



Warszawa, dnia 04 września 2015 r.

Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego
Departament Własności Intelektualnej i Mediów

ul. Krakowskie Przedmieście 15/17

00-071 Warszawa

DWIM/875/15/KZ

p. k. Galle
po opublikowaniu z
tytuł sławie i do
wykonanie
04.09.15 k

Szanowni Państwo,

W nawiązaniu do pisma Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego z dnia 22 lipca 2015 r., niniejszym przedkładamy odpowiedź Spółki Cyfrowy Polsat S. A. na pytania dotyczące przeglądu dyrektywy 2010/13/UE dokonywanego przez Komisję Europejską.

1. Zakres dyrektywy 2010/13/UE

Obecnie obowiązująca dyrektywa obejmuje swoim zakresem audiowizualne usługi medialne rozumiane jako usługi, za które odpowiedzialność redakcyjną ponoszą ich dostawcy i których podstawowym celem jest dostarczanie ogółowi odbiorców audycji w celach informacyjnych, rozrywkowych lub edukacyjnych. Jednocześnie dyrektywa dzieli audiowizualne usługi medialne na przekaz telewizyjny (program) i audiowizualną usługę medialną na żądanie stosując jednocześnie łagodniejsze regulacje wobec drugiego typu usług.

Czy zakresem dyrektywy powinny zostać objęte usługi, które są z niej obecnie wyłączone? Jakże powinny być to usługi?

Nie ma uzasadnienia do rozszerzania zakresu Dyrektywy na inne usługi, tym bardziej, że w większości podlegają one odrębnym regulacjom prawnym adekwatnym do zabezpieczenia ryzyk związanych z ich funkcjonowaniem w obrocie.

Czy uzasadnione jest utrzymanie obecnej stopniowalnej regulacji i różne traktowanie usług linearnych i nielinearnych?

Różne traktowanie usług linearnych i nielinearnych jest całkowicie uzasadnione, co wynika po pierwsze z całkowicie odmiennego sposobu korzystania z tego typu treści, a po drugie z innych uwarunkowań ekonomicznych i modeli biznesowych. W przypadku usługi linearnych program jest w całości komponowany przez nadawcę, przez co ma on większy wpływ na całościowy charakter



programu. W przypadku treści nielinearnych usługodawca dostarcza katalog usług, z których sam użytkownik indywidualnie wybiera interesujące go treści.

2. Zasady ustalania jurysdykcji wobec dostawców usług medialnych

Obecnie obowiązujący art. 2 dyrektywy 2010/13/UE wprowadza zasadę państwa pochodzenia jako regułę służącą do ustalania jurysdykcji wobec dostawców usług medialnych. W związku z powyższym,

co do zasady, dostawca usługi medialnej podlega pod regulacje obowiązujące w państwie, w którym znajduje się jego siedziba. Regulacja ta powoduje m.in. wyłączenie dostawców usług medialnych świadczących swoje usługi spoza UE z zakresu obowiązywania dyrektywy.

Jakie są skutki zasady państwa pochodzenia dla kształtu polskiego rynku usług medialnych oraz ochrony polskich konsumentów przed niezgodnymi z prawem działaniami dostawców usług medialnych?

Innego traktowania wymagają usługi linearne, które są koncesjonowane, niż usługi audiowizualne na żądanie. W przypadku usług telewizyjnych zasada państwa pochodzenia nie ma istotnego wpływu na polski rynek medialny.

Z kolei nierówne traktowanie podmiotów świadczących usługi audiowizualne na żądanie skierowane do polskich konsumentów ze względu na miejsce ich rejestracji prowadzi do dysproporcji w warunkach prowadzenia biznesu, ugruntowuje preferencyjne traktowanie podmiotów amerykańskich względem europejskich i krajowych przedsiębiorców, osłabia nie tylko polski sektor usług audiowizualnych, ale także polską gospodarkę. W końcu też nie zapewnia konsumentom jednolitej należytej ochrony.

Skala nierównego traktowania podmiotów europejskich, w szczególności krajowych a amerykańskich świadczących analogiczne usługi europejskim odbiorcom jest ogromna. Brak stosownych regulacji doprowadził do sytuacji, gdzie na polskim rynku ponad 50% wpływów reklamowych z reklamy online, będących głównych źródłem finansowania projektów internetowych, trafia do amerykańskich korporacji, które nie wspierają rozwoju lokalnej przedsiębiorczości, nie zapewniają stosownej ochrony zarówno europejskim konsumentom, jak i przedsiębiorstwom, których usługi są wykorzystywane do generowania zysku przez amerykańskich gigantów. Problem kształtuje się analogicznie w skali Polski, jak i całej Europy. Dając przyzwolenie zagranicznym firmom na czerpanie zysków finansowych z polskiego rynku bez ponoszenia obowiązków spoczywających na polskich firmach oferujących usługi cyfrowe do tej samej grupy odbiorców i o tym samym charakterze, rząd przyczynić się może do osłabienia polskiej gospodarki, innowacyjności oraz daje sygnał priorytetowego traktowania globalnych korporacji zamiast lokalnej przedsiębiorczości. Takie działania rządu, mogą skłonić część przedsiębiorstw do zmiany państwa pochodzenia na takie, które pozwala na świadczenie audiowizualnych usług medialnych na żądanie polskim użytkownikom przy mniejszych rygorach regulacyjnych a taka sytuacja ewidentnie może przynieść szkodę polskiej gospodarce.

Jak powinny być kształtowane zasady uznania jurysdykcji wobec dostawców usług medialnych?

W przypadku koncesjonowanych usług linearnych powinna być obowiązująca zasada państwa pochodzenia jako podstawa uznania danej jurysdykcji.

Zadbanie o równe warunki do prowadzenia działalności mediowej świadczonej za pomocą transgranicznych sieci teleinformatycznych jest jednym z głównych wyzwań związanych z cyfryzacją usług medialnych. Internet nie zna granic, nie jest też medium licencjonowanym. Bez stosownych regulacji polegających np. na uznaniu kraju „targetowania” usługi (a nie rejestracji działalności bądź ulokowania serwera) jako podstawy do uznania jurysdykcji danego kraju trudno zapewnić podmiotom krajowym i europejskim warunki do konkurencyjności i nie gorsze warunki do prowadzenia działalności od tych obowiązujących globalnych graczy świadczących swoje usługi na terenie Polski czy innych krajów europejskich.

Czy i ewentualnie na jakich zasadach podmioty świadczące swoje usługi spoza terytorium UE powinny być objęte zakresem dyrektywy?

Nadawcy telewizyjni świadczący swoje usługi spoza terytorium UE powinni podlegać tym samym regułom, co podmioty objęte zakresem dyrektywy. Jest to niezbędne rozwiązanie w celu ochrony europejskiego rynku telewizyjnego.

Podmioty kierujące usługi audiowizualne na żądanie do polskich konsumentów (o czym świadczy np. typ treści oraz język) i czerpiące jednocześnie z tego tytułu zyski pochodzące z polskiego rynku reklamowego bądź bezpośrednio od polskich odbiorców powinny podlegać takim samym regulacjom, co podmioty świadczące analogiczne usługi zarejestrowane w Polsce.

3. Przekazy handlowe

Dyrektywa 2010/13/UE zawiera jakościowe regulacje dotyczące przekazów handlowych we wszystkich audiowizualnych usługach medialnych, a także dalej idące ilościowe ograniczenia emisji przekazów handlowych skierowane wyłącznie do dostawców usług linearnych.

Jakie zmiany należy wprowadzić w zakresie rozpowszechniania przekazów handlowych w audiowizualnych usługach medialnych, aby zapewnić rozwój tych usług w Polsce, a jednocześnie zapewnić wysoki stopień ochrony konsumentów przed nadmierną ilością przekazów handlowych?

Nie należy wprowadzać zmian w zakresie rozpowszechniania przekazów handlowych w audiowizualnych usługach medialnych. Model reklamowy jest podstawową metodą finansowania działalności serwisów audiowizualnych i próba nieuzasadnionego nadregulowania tego obszaru będzie miała szkodliwe skutki gospodarcze. Nie należy się jednak obawiać nadmiernej ilości przekazów handlowych – w przypadku serwisów świadczących audiowizualne usługi medialne sami konsumenci poprzez swoje zachowania wpływają na ustalanie poziomu nasycenia audycji przekazami reklamowymi. Konsumenci samodzielnie wybierają usługi oferujące im treści audiowizualne w modelu dla nich akceptowalnym. Reasumując, w przypadku audiowizualnych usług medialnych nie ma potrzeby dodatkowych regulacji ilości przekazów handlowych, gdyż charakter usługi i bezpośrednia zależność od preferencji konsumentów wpływa na wykształcenie mechanizmów zapewniających balans między wymiarem i wartością dla użytkowników.

Istnieje natomiast potrzeba wprowadzenia norm ograniczających finansowanie z wpływów reklamowych działalności podmiotów udostępniających treści audiowizualne z naruszeniem przepisów prawa, w szczególności prawa autorskiego.

4. Ochrona konsumentów

Dyrektywa zawiera szereg rozwiązań, których podstawowym celem jest ochrona konsumentów przed szkodliwymi treściami rozpowszechnianymi w audiowizualnych usługach medialnych. Wskazuje m.in., że wszelkie audiowizualne usługi medialne nie mogą zawierać treści nawołujących do nienawiści ze względu na rasę, płeć, religię lub narodowość, a także szczególne środki służące ochronie małoletnich, które są zróżnicowane w zależności od rodzaju usługi (art. 12 – usługi nielinearne; art. 27 – usługi linearne). Elementem regulacji służących ochronie konsumentów jest art. 5 dotyczący informacji, które dostawca usług medialnych jest zobowiązany udostępniać.

W jakim kierunku należy zmieniać regulacje dotyczące ochrony konsumentów, w szczególności osób małoletnich przed szkodliwymi treściami?

Nie ma potrzeby zmiany regulacji dotyczących ochrony konsumentów w szczególności osób małoletnich przed szkodliwymi treściami w usługach telewizyjnych. Stosowane rozwiązania zapewniają wystarczający poziom ochrony. Ewentualne doprecyzowanie regulacji na poziomie krajowym powinno być realizowane za pośrednictwem samoregulacji, do czego zachęca sama Dyrektywa.

Z kolei obowiązuje przepisy krajowe dotyczące ochrony małoletnich w audiowizualnych usługach medialnych na żądanie, wynikające z dyrektywy audiowizualnej nie są w pełni skuteczne, gdyż obowiązki związane z ochroną małoletnich są nakładane nie na te podmioty, które oferują treści szkodliwe dla rozwoju małoletnich. Regulacje rynku w pierwszej kolejności dotyczyć powinny podmiotów, które oferują treści zagrażające rozwojowi małoletnich. Jako przykład można podać serwisy pornograficzne, których w Polsce zgodnie z danymi Megapanel PBI/Gemius jest ponad 2 tysiące, jednak żaden z nich nie jest objęty obowiązkiem stosowania zabezpieczeń technicznych.

Czy należy zobowiązać dostawców usług medialnych do udostępniania konsumentom większej ilości informacji, np. dotyczących ich struktury właścicielskiej?

Nie ma takiej potrzeby, obowiązki informacyjne wynikające z ustaw są wystarczające.

Należy natomiast zwrócić uwagę, iż obowiązki te nie są wystarczająco egzekwowane i wiele podmiotów nie ujawnia swojej tożsamości, co utrudnia konsumentom jak i poszkodowanym przedsiębiorcom w dochodzeniu swoich praw.

5. Promowanie twórczości europejskiej

Dyrektywa nakłada na dostawców usług medialnych obowiązki związane z promowaniem twórczości europejskiej. Łagodniejsze regulacje przewidziane są w zakresie usług nielinearnych, co do których dyrektywa nakazuje promowanie „w granicach możliwości i w stosowny sposób”. Dalej idące obowiązki nałożone zostały na dostawców usług linearnych, którzy zobowiązani są do wypełniania tzw. „kwot europejskich”.

Jak powinny być ukształtowane regulacje dotyczące promowania twórczości europejskich w audiowizualnych usługach medialnych?

Podstawowym kryterium włączenia danych produkcji do oferty nadawców powinna być jakość produkcji, niezależnie od skali firmy produkcyjnej czy kraju UE, z którego pochodzi. Negatywnie należy się odnieść do prób zmiany zasad tworzenia ramówki z kryteriów jakościowych na mechanizm preferencyjny wobec określonej grupy producentów.

6. Dostęp osób niepełnosprawnych do audiowizualnych usług medialnych

Dyrektywa 2010/13/UE stanowi, że państwa członkowskie powinny zachęcać dostawców usług medialnych do zapewniania, by świadczone przez nich usługi stawały się stopniowo dostępne dla osób z upośledzeniami wzroku lub słuchu.

Jak należy ukształtować regulacje dotyczące dostępności audiowizualnych usług medialnych dla osób niepełnosprawnych?

W przypadku usług telewizyjnych obecne rozwiązania są wystarczające. Obowiązują przepisy wynikające z Dyrektywy oraz funkcjonująca na polskim rynku samoregulacja umożliwia osobom niepełnosprawnych swobodny dostęp do treści audiowizualnych.

W przypadku treści audiowizualnych na żądanie uzasadnione jest zachowanie wytycznych na poziomie ogólnym wyrażonym w Dyrektywie, wskazującym, iż kraje członkowskie w miarę możliwości będą zwiększały dostępność treści audiowizualnych w usługach na żądanie dla osób niepełnosprawnych. Ograniczenia poszczególnych podmiotów zarówno technologiczne jak i licencyjne związane z ingerowaniem w zawartość treści nie pozwalają na wprowadzenie jednolitych rozwiązań dla całego rynku europejskiego. Tego typu doprecyzowania także powinny mieć miejsce za pośrednictwem samoregulacji branżowych.

7. Wydarzenia o zasadniczym znaczeniu dla społeczeństwa

W celu ochrony konsumentów i koniecznością zapewnienia im dostępu do transmisji z wydarzeń o zasadniczym znaczeniu dla społeczeństwa dyrektywa 2010/13/UE zawiera postanowienia nakładające na nadawców obowiązek rozpowszechniania tego typu transmisji w sposób niepozbawiający odbiorców możliwości oglądania tych wydarzeń w ogólnodostępnej telewizji. Ponadto dyrektywa nakazuje nadawcom posiadającym wyłączne prawa do transmisji wydarzenia o zasadniczym znaczeniu dla społeczeństwa umożliwić innym nadawcom nadawanie krótkich relacji z tych wydarzeń.

Czy obecne regulacje dotyczące transmisji z tzw. „ważnych wydarzeń” oraz prawa do krótkich relacji powinny zostać zmodyfikowane? Jakie powinny być kierunki ewentualnych zmian?

Obecny stan prawny jest niekorzystny dla rynku mediowego, ale także ma daleko idące negatywne konsekwencje społeczne i gospodarcze, które wynikają z nadinterpretacji zapisów motywu 52 dyrektywy „mediowej” przy implementowaniu ich do polskiego porządku krajowego oraz nadanie krajowemu regulatorowi prawa do samodzielnego określania listy ważnych wydarzeń, co, jak wynika z doświadczeń polskiego rynku, prowadzi do nadużyć.

Zgodnie z motywem 52 dyrektywy „mediowej” za „ważne wydarzenia” powinny być uznane nadzwyczajne wydarzenia budzące zainteresowanie ogółu widowni w Unii lub w danym państwie

członkowskim, czy też w znacznej części danego państwa członkowskiego, i zorganizowane z wyprzedzeniem przez organizatora, który jest zgodnie z prawem upoważniony do sprzedaży praw dotyczących tych wydarzeń. Na mocy art. 20b ust. 2 Ustawy o Radiofonii i Relewisji (dalej. „u.r.t”) za „ważne wydarzenia”, ze względu na duże znaczenie społeczne, uznane zostały:

- 1) letnie i zimowe Igrzyska Olimpijskie;
- 2) półfinały i finały mistrzostw świata i Europy w piłce nożnej, a także wszelkie inne mecze w ramach tych imprez z udziałem reprezentacji Polski, w tym mecze eliminacyjne;
- 3) inne mecze z udziałem reprezentacji Polski w piłce nożnej w ramach oficjalnych rozgrywek oraz mecze z udziałem polskich klubów w ramach Ligi Mistrzów i

Pucharu UEFA.

Ustawa w art. 20b ust. 3 daje Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji możliwość, w drodze rozporządzenia, określenia innych, niż wymienione w ust. 2, ważnych wydarzeń, uwzględniając stopień społecznego zainteresowania określonym wydarzeniem i znaczenie tego wydarzenia dla życia społecznego, gospodarczego i politycznego. KRRiT notyfikowała zatem nową listę ważnych wydarzeń znacznie rozszerzając ją względem tych ujętych w art. 20 ust. 2. Nowa rozszerzona lista zawiera szereg wydarzeń zdecydowanie przekraczając wytyczne motywu 52 dyrektywy „mediowej”.

Określenie innych ważnych wydarzeń niż ujętych w art. 20 b ust. 2 z uwzględnieniem społecznego zainteresowania wydarzeniami i ich znaczenia społecznego może prowadzić do nadużyć. Dotychczasowa praktyka pokazała bowiem, że prawo to może być nadinterpretowane, co ma daleko idące skutki dla rynku medialnego i możliwości zapewniania widzom możliwości obejrzenia wskazanych wydarzeń sportowych.

Ostateczny kształt listy ważnych wydarzeń, ma duże znaczenie zarówno dla nadawców programów telewizyjnych, jak i widzów zainteresowanych ewentualnymi transmisjami. Na mocy u.r.t. bowiem, zakwalifikowanie jakiegoś wydarzenia, do kategorii „ważnych wydarzeń”, wiąże się z koniecznością spełnienia przez nadawcę przeprowadzającego z niego transmisję określonych obowiązków ustawowych. Bezpośrednia transmisja z ważnego wydarzenia może zostać nadana tylko w programie ogólnokrajowym, dostępnym w całości bez opłaty .

Tworząc listę ważnych wydarzeń należało kierować się wytycznymi wskazanymi w u.r.t., czyli wziąć pod uwagę: stopień społecznego zainteresowania wydarzeniami, ich znaczenie dla życia społecznego, gospodarczego i politycznego. Ponadto, w dyrektywie Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE z dnia 10 marca 2010 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych Komisja wskazała, że aby wydarzenie mogło zostać uznane za ważne w rozumieniu powyższej dyrektywy muszą zostać spełnione co najmniej dwa z czterech kryteriów:

- wydarzenie lub jego wynik wywołuje szczególny oddźwięk wśród widowni danego państwa członkowskiego, wykraczający poza wpływ jaki wywołuje na osoby, które zwykle śledzą transmisje z przebiegu danej dziedziny sportu lub z przebiegu innego

rodzaju wydarzenia,

- wydarzenie ma szczególne, ogólnie uznane znaczenie kulturalne dla populacji danego państwa członkowskiego, w szczególności jako katalizator jego kulturowej tożsamości,
- wydarzenie obejmuje udział reprezentacji narodowej w danej dziedzinie sportu w wielkim turnieju międzynarodowym,
- relacja z danego wydarzenia była tradycyjnie nadawana w telewizji ogólnodostępnej i przyciągała dużą widownię telewizyjną w danym państwie członkowskim.

Warto porównać jak taka lista wygląda w innych państwach Unii Europejskiej. Co zwraca uwagę: oprócz wydarzeń, które w naszym porządku prawnym zostały zakwalifikowane jako ważne na mocy u.r.t., pojawiających się na listach wszystkich bez wyjątku krajów (w przypadku Niemiec, na tych wydarzeniach lista się kończy) na listy zostały wpisane wydarzenia sportowe:

- a. które są przez dany kraj organizowane np. Tour de France we Francji, czy Giro d'Italia oraz Grand Prix w Formule 1 we Włoszech, finał turnieju Wimbledon w Anglii, często też obowiązek transmisji ograniczony jest tylko do fragmentów w których biorą udział reprezentanci danego kraju;
- b. związane ze sportem narodowym danego kraju, w którym jego reprezentanci tradycyjnie odnoszą sukcesy np. Mistrzostwa w Narciarstwie Alpejskim w Austrii; charakterystyczne dla danego kraju np. ogólnokrajowe finały w futbolu gaelickim i w hurlingu w Irlandii lub ważne ze względu na wieloletnią tradycję w skali światowej np. finał Pucharu Anglii w piłkę nożną (są to najstarsze rozgrywki piłkarskie na świecie).

W związku z powyższym widać wyraźnie, że Polska praktyka rozszerzenia przez KRRiT listy ważnych wydarzeń jest zbyt daleko idąca, a sama metoda jej określania prowadzić może do zbyt szerokiego stosowania takiej możliwości. Biorąc przykład z innych krajów europejskich, a także mając na uwadze tradycje polskiego sportu należałoby bowiem zakwalifikować do rangi ważnego wydarzenia np. tylko mecze drużynowych reprezentacji Polski oraz występy reprezentantów Polski w sportach indywidualnych na imprezach rangi mistrzowskiej, z pominięciem kwalifikacji, a wybór miejsca i sposobu transmisji innych wydarzeń odbywających się w ramach tych imprez pozostawić w gestii nadawców i operatorów. W przypadku skoków i biegów narciarskich analogicznie, wzorem innych krajów, za ważne wydarzenie powinny zostać uznane tylko zawody odbywające się w Polsce, a więc np. konkurs skoków w Zakopanem, a nie wszystkie zawody Pucharu Świata.

Dla polskiego rynku optymalnym rozwiązaniem byłoby przyjęcie modelu niemieckiego, czyli de facto pozostanie przy liście wydarzeń wprowadzonej przez art. 20b ust. 2 u.r.t. Jeżeli bowiem nawet przy sprzedaży praw do transmisji najbardziej atrakcyjnych pod względem komercyjnym wydarzeń tj. meczów reprezentacji Polski w piłce nożnej pojawiły się problemy, których rezultatem był brak dostępu telewidzów do transmisji tych wydarzeń, można się spodziewać, że w przypadku mniej popularnych dyscyplin problem ten może pojawiać się notorycznie. W tej sytuacji, jedynym

racjonalnym rozwiązaniem wydaje się pozostawienie nadawcom jak największej swobody w kwestii sposobu i miejsca przeprowadzania transmisji oraz zdanie się na reguły zdrowej konkurencji, a więc maksymalne ograniczenie listy ważnych wydarzeń.

8. Prawo do odpowiedzi

Zgodnie z dyrektywą 2010/13/UE osoba, której uzasadnione interesy, w szczególności reputacja i dobre imię, zostały naruszone w wyniku przedstawienia nieprawdziwych faktów w programie telewizyjnym, ma możliwość skorzystania z prawa do odpowiedzi lub z równoważnych środków.

Czy obecne regulacje dotyczące prawa do odpowiedzi powinny zostać zmodyfikowane? Jakie powinny być kierunki ewentualnych zmian?

Nie ma potrzeby modyfikacji regulacji dotyczących prawa do odpowiedzi, jest to regulowane przez prawo prasowe, co wyczerpuje te kwestie.

9. Organy regulacyjne

Obecnie obowiązująca dyrektywa 2010/13/UE jedynie w wąskim zakresie odnosi się do krajowych regulatorów rynku usług medialnych nakładając na nich jedynie obowiązek współpracy w szczególności w zakresie trans granicznego świadczenia audiowizualnych usług medialnych.

Czy dyrektywa powinna zawierać bardziej szczegółowe regulacje dotyczące krajowych regulatorów rynku usług medialnych?

-

Czy należy wprowadzić zmiany w prowadzonej przez regulatorów procedurze przeciwdziałania tzw. „delokalizacji nadawców” uregulowanej w art. 4 dyrektywy?

Nie ma potrzeby wprowadzania zmian.

10. Zasada must carry oraz dostęp do treści użyteczności publicznej

Dyrektywa 2002/22/WE o usłudze powszechnej pozwala państwom członkowskim nakładać na podmioty rozprowadzające programy obowiązek transmisji określonych programów radiowych i telewizyjnych. Dyrektywa 2002/13/WE o dostępie umożliwia państwom członkowskim wprowadzanie regulacji m.in. w zakresie elektronicznych przewodników po programach.

Czy należy wprowadzić zmiany do europejskich regulacji dotyczących zasady must carry? W jakim kierunku powinny pójść ewentualne zmiany?

Za najwłaściwsze należałoby przyjąć rozwiązanie, zgodnie z którym, zasadą must carry objęte będą tylko programy telewizyjne rozpowszechniane drogą rozsiewczą naziemną w sposób cyfrowy przez tych nadawców, którzy są finansowani ze środków publicznych w danym państwie i na których nałożony został obowiązek realizowania misji publicznej. Różnorodność programowa nadawców publicznych jest więc w stanie spełnić wymagania idei dostępu społeczeństwa do programów misyjnych i podstawowej usługi telewizyjnej.

Postulujemy zniesienie zasady must carry w stosunku do kanałów emitowanych przez nadawców prywatnych, do których dostęp jest pełny poprzez cyfrową telewizję naziemną oraz pozostawienie zasady must carry jedynie w odniesieniu do programów rozpowszechnianych drogą rozsiewczą naziemną w sposób cyfrowy przez nadawców publicznych w celu najpełniejszej realizacji misji publicznej.

Jednocześnie należałoby zakazać możliwości powoływania się na zasadę must carry przez podmioty oferujące treści w systemie teleinformatycznym. Praktyka ostatnich lat wynikająca z dynamicznego rozwoju infrastruktury internetowej pokazała, że brak precyzyjnego określenia ram korzystania z zasady must carry prowadzi do naruszeń praw własności intelektualnej w skali międzynarodowej i prowadzi do wielomilionowych strat po stronie nadawców, których kanały są bezprawne dystrybuowane w sieci.

**Jakie środki prawne powinny zapewnić konsumentom dostęp do szczególnie istotnych audiowizualnych usług medialnych oraz rozpowszechnianych w nich treści użyteczności publicznej?
Jak ułatwić konsumentom korzystanie z tego typu usług?**

Obecnie obowiązujące środki prawne zapewniające konsumentom dostęp do szczególnie istotnych audiowizualnych usług medialnych są wystarczające.

U podstaw wprowadzenia zasady must carry w aktualnym kształcie było zapewnienie widzom bezpłatnego dostępu do określonych programów telewizyjnych nadawanych analogowo (tzw. FTA). Widz miał mieć możliwość dostępu do tych programów bez względu na sposób w jaki odbiera telewizję (poprzez telewizję kablową, platformę satelitarną, czy w sposób analogowy drogą rozsiewczą naziemną). Należy przypomnieć, że w owym czasie nie wszystkie programy nadawane analogowo były dostępne dla widzów na terenie całego kraju z przyczyn wynikających z ograniczonego zasięgu ich nadawania. Ustawodawca chciał, aby programy objęte zasadą must carry były nieodpłatne i dostępne dla jak najszerszej części społeczeństwa. Wprowadzenie naziemnej telewizji cyfrowej spowodowało, że w Polsce około 95% społeczeństwa ma aktualnie bezpłatny dostęp do 24 programów telewizyjnych. Można więc w sposób jednoznaczny stwierdzić, że idea zapewnienia społeczeństwu dostępu do podstawowej usługi telewizyjnej została spełniona.

CYFROWY POLSAT S.A.
Członek Zarządu

Dariusz Działkowski

CYFROWY POLSAT S.A.
Członek Zarządu

Maciej Stec