



PRZEWODNICZĄCY
Krajowej Rady Radiofonii
i Telewizji

Warszawa, 24 września 2014 r.

Kreit-156/2014-decyzja wr 10/2014

DECYZJA NR 10 /2014
z dnia 24 września 2014 roku

TELEWIZJA POLSKA S.A.
ul. J.P. Woronicza 17
00-999 Warszawa

Na podstawie art. 53 ust. 1 w związku z art. 17a ust. 5 pkt 1 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2011 r. Nr 43, poz. 226, z późn. zm., dalej: „ustawa”), a także art. 104 i art. 107 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. 2013, poz. 267 i z 2014 r., poz. 183, dalej: „kpa”)

postanawiam

1. stwierdzić naruszenie przez Telewizję Polską S.A. z siedzibą w Warszawie – Nadawcę programu TVP 1 - art. 17a ust. 5 pkt 1 ustawy;
2. nałożyć na Telewizję Polską S.A. z siedzibą w Warszawie karę pieniężną w wysokości **50.000 zł (słownie: pięćdziesiąt tysięcy złotych).**

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

I.

W celu realizacji zadania ustawowego zapisanego w art. 6 ust. 2 pkt 4 ustawy, na podstawie jej art. 10 ust. 2 pismem z dnia 17 kwietnia 2014 r. (sygn. DM.600.74.2014) zwrócono się do Telewizji Polskiej S.A. (dalej: „Nadawca”) z prośbą o przesłanie nagrań programu TVP 1 wyemitowanego w dniu 24 marca br. w godz. 17:00 - 19:00.

Analiza przesłanych przez Nadawcę wraz z pismami z dnia 25 kwietnia i 28 maja 2014 r. materiałów emisyjnych oraz kopii umów związanych z lokowaniem produktu wykazała, że w 2560 odcinku serialu „Klan” doszło do naruszenia art. 17a ust. 5 pkt 1 ustawy czyli nadmiernej ekspozycji lokowanego produktu, polegającej na sztucznym, nienaturalnym wkomponowaniu w treść audycji sceny zawierającej wątek smarowania smalczykiem roślinnym i jedzenia kromki chleba przez jej bohaterów. Widz może odnieść wrażenie, że dialog bohaterów skonstruowany został w celu prezentacji produktu „Smakowita pajda”, zaś odniesienia do zasadniczej treści audycji i relacji wzajemnych bohaterów są jedynie jej tłem i pretekstem.

Na początku i na końcu odcinka audycja oznaczona została znakami graficznymi: „Audycja zawiera lokowanie produktu” i „Audycja zawierała lokowanie produktu”. W napisach końcowych zawarta została informacja: „W audycji ulokowano produkty marki Smakowita, których producentem są Zakłady Tłuszczowe »Kruszwica« SA”. Treść analizowanej sceny przedstawia się następująco:

Scena godz.18:10:52 – 18:12:29 (*kuchnia w mieszkaniu, rozmowa dwojga młodych osób po stłuczce samochodowej spowodowanej przez bohaterkę*)

Ona: Możesz sprawdzić, czy jest masło?

On: Ale jest...twarde jak kamień.

Ona: Ooh, akurat skończył się smalec cioci Stasi.

On: Ale...a próbowałaś to? (*równocześnie kadrowanie zbliżeniowe – pierwszy plan, pojemnik z nazwą „Smakowita pajda”*)

Ona: Sklepowe? Nie, dzięki.

On: A ja spróbuję. (*w planie pierwszym, centralnie widok smarowidła doskonale się rozmawiającego na kromce chleba*)

On: Dąsasz się jeszcze?

Ona: Wiesz co, trudno jest mi zapomnieć w pięć minut, że mój facet mówi, że jestem ślepotą.

On: No Olka, ale przecież mówiłem ci, że to było w nerwach.

Ona: Ale bo co, bo samochód jest ważniejszy ode mnie.

On: (*jedząc kanapkę*) Nie jest, ty jesteś najważniejsza. A samochód jest zaraz po tobie. (*Podchodzi do Niej, a następnie wręcza kromkę chleba*) Masz, spróbuj...gryza.

Ona: Umm, prawie jak od cioci Stasi.

On: (*uśmiechając się*) Prawda? A to...smalczyk roślinny, tak tu napisali (*jednocześnie ekspozycja pokrywki pudełka z nazwą „Smakowita pajda” w ręku bohatera*). Proszę bardzo (*On podając Jej kromkę posmarowaną smalczykiem*). Na zgodę. Daję ci to co mam najlepszego.

Ona: *(z uśmiechem)* Dziękuję, ale następnym razem masz policzyć do dziesięciu, zanim coś mi powiesz. *(je kanapkę)*

On: Następnym razem pousuwam kosze.

Ona: *(nadal jedząc)* Już dzisiaj powinieneś o tym pomyśleć.

On: *(patrząc na bohaterkę jedzącą kanapkę)* Jeszcze jedną?

Ona: *(uśmiechając się)* Poproszę.

On: Dostanę buziaka? *(Całują się, Ona przegryza kanapkę ze smalczykiem)*

Ponieważ ustawa nie definiuje pojęcia „nadmierna ekspozycja”, ani kryteriów, jakimi należy się kierować przy jej ocenie KRRiT posiłkuje się w tym zakresie treścią komunikatu interpretacyjnego Komisji Europejskiej z 28 kwietnia 2004 r. w sprawie niektórych aspektów przepisów o reklamie telewizyjnej w dyrektywie o telewizji bez granic (2004/C 102/02). Jego pkt 33, który zawiera opis nadmiernej ekspozycji stwierdza m.in., że: „Ten nieuzasadniony charakter może wynikać z powtarzającej się obecności danej marki, towaru lub usługi lub ze sposobu, w jaki jest ona prezentowana i się pojawia. W związku z tym należy wziąć pod uwagę treść audycji (np. film telewizyjny, audycja informacyjna), w których dana marka, towar lub usługa się pojawia” (podkr. Organu). Dr Krzysztof Wojciechowski w swym komentarzu do art. 17a ust. 5 pkt 1 ustawy stwierdza: „Niedozwolone jest nie każde eksponowanie produktu, tylko eksponowanie nadmierne. O nadmierności mówić można wówczas, gdy eksponowanie nie jest uzasadnione względami redakcyjnymi typowymi dla danej kategorii audycji, jest rażące w danym kontekście, wydaje się »nie na miejscu« (O. Castendyk, w: European Media Law, s. 917)” [S. Piątek (red), W. Dziomdziora, K. Wojciechowski „Ustawa o radiofonii i telewizji. Komentarz”, Warszawa 2014, str. 209] – podkr. Organu.

Nawet biorąc pod uwagę fakt, że lokowanie produktu kwalifikowane jest do kategorii przekazów handlowych o jednoznacznej konotacji promocyjnej nie można uznać za dopuszczalne sztuczne konstruowanie scenariusza audycji w taki sposób, iż celem nadrzędnym staje się prezentacja lokowanego produktu. Konsekwencją powyższych uwag jest uznanie omawianego przypadku za przejaw nadmiernej ekspozycji produktu, co zgodnie z art. 17a ust. 5 pkt 1 ustawy jest zakazane.

Pismem z dnia 9 czerwca 2014 r. (sygn. DM.600.74.2.2014) zawierającym wnioski z ww. analizy, Organ poinformował Nadawcę o wszczęciu z urzędu postępowania w sprawie ukarania Nadawcy na podstawie art. 53 ust. 1 ustawy, a następnie pismem z 26 czerwca 2014 r. (sygn. DM.600.74.3.2014) - działając w trybie art. 10 § 1 kpa - w celu zapewnienia stronie możliwości czynnego udziału w każdym stadium postępowania, poinformował o prawie Nadawcy do wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszonych żądań w terminie 7 dni od daty otrzymania zawiadomienia, jak również o fakcie, iż po tym terminie zostanie podjęta decyzja w sprawie.

W piśmie z dnia 3 lipca 2014 r. spółka Telewizja Polska S.A. przesłała wyjaśnienia w sprawie. **Stwierdziła m.in.** jednoznacznie, że - cyt.: „*TVP S. A. przyznaje rację KRRiT, iż w odcinku nr 2560 serialu „Klan” emitowanym w dniu 24 marca 2014 r. doszło do nadmiernej*

ekspozycji lokowanego produktu, którym był smalec roślinny „Smakowita Pajda” wyprodukowany przez Zakłady Tłuszczowe „Kruszwica S. A.”.

Poinformował również, że: „Zaistniała sytuacja miała miejsce w czasie, w którym w TVP odbywała się produkcja bardzo wielu seriali i audycji, w których lokowano produkty. Związane to było z koniecznością udziału pracowników Biura Reklamy na planie tych produkcji, w celu nadzorowania lokowania produktu, a następnie kolaudacji tych audycji. Niestety na planie serialu „Klan” nie było przedstawiciela TVP, ponieważ producent nie wyraża zgody na ich obecność podczas produkcji. (...)kolaudacja tego odcinka serialu miała miejsce w dniu 11 marca br., tj. przed spotkaniem z przedstawicielami KRRiT, które odbyło się w dniu 20 marca 2014 r. w siedzibie Biura Reklamy TVP. Celem spotkania było omówienie dokonanego przez TVP lokowań produktów w serialu „Rodzinka.pl” i „Boscy w sieci” i generalne wskazanie zasad, jakimi należy się kierować przy lokowaniu. (...) Po ww. spotkaniu radcowie prawni przeszkolili pracowników Biura Reklamy odpowiedzialnych za lokowanie produktu, w celu zapoznania ich ze stanowiskiem KRRiT w tym zakresie. Ponadto Dyrekcja Biura Reklamy podjęła decyzję o zmianie zasad organizacji kolaudacji audycji zawierających lokowanie produktu i aktywniejsze włączenie do tej procedury prawników. W ocenie TVP, gdyby kolaudacja odc. 2560 serialu „Klan” odbyła się już po spotkaniu z KRRiT zaistniała sytuacja nie miałaby miejsca.” **Tym samym należy uznać, że także Nadawca przyznał, iż w przedmiotowej audycji doszło do naruszenia art. 17a ust. 5 pkt 1.**

II.

Działając na podstawie art. 53 ust. 1 ustawy, w związku ze stwierdzeniem naruszenia przepisu jej art. 17a ust. 5 pkt 1 - **postanowiono jak w sentencji.**

Zgodnie z art. 53 ust. 1 ustawy, jeżeli nadawca narusza obowiązek wynikający z przepisu art. 17a ust. 5 pkt 1 ustawy Przewodniczący Krajowej Rady wydaje decyzję nakładającą na nadawcę karę pieniężną w wysokości do 50 % rocznej opłaty za prawo do dysponowania częstotliwością przeznaczoną do nadawania programu. Opłata ta w przypadku programu TVP 1 w roku 2014 wynosi 987 760 zł (słownie: dziewięćset osiemdziesiąt siedem tysięcy siedemset sześćdziesiąt złotych). W związku z powyższym górna granica kary mogła wynieść 493 880 zł (słownie: czterysta dziewięćdziesiąt trzy tysiące osiemset osiemdziesiąt złotych). Kara w wysokości 50.000 zł (słownie: pięćdziesiąt tysięcy złotych) 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 po uwagę, że w latach 2004 - 2014 spółka Telewizja Polska S.A. była za naruszenie przepisów ustawy, na mocy decyzji Przewodniczącego KRRiT, karana czternastokrotnie, w tym jednaście decyzji dotyczyło naruszenia przepisów regulujących rozpowszechnianie przekazów handlowych. W opinii Organu dotychczasowe naruszenia były częste. Na wysokość kary wpłynęła również przekazana przez Nadawcę informacja o działaniach podjętych w celu zapobieżenia tego rodzaju

naruszeniom, w tym o odpowiednim przeszkoleniu pracowników Biura Reklamy Nadawcy odpowiedzialnych za lokowanie produktu, w celu zapoznania ich ze stanowiskiem KRRiT w tym zakresie oraz o zmianie zasad organizacji kolaudacji audycji zawierających lokowanie produktu.

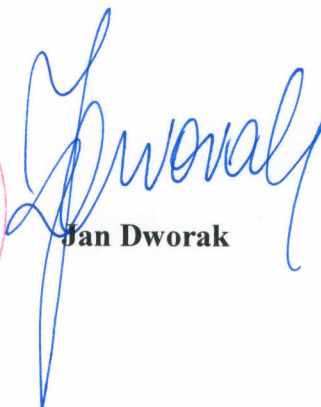
Przy ocenie zakresu i stopnia szkodliwości naruszenia uwzględniono fakt dokonania naruszenia w audycji emitowanej w paśmie popołudniowym, które charakteryzuje się znaczną oglądalnością, w programie ogólnodostępnym, rozpowszechnianym nieodpłatnie na obszarze całego kraju przez nadawcę publicznego, wobec którego powinny być stosowane standardy najwyższej jakości programu. Organ wziął pod uwagę także rodzaj naruszonych dóbr i obowiązków stwierdzając, że Nadawca dokonał w ten sposób komercjalizacji treści audycji, a także stworzył możliwość wprowadzenia publiczności w błąd co do charakteru przekazu. Ograniczenia w zakresie przekazów handlowych mają zasadnicze znaczenie dla jakości odbioru programów przez widzów.

Ocenione zostały również możliwości finansowe Nadawcy, w tym fakt, że w 2013 r. spółka Telewizja Polska S.A. osiągnęła przychody ogółem w wysokości 1 430 239 957 zł (słownie: miliard czterysta trzydzieści milionów dwieście trzydzieści dziewięć tysięcy dziewięćset pięćdziesiąt siedem złotych).

Z uwagi na powyższe została wymierzona kara w wysokości 50.000 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 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 Polska SA
2. Departament Budżetu i Finansów w Biurze KRRiT
3. Departament Mediów Publicznych
4. Departament Monitoringu w Biurze KRRiT
5. Departament Regulacji w Biurze KRRiT
6. a/a