



Warszawa, dnia 16 marca 2017 r.

Szanowny Pan Przewodniczący

Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji

Witold Kołodziejski

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

Skw. Kard. Wyszyńskiego 9

01-015 Warszawa

*Szanowny Panie Przewodniczący,*

Działając w imieniu Kino Polska TV S.A. („Kino Polska”) dziękujemy za możliwość zabrania głosu w sprawie tak istotnej, jak przygotowanie do opracowania przez KRRiT Strategii Regulacyjnej na lata 2017-2022 („Strategia”). Zważywszy na wielość nowych inicjatyw prawodawczych w dziedzinie mediów i jednocześnie dynamiczny rozwój wielorakich technik emisji i odbioru treści audiowizualnych, dokument tego typu może okazać się ważnym elementem stabilizującym rynek.

W odpowiedzi na zaproszenie do konsultacji przedstawiamy poniżej uwagi w układzie odpowiadającym konstrukcji dokumentu, do którego się odnoszą.

#### I. NAZIEMNA TELEWIZJA I RADIOFONIA CYFROWA

1. Nadawca podziela opinię KRRiT w kwestii konieczności rozszerzenia zasięgu technicznego telewizji wysokiej rozdzielczości na NTC, równocześnie widząc potrzebę promocji telewizji HD wśród potencjalnych odbiorców. Nie podzielamy natomiast poglądu w sprawie postulowanej przez KRRiT konieczności zmiany systemu nadawania na DVB-T2 i konwersji kanałów do kodowania HEVC w ciągu najbliższych pięciu lat, czemu towarzyszy propozycja wyznaczenia „twardego” terminu switch-offu.
2. Od czasu rozstrzygnięcia konkursu na MUX1 i związanej z tym akcji promocyjnej nakłaniającej społeczeństwo do dostosowania instalacji i urządzeń służących do odbioru naziemnej telewizji

**KINO POLSKA TV S.A.** | tel: +48 22 356 74 00  
ul. Puławska 61 | fax: +48 22 356 74 01  
02-595 Warszawa | e-mail: kontakt@kinopolska.pl  
NIP: 5213248560 | www.kinopolska.pl  
Regon: 015514227

cyfrowej minęło niewiele czasu. W naszej opinii polski rynek – zarówno ze względów finansowych, jak mentalnych – nie jest gotów na poniesienie kosztów w celu ponownej wymiany sprzętu umożliwiającego odbiór NTC w nowym standardzie. Oznacza to, że masowa konwersja całości dotychczasowej bezpłatnej oferty naziemnej telewizji cyfrowej do systemu DVB-T2 może spowodować istotne ograniczenie zasięgu jej dotychczasowego odbioru. Nasze analizy wykazują, że ten uszczerbek penetracji jest niemożliwy do zrekompensowania nawet przez zwiększającą się dostępność odbiorników telewizyjnych nowej generacji. Należy przy tym pamiętać, że zasięg odbioru NTC dotyczy w znacznej mierze gospodarstw domowych o stosunkowo niskim poziomie dochodów.

3. Pragniemy zwrócić uwagę KRRiT na trudne dla rynku doświadczenie związane z budową technicznego zasięgu MUX8 – także w obszarze, gdzie sygnał teoretycznie jest dostępny, jednak w praktyce jest nieodbieralny poprzez zainstalowane wcześniej anteny. Tego typu komplikacje w połączeniu z bardzo wysokim poziomem konkurencji na polskim rynku telewizyjnym powodują, że i tak już zmniejszona przez obecne wysycenie NTC ekonomiczna zdolność nadawców do zapewnienia oferty wysokiej jakości, zostanie jeszcze bardziej ograniczona. Jeśli więc proponowana konwersja systemu nadawania zostałaby przeforsowana regulacyjnie w ciągu najbliższych pięciu lat, będzie to miało – naszym zdaniem – negatywny wpływ na cały rynek.
4. Odnosząc się do problemu zawartości oferty NTC w porównaniu stanu obecnego do projektowanej zmiany: trzeba zauważyć, że o ile konwersja nadawanych obecnie w NTC kanałów w standardzie SD do formatu HEVC HD faktycznie nie powinna zmienić układu kanałów oraz ich ilości (te same kanały w HEVC HD będą potrzebowały podobnych pojemności na multipleksach, co ich wersje MPEG4 SD), o tyle już konwersja nadawanych dzisiaj kanałów MPEG4 HD do standardu HEVC HD uwolni dodatkową przepustowość umożliwiającą wprowadzenie nowych kanałów HD. W naszej opinii dalsze rozbudowywanie oferty bezpłatnej telewizji naziemnej odbędzie się ze szkodą dla rynku i kondycji funkcjonujących na nim podmiotów, zubażając jakość oferty.
5. Mając powyższe na uwadze, Kino Polska stoi na stanowisku, że właściwym krokiem porządkującym dzisiejszy stan rzeczy w obszarze naziemnej telewizji cyfrowej jest przeznaczenie wolnych zasobów częstotliwościowych na wersje HD (MPEG4) nadawanych już obecnie kanałów.
6. Aprobujemy informację, że KRRiT nie planuje „znacznego” rozszerzenia NTC o nowe programy, jednak w celu uniknięcia niejasności interpretacyjnych odnośnie użytego w tym zdaniu słowa „znacznego” wnosimy o uzupełnienie, że ewentualne poszerzenie oferty NTC powinno się odbywać w standardzie DVB-T1 MPEG4. Pozostawiamy przy tym w mocy nasze przedstawione powyżej argumenty przeciwko rozszerzaniu oferty FTA w NTC.
7. W sprawie uruchomienia kolejnego multipleksu - MUX5 - konsekwentnie uważamy, że w jego ofercie powinny się znaleźć wersje HD kanałów już obecnych naziemnie, ale w formacie DVB-T1 MPEG4. Nie podzielamy założenia KRRiT, że przeformatowanie istniejących już programów do nowszego standardu nadawania i kodowania będzie czynnikiem przesądającym o decyzjach konsumentów w sprawie zakupu nowego sprzętu do odbioru NTC.

8. Kwestia warunków technicznych dla odbiorników telewizyjnych stanowi w projekcie Strategii integralną część koncepcji wdrożenia w ciągu najbliższych pięciu lat systemu DVB-T2 i wyznaczenia w związku z tym terminu zakończenia emisji w dotychczasowym standardzie na rok 2022. Procesowi temu ma towarzyszyć wymiana kanałów w NTC w związku z nowym przeznaczeniem pasma 700 MHz. Niezależnie od przedstawionych powyżej argumentów oceniających krytycznie przedstawiony w Strategii plan przejścia rynku na system DVB-T2, pragniemy zwrócić uwagę, że sprawa wymogów technicznych dla odbiorników służących do odbioru telewizji cyfrowej ma już swoją dobrą historię opartą na współpracy administracji państwowej, regulatorów rynku, izb gospodarczych i przedsiębiorców, w tym producentów sprzętu oraz nadawców i operatorów. Byłoby rzeczą właściwą powrócić do tamtego modelu konsultacji i współpracy, który odniósł sukces u zarania procesu cyfryzacji. Na marginesie tego zagadnienia zwracamy uwagę, że przykład MUX8, na którym programy nadawane są w paśmie VHF, co w przypadku wielu gospodarstw domowych wymaga dodatkowej instalacji antenowej, pokazuje, że odbiorcy nie są samoczynnie skłonni do nowych inwestycji w tym zakresie.
9. Jako dyskusyjny oceniamy zawarty w projekcie Strategii pogląd, że skoro odbiorca w Polsce ma dostęp do bogatej oferty płatnych serwisów VOD, to NTC powinna pozostać w całości bezpłatna. Proponujemy to zagadnienie pozostawić w formie pytania otwartego, bez przesądzenia ostatecznej odpowiedzi.
10. W sprawie radiofonii cyfrowej w standardzie DAB+ z uwagą obserwujemy dotychczasowe doświadczenia w tej dziedzinie, których rezultaty dalekie są od rynkowego sukcesu. Dlatego zgadzamy się, że nie należy na tym etapie wyznaczać daty zakończenia transmisji sygnału radiowego w wersji analogowej /UKF/. Dalszy plan rozwoju naziemnej radiofonii cyfrowej powinien podążać śladem tych europejskich rynków, na których proces cyfryzacji jest bardziej zaawansowany.

## II. NOWE MEDIA (INTERNET)

1. W tej części projekt Strategii KRRiT wymaga uzupełnienia i doprecyzowania. W obszarze Internetu bardzo często dochodzi do kolizji norm prawnych obowiązujących w skali międzynarodowej i krajowej. Regulacja tego rynku w obrębie Unii Europejskiej zmierza w stronę uzgodnienia podstawowych zasad jednakowych dla państw członkowskich. Hasło wyrównywania szans dla podmiotów polskich i zagranicznych wymaga dopowiedzenia, jakimi metodami KRRiT zamierza ten cel osiągnąć. Uczestnictwo w pracach nad nowelizacją Dyrektywy o Audiowizualnych Usługach Medialnych /DAUM/ jest dobrą okazją do uporządkowania przepisów w polskich ustawach w celu ich zharmonizowania z prawem europejskim.

### III. MEDIA PUBLICZNE

1. Podzielamy pogląd, że ustawowa definicja misji publicznej w TVP jest zbyt szeroka i mało precyzyjna oraz, że polskie przepisy na temat zasad udzielania pomocy publicznej dla tego nadawcy wymagają pełnego dostosowania do zasad obowiązujących w UE. Debata w tej sprawie to swoisty kontekst konsultacji projektu Strategii KRRiT w związku z zapowiadanyimi projektami ustaw o abonamencie rtv. Dyskutując na temat form finansowania TVP należy powrócić do koncepcji polegającej na usprawnieniu poboru abonamentu przy jednoczesnej redukcji obecności TVP na rynku reklamy. Tego w propozycji Strategii brakuje i dlatego wnosimy o podjęcie tego wątku w wyniku niniejszych konsultacji.
2. Jesteśmy zwolennikami poszerzania dostępu do dóbr kultury w różnych, wspieranych przez państwo formach dostępu. Popieramy także zaangażowanie nadawcy publicznego w proces digitalizacji zasobów archiwalnych - zwracając jednocześnie uwagę, że środki publiczne w tym procesie powinny być także przeznaczane na wkomponowywanie w te materiały ułatwień odbioru dla osób z dysfunkcją wzroku i słuchu. Mając na uwadze interes publiczny, zwracamy się do KRRiT z prośbą o zapewnienie transparentnego dostępu wszystkich zainteresowanych uczestników rynku do materiałów archiwalnych sprzed 1993 r., które nie weszły w skład majątku TVP, a którymi nadawca ten administruje na mocy umowy użyczenia. Sprawa ta jest kluczowa dla zapewnienia dostępu szerokiej współczesnej polskiej widowni do dziedzictwa polskiej twórczości audiowizualnej. Postulujemy, aby ten punkt stał się jednym z zasadniczych elementów Strategii KRRiT.

### IV. OCHRONA PLURALIZMU W MEDIACH

1. Polskie przepisy dotyczące dozwolonej prawem struktury własności w mediach ewoluowały od państwowego monopolu poprzez stopniową liberalizację, aż do kształtu współczesnego. Dostępne wyniki badań rynku dowodzą, że nie ma obecnie w Polsce zagrożenia dla konkurencji i pluralizmu w mediach. Brakuje też pogłębionych badań analizujących relacje pomiędzy strukturami właścicielskimi a treścią przekazów. Jak się wydaje, byłoby rzeczą pożyteczną, aby u zarania debaty takie badania zlecić i przeprowadzić, włączając w nie także media, których właścicielem jest państwo i instytucje wyznaniowe. Postulujemy, by KRRiT rozważyła zainicjowanie tego typu analizy rynku.
2. Prosimy o wyjaśnienie, jak zaprezentowane w projekcie Strategii pomysły ograniczające swobodę gospodarczą przedsiębiorców medialnych w dziedzinie obrotu tytułami własności, czy dostępu do rynku reklamy, miałyby skutkować dla rynku, który ukształtował się przed wejściem w życie tych przepisów?
3. Nasze wątpliwości budzi koncepcja skonstruowania odrębnych kryteriów i procedury badania procesów koncentracji na rynku mediów wobec zasad obowiązujących we wszystkich pozostałych dziedzinach gospodarki. Jest to zamysł ryzykowny, o ile nie zostanie wkomponowany

w całościowy system prawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Instytucją właściwą do badania stopnia koncentracji jest UOKiK. KRRiT ma kompetencje do oceny stopnia ewentualnego zagrożenia pluralizmu. Obie instytucje uzupełniają się kompetencyjnie, ale nie mogą zastępować się, ponieważ grozi to zamieszczeniem definicyjnym, jak choćby w kwestii określenia rynków właściwych, czy opisu kryteriów, jakimi należy posługiwać się analizując pozycję przedsiębiorców w świecie multimedialnym.

4. Propozycja rozszerzenia kompetencji KRRiT w dziedzinie zapobiegania krzyżowej koncentracji własności jest naszym zdaniem kontrowersyjna. Od analizy tego typu powinien pozostać Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Nie ma natomiast przeszkód, by KRRiT na gruncie obowiązującego prawa prowadziła - samodzielnie lub zlecając na zewnątrz - przeglądy rynków w oparciu o informacje dostępne do granicy dopuszczalności obowiązującym aktualnie prawem.
5. Z perspektywy rynku kluczowa jest rola KRRiT jako regulatora, który dba o rynek pod kątem ochrony wolności słowa, niezależności nadawców i interesu publicznego w mediach. Nie jest jasne, dlaczego KRRiT arbitralnie gotowa jest uznać, że w dziedzinie mediów pozycja znaczącą osiągnie podmiot, gdy przekroczy 30% udziału na jednym z wyszczególnionych rynków, podczas gdy w pozostałej części gospodarki ta granica wyznaczona została ustawowo na poziomie 40%. Ta kwestia wymaga doprecyzowania, jak miałyby wyglądać ostatecznie wzór do badania rynku i kto miałby kompetentnie to badać?

## V. NADZÓR REGULACYJNY

1. W opinii Kino Polska kierunek myślenia w stronę samo- i współregulacji jest właściwy. Określenie roli KRRiT w tych praktykach jest otwartą kwestią – być może wystarczy odwołać się do praktyki, bez potrzeby regulacji tej sprawy w ustawie. Dotychczasowe doświadczenie rynku jest dobre, czego przykładem jest wprowadzenie ułatwień w odbiorze dla osób z dysfunkcją wzroku i słuchu, czy też ograniczenie emisji reklam produktów żywnościowych zawierających substancje szkodliwe dla osób nieletnich.
2. Kino Polska stoi na stanowisku, iż Strategia powinna być skorelowana z zasadniczym kierunkiem polityki państwa w dziedzinie mediów. Powinna zatem uwzględniać również aktualnie toczące się procesy legislacyjne. W odniesieniu do ostatnich propozycji legislacyjnych podkreślamy jednak, iż o ile popieramy usprawnienia w systemie poboru abonamentu, to jakiegokolwiek rozwiązania w tym zakresie nie powinny godzić w równowagę rynku poprzez naruszenie praw operujących na nim podmiotów oraz praw abonentów, w tym prawa ochrony danych osobowych. Ponadto, w kontekście próby przeforsowania obowiązku raportowania o posiadaniu odbiorników telewizyjnych tylko przez abonentów telewizji płatnej, omawiane usprawnienia powinny zostać wprowadzone z pełnym poszanowaniem zasady równości wszystkich obywateli wobec prawa. Należy również zwrócić uwagę na planowane zmiany w ustawie prawo przedsiębiorców oraz zmiany innych ustaw. Mamy tu na myśli art. 28 projektu ustawy o radiofonii i telewizji oraz art. 10 ustawy o prawie prasowym.

<b>KINO POLSKA TV S.A.</b>	tel: +48 22 356 74 00
ul. Puławska 61	fax: +48 22 356 74 01
02-595 Warszawa	e-mail: kontakt@kinopolska.pl
NIP: 5213248560	www.kinopolska.pl
Regon: 015514227	

3. Odnosząc się do ostatniej konsultowanej kwestii, jaką są standardy i metody badań odbioru, trudno wskazać przykłady europejskich rynków medialnych, które mogłyby stanowić wzór dla wdrożenia takiej koncepcji aktywnej roli regulatora rynku. Regułą jest, że kwestia standardów i metod badań odbioru na rynkach audiowizualnych to domena uzgodnień pomiędzy nadawcami, firmami badawczymi i przedsiębiorcami działającymi na rynkach reklamowych. Rynek badań odbioru jest wyjątkowo czuły na zarzuty niezetelności pomiarów i pracuje optymalnie w warunkach konsensusu zapewniającego stronom gry rynkowej jednakowy poziom zaufania do danych.

2 porównaniem,



Bogusław Kisielewski  
Prezes Zarządu



Marcin Kowalski  
Członek Zarządu

**"KINO POLSKA TV" S.A.**  
02-595 Warszawa  
ul. Puławska 61  
Regon: 015514227, NIP: 521-32-48-560

**KINO POLSKA TV S.A.** | tel: +48 22 356 74 00  
ul. Puławska 61 | fax: +48 22 356 74 01  
02-595 Warszawa | e-mail: kontakt@kinopolska.pl  
NIP: 5213248560 | www.kinopolska.pl  
Regon: 015514227