

Warszawa, dn. 15.10.2012 r.



Szanowny Pan Przewodniczący

Dr Grzegorz Czelej

Senacka Komisja Kultury i Środków Przekazu

Stanowisko

Związku Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska

w sprawie „Projektu ustawy o zmianie ustawy

o radiofonii i telewizji (druk nr 693)” oraz „Sprawozdania Komisji Kultury i Środków Przekazu” i „Dodatkowego Sprawozdania Komisji Kultury i Środków Przekazu” (druk sejmowy nr 728 oraz druk sejmowy nr 728 - A).

Szanowny Panie Przewodniczący,

- 1.1. Działając w imieniu Związku Pracodawców Branży Internetowej *Interactive Advertising Bureau* Polska (zwanego dalej „IAB Polska”) oraz w związku z opracowaniem projektu ustawy o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji – druk sejmowy nr 693 (zwanego dalej „Projektem” lub „Projektem Ustawy”) dokonującego implementacji przepisów Dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych (Dyrektywa PE i Rady 2010/13/UE z dnia 10 marca 2010r. – Dz. U. UE L 95/1, dalej „Dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych” lub „Dyrektywy”) w zakresie audiowizualnych usług medialnych na żądanie, a także „*Sprawozdaniem Komisji Kultury i Środków Przekazu*” i „*Dodatkowym Sprawozdaniem Komisji Kultury i Środków Przekazu*” (druk sejmowy nr 728 oraz druk sejmowy nr 728 - A) przedstawiam **stanowisko IAB Polska** (zwane dalej „Stanowiskiem”) w powyższym zakresie.

- 1.2. Jednocześnie podkreślamy, że IAB Polska, które aktywnie uczestniczy w pracach nad Projektem, jest dobrowolną, samorządną oraz trwałą organizacją pracodawców w rozumieniu ustawy z dnia 23 maja 1991 roku o organizacjach pracodawców (Dz. U. z 1991 r., nr 55 poz. 235). Cel IAB Polska stanowi ochrona praw i reprezentowanie interesów zrzeszonych w nim podmiotów branży internetowej. W chwili obecnej do organizacji należy ponad 196 przedsiębiorstw, w tym największe polskie portale internetowe i operatorzy serwisów społecznościowych, a także podmioty świadczące AUM na żądanie.

UZASADNIENIE

- 1.3. Na wstępie należy zauważyć, że – zdaniem IAB Polska – w treści Projektu doszło do wprowadzenia szeregu restrykcyjnych wobec przedsiębiorców internetowych regulacji prawnych.
- 1.4. Powyższe nastąpiło pomimo tego, że modelowa implementacja Dyrektywy powinna polegać m.in. na wprowadzeniu procesów samoregulacji i współregulacji, a także stosowaniu zasady „minimum niezbędnej regulacji” co miało zapewnić skuteczne wspieranie innowacyjności w polskiej gospodarce, polskiego sektora internetowego, a także rozwoju społeczeństwa informacyjnego.
- 1.5. W konsekwencji niniejszy dokument ma na celu przedstawienie Stanowiska IAB Polska w zakresie:
- a) obowiązku przeznaczania co najmniej 20% zawartości katalogu na audycje europejskie, w tym polskie oraz odpowiedniego wyeksponowania tych audycji w katalogu - (**art. 47 f) ust. 2 Projektu**);
 - b) obligatoryjności określenia przez KRRiIT, w drodze rozporządzenia, cech oraz szczegółowych warunków kwalifikowania i oznaczania audycji i innych przekazów oraz wzorów odpowiednich symboli graficznych (przy uwzględnieniu stopnia szkodliwości audycji dla małoletnich w poszczególnych kategoriach wiekowych oraz specyfiki audiowizualnych usług medialnych na żądanie) - (**art. 47 e) ust. 4 Projektu**);
 - c) warunków dopuszczalności określenia przez ministra właściwego do spraw informatyzacji, w drodze rozporządzenia, szczegółowych warunków, jakim odpowiadać muszą zabezpieczenia techniczne lub inne odpowiednie środki, mające na celu ochronę małoletnich przed odbiorem audycji lub innych przekazów, o których mowa w art. 18 ust. 4 URT – (**art. 47e) ust. 3 Projektu**), a także

- d) obowiązku w zakresie corocznego składania do Krajowej Rady sprawozdania z wykonania obowiązków, o których mowa w art. 47e i 47f Projektu – (art. 47j) Projektu).

Dyrektor generalny



Jarosław Sobolewski

ZWIĄZEK PRACODAWCÓW

BRANŻY INTERNETOWEJ

INTERACTIVE ADVERTISING BUREAU POLSKA

03-733 Warszawa, ul. Targowa 34 lok.43

NIP: 521-34-18-625

II. Tabela zawierająca wykaz projektowanych przepisów u.r.t., które nakładają obowiązki sprzeczne z Dyrektywą oraz projektowanych propozycji IAB Polska w powyższym zakresie.

Projektowany przepis u.r.t. (obowiązki sprzeczne z Dyrektywą)	Propozycja IAB Polska	Uzasadnienie
<p>art. 47 f) ust. 2 Projektu</p> <p>Podmioty dostarczające AUM na ządanie są obowiązane do przeznaczania co najmniej 20% zawartości katalogu na audycje europejskie oraz odpowiedniego wyeksponowania tych audycji w katalogu.</p>	<p>Wykreślenie art. 47f) ust. 2 Projektu</p>	<ol style="list-style-type: none"> Należy podkreślić, że w Dyrektywie (w przypadku usług na ządanie) obowiązkowy udział audycji europejskich oraz krajowych w katalogu nie został uznany za obligatoryjny oraz jedyny możliwy środek promocji audycji europejskich. W myśl bowiem art. 13 ust. 1 Dyrektywy oraz Tezy (69) Preambuli do niej: <ul style="list-style-type: none"> „Państwa członkowskie zapewniają, by dzięki audiowizualnym usługom medialnym na ządanie świadczonym przez dostawców usług medialnych podlegających ich jurysdykcji promowane były – w granicach możliwości i w stosowny sposób – produkcja utworów europejskich oraz dostęp do nich. Taka promocja mogłaby polegać między innymi na udziale finansowym takich usług w produkcji utworów europejskich i zakupie praw do nich lub udostępnianiu <u>lub</u> eksponowaniu utworów europejskich w katalogu audycji oferowanych w ramach audiowizualnej usługi medialnej na ządanie.”

„Audiowizualne usługi medialne na żądanie mogą w przyszłości częściowo zastąpić rozpowszechnianie telewizyjne. W związku z tym należy w miarę możliwości wspierać produkcję i dystrybucję utworów europejskich, a przez to aktywnie przyczynić się do promowania różnorodności kulturowej. Takie wsparcie dla utworów europejskich mogłoby polegać, **przykładowo**, na udziale finansowym takich usług w produkcji utworów europejskich i na zakupie praw do nich, zapewnianiu ich minimalnego udziału w katalogu usług wideo na żądanie **lub** prezentowaniu ich w sposób atrakcyjny w elektronicznym przeglądzie audycji (...)”.

3. W konsekwencji RP dysponuje w tym zakresie swobodą legislacyjną, która powinna zostać wykorzystana w celu zapewnienia „**minimum niezbędnej regulacji**” w zakresie dopiero rozwijających się AUM na żądanie oraz stworzenia warunków zachęcających dostawców w/w usług z innych państw członkowskich UE do prowadzenia działalności z terytorium RP (**konkurencja regulacyjna**). Ponadto zauważamy, że nie przedstawiono żadnej oceny skutków wprowadzenia takiej regulacji (przede wszystkim skutków ekonomicznych). Istnieje bowiem wysokie ryzyko obniżenia atrakcyjności RP jako państwa – siedziby dla szeregu dostawców AUM na żądanie oraz podwyższenia kosztów działalności dostawców AUM na żądanie.

4. W związku z powyższym wskazujemy na

szereg możliwych i dopuszczalnych w myśl Dyrektywy środków promocji audycji europejskich, które nie wpłyną w sposób negatywny na rozwój usług na żądanie. Do powyższych środków należą:

- a) obowiązek zamieszczania reklamy audycji europejskich bezpośrednio przed zapoznaniem się przez użytkownika z zamówionym przez niego materiałem audiowizualnym;
- b) obowiązek prowadzenia reklamy audycji europejskich w ramach serwisu AUM na żądanie (np. wykorzystywanie części powierzchni reklamowej, organizowanie konkursów);
- c) eksponowanie audycji europejskich na głównych stronach serwisu AUM na żądanie;
- d) obowiązek indeksowania treści w ramach serwisu AUM na żądanie pod kątem tego czy stanowią one audycje europejskie;
- e) stworzenia dedykowanej kategorii audycji europejskich w ramach wewnętrznych narzędzi wyszukiwawczych serwisu;
- f) podawanie informacji na temat europejskiej produkcji w ramach opisów audycji (np. podanie kraju produkcji).

W zakresie wniosków mniejszości za niedopuszczalne należy uznać wykreślenie art. 47 f) ust. 4 Projektu. Powyższy przepis bowiem wyklucza możliwość nałożenia na dostawców AUM na żądanie obowiązku zachowania kwoty np. 20% audycji europejskich w katalogu w przypadku gdy cel prowadzonej przez nich działalności stanowi udostępnianie filmów np. z danego regionu świata (np. serwis *video on demand* z filmami azjatyckimi).

<p>art. 47 e) ust. 4 Projektu</p> <p>„Krajowa Rada określi, w drodze rozporządzenia, cechy oraz szczegółowe warunki kwalifikowania i oznaczania audycji i innych przekazów, oraz wzory odpowiednich symboli graficznych, uwzględniając stopień szkodliwości audycji dla małoletnich w poszczególnych kategoriach wiekowych oraz specyfikę audiowizualnych usług medialnych na żądanie.”</p>	<p>Wykreślenie art. 47e) ust. 4 Projektu oraz zastąpienie go postanowieniem zobowiązującym podmioty branży VOD do ustanowienia kodeksu dobrych praktyk</p> <p>albo</p> <p>zobowiązującym właściwego ministra (np. MAiC) lub KRRIT do zainicjowania utworzenia przez branżę VOD kodeksu dobrych praktyk (współregulacja) poprzez określenie jego głównych celów, zakresu oraz sposobu i terminu implementacji.</p> <p>Ewentualnie wykreślenie samej obligatoryjności wydania rozporządzenia przez KRRIT. W takim przypadku rozporządzenie zostałoby wydane w razie braku ustanowienia kodeksu dobrych praktyk.</p>	<p>1. Zdaniem IAB Polska cechy oraz szczegółowe warunki kwalifikowania i oznaczania audycji, a także innych przekazów powinny zostać określone w treści branżowego kodeksu dobrych praktyk, który uwzględni wiedzę oraz doświadczenie podmiotów operujących w sposób profesjonalny na rynku AUM na żądanie, a także specyfikę świadczonych usług.</p> <p>2. W trakcie projektowania w/w rozwiązań w zakresie oznaczania treści należy bowiem uwzględnić szereg okoliczności faktycznych natury technologicznej (np. sposób otwarzania audycji, wykorzystywanie funkcjonalności tzw. playerów), które mogą wpłynąć na zakres albo brak możliwości realizacji obowiązku.</p> <p>3. Wskazuje się również na możliwość wprowadzenia współregulacji, w ramach której właściwy minister (np. MAiC) lub KRRIT zainicjuje samą procedurę tworzenia kodeksu dobrych praktyk poprzez wskazanie jej zakresu, celów oraz terminu w jakim ma zostać przeprowadzona.</p> <p>4. Powyższe uzasadnia treść Tezy 44 Preambuły do Dyrektywy, w myśl której:</p> <p><i>„W komunikacie skierowanym do Parlamentu Europejskiego i Rady o poprawie otoczenia regulacyjnego w dziedzinie wzrostu gospodarczego i zatrudnienia w Unii Europejskiej Komisja podkreśliła, że niezbędne jest dokładne zbadanie kwestii właściwego podejścia regulacyjnego do danego sektora i problemu, w szczególności w celu określenia, czy odpowiednie przepisy dla nich przyjęcie przepisów, czy też należy</i></p>
--	--	--

rozważyć alternatywne rozwiązania takie jak współregulacja lub samoregulacja. Ponadto doświadczenie pokazuje, że zarówno instrumenty współregulacji, jak i instrumenty samoregulacji stosowane zgodnie z różnymi tradycjami prawnymi państw członkowskich mogą odgrywać istotną rolę w zapewnieniu wysokiego poziomu ochrony konsumentów.

Srodki mające służyć osiągnięciu celów leżących w interesie publicznym w sektorze wchodzących na rynek audiowizualnych usług medialnych są skuteczniejsze, jeżeli są podejmowane przy czynnym poparciu ze strony samych usługodawców. I tak: samoregulacja stanowi rodzaj dobrowolnej inicjatywy pozwalającej podmiotom gospodarczym, partnerom społecznym, organizacjom pozarządowym lub stowarzyszeniom przyjmować wspólne wytyczne, które będą obowiązywać ich wszystkich.

Państwa członkowskie powinny, zgodnie ze swoimi odmiennymi tradycjami prawnymi, uznać rolę, jaką skuteczna samoregulacja może odegrać jako uzupełnienie obowiązujących mechanizmów prawodawczych i sądowych lub administracyjnych oraz jako użyteczny wkład w realizację celów niniejszej dyrektywy (...)

5. Przedstawione powyżej stanowisko należy uznać tym bardziej za uzasadnione, że grupa dostawców AUM na żądanie, która jest zrzeszona w IAB Polska podjęła aktywne działania w celu wypracowania „Kodeksu dobrych praktyk VOD w zakresie ochrony

<p>art. 47e) ust. 3 Projektu</p> <p>„Krajowa Rada, w porozumieniu z ministrem właściwym do spraw informatyzacji może określić, w drodze rozporządzenia, szczegółowe warunki, jakim odpowiadać muszą zabezpieczenia techniczne lub inne odpowiednie środki, mające na celu ochronę mabeleńnych przed odbiorem audycji lub innych przekazów, o których mowa w art. 18 ust. 4, kierując się potrzebą zapewnienia skutecznej ochrony mabeleńnych przed szkodliwymi dla nich treściami, uwzględniając możliwości techniczne i stopień szkodliwości audycji lub innych przekazów dla mabeleńnych w poszczególnych kategoriach wiekowych oraz specyfikę audiowizualnych usług medialnych na żądanie.”</p>		<p>osób niepełnoletnich.” Powyższy kodeks będzie stanowił kodeks dobrych praktyk w rozumieniu art. 7 punkt 1) Ustawy o nieuczciwych praktykach rynkowych i ma stanowić pierwszy przykład samoregulacji branży dostawców AUM na żądanie.</p>
<p>art. 47e) ust. 3 Projektu</p>	<p>Wykreślenie art. 47e) ust. 3 Projektu oraz zastąpienie go postanowieniem zobowiązującym podmioty branży VOD do ustanowienia kodeksu dobrych praktyk</p> <p>albo</p> <p>zobowiązującym właściwego ministra (np. MAiC) lub KRRiT do zainicjowania utworzenia przez branżę VOD kodeksu dobrych praktyk (współregulacja) poprzez określenie jego głównych celów, zakresu oraz sposobu i terminu implementacji.</p>	<p>Uwagi jak powyżej.</p> <p>Ponadto - w zakresie wniosków mniejszości - za niedopuszczalne należy uznać wyznaczenie określonego terminu, w jakim Rozporządzenie powinno zostać wydane. Zwracamy bowiem uwagę na fakt, że w myśl obecnego Projektu wydanie Rozporządzenia jest fakultatywne. Intencją projektodawcy zatem było wprowadzenie możliwości wydania rozporządzenia dopiero w przypadku braku opracowania przez branżę kodeksu dobrych praktyk (art. 3a) Projektu).</p>

	<p>art. 47j) Projekt</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Podmioty dostarczające audiowizualne usługi medialne na ządanie są obowiązane do corocznego składania do Krajowej Rady Sprawozdania z wykonania obowiązków, o których mowa w art. 47e i 47f. 2. Sprawozdanie zawiera: <ol style="list-style-type: none"> 1) dane podmiotu w zakresie określonym w art. 47c ust. 1 wraz z podaniem sposobu publicznego udostępniania audiowizualnej usługi medialnej na ządanie; 2) opis rodzajów zabezpieczeń technicznych lub innych odpowiednich środków, mających na celu ochronę małych przed ich odbiorem, które stosuje dany podmiot; 3) opis sposobów promocji audycji europejskich, stosowanych przez dany podmiot, w tym udział audycji europejskich w katalogu w ujęciu ilościowym i czasowym. 3. Sprawozdanie składa się w terminie do dnia 31 maja za rok poprzedni. <p>art. 53d) Projekt</p>	<p>Wykreślenie art. 47j) oraz art. 53d) Projektu</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. W treści projektowanego art. 47j) Projektu wprowadzono mający dotyczyć dostawców AUM na ządanie obowiązek sprawozdawczy. Ponadto przyznano Przewodniczącemu KRRIT prawo do nałożenia na dostawcę AUM na ządanie kary pieniężnej w przypadku braku realizacji w/w obowiązku. 2. Powyższe nastąpiło pomimo faktu, że – w myśli Dyrektywy - Dostawcy AUM na ządanie nie muszą być obciążeni tego rodzaju obowiązkiem (brak jakiegokolwiek postanowienia w tym zakresie). 3. W konsekwencji RP dysponuje w tym zakresie swobodą legislacyjną, która powinna zostać wykorzystana w celu zapewnienia „minimum niezbędnej regulacji” w zakresie dopiero rozwijających się AUM na ządanie oraz stworzenia warunków zachęcających dostawców w/w usług z innych państw członkowskich UE do prowadzenia działalności z terytorium RP (konkurencja regulacyjna). Ponadto zauważamy, że nie przedstawiono żadnej oceny skutków wprowadzenia takiej regulacji (przede wszystkim skutków ekonomicznych). Istnieje bowiem wysokie ryzyko obniżenia atrakcyjności RP jako państwa – siedziby dla szeregu dostawców AUM na ządanie oraz podwyższenia kosztów działalności dostawców AUM na ządanie.
--	---	---	--

<p>1. Za niezłożenie sprawozdania w terminie przewidzianym w art. 47j ust. 3 Przewodniczący Krajowej Rady może, po bezskutecznym wystosowaniu żądania, o którym mowa w art. 10 ust. 2, do złożenia sprawozdania w terminie 14 dni od dnia otrzymania wezwania, wydać decyzję nakładającą na osobę kierującą działalnością 9 podmiotu dostarczającego audiowizualne usługi medialne na żądanie karę pieniężną w wysokości nieprzekraczającej 1000 zł.</p> <p>2. Kara, o której mowa w ust. 1, może być powtarzana po upływie 30 dni od upływu terminu na zapłatę poprzedniej kary w przypadku dalszego uchylenia się od obowiązku złożenia sprawozdania przez podmiot dostarczający audiowizualną usługę medialną na żądanie.</p> <p>3. Decyzja nakładająca karę nie może być wydana, jeżeli od terminu określonego w art. 47j ust. 3 upłynął rok.</p>		
---	--	--

Załączniki:

1. Analiza Biura KRRIT pt. „Rola organów regulacyjnych w systemach współregulacyjnych”, dr Paweł Stępka, wrzesień 2010r.