicznych winno opierać się na finansowaniu obowiązków wynikających z misji a nie stwarzać zagrożenia dla równowagi pomiędzy publicznymi i prywatnymi dostawcami telewizji. Finansowanie publiczne nie powinno przekładać się na konkurencję z podmiotami prywatnymi. Dobrym przykładem takiej potencjalnej konkurencji może być nabycie praw do programów sportowych. Ceny praw premium do programów sportowych mogą być bardzo wysokie i są zwykle określane w procesie przetargowym. W takich procesach przetargowych, prywatni nadawcy, których decyzje programowe są wynikiem rachunku ekonomicznego, nie są na takiej samej pozycji co nadawcy publiczni, którzy mogą finansować takie koszty z pobieranej opłaty abonamentowej i nie muszą oczekiwać zwrotu z inwestycji, powołując się na realizację obowiązku "misyjnego". Stąd Spółka widzi konieczność szczegółowego doprecyzowania zasad realizacji obowiązków związanych z misją publiczną i zasad ich rozliczania.

W opinii Spółki, konkurowanie nadawcy publicznego w zakresie praw do programów sportowych z podmiotami prywatnymi może być elementem realizacji misji publicznej tylko w przypadku udziału w rozgrywkach polskich zespołów oraz w przypadku ważnych wydarzeń określonych w art. 20b ust.2 ustawy o radiofonii i telewizji. W przeciwnym razie mogłoby to zostać uznane za korzystanie z niedozwolonej pomocy publicznej.



**TELEWIZJA
INTERNET
TELEFON**

Ponadto, powstrzymanie się przez nadawcę publicznego od konkurencji o najdroższe prawa sportowe może spowodować obniżenie cen dla takich praw z niewątpliwą korzyścią dla widzów.

Otwarty dostęp do dóbr kultury

Spółka w pełni popiera inicjatywę otwartego dostępu do dóbr kultury. W celu dotarcia do szerszego audytorium, jak również w celu zachowania równowagi w odniesieniu do obowiązku związanego z regulacjami dotyczącymi must carry-must offer, Spółka postuluje zapewnienie mechanizmów umożliwiających bezpośredni dostęp do wszelkich zasobów powstałych z udziałem środków publicznych przez innych uczestników rynku, tj. darmowy dostęp do tych treści także dla klientów serwisów dostarczanych przez prywatnych dostawców audiowizualnych usług medialnych.

Rozwój i wymiana cyfrowych zasobów

W związku z inicjatywą przeznaczania środków publicznych na tworzenie Biblioteki Cyfrowej Mediów Publicznych, nie tylko nadawcy publiczni powinni mieć dostęp do takich zasobów, dostęp powinien on być otwarty dla wszystkich uczestników rynku. Zastosowane rozwiązania technologiczne powinny umożliwiać dostęp do treści również podmiotom trzecim, bez konieczności ponoszenia przez te podmioty dodatkowych kosztów.

Lokalne centra mediów publicznych

Spółka nie zajmuje stanowiska.

IV. OCHRONA PLURALIZMU W MEDIACH

Przepisy zapobiegające nadmiernej koncentracji w mediach jako element ochrony pluralizmu

Brak ochrony pluralizmu w polskim prawie mediów

Co do zasady, wszelkie ograniczenia mające na celu ochronę pluralizmu mediów mogą doprowadzić do naruszenia prawa swobody wypowiedzi.

W opinii Spółki, dążenie do zapewnienia ochrony pluralizmu w polskich mediach jest co do zasady prawidłowe, jednak tylko pod warunkiem, że przyjęte rozwiązania będą rzeczywiście służyły ochronie przed istotnym zawężaniem źródeł informowania, a nie będą powodowały ograniczania wolności mediów i wolności słowa.

Zdaniem Spółki wszelkie ograniczenia powinny się odnosić wyłącznie do nadawców korzystających z koncesjonowanych zasobów publicznych takich jak częstotliwości przeznaczone do rozpowszechniania lub rozprowadzania programów w sposób cyfrowy, drogą rozsiewczą naziemną.



Każdy podmiot, któremu udzielono koncesji na taką częstotliwość, korzysta z wynikających z tego praw. Istnieje ograniczony zakres obowiązków w zakresie opłat za takie częstotliwości, przepustowość jest większa i dostęp do szerszej publiczności o wiele łatwiejszy. Dlatego państwo powinno mieć prawo, w pewnym stopniu, do ograniczenia wolności gospodarczej tych podmiotów ze względu na pluralizm mediów.

Nadawcy satelitarny powinni być wyłączeni z takiej regulacji, ponieważ nie otrzymują żadnych korzyści od państwa, a ich pozycja "dominująca" / "silna" wynika z ich działań biznesowych, w tym inwestycji, a wszelkie ograniczenia ich wolności byłoby sprzeczne z prawami konstytucyjnymi.

Powyższe stanowisko znajduje odzwierciedlenie w prawodawstwie francuskim, zawierającym wiele restrykcyjnych przepisów gwarantujących pluralizm mediów, a nadawcy satelitarni nie są objęci tymi restrykcjami.

Określanie pozycji znaczącej

Przy ustalaniu znaczącej pozycji, kwalifikacja powinna odzwierciedlać istniejące prawodawstwo, a zatem powinna uwzględniać domniemania wynikające z przepisów Ustawy o Ochronie Konkurencji i Konsumenta.

Jeśli chodzi o właściwy rynek, Spółka jest zdania, że rynek telewizji płatnej i rynku telewizji bezpłatnej powinny być traktowane jako odrębne rynki.

Rynek powinien on być rozumiany szeroko, to znaczy, że rynkiem właściwym jest rynek dostępu do płatnych usług telewizyjnych, z uwzględnieniem odrębności w odniesieniu do obszarów miejskich, gdzie występują znaczące ograniczenia w dostępności do gospodarstw domowych dla operatorów satelitarnych.

Należy zauważyć, że im większy udział w rynku tym większa możliwość skorzystania z ekonomii skali, co może być korzystne dla klientów / odbiorców. Większe podmioty są w stanie zaoferować lepsze produkty za niższą cenę. Wszelkie zmiany zmierzające do ograniczenia udziału w rynku nadawców może być ostatecznie ze szkodą dla konsumentów.

Jednocześnie, Spółka zastrzega, że jej komentarze są oparte na powszechnie przyjętym rozumieniu terminów: "przychody reklamowe", "przychody z opłat płatnej telewizji", "widowni telewizyjnej", "audytorium radiowego". Wnioski mogą być różne w przypadku poznania precyzyjnych definicji.

Ograniczanie dostępu do reklamy

Spółka nie przestrzega takich ograniczeń i nie może się zgodzić z tym, że potrzebne są takie przepisy. Ponadto silni brokerzy reklamowi pomagają mniejszym nadawcom generować przychody z reklam, ponieważ czas reklamowy na ich programach jest oferowany w pakiecie z czasem na programach o większym zasięgu.



Dostęp do naziemnej telewizji i radiofonii

W tym względzie nie należy wprowadzać rozróżnienia pomiędzy nadawcami publicznymi i prywatnymi. Prywatni nadawcy nie powinni być dyskryminowani. Nadawca publiczny, który konkuruje z podmiotami prywatnymi na rynku telewizyjnym powinien podlegać takim samym regułom jak inni. Biorąc pod uwagę fakt, że nadawca publiczny jest subsydiowany nie tylko przez finansowanie publiczne, ale również faworyzowany dzięki swojemu korzystnemu położeniu w kwestii częstotliwości, którą wykorzystuje do celów nadawczych, nie ma powodu do przyjęcia innego podejścia.

Jeśli "znacząca liczba programów" ma być podstawą do ustalenia znaczącej pozycji danego podmiotu, taka podstawa powinna być konkretna, np. tak jak jest we Francji, gdzie znaczna znaczący oznacza więcej niż 7 programów.

Określanie udziału w łańcuchu wartości

Zdaniem Spółki nie powinno się oceniać znaczącej pozycji w mediach dla celów ochrony pluralizmu na podstawie udziału w łańcuchu wartości, ponieważ Spółka nie dostrzega zagrożenia dla pluralizmu wynikającego z takiego łańcucha wartości. Jeżeli jednak takie przepisy miałyby zostać wprowadzone, nadawcy publiczni nie powinni być wyłączeni z oceny ich pozycji na rynku z uwzględnieniem udziału w łańcuchu wartości, w tym w zakresie potencjalnego nadużywania takiej pozycji.

Koncentracja krzyżowa

Spółka nie popiera ograniczeń we wprowadzaniu ograniczeń co do udziału przedsiębiorcy w rynkach niebędących dla siebie substytutami, nie widząc w takiej sytuacji zagrożenia dla pluralizmu mediów. W każdym razie jednak, jeśli takie przepisy miałyby zostać wprowadzone, podmioty kontrolowane przez Skarbu Państwa (także rozumiane jako grupa kapitałowa) nie powinny być wyłączone z ewentualnych rozważań uwzględniających ich pozycję na rynku pod względem potencjalnego ograniczania źródeł informowania.

Przeglądy rynków

Stosowne kompetencje, narzędzia, ale również doświadczenie w odniesieniu do badania czy doszło do naruszenia konkurencji lub czy istnieje ryzyko takiego naruszenia posiada Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. W ocenie Spółki rozdzielenie kompetencji w zależności od branży, której miałyby dotyczyć ocena udziału w rynku jest kierunkiem niewłaściwym i nie znajdującym uzasadnienia.

V. NADZÓR REGULACYJNY

Samo- i współregulacja

Samo- i współregulacja zamiast przyszłych regulacji

Spółka, będą sygnatariuszem m.in. porozumienia nadawców telewizyjnych w sprawie zasad rozpowszechniania reklam i wskazań sponsorskich dotyczących



artykułów spożywczych lub napojów zawierających składniki, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana, jak również jako uczestnik uzgodnień do porozumienia w sprawie poziomu głośności dźwięku w audycjach i programach telewizyjnych, jest nadawcą otwartym na wszelkie inicjatywy samoregulacji.

Nadawca jest zwolennikiem samoregulacji w miejsce wprowadzania sztywnych zapisów ustawowych lub wykonawczych.

W ocenie spółki bowiem samoregulacja jest narzędziem dużo efektywniejszym i dostarczającym podmiotom działającym na tożsamym rynku rozwiązania kompromisowe, a tym samym możliwe do szybkiego i skutecznego zaimplementowania.

Rola KRRiT w samo- i współregulacji

W ocenie Spółki brak jest przesłanek uzasadniających konieczność wyposażenia KRRiT w prawa lub obowiązki w odniesieniu do inicjowanych przez ten organ lub przez niego wspieranych inicjatyw samo- i współregulacji.

Uprawnienia organu idące tak daleko, że umożliwiłyby ingerencję w treść samoregulacji lub umożliwiły wprowadzanie sankcji za nieprzestrzeganie wspólnie uzgodnionych standardów, wypaczyłyby jej ideę. Organ ma zawsze głos doradczy podczas prac nad samoregulacją i dotychczasowa praktyka pokazuje, że nie tylko bierze czynny udział w dyskusjach, ale również wyznacza kierunki dla wypracowywanych porozumień. Tym samym nie jest konieczne sankcjonowanie takiego stanu rzeczy i wyposażanie organu w dodatkowe uprawnienia i kompetencje.

Spółka podkreśla, że organ nie jest w żaden sposób ograniczony w możliwości monitorowania efektów wprowadzonej samoregulacji, zatem nie są konieczne dodatkowe uprawnienia w tym zakresie. Ideą samoregulacji jest dobrowolne poddanie się ograniczeniom lub wprowadzenie dodatkowych mechanizmów, co nie wyklucza wprowadzania również sankcji za ich nieprzestrzeganie. Powinno pozostać w gestii sygnatariuszy danej samoregulacji, jakie będą sposoby weryfikacji i ewentualne sankcje za niedotrzymanie warunków wspólnie wypracowanego porozumienia.

W miejsce kompetencji KRRiT polegających na ingerowaniu w postanowienia samoregulacyjne, włącznie z możliwością wprowadzania sankcji za ich nieprzestrzeganie, organ powinien zostać zobowiązany wprost na poziomie ustawowym do udzielania wiążących opinii/zajmowania stanowiska w sytuacji pytań kierowanych przez nadawców odnośnie do sposobu stosowania prawa. Taki obowiązek po stronie organu przyczyniłby się do większej pewności w obrocie prawnym w sektorze usług multimedialnych.

Standardy i metody badań odbioru

Ograniczenie wpływu mniejszych podmiotów na standardy i metody badań odbioru



Na podstawie doświadczenia Spółki można stwierdzić, że standard i metody pomiaru oglądalności i audytorium nie są określone w umowach między nadawcami z nich korzystającymi i spółkami prowadzącymi badania. AGB Nielsen obsługuje system pomiaru oglądalności, który jest akceptowanym standardem w sektorze. Normy i metody badań oglądalności powinny być i są takie same dla wszystkich. Spółka nie zauważa, w jaki sposób programy lokalne i regionalne mogą być wyłączone z dyskusji. Taka dyskusja między nadawcami i AGB Nielsen nie ma miejsca, przynajmniej Spółka nie jest częścią takich dyskusji. Należy podkreślić, że wszelkie zakłócenia zewnętrzne w systemie pomiaru oglądalności telewizji mogą mieć wpływ na wiarygodność danych.

Rola KRRiT w procesie ustalania standardów i metod badań odbioru

Standardy i metody pomiaru oglądalności i audytorium powinny pozostać niezależne od zaleceń, opinii lub inicjatyw regulacyjnych organów państwowych. Wszystkie badania muszą być obiektywne. Zdaniem spółki, przyznanie uprawnień KRRiT w tej dziedzinie może zagrozić niezależności badań.

Spółka jest bardzo zainteresowana uzyskaniem rzetelnych i prawidłowych danych dotyczących oglądalności. Dlatego też wszelkie zmiany w metodologii powinny spełniać wszystkie oczekiwania nadawców, agencji medialnych i wszelkich graczy polskiego przemysłu audiowizualnego bez faworyzowania żadnej ze stron. Jakakolwiek ingerencja zewnętrzna w system pomiaru oglądalności telewizji może mieć wpływ na wiarygodność danych.

Obecny system pomiaru oglądalności jest co do zasady prawidłowy i rzetelny, a AGB Nielsen jest rozpoznawana jako uznany standard w sektorze. Jednak Spółka wsparłaby wszelkie zmiany w metodologii, które mogłyby poprawić wiarygodność danych, zwłaszcza w odniesieniu do tematycznych i niszowych programów telewizyjnych, gdzie wielkość panelu mogłyby być większa. Ponadto Spółka pragnie podkreślić, że oglądalność programów telewizyjnych dostępnych w Internecie nie była dotychczas monitorowana, co staje się problemem, biorąc pod uwagę zmiany w zachowaniu użytkowników związanym z korzystaniem z telewizji.

Spółka może rozważyć udział w niezależnym organie typu non-profit powstałym w celu świadczenia lub kontrolowania usługi pomiaru oglądalności, na wzór Wielkiej Brytanii. W Wielkiej Brytanii istnieje BARB (Rada Nadawców ds. Badania Oglądalności), która jest spółką non-profit z ograniczoną odpowiedzialnością świadczącą standardową usługę pomiaru oglądalności dla nadawców oraz branży reklamowej. BARB jest własnością BBC, ITV, Channel 4, Channel 5, BSkyB oraz IPA (Institute of Practitioners in Advertising). Niezależny organ finansowany przez sektor mógłby być (jak w Wielkiej Brytanii) najlepszą gwarancją niezawodności, pod warunkiem, że będzie możliwe uzgodnienie tych samych standardów i metod pomiędzy założycielami takiego organu.