



PRZEWODNICZĄCY
Krajowej Rady Radiofonii
i Telewizji

Warszawa, 25 października 2013 r.

KRRiT 219/2013-decyzja nr 7/2013

DECYZJA NR 7/2013
z dnia 25 października 2013 roku

ESKA TV S.A.
ul. Jubilerska 10
04-190 Warszawa

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., dalej: ustawa), § 11 ust. 2 rozporządzenia KRRiT z dnia 30 czerwca 2011 r. w sprawie sposobu prowadzenia w programach radiowych i telewizyjnych działalności reklamowej i telesprzedaży (Dz.U. Nr 150, poz. 895, z późn. zm.), wydanego na podstawie art. 16 ust. 7 ustawy, § 5 ust. 2 pkt 5 i 6 rozporządzenia KRRiT z dnia 6 lipca 2000 r. w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów (Dz.U. Nr 65, poz. 785, z późn. zm.), wydanego na podstawie art. 17 ust. 8 ustawy, a także art. 104 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. 2013, poz. 267)

postanawiam

1. Stwierdzić naruszenie przez spółkę ESKA TV S.A. z siedzibą w Warszawie przy ulicy Jubilerskiej 10 art. 16 ust. 3 ustawy, § 11 ust. 2 rozporządzenia KRRiT z dnia 30 czerwca 2011 r. w sprawie sposobu prowadzenia w programach radiowych i telewizyjnych działalności reklamowej i telesprzedaży (Dz.U. Nr 150, poz. 895, z późn. zm.) oraz § 5 ust. 2 pkt 5 i 6 rozporządzenia KRRiT z dnia 6 lipca 2000 r. w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów (Dz.U. Nr 65, poz. 785, z późn. zm.);
2. nałożyć na spółkę ESKA TV S.A. z siedzibą w Warszawie przy ulicy Jubilerskiej 10 karę pieniężną w wysokości **10.000 zł (słownie: dziesięć 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 5 czerwca 2013 r. (sygn. DM.600.34.2013) zwrócono się do ESKA TV S.A. z prośbą o przesłanie następujących materiałów dotyczących programu pod nazwą „ESKA TV” – koncesja nr 411/2009-T:

- nagrań programu wyemitowanego w dniach i godzinach jak niżej:
25 maja br. w godz. 14:00 – 15:00;
26 maja br. w godz. 8:00 – 9:00;
27 maja br. w godz. 8:00 – 9:00;
28 maja br. w godz. 18:00 – 19:00
- ewidencji reklam i telesprzedaży, wyemitowanych w dniach i godzinach jw., zawierającej dane określone w § 11 ust. 2 rozporządzenia KRRiT z dnia 30 czerwca 2011 r. w *sprawie sposobu prowadzenia w programach radiowych i telewizyjnych działalności reklamowej i telesprzedaży* (Dz.U. Nr 150, poz. 895, z późn. zm.) – dalej jako: „rozporządzenie ws. reklamy”;
- nagrań oznaczeń sponsorów audycji sponsorowanych, wyemitowanych w dniach 22 – 28 maja br.;
- ewidencji audycji sponsorowanych wyemitowanych w dniach 22 – 28 maja br., wg wzoru określonego w § 5 ust. 2 rozporządzenia KRRiT z dnia 6 lipca 2000 r. w *sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów* (Dz.U. Nr 65, poz.785 z późn. zm.) – dalej jako: „rozporządzenie ws. sponsoringu”;
- ewidencji audycji zawierających lokowanie produktu, wg wzoru określonego w § 4 ust. 2 rozporządzenia KRRiT z dnia 30 czerwca 2011 r. w sprawie szczegółowych warunków lokowania produktów (Dz. U. z 2011 r. Nr 161, poz. 977), wyemitowanych w dniach 22 – 28 maja br.

Analiza przesłanych przez Nadawcę w dniu 14 czerwca 2013 r. wyżej opisanych materiałów (3 płyty DVD) oraz będących w posiadaniu KRRiT raportów niezależnego instytutu badawczego AGB Nielsen Media Research Sp. z o.o. wykazała, że:

1. dnia 25 maja br., w godz. 14:00 – 15:00 Nadawca - wg przesłanej ewidencji reklam i telesprzedaży - wyemitował 655 sek. reklam, natomiast wg danych posiadanych przez KRRiT łączna długość bloków reklamowych w tej godzinie zegarowej wynosiła 835 sek. W paśmie tym Nadawca rozpowszechnił również 62 sek. przekazów autopromocyjnych (o godz. 14:21:37 – 20 sek. i o godz. 14:55:55 - 42 sek.), które na mocy art. 4 pkt.17 ustawy zaliczane są do reklamy. Łącznie wyemitowanych zostało **897 sek. reklam**, co stanowi **przekroczenie limitu określonego w art.16 ust. 3 ustawy o 177 sek.** Ewidencja nie zawiera informacji o bloku reklamowym o długości 234 sek., wyemitowanym w godz. 14:00:11 – 14:04:04 oraz ww. autopromocji (**naruszenie § 11 ust. 2 rozporządzenia ws. reklamy**);
2. dnia 26 maja br., w godz. 8:00 – 9:00 Nadawca – wg ewidencji reklam i telesprzedaży - wyemitował 720 sek. reklam, natomiast wg danych posiadanych przez KRRiT łączna długość bloków reklamowych w tej godzinie zegarowej wynosiła **956 sek.** co stanowi **przekroczenie limitu określonego w art.16 ust. 3 ustawy o 236 sek.** Ewidencja nie zawiera informacji o bloku reklamowym o długości 236 sek., wyemitowanym w godz. 8:00:04 – 8:04:01 (**naruszenie § 11 ust. 2 rozporządzenia ws. reklamy**);
3. dnia 27 maja br., w godz. 8:00 – 9:00 Nadawca – wg ewidencji reklam i telesprzedaży - wyemitował 720 sek. reklam, natomiast wg danych posiadanych przez KRRiT łączna długość bloków reklamowych w tej godzinie zegarowej wynosiła **883 sek.** co stanowi **przekroczenie limitu określonego w art.16 ust. 3 ustawy o 163 sek.** Ewidencja nie uwzględnia bloku reklamowego o długości 163 sek. wyemitowanego w godz. 8:00:05 – 8:02:49 (**naruszenie § 11 ust. 2 rozporządzenia ws. reklamy**);
4. dnia 28 maja br., w godz. 18:00 – 19:00 (nadesłane nagranie rozpoczyna się o godz. 18:02, brak w jego części pierwszej zegara emisyjnego, oznaczenie czasu na podstawie raportu AGB Nielsen Media Research Sp. z o.o.) Nadawca – wg ewidencji reklam i telesprzedaży - wyemitował 690 sek. reklam, natomiast wg danych posiadanych przez KRRiT łączna długość bloków reklamowych w tej godzinie zegarowej wynosiła **838 sek.** W paśmie tym Nadawca rozpowszechnił również 22 sek. autopromocji (o godz. 18:16:24). Łącznie wyemitowanych zostało **860 sek. reklam**, co stanowi **przekroczenie limitu określonego w art.16 ust. 3 ustawy o 140 sek.** Ewidencja nie uwzględnia bloku reklamowego o długości 148 sek. wyemitowanego w godz. 18:00:02 – 18:02:30 (**naruszenie § 11 ust. 2 rozporządzenia ws. reklamy**).

5. przesłana ewidencja audycji sponsorowanych nie zawiera danych dotyczących przedmiotu zasadniczej działalności sponsorów oraz dat i godzin emisji zapowiedzi emisji, co stanowi **naruszenie § 5 ust. 2 pkt 5 i 6 rozporządzenia ws. sponsoringu;**

W związku z powyższym, pismem z dnia 10 lipca 2013 r. (sygn. DM.34.1.2013) zawierającym ww. wykaz naruszeń, organ poinformował Nadawcę o wszczęciu z urzędu, w trybie art. 61 § 4 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. kodeksu postępowania administracyjnego (Dz. U. 2013 poz. 267) postępowania w sprawie ukarania Nadawcy na podstawie art. 53 ust. 1 ustawy.

Pismem z dnia 17 lipca 2013 r. (ozn. „Dotyczy sygn.DM.600.34.1.2013”) Nadawca przesłał do KRRiT wyjaśnienia w przedmiotowej sprawie wraz z materiałami audiowizualnymi (całodzienne „szpiegi” z 25, 26, 27 i 28 maja br., poprawiona ewidencja audycji sponsorowanych – 10 płyt DVD). Stwierdza w nim, że w skali doby nie było żadnych przekroczeń czasów reklam, a wykazane w piśmie organu (przywołanym w sygnaturze, zawierającym wykaz naruszeń) przekroczenia w poszczególnych godzinach były wynikiem błędu – przesunięcia emisji bloku reklamowego z godziny poprzedzającej. Np. 25 maja w paśmie 14.00 – 15.00 wyemitowano reklamy z godziny poprzedzającej czyli 13.00. Wg Nadawcy w każdym przypadku blok reklamowy, który na skutek błędu przechodził do emisji na godzinę następną był zgodny z prowadzoną przez niego ewidencją reklam. Nadawca poinformował, że oprogramowanie do planowania reklam w telewizji ESKA TV nie pozwala na umieszczenie reklam w wymiarze przekraczającym 720 sek. reklam w godzinie programu. Stwierdził, cyt.: „Analizując zarzuty KRRiT można wyciągnąć wniosek, że ESKA TV świadomie przekracza długość bloków reklamowych i zamiast wykazanych w ewidencji trzech gra cztery bloki reklamowe w godzinie. To oczywista nieprawda, gdy przeanalizuje się nie wybraną godzinę, ale całą dobę lub tylko godzinę poprzedzającą tą, w której wykazano nieprawidłowości. Niestety nie wiemy skąd wzięły się przesunięcia w skali godziny, a nie całej doby? Z naszych ustaleń wynika, że może to być błąd zegara systemowego, powodujący przesunięcia w emisji poszczególnych pozycji ramówki”. Poinformował o podjętych w związku z powyższą sytuacją działaniach (instalacja dodatkowego oprogramowania: modułu synchronizacji czasu i systemu, który w przypadku przesunięć pozycji ramówki w okolicach pełnej godziny dokonania skrócenia wcześniejszych pozycji programowych tak, aby emisja bloku reklamowego kończyła się zawsze przed zakończeniem 59 minuty i 59 sekundy).

W sprawie stwierdzonych braków danych dotyczących przedmiotu zasadniczej działalności sponsorów oraz dat i godzin emisji zapowiedzi audycji w nadesłanej ewidencji audy-

cji sponsorowanych Nadawca poinformował, że traffic manager odpowiedzialna za jej przygotowanie „...była przekonana, że sama nazwa Polpharma wystarczy, by zorientować się, że chodzi o leki, czy że Kompania Piwowarska jest producentem piwa.”

W konkluzji Nadawca, odwołując się do załączonych do pisma materiałów stwierdził, że w kontekście całej doby nie było przekroczeń czasów reklamowych, a wykazane w monitoringu przekroczenia czasów reklam w wykazanych godzinach są w rzeczywistości ostatnimi blokami reklamowymi w godzinach poprzedzających. Poprawiono również ewidencję audycji sponsorowanych.

W odpowiedzi na powyższe wyjaśnienia organ w piśmie z dnia 1 sierpnia 2013 r. (sygn. DM.600.34.2.2013) poinformował Nadawcę, że:

- wszystkie opisane w ww. piśmie DM.600.34.1.2013 z 10 lipca br. przypadki naruszenia limitu określonego w art. 16 ust. 3 ustawy, znajdują potwierdzenie zarówno w przesłanych przez Nadawcę 14 czerwca i 17 lipca br. nagraniach programu, jak i szczegółowych wykazach zawartości bloków reklamowych w dniach i godzinach, będących przedmiotem kontroli, przygotowanych przez niezależny instytut badawczy - AGB Nielsen Media Research Sp. z o.o.;
- obowiązująca ustawa, w brzmieniu nadanym przez ustawę z dnia 25 marca 2011 r. o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2011 Nr 85, poz.459) nie przewiduje dobowego rozliczania czasu rozpowszechniania reklam. Jej art. 16 ust.3 stanowi natomiast, że reklama i telesprzedaż nie mogą zajmować więcej niż 12 minut w ciągu godziny zegarowej, który to limit został przekroczony we wszystkich kontrolowanych godzinach emitowanego programu;
- przesłany do KRRiT 14 czerwca 2013 r. wykaz ewidencji reklam narusza § 11 ust. 2 rozporządzenia ws. reklamy ponieważ - w dniach i godzinach, będących przedmiotem kontroli - nie jest zgodny ze stanem faktycznym, nie odzwierciedla rzeczywistego układu bloków reklamowych, realnych godzin ich nadawania oraz właściwego łącznego czasu trwania reklam w godzinie zegarowej;
- bezspornym pozostaje fakt, że przesłana przez Nadawcę w dniu 14.06.2013 r. ewidencja audycji sponsorowanych nie zawiera danych dotyczących przedmiotu zasadniczej działalności sponsorów oraz dat i godzin zapowiedzi emisji, co jest wymogiem ustanowionym w § 5 ust. 2 pkt 5 i 6 rozporządzenia ws. sponsoringu. Argument, że osoba przygotowująca ewidencję była przekonana, iż sama nazwa sponsora wystarczy, aby zorientować się co

do jego przedmiotu zasadniczej działalności nie może stanowić merytorycznego elementu analizy badanego przypadku. Znajomość obowiązującego prawa medialnego, w szczególności ustawy o radiofonii i telewizji oraz rozporządzeń KRRiT, jego stosowanie i przestrzeganie należy do elementarnych obowiązków Nadawcy;

- nadesłana wraz z wyjaśnieniami Nadawcy poprawiona ewidencja audycji sponsorowanych w dalszym ciągu nie zawiera dat i godzin zapowiedzi emisji, nie spełnia więc nadal wymogów określonych w ww. przepisie rozporządzenia ws. sponsoringu;
- organ przyjął do wiadomości wyjaśnienia, iż w wyniku błędu maszyny bloki reklamowe z godziny poprzedzającej zostały przesunięte na godzinę następną. Nie może to jednak stanowić podstawy do niezaliczania ich do limitu godzinowego, właściwego dla faktycznego czasu (rzeczywistej godziny) emisji, a tym samym stwierdzenia braku naruszenia przepisów oraz prawidłowości prowadzonej przez Nadawcę ewidencji emisji reklam. Wyraził również przekonanie, że podjęte przez Nadawcę działania (dodatkowy moduł synchronizacji czasu, uzupełnienie narzędzi komputerowych, uzupełnienie arkusza ewidencji audycji sponsorowanych) pozwolą na zapobieżenie tego rodzaju zjawiskom w przyszłości.

Badanie przesłanych w dniu 17 lipca br. całodziennych „szpiegów” programu z dni 25 – 28 maja br. (10 płyt) nie wniosło żadnych nowych elementów, gdyż w dniach i godzinach będących przedmiotem analizy są tożsame z materiałami nadesłanymi 14 czerwca br.

Mając na uwadze powyższe organ podtrzymał w całości zarzuty naruszenia przepisów, opisane w piśmie z dnia 10 lipca 2013 r. (sygn. DM.600.34.1.2013) oraz, działając w trybie art. 10 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeksu postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2000 r. Nr 98, poz. 1071, z późn. zm.), w celu zapewnienia stronie możliwości czynnego udziału w każdym stadium postępowania, poinformował o prawie Nadawcy do zapoznania się z aktami postępowania i zebrany materiał dowodowy oraz złożenia oświadczenia końcowego w przedmiotowej sprawie w terminie 7 dni od daty otrzymania zaawizowania, jak również o fakcie, iż po tym terminie zostanie podjęta decyzja w sprawie.

W piśmie z dnia 12 sierpnia 2013 r. (ozn. „Sygn.DM.600.34.2.2013”) Nadawca przedstawił końcowe stanowisko w sprawie. Poinformował, że ww. przekroczenia limitów czasu przeznaczonego na reklamę w skali godziny były spowodowane błędem technicznym zegara systemowego. W związku z tym zainstalował dodatkowe środki techniczne (moduł synchronizacji czasu, system operacyjny) pozwalające na zapobieżenie w przyszłości przekraczaniu

limitów reklamowych. Podjął również kroki zmierzające do wyeliminowania błędów w prowadzonej ewidencji audycji sponsorowanych poprzez pouczenie oraz wprowadzenie dodatkowego nadzoru nad działaniami przygotowujących ją osób.

W związku z powyższym, należy stwierdzić, że fakt naruszenia przez ESKA TV S.A. przepisów wskazanych w sentencji decyzji nie budzi wątpliwości. Jednocześnie należy mieć na uwadze, że art. 53 ust. 1 ustawy jako jedyną przesłankę wymierzenia kary pieniężnej na jego podstawie 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. Od odpowiedzialności nie można się również uwolnić poprzez podjęcie czynności mających na celu uniknięcie dokonywania dalszych naruszeń w przyszłości.

II.

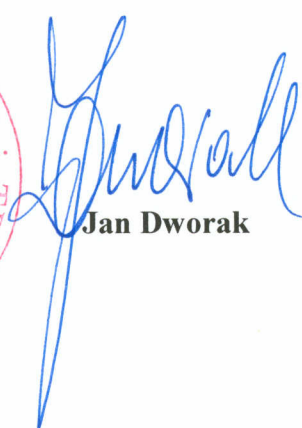
Działając na podstawie art. 53 ust. 1 ustawy, w związku ze stwierdzeniem naruszenia przepisów jej art. 16 ust. 3, § 11 ust. 2 ww. rozporządzenia KRRiT z dnia 30 czerwca 2011 r. *w sprawie sposobu prowadzenia w programach radiowych i telewizyjnych działalności reklamowej i telesprzedaży*, § 5 ust. 2 ww. rozporządzenia KRRiT z dnia 6 lipca 2000 r. *w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów* **postanowiono jak w sentencji.**

Zgodnie z art. 53 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji, jeżeli nadawca narusza obowiązek wynikający z przepisu art.16 ust. 3 ustawy lub z przepisów wydanych na podstawie jej art. 16 ust. 7, a także art. 17 ust. 8 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 pod nazwą „ESKA TV” w roku 2012 wyniosła 57.949,96 zł (słownie: pięćdziesiąt siedem tysięcy dziewięćset czterdzieści dziewięć złotych i dziewięćdziesiąt sześć groszy). W związku z powyższym górna granica kary mogła wynieść 28.974,98 zł (słownie: dwadzieścia osiem tysięcy dziewięćset siedemdziesiąt cztery złote i dziewięćdziesiąt osiem groszy).

Kara w wysokości 10.000 zł (słownie: dziesięć tysięcy złotych) została wymierzona poniżej górnej wysokości z uwzględnieniem przesłanek wskazanych w art. 53. ust.1. Pomimo stwierdzenia szkodliwości naruszeń, wynikającej z ich wymiaru czasowego, wielokrotności i różnorodności, organ określając wymiar kary wziął pod uwagę przyczyny ich zaistnienia (usterki techniczne) oraz zakres podjętych działań, mających im zapobiegać w przyszłości, a także fakt, że w trakcie dotychczasowej działalności Nadawcy nie stwierdzono naruszenia

przez niego prawa w zakresie przestrzegania przepisów regulujących rozpowszechnianie audiowizualnych przekazów handlowych i nie było prowadzone wobec niego żadne postępowanie na podstawie art. 53 ust. 1 ustawy. Ocenione zostały również możliwości finansowe Nadawcy (jego przychody ze sprzedaży w roku 2012 wyniosły 14.551.600 zł – słownie: czternaście milionów pięćset pięćdziesiąt jeden tysięcy sześćset 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. Nr 43, poz. 296 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. ESKA TV S.A.
2. Departament Budżetu i Finansów w Biurze KRRiT
3. Departament Monitoringu w Biurze KRRiT
4. Departament Regulacji w Biurze KRRiT
5. a/a