



Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

Biuletyn Informacyjny

W NUMERZE

Komunikat KRRiT z 28 III 2007 roku w sprawie umorzenia zaległości w opłatach abonamentowych	2
Komunikat KRRiT z 16 I 2007 roku dotyczący statusu uchwał koncesyjnych KRRiT.....	3
Informacje	4
Wprowadzenie	5
Stanowisko KRRiT z dnia 29 stycznia 2007 roku	8
Rozporządzenie KRRiT z 4 stycznia 2007 roku	9
Badania odbioru programów radiowych i telewizyjnych	11
Kontrola działalności reklamowej i sponsorskiej nadawców	14
Perspektywy rozwoju rynku reklamowego w Polsce	17
Media trzeciego sektora w państwach europejskich	24
Przegląd Międzynarodowy KRRiT.....	28
Uchwały KRRiT	35
Posiedzenia KRRiT	46

KOMUNIKAT KRRiT z 28 III 2007 roku
w sprawie umorzenia zaległości w opłatach abonamentowych

W związku z pojawiającymi się artykułami prasowymi informującymi, iż Poczta Polska wezwała do zapłaty zaległości w płatności opłaty abonamentowej wraz z odsetkami osoby, które były zwolnione z tego obowiązku na podstawie przepisów obowiązujących przed wejściem w życie ustawy o opłatach abonamentowych, jednakże utraciły to prawo, gdyż nie złożyły w terminie do dnia 16 grudnia 2005 r. oświadczenia o spełnianiu warunków do korzystania ze zwolnień, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji niniejszym informuje:

W celu ponownego uzyskania prawa do zwolnienia, osoby takie powinny niezwłocznie złożyć w placówce Poczty Polskiej oświadczenie o spełnianiu warunków do korzystania ze zwolnienia oraz właściwe dokumenty. Dokładne informacje w tym zakresie dostępne są w każdej placówce Poczty Polskiej oraz w Biurze Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

Jednocześnie należy złożyć wniosek do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o umorzenie zaległości wraz z odsetkami podając: nr książeczki opłat rtv, okres i kwotę zaległości oraz załączając kserokopię dokumentu, na podstawie którego abonent korzystał ze zwolnienia od opłat abonamentowych, w przypadku osób, które ukończyły 75 lat, wystarczy kserokopia dowodu osobistego. Po otrzymaniu takiego wniosku, z uwagi na charakter przesłanek uprawniających do zwolnienia, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji umorzy w całości zaległości wraz z odsetkami, gdyż przemawiają za tym szczególne względy społeczne

Przewodnicząca
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
Elżbieta Kruk

KOMUNIKAT KRRiT z 16 I 2007 roku
dotyczący statusu uchwał koncesyjnych KRRiT

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przypomina, że uchwały Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji przyjęte na posiedzeniach i dotyczące udzielenia bądź rozszerzenia koncesji są aktami wewnętrznymi i nie rodzą praw i obowiązków wnioskodawców ubiegających się o koncesję.

Postępowanie koncesyjne jest postępowaniem administracyjnym uregulowanym przepisami ogólnymi – ustawą z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2000 r. Nr 98, poz. 1071 z późn. zm.) oraz przepisami szczególnymi – ustawą z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (t.j. Dz. U. z 2004 r. Nr 253, poz. 2531 z późn. zm.). Kwestia wykonalności decyzji administracyjnych uregulowana jest w Kodeksie postępowania administracyjnego.

Koncesja jest decyzją administracyjną organu koncesyjnego – Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Przewodniczący Krajowej Rady podejmuje decyzję w sprawie koncesji na podstawie uchwały – aktu wewnętrznego Krajowej Rady.

Uchwała Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji podjęta na posiedzeniu nie uprawnia do rozpowszechniania programu, gdyż postępowanie koncesyjne nie jest zakończone.

Rozpowszechnianie programu przed zakończeniem postępowania koncesyjnego jest naruszeniem przepisów ustawy o radiofonii i telewizji i podlega odpowiedzialności prawnej.

Przewodnicząca
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
Elżbieta Kruk

INFORMACJE

29 marca 2007 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji rozpatrzyła projekt Sprawozdania z rocznego okresu działalności oraz projekt Informacji o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2006 roku. Krajowa Rada podjęła uchwałę o przyjęciu tych dokumentów i przedstawieniu ich, zgodnie z ustawą o radiofonii i telewizji, Sejmowi, Senatowi, Prezydentowi RP oraz Prezesowi Rady Ministrów.

WPROWADZENIE

W dniu 30 marca 2007 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przekazała Marszałkom Sejmu RP i Senatowi RP, Prezydentowi RP oraz Prezesowi Rady Ministrów Sprawozdanie ze swej działalności w 2006 roku wraz z Informacją o podstawowych problemach radiofonii i telewizji.

Sprawozdanie wraz z informacją jest dostępne na stronach internetowych KRRiT. Poniżej publikujemy wprowadzenie Przewodniczącej KRRiT Elżbiety Kruk zamieszczone przed Sprawozdaniem.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, jako konstytucyjny organ państwa stojący na straży wolności słowa, prawa do informacji oraz interesu publicznego w radiofonii i telewizji, składa - na podstawie art. 12 ustawy o radiofonii i telewizji - coroczne sprawozdanie ze swej działalności oraz informację o podstawowych problemach radiofonii i telewizji Sejmowi RP, Senatowi RP i Prezydentowi RP. Informację taką Krajowa Rada przedstawia również Prezesowi Rady Ministrów. Rozpoczynając urzędowanie w nowym składzie, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji stanęła wobec szeregu wyzwań, wśród których najważniejsze związane były z:

- poprawą kondycji finansowej nadawców publicznych,
- wszechstronną kontrolą działalności nadawców publicznych i koncesjonowanych ze szczególnym uwzględnieniem działalności programowej,
- barierami rozwoju rynku,
- brakiem aktualnych regulacji prawnych,
- podjęciem - wspólnie z właściwymi organami administracji państwowej - działań zmierzających do wypracowania kompleksowej strategii cyfryzacji radiofonii i telewizji.

Od 2004 roku następowało obniżenie nominalnej kwoty zainkasowanych wpływów abonamentowych, której wartość realna (po uwzględnieniu wpływu inflacji) w 2006 roku spadła o 8% w porównaniu do 2003 roku, to jest o około 77 mln zł. Było to wynikiem przede wszystkim:

- malejącej liczby gospodarstw domowych jako zarejestrowanych abonentów radiowych i telewizyjnych;
- zmniejszaniem się liczby abonentów wnoszących terminowo opłaty abonamentowe;
- zwiększaniem się liczby gospodarstw domowych zwolnionych od opłat abonamentowych;
- niewielkim odsetkiem (jedynie 5%) podmiotów gospodarczych jako zarejestrowanych abonentów radiowych i telewizyjnych.

Ustawa o opłatach abonamentowych z 2005 roku nie wpłynęła na poprawę ściągальności abonamentu radiowo-telewizyjnego, a można powiedzieć, że w pewnym stopniu utrwaliła te niekorzystne tendencje. Do podstawowych wad zawartych w niej uregulowań prawnych należy zaliczyć monopol Poczty Polskiej jako podmiotu odpowiedzialnego za pobór abonamentu (wynikiem tego są problemy z negocjowanym poziomem prowizji za świadczone usługi, jak też dalece niewystarczająca skuteczność w wykonywaniu przez nią obowiązków kontrolnych), jak również rozszerzenie grupy osób zwolnionych z obowiązku uiszczania opłat abonamentowych bez obowiązku rekompensowania wywołanych tym ubytków np. z budżetu państwa. Trudno w takiej sytuacji mówić o możliwości efektywnej realizacji jednej z podstawowych przesłanek wypełniania misji publicznej, czyli niezależności ekonomiczno-finansowej nadawców publicznych, której wagę podkreślił Trybunał Konstytucyjny w wyroku z 9 września 2004 roku. Wzrastający poziom ubytku wpływów abonamentowych grozi załamaniem się w najbliższych 2-3 latach całego systemu związanego z poborem tych opłat, co może mieć katastrofalne skutki dla stabilności ekonomicznej nadawców publicznych, a zwłaszcza radiofonii publicznej, która w około 73% utrzymuje się z abonamentu, podczas gdy Telewizja Polska SA w 28%. Wprowadzony przez Krajową Radę wyższy poziom niżek przy wnoszeniu opłat abonamentowych z góry za 2007 rok spowodował zwiększenie wpływów inkasowanych przez Poczta Polską, niemniej jednak potrzebne są pilne działania ustawowe, by zahamować wspomniane niekorzystne zjawiska.

W konsekwencji, spółki radiofonii i telewizji publicznej są zmuszone do realizacji swoich ustawowo określonych powinności programowych w warunkach braku stabilizacji ekonomicznej. Nie pozostało to

bez wpływu na jakość programu, w którym zauważalne są tendencje do marginalizowania ambitnej produkcji programowej (zwłaszcza z kręgu tzw. kultury wysokiej) i produkcji dla dzieci i młodzieży na rzecz audycji czysto rozrywkowych (telewizja publiczna), czy systematyczne zwiększanie udziału muzyki w programach spółek regionalnej radiofonii publicznej kosztem audycji słownych.

W przypadku oddziałów terenowych TVP SA dotychczasowe zarządy nie wdrożyły spójnej koncepcji programowej ich funkcjonowania, w oparciu o realny model finansowy. W efekcie, nie można uznać za zadowalający sposobu realizacji ustawowo nałożonego obowiązku nadawania programów regionalnych. Klóci się to również z funkcją integracyjną oraz kulturotwórczą wobec społeczności regionalnych, jaką oddziały terenowe powinny pełnić.

Pogłębiający się niekorzystny wpływ trudnej sytuacji finansowo-ekonomicznej na działalność programową spółek radiofonii i telewizji publicznej wskazuje na konieczność podjęcia pilnych działań legislacyjnych zmierzających do stworzenia takiego modelu prawnoorganizacyjnego, który uwolni spółki z pęt kodeksu spółek prawa handlowego, a uczyni program i jego jakość głównym miernikiem pracy zarządu.

Pomimo skromnego zasobu posiadanych częstotliwości, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podjęła działania zmierzające z jednej strony do poprawy warunków technicznych działalności dotychczasowych nadawców komercyjnych (dotyczy to w głównej mierze rynku radiofonii), z drugiej zaś do wzbogacenia radiowej oferty programów lokalnych, ze szczególnym uwzględnieniem programów wyspecjalizowanych. Na pilny charakter tych działań miał wpływ nie tylko popyt ze strony rynku

(Krajowa Rada zapoznała się z 90 aplikacjami podmiotów zainteresowanych uruchomieniem lub rozszerzeniem działalności), ale także postępujące zjawisko wchłaniania lokalnych nadawców przez grupy kapitałowe będące właścicielami sieci radiowych. W konsekwencji, uruchomiono procedury uzgodnieniowe z UKE dotyczące 23 częstotliwości, które będą przeznaczone między innymi dla nadawców pragnących prezentować muzykę klasyczną, jazz, jak również tych, którzy deklarują chęć nadawania programów wyspecjalizowanych (dziecięco-młodzieżowych, czy społeczno-religijnych). Ograniczenia w rozwoju rynku telewizyjnego są bardziej widoczne, gdyż na przeszkodzie stoi nie tylko de facto brak wartościowych częstotliwości z punktu widzenia działalności nadawczej (w 2006 roku Krajowa Rada dysponowała 5 kanałami telewizyjnymi, o małych mocach tj. od 0,1 kW do 1 kW), ale również konieczność zachowania istniejących zasobów dla celów skonfigurowania naziemnych sieci cyfrowych. Z tego względu nie można mówić o praktycznej możliwości rozwoju, szczególnie w przypadku nadawców ponadregionalnych (TV4, TVN, Puls). Na tym tle stosunkowo najlepiej wygląda rynek operatorów sieci kablowych, który poprzez postępujące procesy konsolidacyjne, tworzy silne kapitałowo podmioty zdolne do oferowania tzw. usługi triple-play (dostęp do telewizji, Internetu i usługi telefoniczne), a także telewizji cyfrowej.

Krajowa Rada dostrzega, niepokojące jej zdaniem, zjawiska na rynku mediów elektronicznych, w postaci zjawiska tzw. sieciowania i koncentracji kapitałowej, przede wszystkim na rynku lokalnych nadawców radiowych. Jak wskazują wyniki przeprowadzonych monitoringów, dzieje się to z wyraźną szkodą dla oferty programowej dostępnej odbiorcom, traci bowiem ona walor lokalności, podlega homogenizacji i silnemu formatowaniu. Warto zauważyć, że zjawiska te nie rozgrywają się wyłącznie na płaszczyźnie czysto finansowej, czy właścicielskiej, ale także poprzez porozumienia programowe (tzw. umowy franszysowe), które podporządkowują działalność programową nadawców lokalnych formatowi danej sieci radiowej. Oprócz wspomnianych tendencji, coraz mocniej zaznacza swoją obecność kapitał zagraniczny, czego przykładem są działania inwestycyjne niemieckich koncernów wydawniczych Bauer i Alex Springer odpowiednio w spółce BROKER FM (właściciel ogólnopolskiej rozgłośni RMF FM) i telewizji POLSAT. Ponadto, News Corp., należący do Ruperta Murdocha, stał się udziałowcem ponadregionalnej telewizji PULS. Instrumentarium prawne będące w dyspozycji Krajowej Rady należy uznać za dalece niewystarczające do skutecznego reagowania na wymienione zjawiska, gdyż nie daje ono możliwości ograniczenia przepływu środków finansowych z silnych grup kapitałowych do spółek lokalnych, czy stopnia koncentracji własnościowej w mediach elektronicznych, a nawet nie daje możliwości ich pełnej obserwacji (brak ustawowo określonego terminu przesyłania do KRRiT sprawozdań finansowych nadawców). Dotychczasowa praktyka regulacyjna wskazuje na pogłębiający się anachronizm obowiązujących ram prawnych dotyczących rynku mediów elektronicznych, przede wszystkim w obliczu zachodzących na nim dynamicznych i radykalnych zmian technologicznych. Zmienia się nie tylko sposób dostarczania zawartości audiowizualnej, ale również korzystanie z niej - coraz wyraźniejszy jest bowiem nacisk na personalizację tych usług. Trendy te są na tyle silne, że znalazły swoje odzwierciedlenie w przygotowywanym projekcie nowelizacji europejskiej dyrektywy „O telewizji bez granic”, która - w kontekście wspomnianych przemian

technologicznych - głęboko zmienia optykę regulacyjną, kładąc nacisk na jej różnicowanie w zależności od stopnia spersonalizowania danej usługi audiowizualnej. W świetle powyższego, szczególnej wagi nabiera potrzeba wypracowania kompleksowej strategii cyfryzacji polskiego rynku mediów elektronicznych, jako jednej z głównych dźwigni rozwoju i postępu gospodarczego, a jednocześnie awansu cywilizacyjnego, umożliwiającego dostęp możliwie najszerzej grupy odbiorców do zdobyczy i usług społeczeństwa informacyjnego. Strategia wprowadzania cyfrowej radiofonii i telewizji w Polsce powinna uwzględniać perspektywę programową, rynkową i regulacyjną. Cyfryzacja telewizji, a zwłaszcza cyfryzacja telewizji naziemnej, to największe wyzwanie dla państwa od czasu stworzenia rynku telewizyjnego poprzez powołanie mediów publicznych i umożliwienie działania nadawców prywatnych. Uprawnioną wydaje się teza, że cyfryzacja to niemal nowe tworzenie rynku. Przejście na cyfrowy system nadawania w naziemnej telewizji stanowi radykalny skok o charakterze nie tylko technologicznym, ale i niosącym za sobą daleko idące skutki o charakterze społecznym, gospodarczym i cywilizacyjnym.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przedstawiła swoje oficjalne stanowisko w tej kwestii, podkreślając w nim konieczność całościowego i systemowego podejścia do procesu cyfryzacji. Tym większy niepokój budzi brak formalnego i faktycznego postępu prac zespołu międzyresortowego odpowiedzialnego za wypracowanie strategii wprowadzania radiofonii i telewizji cyfrowej w Polsce. Pogłębia to regres regulacyjny, a jednocześnie nie sprzyja stworzeniu jasnej i przejrzystej strategii rozwoju rynku mediów elektronicznych w Polsce.

Przewodnicząca
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
Elżbieta Kruk

STANOWISKO KRAJOWEJ RADY RADIOFONII I TELEWIZJI

z dnia 29 stycznia 2007 roku

w sprawie archiwalnych zbiorów programowych byłej Państwowej Jednostki Organizacyjnej „Polskie Radio i Telewizja” będących przedmiotem użyczenia na rzecz TVP SA

Archiwalne zbiory programowe stanowią dobro narodowe i zarówno informacja o nich, jak i dostęp do nich powinny być powszechne. Jednocześnie ze względu na ich znaczenie i wartość historyczną powinny one podlegać szczególnej ochronie państwa. Istnieją wątpliwości dotyczące stanu prawnego archiwalnych zbiorów programowych byłej Państwowej Jednostki Organizacyjnej „Polskie Radio i Telewizja”, będących przedmiotem użyczenia na rzecz Telewizji Polskiej SA na mocy umowy zawartej pomiędzy Archiwum Dokumentacji Mechanicznej a TVP SA. Przez niektórych nadawców prywatnych zgłaszany jest brak pełnej informacji o tych zbiorach oraz skargi na utrudnienia w uzyskaniu materiałów z tych zbiorów w celu wykorzystania do emisji.

Dalsze przedłużanie się tej sytuacji oraz brak odpowiednich uregulowań prawnych w kwestii autorskich praw majątkowych związanych z wyżej wymienionymi archiwalnymi zbiorami programowymi mogą uniemożliwić emisję materiałów (audycji, filmów itp.) znajdujących się w tych zbiorach, a tym samym ograniczyć możliwość zapoznania się z nimi ogółu społeczeństwa.

W tej sytuacji Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przedstawia niniejsze stanowisko:

1. Koniecznym jest, aby nastąpiło jednoznaczne i ostateczne rozstrzygnięcie kwestii sytuacji prawnej archiwalnych zbiorów programowych pozostałych po byłej Państwowej Jednostce Organizacyjnej „Polskie Radio i Telewizja” oraz związanych z tymi zbiorami kwestii autorskich praw majątkowych, przy czym wydaje się, że takie rozwiązanie możliwe jest jedynie na drodze ustawowej.
2. Archiwalne zbiory programowe, stanowiące w chwili obecnej przedmiot użyczenia na mocy wyżej wymienionej umowy, powinny znaleźć się w zarządzie Telewizji Polskiej SA. Na TVP SA, spółkę Skarbu Państwa, jako jednostkę publicznej telewizji nałożone zostały szczególne zadania wobec społeczeństwa, w szczególności wynikające z misji publicznej, a TVP SA od wielu lat sukcesywnie prowadzi proces mający na celu rozpoznanie i skatalogowanie tych zbiorów, a także posiada odpowiednie w tym celu przygotowanie merytoryczne, co daje gwarancję należytej ochrony tego dobra narodowego.
3. Telewizja Polska SA powinna przedstawić raport z postępu prac prowadzących do pełnego zarchiwizowania tych zbiorów oraz informację o wykorzystywaniu przeznaczonych na ten cel środków publicznych.
4. Telewizja Polska SA powinna dołożyć wszelkich starań, aby jeszcze przed terminem wskazanym w wyżej wymienionej umowie użyczenia, zakończyć proces pełnego wyodrębnienia, rozpoznawania i archiwizowania zbiorów oraz powszechnie udostępnić informację o całości archiwalnych zbiorów programowych, w formie zgodnej ze stosowaną i wymaganą przez odpowiednie ustawy oraz Naczelną Dyрекcją Archiwów Państwowych.
5. Należy z zadowoleniem przyjąć fakt, iż TVP SA udostępniła informację o dotychczas skatalogowanej części zbioru w sieci internetowej, jednakże obecny format nie odpowiada nowoczesnym standardom. Pomimo iż obowiązująca umowa użyczenia nie wskazuje sposobu dostępu do informacji o zbiorze archiwalnym poprzez sieć internetową, powinien to być dostęp do nowoczesnej bazy danych.
6. Powinny zostać wypracowane jednolite zasady udostępniania nadawcom prywatnym materiałów (audycji, filmów itp.) wchodzących w skład archiwalnego zbioru programowego w celu ich emisji oraz warunki wykorzystania (np. zakaz przerywania reklamami), w sposób który nie będzie ani dyskryminował nadawców prywatnych względem TVP SA, ani preferował poszczególnych nadawców prywatnych.

Przewodnicząca
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
Elżbieta Kruk

Rozporządzenie KRRiT z 4 stycznia 2007 roku

w sprawie zawartości wniosku o udzielenie koncesji oraz szczegółowego trybu postępowania w sprawach udzielania i cofania koncesji na rozpowszechnianie i rozprowadzanie programów radiofonicznych i telewizyjnych

Tekst rozporządzenia został opublikowany w Dzienniku Ustaw z 12 stycznia 2007 roku (Nr 5, poz. 41)

Zgodnie z § 24 rozporządzenie weszło w życie z dniem ogłoszenia (12 stycznia 2007 roku) z wyjątkiem postępowań wszczętych i niezakończonych do dnia wejścia w życie rozporządzenia, do których stosuje się dotychczasowe przepisy (§ 23 rozporządzenia).

Integralną częścią rozporządzenia są załączniki zawierające nowe wzory formularzy, na jakich należy składać wnioski o udzielenie koncesji na rozpowszechnianie i rozprowadzanie programów radiofonicznych i telewizyjnych.

ROZPORZĄDZENIE KRRiT z dnia 4 stycznia 2007r. w sprawie zawartości wniosku o udzielenie koncesji oraz szczegółowego trybu postępowania w sprawach udzielania i cofania koncesji na rozpowszechnianie i rozprowadzanie programów radiofonicznych i telewizyjnych

(rozp 070104 załączniki.pdf)

1. Wnioski koncesyjne należy składać w dwóch egzemplarzach (oryginał tylko w kolorze, a kopia czarno-biała) osobiście w Kancelarii KRRiT (Skwer Ks. Kardynała Stefana Wyszyńskiego 9, 01 - 015 Warszawa) w godz. 9.00-15.00 bądź drogą pocztową – decyduje data stempla pocztowego (ale nie pocztą elektroniczną).
2. Wnioski o udzielenie lub rozszerzenie koncesji na rozpowszechnianie programu drogą naziemną można składać wyłącznie po publikacji Ogłoszenia Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w Monitorze Polskim w terminie podanym w Ogłoszeniu.
3. Druki formularzy można uzyskać w siedzibie KRRiT w Warszawie przy Skwerze Ks. Kardynała Stefana Wyszyńskiego 9 (w dni robocze w godzinach 10.00 – 15.00) lub pobrać z niniejszej strony internetowej KRRiT.

FORMULARZE STOSOWANE W POSTĘPOWANIACH KONCESYJNYCH

Lp.	Rodzaje postępowań koncesyjnych	Formularz/-e w pdf	Formularz/-e w xls
1.	Postępowanie w sprawie udzielenia koncesji na rozpowszechnianie programu radiofonicznego drogą rozsiwczą naziemną;	1, 2, 5, 7	1, 2, 5, 7
2.	Postępowanie w sprawie udzielenia koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego drogą rozsiwczą naziemną;	1, 3, 5, 7	1, 3, 5, 7
3.	Postępowanie w sprawie udzielenia koncesji na rozpowszechnianie programu radiofonicznego drogą rozsiwczą satelitarną;	1, 2, 5, 8	1, 2, 5, 8
4.	Postępowanie w sprawie udzielenia koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego drogą rozsiwczą satelitarną;	1, 3, 5, 8	1, 3, 5, 8
5.	Postępowanie w sprawie udzielenia koncesji na rozpowszechnianie programów radiofonicznych lub telewizyjnych drogą kablową;	1, 4, 6, 9	1, 4, 6, 9
6.	Postępowanie w sprawie udzielenia koncesji na bezprzewodowe rozprowadzanie programów radiofonicznych lub telewizyjnych;	1, 5, 8	1, 5, 8
7.	Postępowanie w sprawie rozszerzenia koncesji na rozpowszechnianie programów radiofonicznych lub telewizyjnych drogą rozsiwczą naziemną;	10	10
8.	Postępowanie w sprawie rozszerzenia koncesji na rozpowszechnianie programów radiofonicznych lub telewizyjnych drogą kablową;	11	11

W sprawach wniosku informacji udziela:

Departament Koncesyjny tel: 022 597 3089, 022 597 3092; fax: 022 597 3102

Departament Komunikacji Kablowej tel: 022 597 3087, 022 597 3098; fax: 022 597 3180

DEPARTAMENT PROGRAMOWY

Badania odbioru programów radiowych i telewizyjnych

Organizowanie badań treści i odbioru programów radia i telewizji jest zadaniem wynikającym z art. 6 ust. 2 pkt 5 ustawy o radiofonii i telewizji. W 2006 roku KRRiT korzystała z wyników dwóch badań telemetrycznych: TNS OBOP i AGB Nielsen Media Research oraz jedyne go dostępnego na rynku badania radiometrycznego firmy SMG/KRC.

Wymienione badania pokazują wielkość widowni i audytorium programów poszczególnych stacji i pojedynczych audycji w ich ramach (telewizja) lub poszczególnych pasm programowych w ciągu dnia (radio). Badania te pozwalają także dokonywać analiz przekrojowych dla dłuższych okresów, umożliwiają śledzenie tendencji i zmian na rynku nadawców, pozwalają formułować prognozy krótko i długoterminowe dotyczące kierunku rozwoju nadawców.

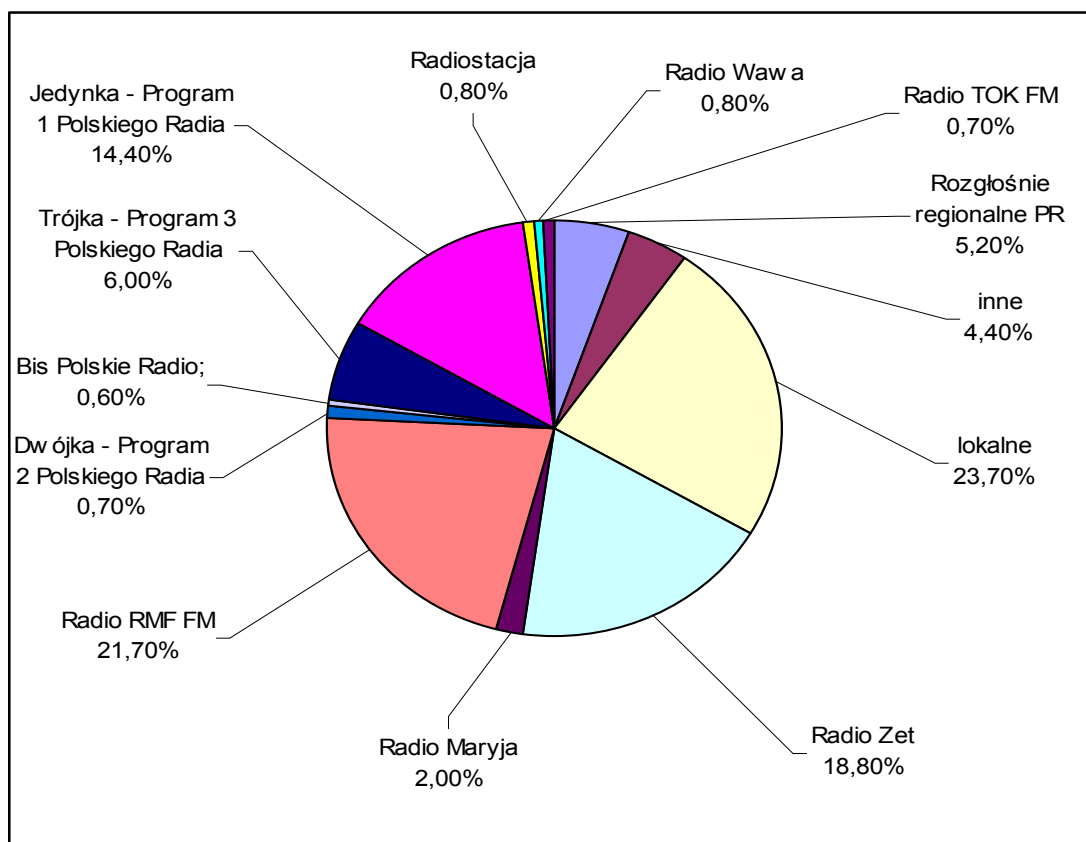
W tym zakresie Krajowa Rada prowadziła analizy dotyczące badania wielkości widowni i audytorium nadawców radiowych i telewizyjnych, zarówno publicznych jak i koncesjonowanych. Analizą objęte były wszystkie stacje naziemne: ogólnokrajowe, ponadregionalne, regionalne i lokalne. Przeprowadzone analizy obrazowały pozycje poszczególnych nadawców na rynku mediów.

Programy radiowe

Z analizy udziału w rynku i wielkości audytorium stacji radiowych w 2006 roku wynika, że wśród Polaków największą popularnością cieszył się program RMF FM i Radia Zet.

Najpopularniejszy spośród programów publicznych Program 1 znalazł się na trzeciej pozycji. Pozostałe stacje ogólnopolskie (Radio Maryja, Program 2 PR i Radio Bis) miały znacznie mniejsze udziały w rynku. Wśród stacji o zasięgu ponadregionalnym podobnym zainteresowaniem cieszyło się Radio Wawa i Radiostacja, nieco mniejszy udział w rynku miał TOK FM. Stacjom lokalnym łącznie zgromadziły prawie jedną czwartą udziału w rynku.

Wykres nr 1. Rynek radiowy w 2006 r.



W porównaniu do 2005 roku wśród stacji publicznych większy udział w rynku miał Program 3 PR i Radio Bis, mniejszy natomiast Program 1. Program 2 utrzymał pozycję sprzed roku. Mniejszą słuchalność niż w 2005 roku miały programy rozgłośni regionalnych PR.

Wśród koncesjonowanych stacji ogólnokrajowych – w porównaniu z ubiegłym rokiem

- mniejsze udziały w rynku przypadły RMF i Radiu Maryja. Radio Zet natomiast nieco umocniło swoją pozycję, odzyskując straty z roku ubiegłego.

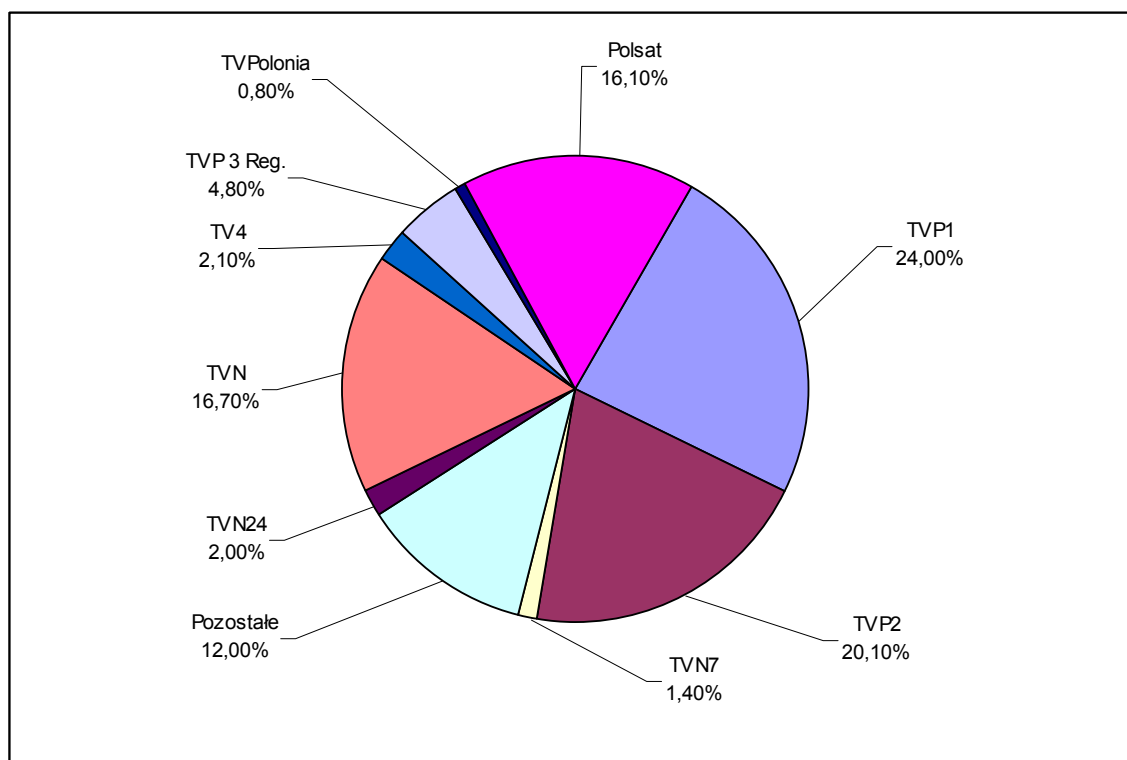
Spośród stacji o zasięgu ponadregionalnym zyskał TOK FM, swoją pozycję sprzed roku zachowała Radiostacja. Mniejszy udział w rynku natomiast przypadł Radiu Wawa.

Programy o zasięgu lokalnym wypracowały łącznie w 2006 roku taki sam udział jak w roku poprzednim.

Programy telewizyjne

W 2006 roku najchętniej oglądanym programem telewizyjnym był Program 1 TVP. Na drugim miejscu znalazła się TVP 2. Następne w kolejności były TVN i Polsat. Udziały w widowni TVP 3, TV 4, TVN 24, TVN 7, Puls, TV Polonia były zdecydowanie mniejsze.

Wykres nr 2. Rynek telewizyjny w 2006 r.



W porównaniu do roku ubiegłego spośród analizowanych programów zmniejszyły się udziały w widowni: TVP 1, TVP 2, Polsat, TV Polonia oraz TVN 7. Znacznie większy udział w rynku odnotowały TVN i TVN 24. Na zbliżonym poziomie do roku 2005 kształtowały się udziały TVP 3, TV 4, TV Puls.

Analizy struktury widowni pod względem wieku potwierdziły dotychczasowy podział widowni. Programy koncesjonowane oglądane były głównie przez osoby młode lub w średnim wieku, natomiast programy telewizji publicznej przez osoby starsze. Jak wynika z analiz struktury wykształcenia, wśród widzów telewizji publicznej wyższy był wskaźnik osób z wykształceniem wyższym niż w programach koncesjonowanych.

Na podstawie danych telemetrycznych badano programy publiczne (TVP1 i TVP 2) oraz koncesjonowane (TVN, Polsat) pod kątem najpopularniejszych rodzajów audycji nadanych w tych programach (30 audycji o największej widowni w 2006 roku). W TVP 1 zdecydowanie najwięcej wśród nich było audycji sportowych. W TVP 2 natomiast audycji rozrywkowych i sportowych. W Polsacie widzowie wybrali przede wszystkim filmy fabularne. W TVN wśród audycji o największej widowni znalazły się głównie filmy fabularne i polskie seriale oraz audycje rozrywkowe (widowiska, talk-shows).

Oprócz systematycznych analiz widowni w ciągu roku wykonywane były również analizy oglądalności ważnych bieżących wydarzeń transmitowanych przez telewizję publiczną. Takim wydarzeniem była wizyta papieża Benedykta XVI do Polski. Uroczystości związane z pielgrzymką były transmitowane przez TVP 1, TVP 2 i TVP 3. Jak wykazały analizy transmisje te cieszyły się bardzo dużym zainteresowaniem Polaków i gromadziły liczną widownię. Uroczystości i msze święte celebrowane przez Papieża skupiały od 45% (Msza Święta na Placu Piłsudskiego w Warszawie) do 55% (Msza Święta na Krakowskich Błoniach) wszystkich widzów zgromadzonych w tym czasie przed telewizorami.

DEPARTAMENT REKLAMY

Kontrola działalności reklamowej i sponsorskiej nadawców

Planowe kontrole działalności nadawców telewizyjnych i radiowych, jak również wszelkie działania interwencyjne związane z ich działalnością reklamową i sponsorską, przeprowadzono zgodnie z uprawnieniami Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, zawartymi w ustawie o radiofonii i telewizji.

Kontrolą planową objęto wszystkich nadawców, natomiast działania interwencyjne podejmowane były, w zależności od potrzeb, na podstawie:

- monitoringu nadawców;
- analizy badań telemetrycznych i radiometrycznych;
- informacji uzyskanych od podmiotów działających na rynku mediów oraz radiosłuchaczy i widzów.

Kontrola działalności reklamowej i sponsorskiej nadawców publicznych

Kontrola działalności reklamowej i sponsorskiej Telewizji Polskiej SA

W wyniku podjętych działań interwencyjnych stwierdzono w programach telewizji publicznej następujące naruszenia przepisów regulujących działalność reklamową i sponsorską:

- w programie TVP 3 – przekroczenie limitu emisji reklam w godzinie emisji programu (naruszenie art. 16 ust. 2 ww ustawy o radiofonii i telewizji);
- w TVP 1 i TVP 2 – emisję reklamy mogącej zagrażać fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi małoletnich, bądź sprzyjać zachowaniom zagrażającym zdrowiu i bezpieczeństwu (naruszenie art. 16 b ust. 3 pkt 4 i 5 ww ustawy);
- w TVP 2 i TVP 3 – emisję reklamy piwa przed godziną 2000 (naruszenie art. 16 b ust. 1 pkt 2 ww. ustawy w związku z art. 131 ust. 2 pkt 1 ustawy z 26 października 1982 roku o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi);
- w TVP 1, TVP 2 i TVP 3 – emisję reklamy naruszającej § 6 rozporządzenia KRRiT z 3 czerwca 2004 roku w sprawie sposobu prowadzenia działalności reklamowej i telesprzedaży w programach radiowych i telewizyjnych.

Kontrola działalności reklamowej i sponsorskiej w Polskim Radiu SA

W pierwszym półroczu 2006 roku przeprowadzono kontrolę działalności reklamowej i sponsorskiej Polskiego Radia SA (Program I, Program II, Program III, Radio BIS) i 17 rozgłośni regionalnych publicznej radiofonii (z uwzględnieniem programu miejskiego i regionalnego w RADIU WROCŁAW SA i RADIU ZACHÓD SA).

W trakcie kontroli stwierdzono tylko u jednego nadawcy (Radio Opole SA) niezgodność emisji poszczególnych reklam z przedstawioną do kontroli ewidencją, co stanowi naruszenie § 8 pkt 1 rozporządzenia KRRiT z 3 czerwca 2004 roku w sprawie sposobu prowadzenia działalności reklamowej i telesprzedaży w programach radiowych i telewizyjnych.

Kontrola wykazała, że w porównaniu z rokiem 2005 wystąpiła zdecydowana poprawa w przestrzeganiu obowiązujących przepisów w zakresie działalności reklamowej i sponsorskiej w programach Polskiego Radia SA i rozgłośniach regionalnych (wówczas kontrola wykazała naruszenie przepisów dotyczących ww działalności u sześciu nadawców).

Na podstawie przesłanych informacji przeanalizowano również dzienny czas emisji reklam w programach Polskiego Radia SA i rozgłośniach regionalnych radia publicznego. Zauważalnym trendem jest znacząco mniejszy – o 24% – czas emisji reklam i płatnych ogłoszeń na antenie radia publicznego w porównaniu z 2005 rokiem (obecnie wynosi on 1,75% czasu antenowego).

Kontrola działalności reklamowej i sponsorskiej nadawców koncesjonowanych

Kontrola działalności reklamowej i sponsorskiej koncesjonowanych nadawców telewizyjnych rozpowszechniających program drogą naziemną i satelitarną

Planową kontrolą objęto 36 programów koncesjonowanych nadawców rozpowszechniających program drogą naziemną i satelitarną. Kontrola dokumentacji i nagrań poemisyjnych wykazała wystąpienie następujących naruszeń przepisów:

- emisję reklamy ukrytej (naruszenie art. 16c ustawy o radiofonii i telewizji);
- nieprawidłowe wskazania sponsorów audycji (naruszenie art. 17 ust. 1 ww ustawy);
- niekompletną ewidencję reklam (naruszenie § 8 ust 1 rozporządzenia KRRiT w sprawie sposobu prowadzenia działalności reklamowej i telesprzedaży w programach radiowych i telewizyjnych);
- brak właściwego oznaczenia bloku reklamowego (naruszenie § 4 ust. 1 ww rozporządzenia);
- nieprawidłową ewidencję audycji sponsorowanych (naruszenie § 5 ust. 2 rozporządzenia KRRiT w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów);
- nadesłanie materiałów archiwalnych nie spełniających norm zawartych w rozporządzenia KRRiT w sprawie sposobów utrwalania i przechowywania przez nadawców audycji, reklam i innych przekazów.

W programach telewizji koncesjonowanych, rozprowadzających program drogą naziemną i satelitarną, stwierdzono naruszenia w zakresie następujących przepisów regulujących działalność reklamową i sponsorską:

- przekroczenie limitu emisji reklam w godzinie emisji programu (naruszenie art. 16 ust. 2 ww ustawy o radiofonii i telewizji);
- emisję reklamy naruszającej art. 16b ust. 3 pkt 4 i 5 ww ustawy;
- emisję reklamy naruszającej art. 16b ust. 2 pkt 1 ww ustawy (bezpośrednie nawoływanie małoletnich do nabywania produktów bądź usług);
- emisję reklamy piwa przed godziną 20.00 (naruszenie art. 16 b ust 1 pkt 2 ww ustawy);
- emisję reklamy naruszającej art. 16b ust. 3 pkt 4 ww ustawy (pokazywanie sytuacji niebezpiecznych, mogących zagrażać zdrowiu lub życiu);
- emisję reklamy naruszającej art. 16b ust. 2 pkt 1 ww ustawy (bezpośrednie nawoływanie małoletnich do nabywania dóbr bądź usług);
- emisję reklamy naruszającej § 6 rozporządzenia KRRiT z 3 czerwca 2004 roku w sprawie sposobu prowadzenia działalności reklamowej i telesprzedaży w programach radiowych i telewizyjnych.

Kontrola działalności reklamowej i sponsorskiej w telewizjach kablowych

W 2006 roku w programach telewizyjnych nadawców kablowych przeprowadzono trzy planowane kontrole działalności reklamowej i sponsorskiej oraz jedną w wyniku skargi na działalność nadawcy. Planowane kontrole objęły w pierwszej kolejności koncesjonariuszy, których termin wygaśnięcia koncesji przypadał w 2006 roku, następnie nadawców, w stosunku do których prowadzona w latach 2005-2006 kontrola, wykazała liczne naruszenia przepisów ustawy o radiofonii i telewizji. Kontrolą objęto także koncesjonariuszy, którzy otrzymali koncesje KRRiT w drugim półroczu 2005 roku oraz w pierwszym półroczu 2006 roku i – zgodnie z warunkami otrzymanej koncesji – powinni rozpocząć nadawanie własnego programu w ciągu 3 miesięcy od udzielenia koncesji. Łącznie kontrolą w 2006 roku objęto 73 nadawców.

Analiza wyemitowanego programu wykazała, że w porównaniu z 2005 rokiem, najczęściej powtarzało się uchybienie dotyczące braku ewidencji nadanych reklam i telesprzedaży lub nieprawidłowe prowadzenie ewidencji.

Kontrola działalności reklamowej i sponsorskiej koncesjonowanych nadawców radiowych

W roku 2006 planową kontrolą w zakresie działalności reklamowej i sponsorskiej objęto 218 koncesjonowanych nadawców radiowych. Wśród najczęściej występujących naruszeń przepisów zawartych w ustawie o radiofonii i telewizji należy wymienić:

- emisję reklamy ukrytej (naruszenie art. 16c);
- emisję reklamy promującej napoje alkoholowe (naruszenie art. 16b ust.1 pkt 2 w związku z art. 131 ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi);
- emisję reklamy niewyodrębnionej prawidłowo w programie lub niewłaściwie oznakowanej (naruszenie art. 16 ust. 1);
- emisja zakazanej reklamy zakładów bukmacherskich (naruszenie art. 16b ust.1 pkt 5 w związku z art. 2 ust. 2 pkt 2 ustawy o grach i zakładach wzajemnych);
- przekroczenie obowiązującego czasu reklamowego określonego w ustawie.

Do nadawców, u których stwierdzono nieprawidłowości, Przewodniczący KRRiT, na podstawie art. 10 ust. 2 i 3 ustawy o radiofonii i telewizji, skierował pisma wzywające do bezzwłocznego dostosowania działalności do obowiązujących przepisów, a także przesłania wyjaśnień dotyczących przyczyn ich powstania. Nadawcy zostali także pouczeni o konieczności podjęcia działań mających na celu wyeliminowanie stwierdzonych nieprawidłowości.

Decyzje o ukaraniu nadawców za naruszenia obowiązujących przepisów w zakresie działalności reklamowej i sponsorskiej

Do najczęstszych naruszeń obowiązujących przepisów w zakresie działalności reklamowej i sponsorskiej zaliczyć należy brak prawidłowego ewidencjonowania wyemitowanych reklam i audycji sponsorowanych. Z kolei do najistotniejszych naruszeń przepisów zaliczyć należy przekraczanie dopuszczalnego czasu emisji reklam. Decyzjami Przewodniczącego KRRiT nałożono w 2006 roku 3 kary pieniężne za rażące naruszenia przepisów dotyczących działalności reklamowej i sponsoringu. Kary te nałożono na nadawców telewizyjnych za przekroczenie dopuszczalnego czasu emisji reklam.

Łącznie na nadawców za naruszanie przepisów obowiązujących w zakresie działalności reklamowej nałożono w 2006 roku kary finansowe na sumę 21 000 złotych.

Perspektywy rozwoju rynku reklamowego w Polsce

Z najnowszego raportu przygotowywanego przez sieć domów mediowych ZenithOpimedia wynika, że o ponad połowę wzrosną do 2009 roku wydatki reklamowe w Europie Środkowowschodniej. Nasz region pod tym względem będzie się rozwijał najszybciej na świecie. Szacuje się, że w 2008 roku wydatki na reklamę mają być większe o ok. 15,6%. Szczególnie szybko ma się rozwijać rynek rosyjski, który przesunie się z obecnie zajmowanego 13 miejsca wśród największych rynków reklamowych na 7 pozycję.

Dom Mediowy Starlink szacuje, że wartość rynku reklamowego w Polsce wzrosła w ubiegłym roku o 10,4% do 5,56 mld złotych (firma Starlink szacuje wartość rynku reklamowego netto, czyli po uwzględnieniu rabatów i upustów udzielanych reklamodawców przed media).

W 2006 r. budżety reklamowe rosły w związku z dużymi międzynarodowymi imprezami sportowymi, jak mistrzostwa świata w piłce nożnej czy zimowe igrzyska olimpijskie. Dodatkowe dochody dostarczyły również wybory samorządowe. Najbardziej aktywne reklamowo były branże: finanse i marketing, rozrywka i kultura, handel detaliczny oraz żywność.

Najwięcej na reklamie zarobili nadawcy telewizyjni. Szacuje się, że wpływy z emisji reklam były wyższe w telewizji o 296,7 mln złotych w porównaniu do roku ubiegłego (wzrost o 12%). Pomimo podwyżki cen za reklamy w telewizji, to wciąż najsilniejsze medium (według oceny Starlinka w pierwszym półroczu 2006 r. za reklamy w TV trzeba było zapłacić średnio 10% więcej niż w tym samym okresie 2005, i to po negocjacjach, bo ceny w cennikach wzrosły o 12-15%).

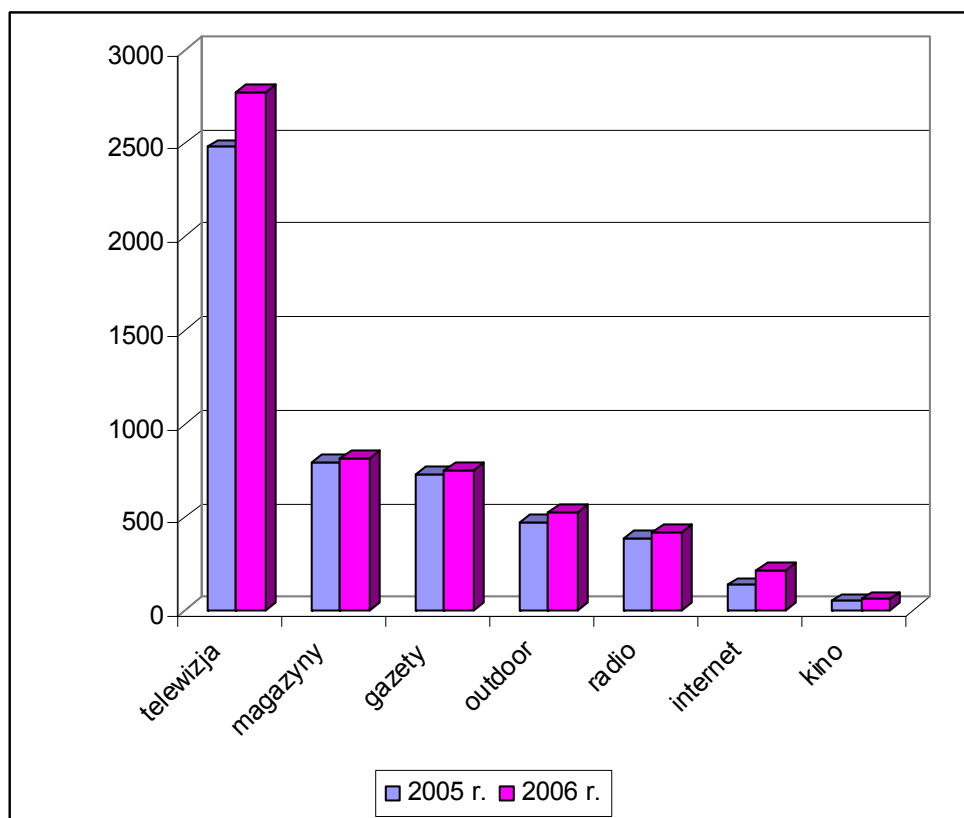
Największy wzrost wpływów z reklamy zanotowano w Internecie. Wydatki na reklamy wzrosły tam o 60%. Dużą dynamiką wykazała się również reklama kinowa, tu zanotowano wzrost o 20%. Najmniejszą dynamiką wzrostu wpływów z reklamy okazał się rynek prasy. Wydatki na reklamę w dziennikach wzrosły o 3%, a w magazynach o 3,6%.

Starlink prognozuje, że w 2007 r. tempo wzrostu przyspieszy. Koniunktura gospodarcza nie spada, wskaźniki optymizmu konsumentów są najwyższe od kilku lat. Wzrost będzie wywołany również np. wejściem na rynek nowej sieci telefonów komórkowych (UMTS) i operatorów wirtualnych.

Wydatki na reklamę w poszczególnych mediach w mln zł		
	2005 r.	2006 r.
telewizja	2 478,8	2 775,5
magazyny	790,1	818,5
gazety	726,3	747,9
outdoor	474,4	523,8
radio	383,6	422,5
internet	135	215
kino	49,7	60,3

Dane: Starlink

Wydatki na reklamę w poszczególnych mediach



Dane:Starlink

Telewizja – zmiany i tendencje

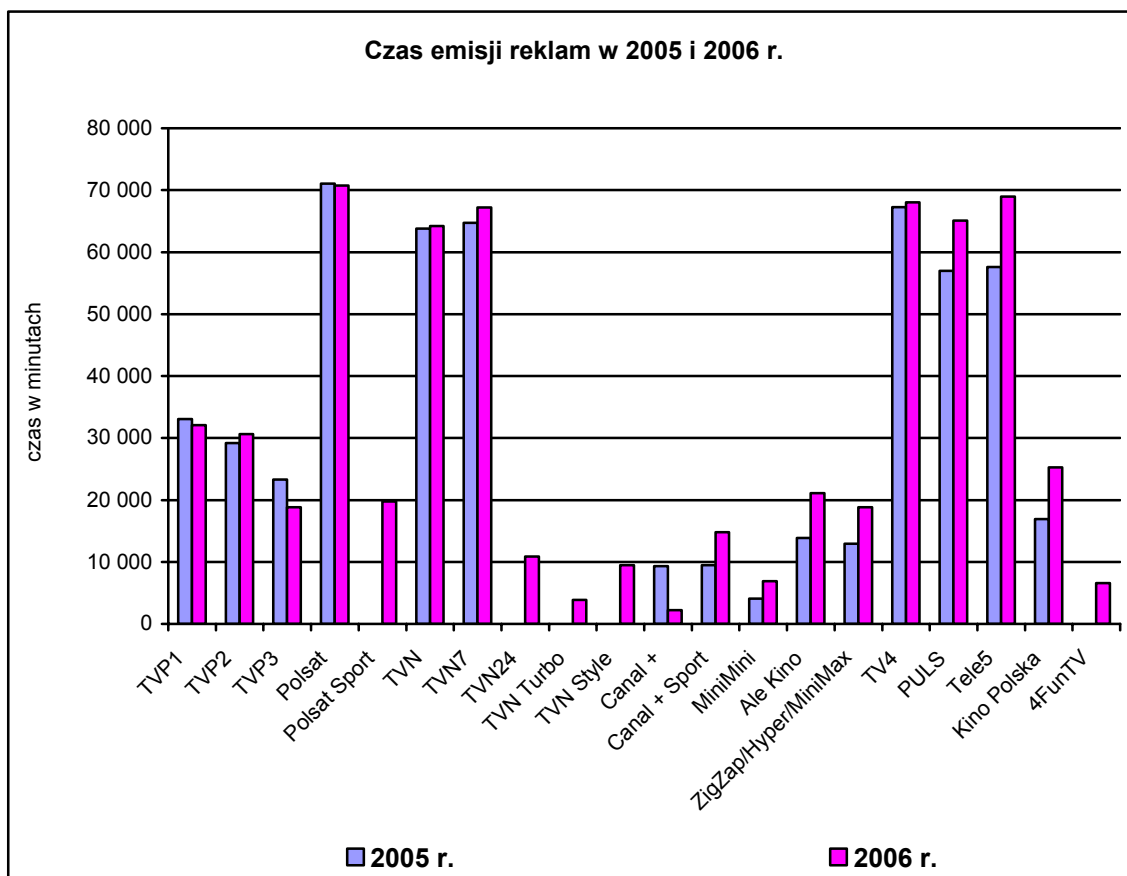
W walce o widzów i wpływy z reklam nadawcy rozpoczynają emisje programów tematycznych. Liderem w tej dziedzinie jest TVN, który w emituje 10 programów, w tym 9 programów tematycznych (TVN 24, TVN Meteo, TVN Turbo, TVN Style, TVN Gra, iTVN, TVN Med, TVN Lingua, TVN Siedem). Programy tematyczne wprowadza również telewizja publiczna. Emituje już program TVP Kultura oraz TVP Sport. Zapowiadany jest kanał historyczny, rozrywkowy, filmowy i informacyjny.

Wpływy z emisji reklam z tych kanałów nie mogą być porównywane z wynikami ze stacji ogólnotematycznych, wynika to zarówno z ich charakteru, jak również ze sposobu dystrybucji (głównie przez operatorów kablowych i platformy cyfrowe). Ekspertcy są zgodni, że widzowie coraz częściej będą oglądać programy odpowiadające ich zainteresowaniom. Kanały tematyczne są również bardzo atrakcyjne dla reklamodawców – skupiają zamożnych i dobrze wykształconych odbiorców, do których można dotrzeć z reklamą dóbr luksusowych.

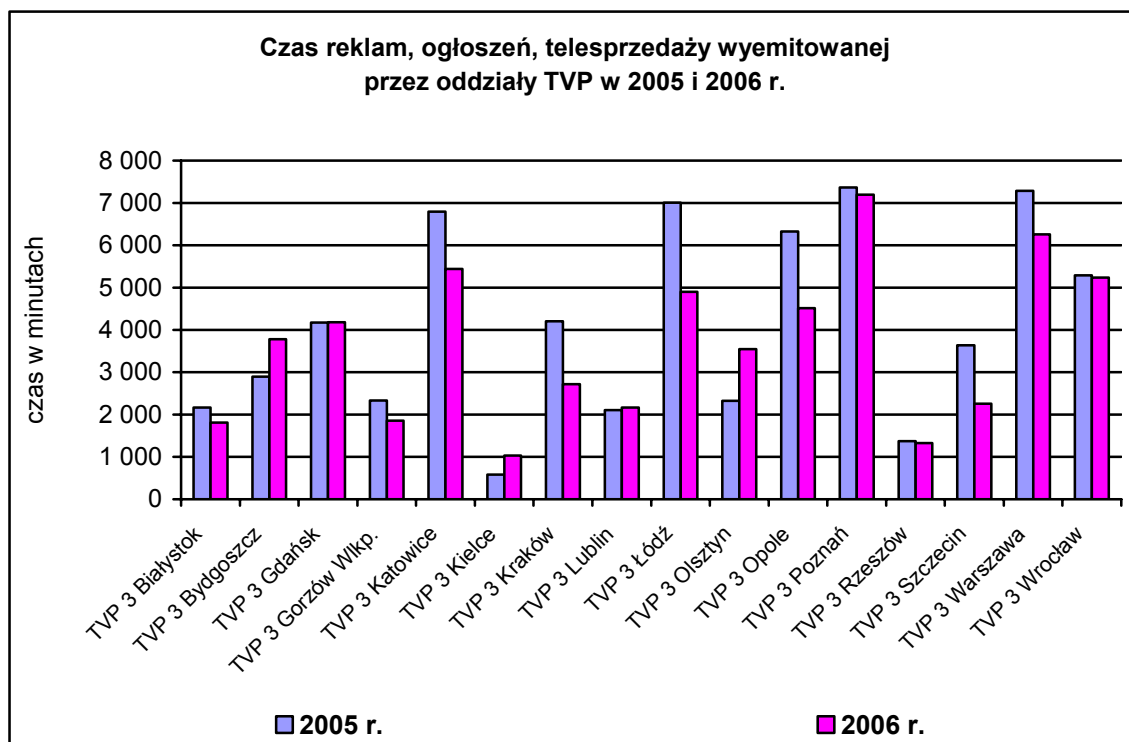
Dużym wydarzeniem 2006 r. był start platformy cyfrowej N. To pierwsza platforma, która rozpoczęła dystrybucję kanałów w formacie HD.

Czas emisji reklam w telewizji

Najwięcej reklam w 2006 r. wyemitowała telewizja POLSAT (jednak mniej niż w 2005 r.). Widz tej stacji mógł obejrzeć w 2006 r. dziennie ok. 194 minut reklam (ok. 388 reklam). Największą dynamikę czasu emisji reklam zanotowały Telewizja TVP 3 Kielce (wzrost 78%) i telewizja MiniMini (wzrost o 70%).



Dane: AGB Nielsen Media Research



Dane: TVP SA

Wpływy z emisji reklam w telewizji

Największe wpływy z emisji reklam w 2006 r. osiągnęła telewizja TVN – 1,9 mld zł (wartość netto nie uwzględniająca upustów i rabatów), jest to więcej o 42,7% w porównaniu z rokiem 2005. Dużą dynamiką wzrostu przychodów z reklam wykazała się również telewizja MiniMini (wzrost o 117,4%). Coraz większe przychody z reklam osiągają stacje tematyczne i satelitarne.

Wpływy z emisji reklam (brutto, w zł)

	2005r.	2006r.	dynamika zmian
TVP1	1 075 919 065	1 221 750 169	13,6%
TVP2	772 691 430	967 449 890	25,2%
TVP3	69 864 905	65 648 440	-6,0%
<i>razem telewizja publiczna</i>	<i>1 918 475 400</i>	<i>2 254 848 499</i>	<i>17,5%</i>
Polsat	1 629 254 915	1 824 839 750	12,0%
Polsat Sport		135 754 989	
<i>razem POLSAT</i>	<i>1 629 254 915</i>	<i>1 960 594 739</i>	<i>20,3%</i>
TVN	1 306 148 645	1 863 956 675	42,7%
TVN7	128 981 580	111 574 285	-13,5%
TVN24		41 372 400	
TVN Turbo		7 327 563	
TVN Style		15 014 783	
<i>razem TVN</i>	<i>1 435 130 225</i>	<i>2 039 245 706</i>	<i>42,1%</i>
Canal +	21 695 154	7 033 321	-67,6%
Canal + Sport	6 565 164	10 364 293	57,9%
MiniMini	8 520 048	18 523 243	117,4%
Ale Kino	17 691 584	29 190 553	65,0%
ZigZap/Hyper/MiniMax	30 841 867	46 521 848	50,8%
<i>razem Canal +</i>	<i>85 313 817</i>	<i>111 633 258</i>	<i>30,9%</i>
TV4	185 123 125	160 778 325	-13,2%
TN/TVPULS	39 815 700	69 132 420	73,6%
Tele5	116 588 549	136 645 979	17,2%
Kino Polska	8 059 762	11 389 708	41,3%
4FunTV		11 910 778	
satelitarne telewizje polskojęzyczne	516 220 831	782 675 326	51,6%
RAZEM	5 933 982 324	7 526 943 960	26,8%

Dane: AGB Nielsen Media Research

Radio – zmiany i tendencje

Wydatki na reklamę radiową stanowiły 7,8% całkowitych wydatków reklamowych netto w mediach. Wyniosły one około 468,8 mln złotych (szacunki netto CR Media) i wzrosły o 10,1% w stosunku do roku poprzedniego. Największy udział w wydatkach przypada na radia ogólnopolskie ok. 281,2 mln zł (szacunki netto).

Dynamika wzrostu wpływów reklamowych nadawców lokalnych jest znacznie wyższa niż nadawców ogólnopolskich. Nadawcy lokalni w 2006 r. uzyskali wyższe wpływy z emisji reklam o 23,3%, podczas gdy w stacjach ogólnopolskich dynamika była na poziomie 3,3%. Wynika to z faktu, że reklamodawcy chcą dotrzeć ze swoją ofertą do konkretnego odbiorcy, a taką ofertę ma dla nich coraz lepiej sformatowany rynek lokalny. Nie bez wpływu na wzrost ma dynamiczna polityka marketingowa prowadzona przez ZPR i Agorę dla nowo powstałych stacji radiowych tych sieci.

Czas emisji reklam w radiu

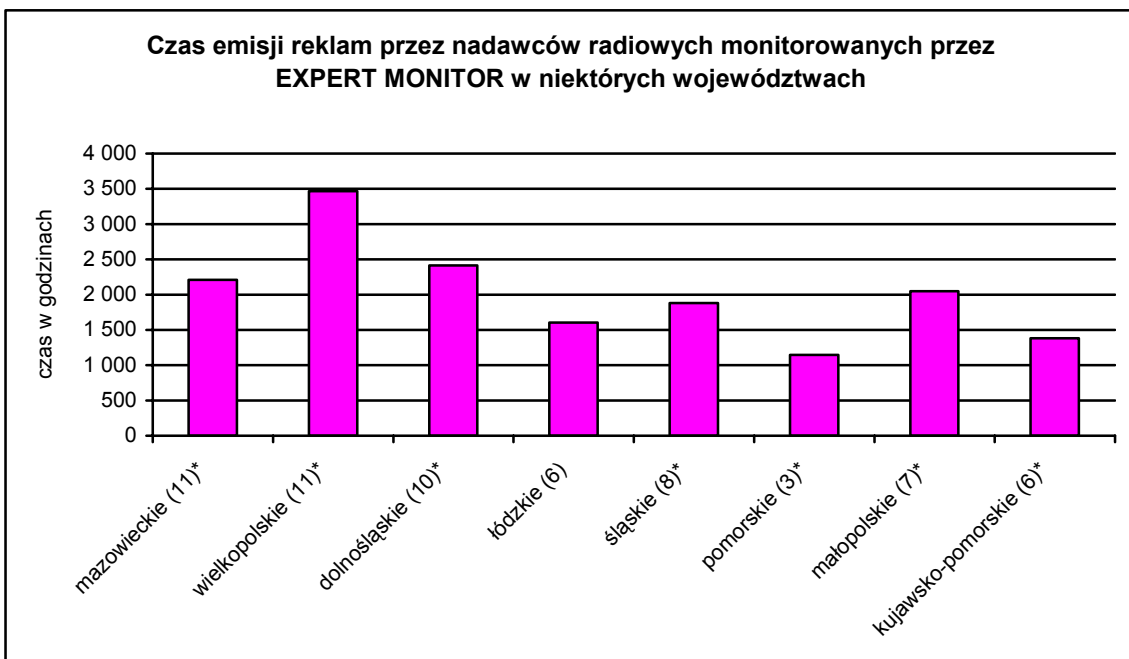
Analiza danych wykazała, że 2006 był rokiem minimalnego spadku czasu wyemitowanych reklam w radiu publicznym. We wszystkich programach Polskiego Radia SA (PR I, II, III i Radia BIS) sprzedano 455 godzin reklam (w 2005 roku – 470 godzin), co oznacza spadek o 3,2%.

Najwięcej reklam w 2006 roku wyemitowała Rozgłośnia Regionalna Polskiego Radia w Opolu „RADIO OPOLE” – 378 godzin, odnotowując wzrost o 8,3%. Najmniej natomiast reklam wyemitował Program II Polskiego Radia SA – 22 godziny, ale także odnotował istotny wzrost 15,2%.

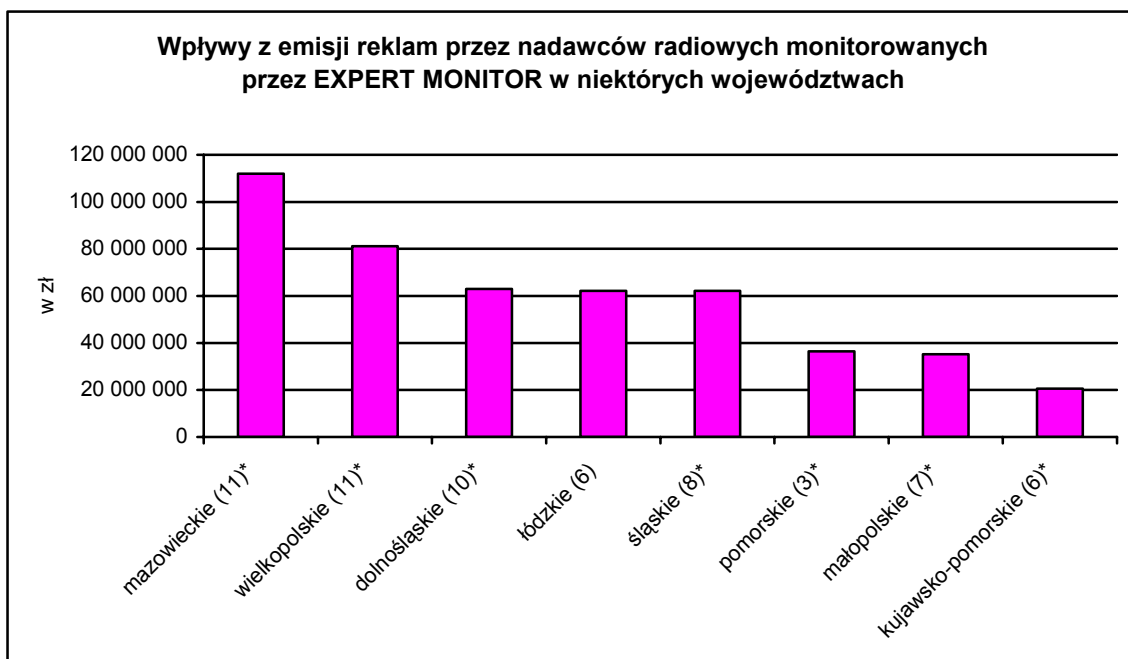
Czas wyemitowanych reklam i płatnych ogłoszeń w programach ogólnopolskich i rozgłoszeniach regionalnych radia publicznego w latach 2005-2006 program

program	Czas reklam i płatnych ogłoszeń (w godz.)		Porównanie 2006/2005
	2005 r.	2006 r.	
Program I	172,7	166,1	-3,8%
Program II	19,1	22,0	15,2%
Program III	222,6	218,3	-1,9%
Radio BIS	55,3	48,4	-12,5%
Polskie Radio S.A.	469,7	454,8	-3,2%
PR Białystok	127,8	148,4	16,1%
PR Bydgoszcz (Pi K)	139,2	176,8	27,0%
PR Gdańsk	272,0	318,2	17,0%
PR Katowice	178,0	198,7	11,6%
PR Kielce	114,5	93,8	-18,1%
PR Koszalin	81,8	89,6	9,5%
PR Kraków	143,5	142,4	-0,8%
PR Lublin	155,4	165,7	6,6%
PR Łódź	93,0	116,0	24,7%
PR Olsztyn	192,5	197,0	2,3%
PR Opole (PRO FM)	349,0	378,1	8,3%
PR Poznań (Merkury)	263,0	289,0	9,9%
PR Rzeszów	138,0	125,0	-9,4%
PR Szczecin	74,2	82,7	11,5%
PR Warszawa (RdC)	93,0	109,7	18,0%
PR Wrocław	323,0	445,0	37,8%

<i>w tym miejski</i>	113,7	191,0	68,0%
<i>regionalny</i>	209,3	254,0	21,4%
PR Zielona Góra (Zachód)	420,0	420,3	0,1%
<i>w tym miejski</i>	177,1	148,7	-16,0%
<i>regionalny</i>	242,9	271,6	11,8%
suma Rozgłośni Regionalnych	3 157,9	3 496,4	10,7%
RAZEM radio publiczne	3 627,6	3 951,2	8,9%



Dane uzyskane na podstawie programu AdEXPERT firmy EXPERT MONITOR
W nawiasach podano liczbę monitorowanych nadawców. Województwa, przy których zaznaczono gwiazdkę zawierają dane z rozgłośni radio publicznego.



Dane uzyskane na podstawie programu AdEXPERT firmy EXPERT MONITOR.

W nawiasach podano liczbę monitorowanych nadawców. Województwa, przy których zaznaczono gwiazdkę zawierają dane z rozgłośni Radia Publicznego.

Wpływy z emisji reklam w radiu

Największe dochody z emisji reklam w 2006 r. zanotowało Radio RMF FM prawie 370 mln zł (120,4 mln zł netto). Dynamika wzrostu dochodów tej stacji wynosi natomiast 5,7% (rynek reklamy radiowej wzrósł o 10,1%).

Największy wzrost wpływów z emisji reklam w 2006 r. odnotowały stacje ponadregionalne. Trzy stacje (WAWA, RADIOSTACJA, TOK) zarobiły 44,3 mln zł (wzrost o 40%).

Wśród stacji lokalnych największe wpływy brutto zanotowały radia z grupy Eska (Eska warszawska, wrocławska, poznańska, łódzka, trójmiejska, katowicka), stacje Agory (Złote Przeboje Pogoda Warszawa, Karolina Katowice) oraz Radio Parada z Łodzi.

program	Wpływy (w zł) brutto wg. cennika	Czas emisji w godz.	udział reklam w programie
PR I	41 485 865	140,7	1,61%
PR III	50 453 165	207,6	2,37%
RMF FM	369 862 855	347,5	3,97%
ZET	341 871 638	374,3	4,27%
WAWA	22 299 949	290,6	3,32%
RADIOSTACJA	10 521 575	127,4	1,45%
TOK FM	8 876 009	121,1	1,38%

na podstawie EXPERT MONITOR

Departament Reklamy Biura KRRiT

Media trzeciego sektora w państwach europejskich

W wielu państwach europejskich (np. w Danii, Irlandii, Szwecji, Wielkiej Brytanii i Włoszech) stworzono ramy prawne umożliwiające funkcjonowanie tzw. mediów trzeciego sektora, które stanowią alternatywę zarówno wobec mediów komercyjnych, jak i mediów publicznych. O ile rozwój tych podmiotów poza Europą (np. Australia, Kanada i Stany Zjednoczone), gdzie media publiczne nie pełnią tak istotnej roli, nie powinien dziwić, o tyle ich obecność w części państw europejskich może rodzić pewne kontrowersje. Warto jednak podkreślić, iż w dobie rosnącej komercjalizacji oferty programowej oraz fragmentaryzacji widowni istnieje coraz silniejsze zapotrzebowanie na treść niszową, pomijaną lub niewystarczająco eksponowaną zarówno przez media publiczne, jak i komercyjne. Tę lukę w wielu państwach wypełniają media trzeciego sektora zwane często mediami społecznymi, środowiskowymi, niekomercyjnymi, otwartymi etc. Tym mianem określa się zazwyczaj tradycyjnych nadawców o charakterze niekomercyjnym, których właścicielem najczęściej są różnego rodzaju organizacje o charakterze non-profit (tj. organizacje religijne, organizacje pozarządowe, organizacje reprezentujące różnego rodzaju mniejszości etc.). Celem tych nadawców jest umożliwienie dostępu poszczególnym społecznościom do mediów elektronicznych poprzez nadawanie skierowanej do nich treści medialnej oraz poprzez włączenie przedstawicieli tych grup w działalność nadawczą. W praktyce media trzeciego sektora obejmują między innymi niekomercyjnych nadawców lokalnych, nadawców religijnych, radiostacje nadające muzykę niszową, media nadające w językach mniejszości narodowych i etnicznych, niekomercyjne media nadające program dla wybranych grup wiekowych (osób starszych i dzieci) czy nadawców akademickich. Wspomniane społeczności pogrupować można w dwie podstawowe kategorie: społeczności lokalne oraz wspólnoty interesów. Jednocześnie pamiętać należy, iż poszczególne państwa europejskie we własnym zakresie definiują katalog społeczności branż pod uwagę w kontekście koncesjonowania mediów trzeciego sektora. Niektóre państwa przyjęły w tym względzie politykę umożliwiającą ubieganie się o tego typu koncesje różnego rodzaju społecznościom zarówno tym lokalnym, jak również wspólnotom interesów, np. w Irlandii. W innych przypadkach katalog ten jest na przykład ograniczony jedynie do społeczności lokalnych (np. Szwecja). W praktyce nadawcy tego rodzaju w większości przypadków mają ograniczony zasięg geograficzny i odbierani są głównie przez wspólnoty lokalne.

Tę kategorię mediów należy także wyraźnie odróżnić zarówno od nielegalnie nadających stacji pirackich, jak również od komercyjnych nadawców lokalnych. W pierwszym przypadku należy zaznaczyć, iż przykładem mediów trzeciego sektora mogą być tylko nadawcy działający legalnie w oparciu o istniejące prawo krajowe. Często jednak uważa się, że idea mediów trzeciego sektora wywodzi się z doświadczeń funkcjonowania radiostacji pirackich. Chęć skutecznej walki z tym zjawiskiem była jedną z głównych przesłanek przyjęcia regulacji umożliwiających tworzenie radia środowiskowego w Wielkiej Brytanii w 2004 roku.

Z kolei komercyjni nadawcy lokalni, mimo iż również adresują swoją ofertę do społeczności lokalnej, to celem ich działalności jest wynik ekonomiczny, co ogranicza możliwość silnego zaangażowania się w życie danej społeczności poprzez m.in. kształtowanie odpowiedniej oferty programowej. W tym przypadku cele społeczne są podporządkowane celom ekonomicznym, co znacząco odróżnia nadawców komercyjnych od mediów trzeciego sektora.

Rola mediów trzeciego sektora w zachowaniu pluralizmu na rynku mediów w wielu przypadkach została dostrzeżona przez państwo, które oprócz tworzenia odpowiednich ram prawnych umożliwiających powstawanie tego typu nadawców, wspomaga finansowo te przedsięwzięcia (np. w Irlandii i Wielkiej Brytanii). Warto ponadto zauważyć, iż w większości przypadków, media trzeciego sektora są obecne jedynie na rynku radiowym (np. w Irlandii i Wielkiej Brytanii), rzadziej natomiast na rynku telewizyjnym (np. Szwecja, Niemcy i Węgry). Jak ma to miejsce w przypadku tradycyjnych nadawców, działalność programowa mediów trzeciego sektora przenika do Internetu, który staje się istotną platformą integrującą dane społeczności. Mimo to kategoria mediów trzeciego sektora odnosi się najczęściej do koncesjonowanych, tradycyjnych mediów elektronicznych, a takie przedsięwzięcia jak radio internetowe czy webblogi nie są nią objęte.

Poniższa tabela stanowi podsumowanie charakterystyki mediów trzeciego sektora na tle dwóch pozostałych typów nadawców.

Tabela nr 1 Charakterystyka mediów trzeciego sektora na tle dwóch pozostałych kategorii

	Media publiczne	Media komercyjne	Media trzeciego sektora
Podmioty kontrolujące	Kontrola skarbu państwa	Firmy prywatne	Organizacje o charakterze non-profit reprezentujące m.in. społeczności lokalne, wspólnoty religijne, mniejszości językowe, etniczne i narodowościowe etc.
Cel działalności (misja)	Wypełnienia misji publicznej.	Sukces komercyjny (finansowy).	Integracja i promocja interesów danej społeczności
Nadawana treść	Treść różnorodna (uniwersalna i wyspecjalizowana) skierowana do możliwie wszystkich grup społecznych	Treść różnorodna (uniwersalna i wyspecjalizowana) skierowana do różnych grup docelowych	Treść niszowa skierowana do właściwej grupy społecznej często pomijanej przez media publiczne i komercyjne (np. grupa religijna, studenci, osoby starsze, mniejszość etniczna, społeczność lokalna etc.)
Udział słuchaczy i widzów	Ograniczony	Ograniczony	Możliwie duży udział na wszystkich etapach działalności
Udział środków publicznych w finansowaniu działalności	Tak (np. środki abonamentowe, środki budżetowe)	Brak	Dopuszczalny np. w postaci subwencji, grantów lub zwolnień z opłat koncesyjnych

Źródło: Opracowanie własne

Rozwój mediów trzeciego sektora w państwach europejskich zaowocował organizowaniem się tych nadawców w stowarzyszenia krajowe, a także rozpoczęciem współpracy na poziomie europejskim. Tego typu organizacje powstały między innymi w Irlandii (Community Radio Forum of Ireland), w Szwajcarii (UNIKOM) oraz Wielkiej Brytanii (Community Media Association).

Największą, globalną organizacją tego typu jest światowe stowarzyszenie radiostacji środowiskowych - AMARC (World Association of Community Radio Broadcasters) z siedzibą w Montrealu. Jej istnienie zapoczątkowało spotkanie zorganizowane przez zwolenników radiofonii środowiskowej z Kanady w 1983 roku. Organizacją pozarządową AMARC stało się jednak dopiero w 1996 roku podczas spotkania w Dublinie. Obecnie zrzesza ona prawie trzy tysiące członków ze stu dziesięciu państw.

Ze względu na globalny charakter jest ona zmuszona uwzględniać specyfikę poszczególnych regionów w obszarze kultury politycznej, kultury prawnej czy rozwoju gospodarczego. Stąd też często aktywność tej organizacji koncentruje się na poszczególnych obszarach. W przypadku Europy działalność AMARC jest koordynowana przez biuro regionalne, zgromadzenie regionalne oraz radę regionalną. Istotnym osiągnięciem europejskich struktur jest opracowanie, a następnie przyjęcie tzw. Karty Radia Środowiskowego dla Europy podczas pierwszej paneuropejskiej konferencji, która odbyła się w Lublanie w 1994 roku. Dokument ten wskazuje dziesięć podstawowych celów, do osiągnięcia których dążyć powinny radiostacje środowiskowe w Europie. Do najważniejszych spośród wspomnianych postulatów należą:

- niezależność redakcyjna od instytucji rządowych, organizacji komercyjnych i religijnych, partii politycznych,
- umożliwianie dostępu do mediów mniejszościom i grupom marginalizowanym w celu ochrony różnorodności kulturowej i językowej,

- zapewnienie, aby w strukturach właścicielskich reprezentowani byli przedstawiciele społeczności lokalnych lub społeczności interesu,
- prowadzenie działalności, której celem nie są zyski a niezależność podmiotów jest zapewniana przez finansowanie z wielu źródeł.

Na szczycie europejskim w 2004 roku w Halle powołano Europejskie Forum ds. Mediów Środowiskowych (Community Media Forum Europe - CMFE), które reprezentuje media trzeciego sektora z trzynastu państw europejskich. CMFE prowadzi aktywny dialog zarówno z instytucjami wspólnotowymi, jak i z Radą Europy w kontekście prowadzonej przez nie polityki regulacyjnej w dziedzinie mediów. Celem tej działalności lobbingowej jest zwrócenie uwagi na rolę mediów trzeciego sektora w kontekście polityki na rzecz gwarantowania strukturalnego pluralizmu mediów oraz różnorodności treści oraz tzw. edukacji medialnej. Podkreślić należy, iż CMFE brało aktywny udział w forum organizacji pozarządowych, jakie zostało zorganizowane przed Konferencją Ministerialną Rady Europy, która odbyła się w Kijowie w 2005 roku. Ponadto organizacja ta przedstawiła swoje stanowisko w ramach konsultacji publicznych zorganizowanych w kontekście rewizji dyrektywy „O telewizji bez granic” oraz prac nad Białą Księgą na temat Europejskiej Polityki Komunikacyjnej z 2006 roku.

Między innymi aktywność tej organizacji na forum europejskim sprawiła, iż rola mediów trzeciego sektora została dostrzeżona podczas prac Grupy Specjalistów ds. Różnorodności Mediów nad uaktualnieniem Zalecenia nr R (94) 13 na temat środków promujących przejrzystość w mediach oraz Zalecenia nr R (99) 1 na temat środków promujących pluralizm w mediach. Ponadto przedłużony mandat grupy, który wygasa w 2008 roku, przewiduje studia nad zjawiskiem mediów trzeciego sektora w Europie.

W trakcie współpracy z instytucjami Unii Europejskiej oraz z Radą Europy CMFE wysunęła między innymi następujące postulaty:

- * Opracowanie Ramowej Konwencji na temat Mediów Środowiskowych,
- * Uwzględnienie mediów trzeciego sektora w programie MEDIA 2007 oraz innych programach wspólnotowych,
- * Stworzenie europejskiej platformy dialogu na temat gwarancji pluralizmu mediów, swobody wypowiedzi oraz dostępu do informacji,
- * Zapewnienie statusu „must-carry” mediom trzeciego sektora na nowych platformach cyfrowych: DAB, DRM, DTT etc.,
- * Utworzenie przez państwa członkowskie Rady Europy oraz instytucje europejskie Funduszu Mediów Środowiskowych (Community Media Fund), który wspierałby działalność mediów trzeciego sektora w różnych państwach,
- * Wspieranie europejskich działań na rzecz ograniczenia skutków „cyfrowego rozwarstwienia”,
- * Wspieranie działań w ramach tzw. edukacji medialnej.

Podsumowując należy podkreślić, iż media trzeciego sektora są obecne jedynie w części państw europejskich. Jednocześnie zaznaczyć należy, iż są one odmiennie definiowane przez krajowe prawodawstwo. Decyzja o rozwoju tego rodzaju podmiotów medialnych stanowiących alternatywę w stosunku do tradycyjnych nadawców publicznych i komercyjnych jest najczęściej podyktowana chęcią korygowania tzw. zawodności rynku (market failure). Stąd też najczęściej zagadnienie mediów trzeciego sektora jest poruszane w kontekście polityki na rzecz ochrony pluralizmu mediów. Umożliwienie działalności tym podmiotom jawi się bowiem często jako instrument mający na celu, z jednej strony wzmocnić pluralizm strukturalny, z drugiej zaś wzbogacić rynek treści o audycje o charakterze niszowym. Należy także podkreślić, iż obecnie koncepcja mediów trzeciego sektora jest dyskutowana na szczycie europejskim. Sprzyjają temu z jednej strony toczące się prace nad nowelizacją tzw. dyrektywy „O telewizji bez granic”, jak również prace prowadzone przez Radę Europy w zakresie uaktualniania zaleceń dotyczących ochrony pluralizmu mediów. W obu przypadkach aktywność wspomnianych organizacji międzynarodowych skupiających tego rodzaju nadawców (tj. AMARC i CMFE) ma także istotne znaczenie i służy propagowaniu tej koncepcji w państwach europejskich. Prace na szczycie europejskim zbiegają się w czasie z dyskusją nad polityką krajową na rzecz ochrony pluralizmu mediów prowadzoną w wielu państwach europejskich, np. w Wielkiej Brytanii i Włoszech. Ponadto koncepcja mediów trzeciego sektora jest przywoływana również w kontekście prac nad projektowaniem ładu medialnego w erze cyfrowej. W tym przypadku także podkreśla się rolę tych nadawców jako podmiotów oferujących treść niszową adresowaną do grup

społecznych i społeczności lokalnych pomijanych lub niewystarczająco eksponowanych zarówno przez nadawców publicznych, jak i komercyjnych.

Pełna wersja tego dokumentu wraz z bibliografią jest dostępna na stronie internetowej KRRiT pod następującym adresem:

http://www.krrit.gov.pl/dokumenty/dm/dm_opr_media_trzeciego_sektora.pdf

Opracował:
Paweł Stępka
Departament Polityki Europejskiej i Współpracy z Zagranicą

PRZEGLĄD MIĘDZYNARODOWY KRRIT

styczeń 2007

Unia Europejska

UE

▪ *Planowane działania Komisji na rzecz monitorowania pluralizmu mediów*

Komisja Europejska ogłosiła plan działań mających na celu rozpoczęcie debaty na temat stanu pluralizmu mediów wewnątrz Wspólnoty. W wydanej informacji prasowej (IP/07/52) podkreślono wagę tego zagadnienia szczególnie w kontekście dynamicznych zmian technologicznych, jakie mają miejsce w obszarze mediów. Punktem wyjścia działań Komisji jest wydany 16 stycznia br. roboczy dokument zatytułowany „Pluralizm mediów w państwach członkowskich Unii Europejskiej” {SEC(2007)32}. Ten dość obszerny materiał podkreśla konieczność zachowania pluralizmu mediów przez poszczególne państwa członkowskie, a także dotychczasową rolę Unii Europejskiej w tym zakresie (tj. wspólnotowe prawo konkurencji oraz przepisy dotyczące kwot europejskich i niezależnych).

Biorąc pod uwagę wieloaspektowy charakter zagadnienia pluralizmu mediów, brak spójności metodologicznej oraz dotychczasowy dorobek w tym zakresie, w szczególności Rady Europy, Komisja zdecydowała się na zlecenie badań, których celem ma być opracowanie kilku wskaźników ilustrujących poziom pluralizmu mediów w poszczególnych państwach członkowskich. Przetarg ma zostać ogłoszony w lutym br. Przeprowadzone na zlecenie Komisji Europejskiej prace w tym zakresie powinny zaowocować zdefiniowaniem trzech kategorii wskaźników:

1. Polityczne i prawne instrumenty wspierające pluralizm w państwach członkowskich – te wskaźniki mają się odnosić m.in. do politycznej niezależności mediów publicznych i prywatnych.
2. Zakres mediów dostępnych obywatelom w państwach członkowskich – te wskaźniki mają oceniać pluralizm mediów z perspektywy konsumentów. Mają ukazywać dostęp do mediów różnych grup społecznych (geograficznych, językowych) a także brać pod uwagę wpływ nowych technologii.
3. Wskaźniki strony podaźowej – te wskaźniki mogą ujawniać ilość podmiotów medialnych działających na rynkach krajowych lub rynkach regionalnych, ilość gazet i czasopism przypadających na jednego mieszkańca. Powinny także uwzględniać zmiany rynkowe wywołane rozwojem technologicznym a także zjawiska koncentracji horyzontalnej i wertykalnej.

Opracowanie wspomnianych wskaźników umożliwi monitoring stanu pluralizmu mediów w poszczególnych państwach członkowskich oraz studia komparatystyczne w tym zakresie. Po zakończeniu studiów nad wspomnianymi wskaźnikami Komisja Europejska planuje wydanie w 2008 roku komunikatu, co stanie się okazją do zorganizowania konsultacji publicznych w tej sprawie.

▪ *Zgoda Komisji Europejskiej na przejęcie Sportfive przez LagardËre*

Komisja Europejska zezwoliła na przejęcie Sportfive – spółki specjalizującej się w sprzedaży praw do transmisji sportowych – przez francuski koncern medialny LagardËre. Komisja uznała, że wspomniane przejęcie nie spowoduje ograniczenia konkurencji wewnątrz Europejskiego Obszaru Gospodarczego (EEA).

Za pakiet udziałów Sportfive LagardËre zapłaci 865 mln euro. Francuski koncern wydaje 240 gazet w 41 krajach, posiada 20 rozgłośni radiowych i 11 kanałów telewizyjnych. Natomiast Sportfive dysponuje prawami do transmisji meczów rozgrywanych przez ponad 250 piłkarskich drużyn narodowych i klubowych m.in. reprezentacji Polski oraz rozgrywek mistrzostw Europy w 2008 roku. Do tej pory udziały Sportfive należały do firm inwestycyjnych Advent International i Goldman Sachs Capital Partners oraz niemieckiej grupy telewizyjnej RTL Group. Informacje na ten temat ukazały się

- ***Komisja Europejska zaaprobowala subsydiowanie dekoderów cyfrowych we Włoszech, ale pod warunkiem, że jest ono neutralne technologicznie***

Komisja Europejska uznała, że subsydiowanie dekoderów cyfrowych, które miało miejsce we Włoszech w 2006 roku nie narusza przepisów Traktatu EC dotyczących pomocy publicznej (Art. 87 (1)). Zdaniem Komisji wspomniane dotacje były oferowane do wszystkich dekoderów niezależnie od platform nadawczych i w związku z tym były one neutralne technologicznie i proporcjonalne do celu, jakim jest promowanie przejścia na nadawanie cyfrowe. Jednakże, w przypadku subsydiowania, które miało miejsce w 2004 i 2005 roku Komisja uznała, że było ono niezgodne z przepisami dotyczącymi pomocy publicznej, ponieważ nie było neutralne technologicznie oraz wypaczało konkurencję poprzez wyłączenie technologii satelitarnej. Ostatecznie Komisja zdecydowała, że nadawcy którzy otrzymali największe korzyści z subsydiów powinni zwrócić uzyskaną pomoc publiczną.

Japonia

JP

Minister Komunikacji zapowiedział 20 procentową obniżkę abonamentu płaconego na rzecz nadawcy publicznego NHK. Planowane zmiany mają sprawić, że płacenie abonamentu stanie się obowiązkowe od kwietnia 2008 roku. Jednocześnie zmiany nie przewidują nakładania kar na osoby i podmioty nie uiszczające opłat abonamentowych. Wspomniane zmiany powinny zostać przedłożone podczas posiedzenia parlamentu w styczniu br.

Słowacja

SK

Od 1 lutego br. obowiązywać będzie poprawka do prawa o mediach zakazująca emitowania tzw. „głośnej reklamy” w telewizji. Zmiana ta została zainicjowana przez deputowanych partii rządzącej People's Party – Movement for a Democratic Slovakia (LS-HZDS). W tym kontekście powołano się na opinie psychologów, według których zjawisko „głośnej reklamy” może mieć negatywny wpływ na małe dzieci.

Wielka Brytania

GB

- ***Planowany wzrost abonamentu radiowo-telewizyjnego do roku 2012***

Na mocy przyjętej przez parlament brytyjski nowej Królewskiej Karty dla BBC abonament radiowo-telewizyjny do roku 2012 wzrośnie z 131,5 £ do 151,50 £. Jak poinformowała Tessa Jowell, Sekretarz Stanu w Ministerstwie Kultury, podczas sześcioletniego okresu obowiązywania Karty abonament wzrośnie o 3% rocznie w pierwszych dwóch latach obowiązywania umowy i o 2% rocznie w kolejnych latach. Środki uzyskane ze wzrostu abonamentu mają być przeznaczone na sfinansowanie nowości programowych, wprowadzenie usług telewizji cyfrowej oraz kosztów związanych z przeniesieniem niektórych działów (np. dziecięcy, sportowy i nowych mediów) do Salford w północnej części Anglii.

- ***Konsultacje w sprawie tzw. publicznych wydawców (PSP)***

Regulator rynku mediów elektronicznych, OFCOM opublikował raport poświęcony koncepcji wprowadzenia nowych dostawców treści misyjnej w środowisku cyfrowym czyli tzw. Publicznych Wydawców (Public Service Publisher- PSP). Raport ten wpisuje się w toczącą się od lutego 2005 roku debatę na temat mediów publicznych, którą koordynuje OFCOM. Zgodnie z dotychczasowymi wnioskami obecny model mediów publicznych znacznie straci na znaczeniu w niedługim czasie a w szczególności po całkowitym przejściu na nadawanie cyfrowe w 2012 roku. Jedną z odpowiedzi

na to wyzwanie ma być koncepcja wprowadzenia nowych dostawców treści misyjnej, dla których naturalnym obszarem działania będą nowe, interaktywne usługi medialne. Warto nadmienić, iż duża część wspomnianego raportu stanowi rezultat prac powołanej przez OFCOM grupy niezależnych ekspertów tworzących tzw. Creative Forum, których zadaniem było opracowanie wizji funkcjonowania PSP.

Według zaangażowanych w prace ekspertów istnieją przynajmniej dwa scenariusze dalszego rozwoju systemu mediów publicznych:

- Zawężenie mediów publicznych do telewizyjnej treści o charakterze linearnym. System finansowania koncentrowałby się na konkretnych nadawcach oraz formach treści medialnej (np. wsparcie dla lokalnych programów informacyjnych, lokalnej telewizji etc.) lub też wspierałby się na systemie grantowym,
- Rozwój elementu mediów cyfrowych albo poprzez wsparcie istniejących dostawców treści (np. istniejących nadawców) albo poprzez tworzenie i wspieranie nowych podmiotów dostarczających treść misyjną z wykorzystaniem nowych platform dystrybucji. Obie powyższe opcje znajdują swoje uzasadnienie i zarazem nie wykluczają się wzajemnie. Możliwe jest bowiem także rozwiązanie pośrednie. Według członków Creative Forum istnieją poważne przesłanki wspierające ideę utworzenia nowych podmiotów dostarczających treść misyjną w środowisku cyfrowym. Mimo iż obecne media publiczne także działają w środowisku cyfrowym, to działalność nowych podmiotów oznaczałaby wzrost innowacyjności w zakresie działalności misyjnej. Powołanie PSP nie oznaczałoby likwidacji tradycyjnych mediów publicznych. Treść oferowana przez PSP powinna mieć charakter interaktywny. Działalność tych podmiotów powinna przewidywać maksymalną personalizację treści (np. dostosowywanie programów informacyjnych do usytuowania geograficznego odbiorców etc.). Na tym etapie dokument szacuje roczny budżet PSP na poziomie 50-100 mln funtów. Dokument wyróżnia cztery główne cechy modelu funkcjonowania PSP:
- PSP powinno raczej współpracować z wieloma dostawcami treści interaktywnej niż być jej producentem,
- PSP powinno umożliwiać wielokrotne wykorzystywanie treści i modyfikowanie jej przez innych,
- PSP powinno działać na zasadach niekomercyjnych,
- PSP powinno współpracować z wieloma partnerami celem dystrybucji swojej treści np. nadawcami, lokalną telewizją, mediami środowiskowymi oraz innymi platformami. Same PSP nie powinny inwestować we własną technologię umożliwiającą dystrybucję treści.

Wspomniany dokument zaprasza do nadsyłania komentarzy i uwag do 23 marca br. Pod koniec 2007 roku OFCOM wyda dokument zawierający wnioski z publicznych konsultacji. Prace nad koncepcją PSP będą nadal odbywały się w ramach Creative Forum, a OFCOM planuje zorganizowanie szeregu seminariów poświęconych tej koncepcji.

luty 2007

Unia Europejska

UE

▪ **Zgoda Komisji na przejęcie ProSiebenSAT1**

Komisja Europejska zgodziła się na przejęcie drugiego co do wielkości nadawcy niemieckiego ProSiebenSAT1 przez prywatne fundusze Permira oraz Kolberg Kravis Roberts (KKR). Mimo iż podmioty te posiadają udziały

w innych przedsięwzięciach medialnych, Komisja Europejska orzekła, iż transakcja ta nie narusza prawa konkurencji. Zgodnie z zapowiedziami ProSiebenSAT1 nowi właściciele planują pod koniec roku fużę z firmą SBS Broadcasting, której właścicielami są także oba fundusze. Ta transakcja pozwoli na konkurowanie z drugim niemieckim nadawcą komercyjnym RTL. Informacje na ten temat

ukazały się w Przeglądach Międzynarodowych z grudnia, stycznia i lutego 2006 roku (<http://www.krrit.gov.pl/przeglad/pm.htm>).

Komisja Europejska uwalnia pasma radiowe

Komisja Europejska zaprezentowała strategię liberalizacji częstotliwości radiowych. W dokumencie tym Komisja zakłada zwiększenie nacisku na innowacyjne użycie częstotliwości radiowych jako reakcję na zmieniające się wymogi rynku. Strategia zakłada konkretne kroki zmierzające do ułatwienia dostępu do widma radiowego na potrzeby usług bezprzewodowej łączności elektronicznej poprzez zwiększenie elastyczności. Zapisano w niej m.in. uwolnienie częstotliwości zarezerwowanej dotąd dla telefonii bezprzewodowej GSM trzeciej generacji 3G oraz zwolnienie części pasma dzięki przejściu z telewizji analogowej na cyfrową. Dzięki tym działaniom zakłada się podwyższenie wartości europejskiego rynku radiowego o 8-9 mld euro rocznie. W 2006 roku obrót na tym rynku osiągnął poziom 240-260 mld euro.

Rada Europy

RE

Komitet Ministrów Rady Europy podczas posiedzenia 31 stycznia przyjął trzy nowe dokumenty odnoszące się do kwestii pluralizmu i różnorodności mediów oraz funkcjonowania mediów publicznych w społeczeństwie informacyjnym:

- Zalecenie Rec(2007)3 Komitetu Ministrów dla państw członkowskich w sprawie misji mediów publicznych w społeczeństwie informacyjnym,
- Zalecenie Rec(2007)2 Komitetu Ministrów dla państw członkowskich w sprawie pluralizmu w mediach i zróżnicowania zawartości programowej,
- Deklaracja Komitetu Ministrów w sprawie ochrony roli mediów w demokracji w kontekście koncentracji mediów.

Przyjęte dokumenty powstały w wyniku prac grup specjalistów do spraw różnorodności mediów (MM-S-MD) do spraw mediów publicznych w społeczeństwie informacyjnym (MCS- PSM), które działają od 2005 roku.

Luksemburg

LU

15 lutego 2007 roku rząd Luksemburga, RTL Group, CLT-UFA i Bertelsmann AG podpisali nową umowę koncesyjną, która będzie obowiązywać do końca 2020 roku. RTL Group nadal będzie korzystała z częstotliwości telewizyjnych w Luksemburgu i finansowała tamtejszą telewizję publiczną. Wysokości kontraktu nie ujawniono. W zamian za finansowanie i produkcję programów dla publicznego nadawcy w Luksemburgu RTL Group będzie mogła nadawać swoje programy na dotychczasowych częstotliwościach. Ponadto ustalono, że centrum nadawcze oraz główna siedziba spółki, w której obecnie pracuje ok. 600 osób, pozostanie na terenie Luksemburga. RTL Group jest telewizyjnym ramieniem niemieckiego koncernu medialnego Bertelsmann AG, do którego należy 90 proc. akcji tej spółki. Pozostałe 10 proc. jest notowane na giełdzie luksemburskiej. RTL Group jest największym nadawcą telewizyjnym w Europie skupiającym 38 stacji telewizyjnych i 29 radiowych. Jego przychody w I półroczu 2006 wyniosły 2,85 mld euro, a zysk netto – 296 mln euro.

Portugalia

PT

RTL Group, największy koncern medialny w Europie, wycofał się z portugalskiego rynku i sprzedał swoje udziały w spółce Media Capital. RTL Group sprzedał należące do niego 33 % udziałów w spółce będącej właścicielem najpopularniejszego portugalskiego kanału telewizyjnego TVI. Akcje, których wartość ustalono na 206 mln euro kupił hiszpański koncern Prisma. Dzięki tej transakcji koncern Prisma zwiększył swoje udziały w Media Capital do 66%. Należąca do Bertelsmann AG grupa RTL zarobiła na tej inwestycji, ponieważ dwa lata temu za wspomniany pakiet akcji portugalskiej spółki zapłaciła 160 mln euro.

Stany Zjednoczone

USA

Amerykańska Federalna Komisja ds. Komunikacji (FCC) nałożyła rekordową karę na największą nadającą w USA hiszpańskojęzyczną sieć telewizyjną Univision. Kara w wysokości 24 mln USD została nałożona na nadawcę za wyemitowanie telenoweli „Complices al Rescate” w czasie antenowym przeznaczonym na blok programów dla dzieci. Wysokość kary została ustalona w wyniku porozumienia zawartego pomiędzy FCC a grupą Univision. Zdaniem FCC wysoka kara ma motywować innych nadawców do przestrzegania zobowiązań dotyczących treści wychowawczych i informacyjnych w programach dla najmłodszych.

Wielka Brytania

GB

Sekretarz Stanu ds. Handlu i Przemysłu zwrócił się do regulatora rynku komunikacji elektronicznej OFCOM o wszczęcie wstępnego zbadania przejęcia przez grupę BSkyB 17.9% w komercyjnym nadawcy ITV. OFCOM jest zobowiązany do przekazania swojej opinii do 27 kwietnia br. Ma on ustosunkować się do pytania czy ta transakcja budzi obawy o naruszenie interesu publicznego. Decyzja Sekretarza Stanu jest reakcją na raport przekazany przez Urząd ds. Uczciwego Handlu (OFT), który wskazał na wątpliwości związane z transakcją.

marzec 2007

Unia Europejska

UE

▪ **Aktualizacja projektu Dyrektywy „O telewizji bez granic”**

9 marca b.r. Komisja Europejska przedstawiła ujednoczony tekst propozycji modyfikującej Dyrektywę „O telewizji bez granic”. Nowy tekst bazujący na dokumencie Komisji przedstawionym 13 grudnia 2005 roku uwzględnia uwagi zgłoszone przez Parlament Europejski oraz Radę Unii Europejskiej. Warto przypomnieć, iż nowa dyrektywa ma na celu poprawę konkurencyjności europejskiej branży audiowizualnej, umożliwiając wszystkim usługom z zakresu mediów audiowizualnych dostęp do rynku wewnętrznego, niezależnie od stosowanych technologii przekazu (stosując tzw. zasadę neutralności technologicznej).

Wprowadza ona także bardziej elastyczne reguły w zakresie tradycyjnego przekazu telewizyjnego w celu uwzględnienia rozwoju rynku i postępu technicznego oraz ewoluujących przyzwyczajęń widzów. Większa elastyczność ma dotyczyć między innymi przepisów regulujących kwestię przerywania audycji blokami reklamowymi. Zgodnie z projektem zaprezentowanym przez Komisję Europejską decyzję o tym, kiedy i jak przerywać program reklamami, pozostawiono nadawcom i producentom filmowym. Całkowity czas przeznaczony na reklamę pozostaje ograniczony do 12 minut w czasie każdej godziny emisji. Wciąż otwartą kwestią pozostaje propozycja Komisji gwarantująca niezależność krajowych organów regulacyjnych od rządów i od wszelkich dostawców usług w zakresie mediów audiowizualnych, oraz zapewniająca bezstronność i przejrzystość ich działania. Ta propozycja stanowi zupełnie nowy zapis, który wstępnie poparł także Parlament Europejski.

Informacje na ten temat ukazały się w Przeglądach Międzynarodowych z grudnia 2005 roku oraz listopada i grudnia 2006 roku (<http://www.krrit.gov.pl/przeglad/pm.htm>).

▪ **Komisja Europejska wzywa państwa członkowskie do opracowania aktywnej i skoordynowanej strategii dla telewizji mobilnej**

Viviane Reding, komisarz ds. społeczeństwa informacyjnego i mediów, podczas swojego wystąpienia na targach technologii informatycznych CeBIT w Niemczech w Hanowerze stwierdziła, że dostępność usług w każdym miejscu i o każdej porze, atrakcyjna oferta handlowa, interoperacyjność urządzeń, dostępność częstotliwości oraz liberalna polityka w zakresie licencji stanowią podstawowe czynniki pobudzenia w Europie popytu na telewizję mobilną. Telewizja mobilna to interesująca nowa platforma dystrybucji treści audiowizualnych, która mogłaby otworzyć nowe możliwości biznesowe przed twórcami treści i operatorami świadczącymi usługi, jak również doprowadzić do powstania nowych usług o wartości dodanej i nowych miejsc pracy w Europie. Podczas gdy obecnie poszczególne państwa rozwijają własne rynki telewizji komórkowej, Komisja, która przygotowuje właśnie komunikat

na ten temat, podkreśla konieczność aktywnej i skoordynowanej strategii unijnej. Przyszłość telewizji mobilnej była również punktem programu nieformalnego spotkania ministrów państw UE odpowiedzialnych za telekomunikację, które odbyło się w Hanowerze.

Niemcy

DE

Niemiecki nadawca publiczny ZDF oferuje wiele nowych usług, aby przyciągnąć młodych widzów. Ostatnio wprowadzono usługę ZDF Mediathek, umożliwiającą oglądanie audycji, które zostały wyemitowane w ciągu ostatnich siedmiu dni. W ten sposób udostępniane mają być wszystkie audycje, do których prawa on-line posiada nadawca. Ponadto ZDF rozpoczął nadawanie swojego programu informacyjnego Heute jako możliwego do ściągnięcia nagrania video (video podcast). Dodatkowo kanał ZDF jest dostępny na różnych komercyjnych platformach jak DMB, UMTS czy DVB-H. Należy podkreślić że kanał ZDF jest udostępniany platformom mobilnym zgodnie z niemieckim prawem za darmo.

Portugalia

PT

Nadawca publiczny RTP zapowiedział nadawanie kilku płatnych kanałów. Zgodnie z postanowieniem nowego prawa nadawca będzie mógł zacząć nadawać nowe kanały, m.in. przeznaczone dla ludzi młodych. Jednak okazuje się, że RTP nie ma zabezpieczonych wystarczających środków na ich uruchomienie. Zgodnie z zapowiedziami ministra, państwo nie przekaże więcej pieniędzy dla publicznej telewizji, co może spowodować konieczność wprowadzenia opłaty subskrypcyjnej za korzystanie z nowych kanałów.

Wielka Brytania

GB

22 marca br. OFCOM, brytyjski regulator rynku komunikacji elektronicznej opublikował pierwszy, bardzo obszerny i wnikliwy raport monitorujący świadczenie usług przez nadawców publicznych (PSB). Zgodnie ze swoimi kompetencjami, OFCOM ma obowiązek oceniać określonych nadawców publicznych pod kątem wypełniania obowiązku świadczenia usług publicznych zawartych w Ustawie o komunikacji z 2003 roku (2003 Communications Act). Badaniem, które będzie przeprowadzane corocznie, objęto usługi świadczone przez BBC, ITV1, GMTV, Chanel 4, Five, S4C i Teletext. Dodatkowo brytyjski Parlament poprosił OFCOM o przeprowadzenie monitoringu efektywności nadawców publicznych z świadczenia usług zgodnie z celami i właściwościami PSB (Purposes and Characteristics). Usługi świadczone przez nadawców publicznych zostały ocenione m.in. według następujących kategorii:

- przekazywanie zrozumiałych i aktualnych informacji o świecie;
- stymulowanie nauki i wiedzy;
- rozpowszechnianie brytyjskiej tożsamości kulturowej;
- przedstawianie różnorodnego i alternatywnego postrzegania rzeczywistości;
- jakość usług;
- oryginalność i innowacyjność itd.

Powyższy raport zawiera wiele informacji na temat oglądalności, struktury programowej i sytuacji ekonomicznej nadawców publicznych oraz ocenę widzów na temat poszczególnych kanałów telewizyjnych. Dokument ten pozwoli lepiej zrozumieć i ocenić aktualną sytuację mediów publicznych w Wielkiej Brytanii z perspektywy ostatnich pięciu lat.

Informacje branżowe

▪ **Stanowisko EBU w sprawie nadawania mobilnego w Europie**

Zrzeszająca nadawców publicznych europejska organizacja branżowa EBU odpowiedziała na raport przygotowany przez Europejską Radę ds. Nadawania Mobilnego (The European Mobile Broadcasting

Council), która została utworzona na wniosek Komisji Europejskiej, aby tworzyć wytyczne w sprawie nadawanie mobilnego w Europie. EBU w swoim stanowisku zwróciła się do Komisji Europejskiej aby wzięła pod uwagę następujące czynniki, które są istotne dla dalszego rozwoju tego rynku:

- Interoperacyjność oraz otwarte standardy,
- Widmo częstotliwości,
- Treść i prawo autorskie.

EBU popierając raport Rady opowiedziała się za wspieraniem interoperacyjności oraz otwartych standardów, co powinno zakończyć się przyjęciem jednego standardu dla tej technologii. Według EBU na rynku będzie pojawiać się wartościowa i różnorodna treść medialna tak długo, jak zabezpieczone będą częstotliwości dla mediów publicznych. Zdaniem tej organizacji to właśnie treść medialna jest głównym czynnikiem warunkującym rozwój nowych technologii. Media publiczne produkują atrakcyjną treść medialną. Nowe technologie będą mogły się rozwijać, gdy będą mogły oferować atrakcyjną treść, jakiej poszukują odbiorcy. Ponadto należy przewyżżyć obecne problemy, jakie stwarza prawo autorskie. Na koniec EBU wyraziła swój optymizm odnośnie wyników dalszej współpracy Komisji

Europejskiej z podmiotami rynkowymi.

▪ **Utworzenie Forum IPTV**

19 marca 2007 roku z inicjatywy AT&T Inc., Ericsson, France Telecom, Panasonic, Philips, Samsung, Siemens, Sony, i Telecom Italia zostało utworzone Forum IPTV (Open IPTV Forum). Forum, zrzeszające konsorcja przemysłu elektronicznego, będzie zajmować się rozwojem otwartych standardów, które mogą pomóc usprawnić i przyspieszyć dostępność technologii IPTV. Forum planuje opracowanie wymogów i protokołu specyfikacyjnego do końca 2007 roku. Członkostwo w Forum będzie dostępne dla innych przedsiębiorstw branży elektronicznej.

▪ **Porozumienie w sprawie współpracy laboratoriów technicznych**

Za pośrednictwem Europejskiej Unii Nadawców (EBU) szefowie czterech laboratoriów technicznych RAI, IRT i BBC, stacji telewizyjnych będących członkami EBU, oraz japońskiej stacji telewizyjnej NHK podpisali porozumienie z w sprawie współpracy i wymiany informacji. Do tej pory wspomniane laboratoria współpracowały ze sobą sporadycznie ale po podpisaniu porozumienia współpraca ta ulegnie znacznemu zacieśnieniu, czego efektem będzie maksymalizacja wydajności poprzez wymianę wiedzy i doświadczeń.

Zebrali i opracowali:
Albert Woźniak
Paweł Stępka

UCHWAŁY KRRiT

UCHWAŁA Nr 662/2006 z dnia 20 grudnia 2006 roku

Na podstawie art. 9 ust. 1 w związku z art. 38 ust. 2 pkt 4 i ust. 3 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2004 r. Nr 253, poz. 2531 z późn. zm.), Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

postanawia

1. Wszczęć postępowanie o cofnięcie koncesji Nr 190/P/2005-T z dnia 14 kwietnia 2005 roku na rozpowszechnianie programu telewizyjnego o charakterze uniwersalnym pod nazwą „ODRA – Gorzów Wielkopolski”, udzielonej spółce „Telewizja ODRA” Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu.
2. Upoważnić Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do podania do publicznej wiadomości informacji o wszczęciu postępowania w sprawie cofnięcia w/w koncesji.

Przewodnicząca
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
Elżbieta Kruk

UCHWAŁA Nr 664/2006
z dnia 20 grudnia 2006 roku

Na podstawie art. 9 ust. 1 w związku z art. 38 ust. 2 pkt 4 i ust. 3 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2004 r. Nr 253, poz. 2531 z późn. zm.), Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

postanawia

1. Wszczać postępowanie o cofnięcie koncesji Nr 191/P/2005-T z dnia 14 kwietnia 2005 roku na rozpowszechnianie programu telewizyjnego o charakterze uniwersalnym pod nazwą „ODRA – Głogów, Legnica, Lubin”, udzielonej spółce „Telewizja ODRA” Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu.

2. Upoważnić Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do podania do publicznej wiadomości informacji o wszczęciu postępowania w sprawie cofnięcia w/w koncesji.

Przewodnicząca
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
Elżbieta Kruk

UCHWAŁA Nr 666/2006
z dnia 20 grudnia 2006 roku

Na podstawie art. 9 ust. 1 w związku z art. 38 ust. 2 pkt 4 i ust. 3 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2004 r. Nr 253, poz. 2531 z późn. zm.), Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

postanawia

1. Wszczać postępowanie o cofnięcie koncesji Nr 192/P/2005-T z dnia 14 kwietnia 2005 roku na rozpowszechnianie programu telewizyjnego o charakterze uniwersalnym pod nazwą „ODRA – Świdnica, Wrocław, Opole”, udzielonej spółce „Telewizja ODRA” Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu.
2. Upoważnić Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do podania do publicznej wiadomości informacji o wszczęciu postępowania w sprawie cofnięcia w/w koncesji.

Przewodnicząca
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
Elżbieta Kruk

UCHWAŁA Nr 668/2006
z dnia 20 grudnia 2006 roku

Na podstawie art. 9 ust. 1 w związku z art. 38 ust. 2 pkt 4 i ust. 3 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2004 r. Nr 253, poz. 2531 z późn. zm.), Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

postanawia

1. Wszczać postępowanie o cofnięcie koncesji Nr 193/P/2005-T z dnia 14 kwietnia 2005 roku na rozpowszechnianie programu telewizyjnego o charakterze uniwersalnym pod nazwą „ODRA – Zielona Góra”, udzielonej spółce „Telewizja ODRA” Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu.

2. Upoważnić Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do podania do publicznej wiadomości informacji o wszczęciu postępowania w sprawie cofnięcia w/w koncesji.

Przewodnicząca
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
Elżbieta Kruk

UCHWAŁA Nr 670/2006
z dnia 20 grudnia 2006 roku

Na podstawie art. 9 ust. 1 w związku z art. 38 ust. 2 pkt 4 i ust. 3 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2004 r. Nr 253, poz. 2531 z późn. zm.), Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

postanawia

1. Wszczać postępowanie o cofnięcie koncesji Nr 194/P/2005-T z dnia 14 kwietnia 2005 roku na rozpowszechnianie programu telewizyjnego o charakterze uniwersalnym pod nazwą „ODRA – Jelenia Góra”, udzielonej spółce „Telewizja ODRA” Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu.

2. Upoważnić Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do podania do publicznej wiadomości informacji o wszczęciu postępowania w sprawie cofnięcia w/w koncesji.

Przewodnicząca
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
Elżbieta Kruk

UCHWAŁA Nr 023/07
z dnia 23 stycznia 2007 roku

Na podstawie art. 9 ust. 1 w związku z art. 38 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 29 grudnia 1992r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2004r. Nr 253, poz. 2531 z późn. zm.), Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

postanawia

1. Wszczęć postępowanie w sprawie cofnięcia koncesji nr TK-0038/05 z dnia 10 listopada 2005 r. udzielonej Antoniuszowi Zajączkowskiemu zamieszkałemu w Nisku, na rozpowszechnianie programu telewizyjnego w sieciach telewizji kablowej.
2. Upoważnić Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do podania do publicznej wiadomości informacji o wszczęciu postępowania w sprawie cofnięcia koncesji, o której mowa w pkt 1 niniejszej uchwały.

Przewodnicząca
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
Elżbieta Kruk

UCHWAŁA Nr 024/07
z dnia 23 stycznia 2007 roku

Na podstawie art. 9 ust. 1 w związku z art. 38 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 29 grudnia 1992r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2004r. Nr 253, poz. 2531 z późn. zm.), Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

postanawia

1. Wszczęć postępowanie w sprawie cofnięcia koncesji nr TK-0028/05 z dnia 5 lipca 2005 r. udzielonej Stowarzyszeniu Sadyba z siedzibą w Warszawie, na rozpowszechnianie programu telewizyjnego w sieci telewizji kablowej.
2. Upoważnić Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do podania do publicznej wiadomości informacji o wszczęciu postępowania w sprawie cofnięcia koncesji, o której mowa w pkt 1 niniejszej uchwały.

Przewodnicząca
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
Elżbieta Kruk

UCHWAŁA Nr 058/2007
z dnia 13 lutego 2007 roku

Na podstawie art. 9 ust. 1 w związku z art. 38 ust. 1 pkt 4 i ust. 3 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2004 r. Nr 253, poz. 2531 z późn. zm.) oraz § 22 ust. 2 rozporządzenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 4 stycznia 2007 roku w sprawie zawartości wniosku o udzielenie koncesji oraz szczegółowego trybu postępowania w sprawach udzielania i cofania koncesji na rozpowszechnianie i rozprowadzanie programów radiofonicznych i telewizyjnych (Dz.U. z 2007 r. Nr 5, poz. 41), Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

postanawia

I. Wszczęć postępowanie o cofnięcie koncesji Nr 292/2003-T z dnia 14 lipca 2003 roku, wydanej spółce „Służewiec – Tory Wyścigów Konnych w Warszawie” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie na rozpowszechnianie programu telewizyjnego pod nazwą „HIPIKA TV”.

II. Upoważnić Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do podania do publicznej wiadomości informacji o wszczęciu postępowania w sprawie cofnięcia w/w koncesji.

Przewodnicząca
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
Elżbieta Kruk

UCHWAŁA Nr 064/2007
z dnia 13 lutego 2007 roku

Na podstawie art. 9 ust. 1 w związku z art. 38 ust. 1 pkt 2 i 3 i ust. 3 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2004 r. Nr 253, poz. 2531 z późn. zm.) oraz § 22 ust. 2 rozporządzenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 4 stycznia 2007 roku w sprawie zawartości wniosku o udzielenie koncesji oraz szczegółowego trybu postępowania w sprawach udzielania i cofania koncesji na rozpowszechnianie i rozprowadzanie programów radiofonicznych i telewizyjnych (Dz.U. z 2007 r. Nr 5, poz. 41), Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

postanawia

I. Wszczęć postępowanie o cofnięcie koncesji Nr 199/P/2005-T z dnia 24 października 2005 roku, wydanej spółce „Telewizja Lubań – Bolesławiec” Sp. z o.o. z siedzibą w Lubaniu na rozpowszechnianie programu telewizyjnego o charakterze uniwersalnym pod nazwą „Studio Lubań – Bolesławiec”.

II. Upoważnić Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do podania do publicznej wiadomości informacji o wszczęciu postępowania w sprawie cofnięcia w/w koncesji.

Przewodnicząca
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
Elżbieta Kruk

UCHWAŁA Nr 070/2007
z dnia 13 lutego 2007 roku

Na podstawie art. 9 ust. 1 w związku z art. 38 ust. 1 pkt 2, 3 i 4 i ust. 3 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2004 r. Nr 253, poz. 2531 z późn. zm.) oraz § 22 ust. 2 rozporządzenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 4 stycznia 2007 roku w sprawie zawartości wniosku o udzielenie koncesji oraz szczegółowego trybu postępowania w sprawach udzielania i cofania koncesji na rozpowszechnianie i rozprowadzanie programów radiofonicznych i telewizyjnych (Dz.U. z 2007 r. Nr 5, poz. 41), Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

postanawia

I. Wszczęć postępowanie o cofnięcie koncesji Nr 269/2001-R z dnia 24 lipca 2001 roku, wydanej Andrzejowi Waldemarowi Cieleckiemu zamieszkałemu w Warszawie przy ul. Dereniowej 4/32, na rozpowszechnianie programu radiowego pod nazwą „Radio JUTRZENKA”.

II. Upoważnić Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do podania do publicznej wiadomości informacji o wszczęciu postępowania w sprawie cofnięcia w/w koncesji.

Przewodnicząca
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
Elżbieta Kruk

UCHWAŁA Nr 104/2007
z dnia 27 lutego 2007 roku

Na podstawie art. 9 ust. 1 w związku z art. 38 ust. 1 pkt 4 i ust. 3 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2004 r. Nr 253, poz. 2531 z późn. zm.) oraz § 22 ust. 2 rozporządzenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 4 stycznia 2007 r. w sprawie zawartości wniosku o udzielenie koncesji oraz szczegółowego trybu postępowania w sprawach udzielania i cofania koncesji na rozpowszechnianie i rozprowadzanie programów radiofonicznych i telewizyjnych (Dz.U. z 2007 r. Nr 5, poz. 41), Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

postanawia

I. Wszczęć postępowanie o cofnięcie koncesji Nr 323/2005-T z dnia 16 listopada 2005 roku, wydanej spółce „TELEWIZJA POLSAT” SA z siedzibą w Warszawie na rozpowszechnianie w sposób rozsywczony satelitarny kodowanego programu telewizyjnego pod nazwą „PLAYBOY POLSKA”.

II. Upoważnić Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do podania do publicznej wiadomości informacji o wszczęciu postępowania w sprawie cofnięcia w/w koncesji.

Przewodnicząca
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
Elżbieta Kruk

POSIEDZENIA KRRiT

4 stycznia 2007 roku

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przyjęła projekt rozporządzenia w sprawie zawartości wniosku oraz szczegółowego trybu postępowania w sprawach udzielania i cofania koncesji na rozpowszechnianie programów radiofonicznych lub telewizyjnych. Rozporządzenie zostało przekazane do Rządowego Centrum Legislacji w celu publikacji w Dzienniku Ustaw (o rozporządzeniu w bieżącym numerze Biuletynu).

Jednocześnie KRRiT omówiła aplikacje dotyczące możliwości uzyskania bądź rozszerzenia koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego w województwach mazowieckim i lubuskim.

9 i 10 stycznia 2007 roku

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji omawiała problemy finansowania polskich nadawców publicznych w związku pismem Komisji Europejskiej i koniecznością przedstawiania informacji w sprawie udzielania pomocy państwa dla mediów publicznych. Przyjęto propozycję powołania zespołu, który we współpracy z nadawcami oraz Ministrem Kultury i Prezesem UOKiK będzie przygotowywał stanowisko dla Komisji Europejskiej.

KRRiT omówiła problemy dotyczące poboru opłat abonamentowych oraz zapoznała się z wystąpieniem Ministra Kultury, który zwrócił się do KRRiT z wnioskiem o przygotowanie propozycji do nowelizacji ustawy o opłatach abonamentowych. Propozycje te zostaną wykorzystane w przygotowanym przez Rząd projekcie zmiany dotychczasowych regulacji w zakresie poboru abonamentu.

KRRiT pozytywnie rozpatrzyła wniosek w sprawie zwiększenia wymiaru godzin emisji programu lokalnego dla Radia Miejskiego w Gorzowie Wielkopolskim do 24 godzin z prawem do emisji reklam i audycji sponsorowanych. Ostateczną decyzję o rezerwacji częstotliwości na nowych warunkach podejmie Prezes UKE.

W dalszej części posiedzenia KRRiT podejmowała decyzje w sprawach koncesyjnych. Podjęto m.in. uchwałę o odmowie udzielenia koncesji Spółce Telewizja ODRAKoszalin, Szczecin oraz dokonano wstępnej oceny wniosku w sprawie zmiany koncesji Spółce Telewizja PULS.

KRRiT uzupełniła skład Rady Nadzorczej Spółki Telewizja Polska SA w związku ze złożonymi rezygnacjami i na te miejsca powołano Pana Bogusława Szwego oraz Szymona Czysza.

16 stycznia 2007 roku

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przyjęła m.in. uchwały o rozszerzeniu koncesji o nowe stacje nadawcze (po wydaniu przez Prezesa UKE postanowienia w zakresie warunków technicznych i po przyjęciu przez KRRiT odrębnej uchwały w sprawie szczegółowych zapisów koncesyjnych) dla następujących podmiotów: Diecezji Rzeszowskiej w województwie podkarpackim, Spółki Radiostacja w województwie zachodnio – pomorskim w Koszalinie oraz Szczecinie.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji omówiła również aplikacje dotyczące możliwości uzyskania bądź rozszerzenia koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego w województwach mazowieckim, lubuskim i lubelskim.

23 stycznia 2007 roku

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podejmowała rozstrzygnięcia w sprawach koncesyjnych. Przyjęto m.in. uchwałę w sprawie przedłużenia koncesji Spółce Multimedia Plus do 2010 roku oraz uchwałę w

sprawie koncesji dla Spółki Telewizja Puls poprzez zmianę charakteru programu z wyspecjalizowanego, społeczno- religijnego, na uniwersalny.

Dokonano uzupełnienia składu Rady Nadzorczej Spółki Polskie Radio – Regionalna Rozgłośnia w Poznaniu „Radio Merkur” w związku ze złożoną rezygnacją Pana Szymona Czysza i w to miejsce powołano Pana Adama Jasinskiego oraz uzupełniono skład Rady Programowej Oddziału TVP w Kielcach poprzez powołanie Pana Dariusza Detki.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji omówiła wyniki monitoringu audycji telewizyjnych adresowanych do dzieci i młodzieży nadawanych w programach telewizyjnych publicznych i koncesjonowanych.

29 stycznia 2007 roku

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podejmowała decyzje w sprawach koncesyjnych. Podjęto m.in. uchwałę o rozszerzenie koncesji dla Diecezji Legnica o lokalizację w Legnicy na rozpowszechnianie programu radiowego o charakterze społeczno-religijnym, oraz dla Warszawskiej Prowincji Redemptorystów o lokalizację w Miastku i Węgrowcu na rozpowszechnianie programu o charakterze społeczno-religijnym. Ponadto Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podjęła uchwały na udzielenie koncesji Spółce Polskie Fale Średnie na rozpowszechnianie programu o zasięgu lokalnym pod nazwą „Twoje Radio Wieluń” oraz na rozpowszechnianie programu „Twoje Radio Brzesko”. W dalszej części posiedzenia Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przyjęła stanowiska w sprawie ogłoszenia o możliwości rozszerzenia koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego za pomocą stacji nadawczych we Wrocławiu, Nowym Sączu, Katowicach, Lesznie i Szczecinie.

13 lutego 2007 roku

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podejmowała decyzje w sprawach koncesyjnych. Podjęto m.in. uchwałę o rozszerzeniu koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego o charakterze społeczno-religijnym dla Diecezji Opolskiej oraz dla Diecezji Radomskiej. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podjęła jednocześnie uchwały w sprawie wszczęcia postępowania w sprawie cofnięcia koncesji Spółce Służewiec – Tory Wyścigów Konnych oraz Panu Andrzejowi Cieleckiemu. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podjęła również uchwałę w sprawie odmowy zmiany koncesji Spółce Lubań – Bolesławiec oraz uchwałę w sprawie wszczęcia postępowania o cofnięcie koncesji.

20 lutego 2007 roku

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podejmowała decyzje w sprawach koncesyjnych w zakresie zmian technicznych oraz struktury własnościowej.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji spotkała się z przedstawicielami Polskiej Izby Nadawców w celu omówienia działalności Izby na rynku mediów audiowizualnych. W dalszej części posiedzenia Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji omówiła stanowisko Ministra Finansów do projektu rozporządzenia KRRiT zmieniającego rozporządzenie w sprawie opłat za udzielenie koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych oraz podjęła decyzje o przystąpieniu do nowo powstałej organizacji Broadcasting Regulation & Cultural Diversity, której celem jest promocja i ochrona różnorodności kulturowej w mediach elektronicznych.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podjęła uchwałę dotyczącą zmiany statutu Spółki Radio Lublin SA zgodnie z wnioskiem Zarządu.

27 lutego 2007 roku

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podejmowała rozstrzygnięcia w sprawach koncesyjnych w zakresie zmian wymagających dokonania uzgodnienia z Prezesem UKE. Krajowa Rada Radiofonii i

Telewizji podjęła uchwałę w sprawie wszczęcia postępowania o cofnięcie koncesji Spółce Telewizja Polsat na rozpowszechnianie programu pod nazwą „Playboy Polska”

W dalszej części posiedzenia Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji rozpatrzyła poprawki zgłoszone przez Departament Techniki do projektu rozporządzenia KRRiT zmieniającego rozporządzenie w sprawie opłat za udzielenie koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych oraz podjęła uchwałę w sprawie umorzenia lub rozłożenia na raty zaległości w płatności opłat abonamentowych.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji spotkała się również z przedstawicielami Polskiego Stowarzyszenia Nadawców Radiowych.

6 marca 2007 roku

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podejmowała decyzje w sprawach koncesyjnych. Podjęto m.in. uchwałę o udzieleniu koncesji Spółce Polskie Fale Średnie na rozpowszechnianie programów radiowych o zasięgu lokalnym: „Twoje Radio Krosno” „ Twoje Radio Skarżysko” oraz „ Twoje Radio Połaniec” oraz przyjęła uchwałę w sprawie zmiany nazwy programu z „RMF MAXXX „na „ RMF MAXXX Kraków”. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podjęła również uchwałę o odmowie zmiany koncesji Spółce Radio Północ.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji omówiła założenia polityki abonamentowej na 2008 rok oraz przyjęła uchwałę w sprawie wyrównania ubytku prognozowanych wpływów abonamentowych za rok 2006.

W związku z uchwałą KRRiT o wszczęciu postępowania w sprawie cofnięcia koncesji udzielonej na rozpowszechnianie programu Radio Alfa z Krakowa, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji spotkała się z koncesjonariuszem, który przedstawił aktualną sytuację ekonomiczno-programową rozgłośni.

13 marca 2007 roku

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podejmowała rozstrzygnięcia w sprawach kablowych oraz koncesyjnych. W zakresie spraw koncesyjnych Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podjęła m.in. uchwałę dla Spółki Partytura poprzez zmianę nazwy programu z „Radio KISS 93,5 FM” na „ RMF MAXXX – Poznań”

W dalszej części posiedzenia Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podjęła uchwałę w sprawie umorzenia i rozłożenia na raty zaległości w płatności opłat abonamentowych.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji spotkała się również z zarządem Spółki TV Biznes, który przedstawił plany rozwojowe stacji i szczegóły związane ze zmianą właściciela.

20 marca 2007 roku

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podejmowała decyzje w sprawach koncesyjnych. Podjęto m.in. uchwałę w sprawie zmiany w strukturze własnościowej Spółki Media Biznes i wpisaniu w miejsce dotychczasowych udziałowców Spółki Telewizja Polsat SA. Ponadto Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podjęła m.in. uchwałę w sprawie odmowy zmiany koncesji Spółce Przedsiębiorstwo Usługowo – Handlowe HITT poprzez przeniesienie stacji nadawczej w Krakowie.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji spotkała się z Zarządem Głównym Związku Polskich Autorów i Kompozytorów, który przedstawił problemy istotne dla środowiska autorów i kompozytorów.

W dalszej części posiedzenia Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji uzupełniła składy programowe Regionalnej Rozgłośni Polskiego Radia w Łodzi, Regionalnej Rozgłośni Polskiego Radia w Warszawie „Radio dla Ciebie „ oraz rady programowej Spółki TVP SA Oddział w Białymstoku.

29 marca 2007 roku

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji rozpatrzyła projekt Sprawozdania z rocznego okresu działalności oraz projekt Informacji o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2006 roku. Krajowa Rada podjęła uchwałę o przyjęciu tych dokumentów i przedstawieniu ich, zgodnie z ustawą o radiofonii i telewizji, Sejmowi, Senatowi, Prezydentowi RP oraz Prezesowi Rady Ministrów.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji rozpatrzyła również projekt odpowiedzi przekazanej Ministrowi Transportu, dotyczący projektu Planu wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej w standardzie DVB-T.

W dalszej części posiedzenia Krajowa Rada podjęła uchwały w sprawie umorzeń lub rozłożenia na raty zaległości w płatnościach opłat abonamentowych.