

Przegląd Międzynarodowy

Przegląd Międzynarodowy jest ukazującym się co miesiąc biuletynem wydawanym w formie elektronicznej przez Departament Polityki Europejskiej i Współpracy z Zagranicą. Poświęcony jest działalności instytucji Unii Europejskiej oraz Rady Europy w dziedzinie mediów, stanowiskom lub inicjatywom podejmowanym przez europejskie organizacje branżowe, istotnym wydarzeniom gospodarczym, badaniom naukowym, czy wreszcie najważniejszym reformom i inicjatywom podejmowanym przez poszczególne państwa w tym obszarze. Ma charakter przede wszystkim informacyjny. Archiwum Przeglądu Międzynarodowego dostępne jest pod adresem: <http://www.krrit.gov.pl/bip/Publikacje/PrzeglądMiędzynarodowy/tabid/117/Default.aspx>

Francja

FR

➤ Konsultacje publiczne na temat sposobów wsparcia telewizji lokalnej

Francuski organ regulacyjny ds. audiowizualnych (CSA) oraz Dyrekcja Generalna ds. Mediów i Przemysłów Kultury (DGMIC) Ministerstwa Kultury i Komunikacji ogłosiły wspólne konsultacje publiczne na temat sposobów wsparcia telewizji lokalnej. Telewizja ta, postrzegana we Francji jako synonim więzi społecznych oraz wyraz pluralizmu mediów audiowizualnych, stoi przed potrójnym wyzwaniem:

- niestabilności modelu ekonomicznego, co wynika z trudności w sprzedaży czasu reklamowego,
- trudności w zapełnieniu ramówki i to pomimo cennych wysiłków w produkcji wartościowej, ale drogiej oferty programowej, oraz
- szczególnie wysokich kosztów nadawania w okresie konwersji cyfrowej.

Konsultacje publiczne opierają się na kwestionariuszu (odpowiedzi należy nadsyłać do 11 lutego br.), skonstruowanym na podstawie wyników analizy, którą na zamówienie obu instytucji zrealizowała niezależna firma konsultingowa Analysis Mason. Jest to analiza porównawcza identyfikująca czynniki sukcesu telewizji lokalnych w innych krajach, które można by ewentualnie przenieść na grunt francuski, a konsultacje mają zebrać opinię rynku na temat zawartych w tej analizie propozycji. Wspomniana analiza w całości dostępna jest na stronach internetowych CSA i DGMIC.

Źródło: DGMiC, 4.02.2011 r. http://www.dgmic.culture.gouv.fr/IMG/pdf/Consultation_publicque_tv_locales_CSA-DGMIC.pdf
http://www.ddm.gouv.fr/article.php3?id_article=1566
CSA, 4.02.2011 r. http://www.csa.fr/upload/publication/analysymason_rapportfinal_tvlocale.pdf

➤ Udostępnienie aplikacji na iPhon'a i iPad'a dotyczących dostępu do naziemnej telewizji cyfrowej

CSA poinformowała o udostępnieniu aplikacji na iPhon'a i iPad'a pod nazwą „mój dostęp do naziemnej telewizji cyfrowej”. Aplikacja ta umożliwi sprawdzenie, czy dany adres znajduje się w zasięgu naziemnej telewizji cyfrowej oraz na jaki zasięg można liczyć po wyłączeniu emisji analogowej. Narzędzie to, dostępne do tej pory na stronie internetowej „wszyscy do

cyfry”, a także ze strony internetowej CSA, cieszy się wśród zainteresowanych ogromną popularnością, gromadząc w tej postaci ponad 14 milionów odsłon.

Źródło: Komunikat prasowy CSA

http://www.csa.fr/actualite/communiqués/communiqués_detail.php?id=132161

Niemcy

DE

➤ ProSiebenSat.1 sprzedaje swoje udziały

Koncern medialny ProSiebenSat.1 Media (należący do funduszy inwestycyjnych KKR i Permira) rozpoczął proces sprzedaży niektórych swoich aktywów w celu spłaty zadłużenia wynoszącego w ubiegłym roku 3.3 mld Euro. W 2007 roku, w celu stworzenia silnej konkurencji dla RTL Group (Bertelsmann), za taką kwotę koncern kupił spółkę SBS Broadcasting. Władze ProSiebenSat.1 zamierzają sprzedać belgijskie i holenderskie filie SBS. Ponadto, w celu zmniejszenia zadłużenia KKR i Permira sprzedały 3,7% akcji kapitału zakładowego ProSiebenSat.1 za 194 mln Euro. Po transakcji KKR i Permira nadal będą posiadały 53% kapitału zakładowego ProSiebenSat.1 i 88% praw głosu w spółce.

Źródło: Media Network Weblog, ProSieben says disposals begun, outcome uncertain, 23.01.2011

<http://blogs.rnw.nl/medianetwork/prosieben-says-disposals-begun-outcome-uncertain>

<http://www.broadbandtvnews.com/2011/01/14/kkr-and-permira-to-sell-prosiebensat-1-stake/>

Turcja

TR

➤ Liberalizacja przepisów w sprawie inwestycji zagranicznych

Parlament Turcji przyjął ustawę zezwalającą na posiadanie 50% udziałów nadawców radiowych i telewizyjnych w Turcji. Dotychczasowe przepisy zezwalały na posiadanie udziałów jedynie w 25%. Podniesienie tego limitu ma wpłynąć na zwiększenie zainteresowania kapitału zagranicznego szybko rozwijającym się tureckim rynkiem mediów audiowizualnych. Obecnie sektor ten jest zdominowany przez koncern medialny Dogan Yayin, który jest właścicielem głównych stacji telewizyjnych i wysokonakładowych gazet takich jak Hürriyet i Milliyet.

Dogan Yayin, który uwikłany jest w proces sadowy w sprawie kary z tytułu niezapłaconych podatków, planuje sprzedać swoje udziały zagranicznym inwestorom, wśród których wymieniane są fundusze inwestycyjne KKR i TPG oraz koncern Time Warner.

Nowe przepisy wejdą w życie po ich podpisaniu przez prezydenta Abdullaha Gül. Dotychczasowe próby liberalizacji rynku audiowizualnego były wetowane przez poprzedniego prezydenta.

Informacje na ten temat ukazały się również w Przeglądach Międzynarodowych ze stycznia i listopada 2008 roku.

Źródło: Media Network Weblog, Turkey to allow 50% foreign ownership in broadcasting, 8.01.2011

<http://blogs.rnw.nl/medianetwork/turkey-to-allow-50-foreign-ownership-in-broadcasting>

Wielka Brytania

GB

➤ BBC planuje kolejne cięcia kosztów

Brytyjski nadawca publiczny BBC planuje cięcia kosztów, które mają pozwolić na zaoszczędzenie 400 mln funtów przez najbliższe sześć lat. Zarząd nadawcy zapowiedział

25% obniżkę wynagrodzeń kadry kierowniczej korporacji, zamknięcie pięciu sekcji językowych i likwidację 650 etatów spośród niemal 2,4 tys. zatrudnionych w sieci radiowej BBC World Service. Zwolnienia pozwolą zaoszczędzić 46 mln funtów rocznie. Zamknięte zostaną sekcje: albańska, macedońska i serbska oraz redakcje przygotowujące programy dla krajów karaibskich w języku angielskim i po portugalsku dla krajów afrykańskich. Dodatkowo BBC rezygnuje z programów radiowych nadawanych w językach: mandaryńskim, wietnamskim, ukraińskim, azerskim, tureckim, rosyjskim (poza audycjami dostępnymi online) oraz hiszpańskim (dla Kuby). Serwisy internetowe BBC w tych językach będą nadal dostępne.

Ponadto władze BBC podjęły decyzję o zmniejszeniu działalności BBC Online o 25%. Budżet działu zmniejszy się ze 137 mln funtów do 103 mln funtów do roku obrachunkowego 2013-2014. Cięcia te oznaczają likwidację 360 etatów w dziale internetowym. Znikną niektóre blogi, fora, strony i portale. W BBC Online ma być mniej sportu i showbiznesu.

Podjęte przez władze korporacji działania oszczędnościowe spowodowane są wycofaniem się brytyjskiego rządu z dotowania sieci BBC World Service i przejściem jej finansowania przez BBC oraz decyzją BBC Trust, organu nadzorującego BBC, o zamrożeniu stawek abonamentu do 2017 roku, co spowoduje 16% spadek realnych wpływów do budżetu nadawcy.

Informacja na ten temat ukazała się również w Przeglądzie Międzynarodowym z października 2010 roku.

Źródło: Media Network Weblog, BBCWS cuts language services and radio broadcasts, 26.01.2011

<http://blogs.rnw.nl/medianetwork/bbcws-cuts-language-services-and-radio-broadcasts>

<http://blogs.rnw.nl/medianetwork/bbcws-to-lose-650-jobs-five-language-services>

Media Network Weblog, BBC announces plans to restructure BBC Online, 24.01.2011

<http://blogs.rnw.nl/medianetwork/bbc-announces-plans-to-restructure-bbc-online>

Press

Informacje branżowe

➤ **Telewizja hybrydowa zagrożeniem dla ekosystemu mediów audiowizualnych?**

Spór pomiędzy producentami odbiorników, gigantami Internetu i nadawcami telewizyjnymi w zakresie telewizji hybrydowej (miazg telewizji i Internetu na telewizyjnym ekranie) stanowił jeden z głównych punktów *Consumer Electronics Show* - międzynarodowego salonu elektroniki, który odbył się w Las Vegas na początku stycznia br. Rok temu, w tym samym miejscu, telewizję hybrydową obwołano rewolucją, dziś obawiają się jej głównie nadawcy telewizyjni, gdyż stawia pod znakiem zapytania ich tradycyjny model ekonomiczny. Postrzegając niekontrolowany rozwój tej gałęzi jako potencjalne zagrożenie dla swojej działalności, francuscy nadawcy po raz pierwszy w historii zjednoczyli się (w sumie 18 czołowych nadawców, w tym telewizja publiczna, Canal+, dwóch największych nadawców komercyjnych oraz inni nadawcy obecni w naziemnej telewizji cyfrowej) i podpisali w październiku 2010 r. „Kartę nadawców w sprawie trybu umieszczania treści i usług on-line w odbiornikach telewizyjnych i w innych hybrydowych odbiornikach wideo”. Celem nadawców jest utrzymanie pełnej kontroli nad treścią programową. Deklaracja stanowi, że nadawcy telewizyjni są jedyną stroną uprawnioną do zapewnienia zgodności umieszczonych treści z obowiązującymi przepisami prawa, jak też z zapisami koncesji i innych wiążących dokumentów (np. w zakresie praw autorskich i pokrewnych). W interesie nadawców byłoby stworzenie „środowiska – marki” wokół jednego sztandarowego programu, wokół którego funkcjonują pozostałe programy, usługi catch-up tv, VoD (usługi na żądanie) oraz powiązane z nimi strony internetowe.

Nadawcy obawiają się, że Google mógłby stać się dla nich głównym dostawcą oglądalności, a co za tym idzie, przejąć znaczną część internetowego rynku reklamowego. Z rynku szacowanego na około 3 mld Euro netto rocznie, już dziś Google praktycznie „inkasuje” około 1 mld Euro z linków sponsorowanych. W tym kontekście, telewizja

publiczna *France Télévisions* ma najmniej do stracenia, gdyż w pewnym stopniu chroni ją brak reklam po godzinie 20.00 (prace parlamentarne idą w kierunku pełnego wycofania reklam w programach tego nadawcy począwszy od 2016 r.) oraz wierność starszych wiekiem widzów.

CSA, francuski organ regulacyjny ds. audiowizualnych, dostrzega zagrożenia, jakie niesie telewizja hybrydowa określając je jako „fundamentalne zmiany w środowisku audiowizualnym”. Regulator identyfikuje problem na poziomie ekonomicznym (nie wiadomo, kto „przejmie” oglądalność; potrzebne jest zatem zrewidowanie sposobów finansowania programów audiowizualnych) i regulacyjnym, gdyż regulacje koncentrują się na nadawaniu naziemnym, a w ogóle nie uwzględniają producentów odbiorników czy dostawców dostępu. Telewizja przyszłości może też zaburzyć tradycyjną konkurencję między nadawcami, w przypadku gdy wyszukiwarki indeksowałyby zarówno audycje nadawców krajowych jak i zagranicznych oraz wszystkie dostępne usługi na żądanie, a któryś z nadawców kupiłby od Google słowa kluczowe, przez co wygenerowałby ruch większy od przeciętnej oglądalności. Zagrożenie dla nadawców krajowych idzie też z drugiej strony, ponieważ widz, który np. wpisałby do wyszukiwarki nazwę swojego ulubionego amerykańskiego serialu, mógłby zostać skierowany nie do krajowego nadawcy nadającego ten serial, ale albo do starych odcinków dostępnych w katalogu usług na żądanie, albo też do najnowszych odcinków nowej, nie nadawanej jeszcze w kraju serii, którą już nadaje u siebie nadawca amerykański. W tej sytuacji nadawcy krajowi dużo ryzykują: z jednej strony będą nadal kupować zagraniczne produkcje, ale z drugiej muszą też przechodzić przez sieć Google w celu generowania oglądalności ponosząc przy tym ryzyko, że widzowie zwrócą się ku bardziej pociągającej ofercie. Google może też stać się narzędziem pomiaru doraźnej (aktualnej) oglądalności i proponować reklamodawcom przekierowanie spotów reklamowych do najbardziej oglądanych audycji. Na obecnym etapie wszystkie strony próbują się porozumieć. Jak pisze *Le Figaro*, jednym z mediatorów w tej sprawie jest dyrektor generalny Sony France (partnera Google TV) i jednocześnie prezes izby producentów odbiorników. Jego wielokrotne wizyty u szefów mediów audiowizualnych mają na celu znalezienie akceptowalnego dla wszystkich stron rozwiązania.

Źródło: *Le Figaro*, La télévision connectée menace le PAF, 3.01.2011 r.

http://recherche.lefigaro.fr/recherche/access/lefigaro_fr.php?archive=BszTm8dCk78atGCYonbvzs7LvoA%2Bj6kVIM2Bk3ujKW4%2B5O2vaNHWGCsidAbmrDPsu21GtjAq08M%3D

Europejskie Obserwatorium Audiowizualne, IRIS 2011-1, Amélie Blocman, « Signature d'une charte encadrant la responsabilité éditoriale sur la télévision connectée » oraz « Fin de la publicité sur France Télévisions en 2016 »

<http://merlin.obs.coe.int/newsletter.php>



Zebrał i opracował:
Albert Woźniak
Ewa Murawska-Najmiec