



Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji  
 Departament Integracji Europejskiej i  
 Współpracy z Zagranicą

## Przegląd Międzynarodowy

### Unia Europejska

### UE

#### ➤ Zgoda Komisji Europejskiej na przejęcie Noos przez UPC

Komisja zezwoliła kontrolowanej przez amerykańską grupę medialną Liberty Media firmie UPC na przejęcie na rynku francuskim operatora kablowego Noos kontrolowanego do tej pory przez Group Suez. Zgodnie z decyzją Komisji to przejęcie nie rodzi żadnego zagrożenia dla konkurencji. Na rynku telewizji kablowej funkcjonują bowiem dwa inne silne podmioty: France Telecom Cable oraz NC Numéricable. Ponadto według Komisji przejęcie to nie będzie miało także ujemnego wpływu na rynek telekomunikacyjny, rynek telewizji płatnej, jak również Internetu.

Źródło: Komisja Europejska, Press Release, 18.05.2004:

<http://www.europa.eu.int/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/04/652&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>

#### ➤ Komisja nakazuje duńskiemu nadawcy publicznemu TV2 zwrot nadwyżki kompensaty za wykonywanie usług publicznych

19 maja 2004 r. Komisja Europejska zakończyła postępowanie dotyczące pomocy publicznej w sprawie finansowania duńskiego nadawcy publicznego TV2/DENMARK, nakazując TV2 zwrot około 84,4 milionów EUR. Komisja Europejska podkreśliła, że finansowanie usług publicznych nie jest zabronione tak długo, jak pomoc ta jest proporcjonalna do kosztów netto realizacji usługi publicznej. Formalne dochodzenie wykazało, że poziom pomocy publicznej dla TV2/DENMARK przekroczył koszty realizacji misji publicznej. Na podstawie „Komunikatu Komisji w sprawie zasad stosowania pomocy publicznej dla publicznego radia i telewizji” Komisja stwierdziła, że w latach 1995-2002 kompensata otrzymana przez TV2 była za wysoka o 628,2 milionów DKK (84,4 milionów EUR) oraz, że pomimo tej nadwyżki nadawca dążył do maksymalizacji dochodu z działalności komercyjnej.

Ponadto Komisja wskazała, że TV2 korzystała z wielu różnych środków publicznych. Poza środkami abonamentowymi, TV2 otrzymywała nie oprocentowane oraz bezzwrotne pożyczki, państwo udzielało gwarancji na kredyty komercyjne, TV2 otrzymywała zwolnienia z podatku, transfery kapitałowe *ad hoc* a także miała dostęp do częstotliwości na zasadach uprzywilejowanych.

Źródło: Komisja Europejska, Press Release, 19.05.2004:

<http://europa.eu.int/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/04/666&format=PDF&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>

**Australia****AU**

Zgodnie z projektem budżetu do 1 lipca 2005 roku w Australii powstanie nowy skonwergowany regulator rynku. Ma on łączyć w sobie kompetencje istniejącego już regulatora mediów elektronicznych ABA (*Australian Broadcasting Authority*) oraz regulatora sektora telekomunikacyjnego (*Australian Communications Authority*). W rezultacie nowemu regulatorowi mają podlegać obszary telekomunikacji, nadawczy, komunikacji radiowej oraz zawartości *on-line*. Zapowiedziana zmiana podyktowana jest nowymi wyzwaniem technologicznymi.

Źródło: Australian IT, 12.05.2004:

<http://australianit.news.com.au/articles/0,7204,9536030%5E15319%5E%5Enbv%5E15306,00.html>

**Irlandia****IE**

Irlandzka Komisja ds. Radiofonii i Telewizji (BCI) przyjęła wytyczne dla nadawców w sprawie relacjonowania referendum, wyborów lokalnych oraz wyborów do Parlamentu Europejskiego

Wytyczne przyjęte 11 maja 2004 r. uzupełniają zapisy irlandzkiej ustawy o radiofonii i telewizji i są skierowane do wszystkich nadawców, którzy działają na podstawie koncesji przyznanej przez BCI. Ich konstrukcja opiera się na generalnych zasadach: zapewnienia równowagi przy przedstawianiu poszczególnych kandydatów i poglądów, obiektywizmu, bezstronności relacji oraz unikania przedstawiania opinii pochodzących od nadawcy. Zawierają one również szczególne rozwiązania wynikające z obowiązującego w Irlandii zakazu nadawania reklamy politycznej i wytyczne na czas trwania tzw. „ciszy wyborczej”.

W odniesieniu do audycji informacyjnych zaleca się by nadawcy zapewnili obiektywne, bezstronne i zrównoważone relacjonowanie również poza-politycznej działalności kandydatów, jeśli jest ona przedmiotem relacji w takich audycjach. W audycjach publicystycznych nadawcy są obowiązani zapewnić równe traktowanie poszczególnych poglądów, a w szczególności gdy audycja (lub seria audycji) jest zorientowana na kwestie związane z wyborami, zaprosić wszystkich kandydatów lub reprezentantów wszystkich poglądów.

Wytyczne zawierają też specyficzne rozwiązania wynikające z zakazu nadawania reklamy politycznej. Nadawcy nie mają obowiązku nadawania przekazów wyborczych, jeżeli jednak się na to zdecydują, powinni zapewnić możliwość uczestnictwa reprezentantom wszystkich opcji na podobnych warunkach. Ponieważ reklama polityczna jest zakazana nadawcy nie mogą pobierać opłat za takie przekazy.

Szczególne zapisy dotyczą okresu tzw. „ciszy wyborczej” tj. okresu obejmującego 24 godziny przed rozpoczęciem głosowania i okres głosowania. Wytyczne zawierają zakaz przedstawiania kandydatów bądź reprezentantów poszczególnych grup interesu w czasie ciszy wyborczej. W czasie tego okresu nadawcy powinny zapewnić, iż ich przekaz nie będzie zawierał materiałów, które mogłyby być uznane za mające wpływ na wynik głosowania. Ponadto, wytyczne przewidują możliwość zwrócenia się przez nadawcę do BCI z prośbą o ocenę danego materiału pod kątem ww. wymogów.

Źródło: BCI, , Press Release, 11.05.2004:

<http://www.bci.ie/publications/FINAL%202004%20Local%20&%20European%20Election%20Guidelines%20May%207th.doc>  
[http://www.bci.ie/news\\_releases/news\\_177.html](http://www.bci.ie/news_releases/news_177.html)

Regulator rynku OFCOM przedstawił propozycję systemu współregulacji w dziedzinie reklamy telewizyjnej i radiowej. Nowy system, który najpierw musi zostać zaaprobowany przez Parlament, przekazuje część kompetencji OFCOM ciałom samoregulującym. Najważniejszą organizacją w proponowanym systemie ma być istniejąca już od czterdziestu lat *Advertising Standards Authority (ASA)*. Oprócz niej w ramach systemu mają funkcjonować następujące organizacje:

- *Advertising Standards Authority Broadcast* – odpowiedzialna za zajmowanie się skargami nadsyłanymi przez widzów i słuchaczy, także tymi, które będą sływać do OFCOM. Organizacja ta będzie ponadto odpowiedzialna za tworzenie dokładnych raportów dotyczących powtarzających się skarg oraz nakładanych sankcji.
- *Broadcast Committee of Advertising Practice* – odpowiedzialny za tworzenie kodeksów praktyki. Komitet ten ma przejąć od OFCOM istniejące już kodeksy i będzie miał prawo do wprowadzania w nich zmian, jednak propozycje zmian muszą być zaaprobowane przez OFCOM.
- *Broadcast Advertising Standards Board of Finance* – odpowiedzialna za zbieranie funduszy na funkcjonowanie całego systemu. Fundusze mają pochodzić z dobrowolnych opłat uiszczanych zarówno przez agencje reklamowe jak również przez nadawców (0,1% wydatków na reklamę).

Zgodnie z propozycją OFCOM ma monitorować efektywność całego systemu. Wspomniane organizacje będą miały obowiązek regularnego składania kwartalnych sprawozdań ze swojej działalności do OFCOM. Ponadto coroczny raport ASA musi także obejmować kwestię reklamy w radiu i telewizji.

Jeżeli parlament zaakceptuje propozycję OFCOM to system zacznie działać od listopada 2004 roku. Początkowo ma on funkcjonować przez dwa lata, a gdy jego rezultaty zostaną pozytywnie ocenione, wówczas okres funkcjonowania systemu zostanie przedłużony na kolejne osiem lat.

Źródło: OFCOM, News Release, 17.05.2004:

[http://www.ofcom.org.uk/media\\_office/latest\\_news/nr\\_20040517](http://www.ofcom.org.uk/media_office/latest_news/nr_20040517)

The Future Regulation of Broadcast Advertising:

[http://www.ofcom.org.uk/consultations/past/reg\\_broad\\_ad/broadcast\\_advertising/pdf\\_version?a=87101](http://www.ofcom.org.uk/consultations/past/reg_broad_ad/broadcast_advertising/pdf_version?a=87101)

**Zebrał i opracował:**  
Wojciech Kołodziejczyk  
Paweł Stępa  
Albert Woźniak