



Warszawa, dnia 4 września 2015 r.

Michał Obiegała
Ekspert ds. regulacji i public policy
T +48 22 24 16 209
M +48 600 488 238
e-mail: Michal.Obiegala@upc.pl

Szanowna Pani
prof. Małgorzata Omilanowska
Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego
Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego
ul. Krakowskie Przedmieście 15/17
00-071 Warszawa

Dotyczy:

Konsultacji publicznych w sprawie dyrektywy 2010/13/UE o audiowizualnych usługach medialnych w ramach prac nad projektem stanowiska Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego (dalej: „MKiDN” lub „Minister”)

STANOWISKO UPC POLSKA SP. Z O.O.

Działając w imieniu UPC Polska sp. z o.o. (dalej: „Spółka” lub „UPC”) chciałbym w pierwszej kolejności podziękować za zaproszenie do przedstawienia stanowiska dotyczącego regulacji zawartych w dyrektywie 2010/13/UE o audiowizualnych usługach medialnych (dalej: „Dyrektywa”), które mają istotne znaczenie dla kształtu sektora usług medialnych. Poniżej przedstawiamy odpowiedzi na pytania skierowane do UPC przez MKiDN.

I. Uwagi szczegółowe

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.

Zakres Dyrektywy

Jako międzynarodowy operator działający na wielu rynkach na terenie Unii Europejskiej, UPC wierzy, że zakres Dyrektywy wymaga rewizji. Zmiany powinny zmierzać w kierunku modernizacji i wyrównania szans w zakresie przepisów mających zastosowanie do podmiotów świadczących usługi tradycyjne, jak i nielinearne.

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

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

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 odmiennego sposobu korzystania z tego typu treści, a po drugie z innych uwarunkowań ekonomicznych i modeli biznesowych.

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?

Jako operator międzynarodowy, uważamy, że zasada państwa pochodzenia jest podstawą sukcesu europejskich rynków produkcji treści (w tym polskiego) i istotnym elementem tworzenia szerokiej palety treści dostępnych dla odbiorców zamieszkujących na terytorium Unii Europejskiej.

Regulowanie dostawców usług medialnych na podstawie państwa pochodzenia zapewnia konsumentom najszerszy wybór wysokiej jakości treści europejskich dostawców i pozwala na dostęp do najszerszej gamy międzynarodowych platform multimedialnych.

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



UPC stoi na stanowisku, że w ramach UE powinna zostać utrzymana zasada państwa pochodzenia, jednakże w tym celu należy dążyć do ujednoczenia przepisów w całej Unii Europejskiej.

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

Podmioty świadczące swoje usługi spoza terytorium UE powinny podlegać tym samym regułom, co podmioty objęte zakresem Dyrektywy obecnie.

UPC zdaje sobie jednak sprawę z problemu egzekwowania braku przestrzegania przepisów Dyrektywy przez takie podmioty. Dlatego też sugerujemy umiarkowane zmiany, które miałyby na celu przede wszystkim rozszerzenie stosowania przepisów dotyczących ochrony osób małoletnich przed szkodliwymi treściami na wszystkie podmioty świadczące usługi na terytorium Unii Europejskiej.

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?

Zdaniem Spółki 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.

UPC dostrzega ponadto, że wraz z rozwojem sieci telekomunikacyjnych powstała istotna potrzeba informowania konsumentów o zawartości programów w nich rozprowadzanych – np. poprzez prezentowanie zestawu zwiastunów – a obecne uregulowania wprowadzają niepewność prawną co do właściwego zaklasyfikowania takich działań. Jeżeli bowiem byłyby one podejmowane przez operatorów, to często działania te nie stanowiłyby autopromocji, gdyż są nimi jedynie działania



nadawców (motyw 96. Dyrektywy), tudzież dostawców usługi medialnej (art. 4 pkt 23 Ustawy), którymi operatorzy na ogół nie są. Wobec powyższego, działając w duchu motywu 20. Dyrektywy, należałoby wyraźnie dopuścić możliwość prezentowania przez operatorów takich zestawień zwiastunów w swoich sieciach telekomunikacyjnych, bez obejmowania tego obowiązkiem koncesyjnym. Obecny system koncesyjny – stosowany względem programów poświęconych wyłącznie telesprzedaży i autopromocji – nie sprawdza się, czego dowodem jest praktycznie brak programów tego typu. Wymagania stawiane zestawom zwiastunów powinny być zatem łagodniejsze względem tych, które obowiązują programy poświęcone wyłącznie telesprzedaży i autopromocji, także w zakresie ich zawartości. Wprowadzenie postulowanych zmian mogłoby zwiększyć poziom ochrony konsumentów przed nadmierną ilością autopromocji w programach, poprzez ich przynajmniej częściowe zastąpienie zestawami zwiastunów prezentowanymi poza programami.

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, pleć, 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?

W ocenie Spółki szczegółowe regulacje dotyczące ochrony konsumentów, w szczególności osób małoletnich przed szkodliwymi treściami, powinny w większym stopniu wykorzystywać mechanizmy samoregulacji, przy czym obecny poziom ochrony uważamy za wystarczający. Jednocześnie utrzymana powinna być zasada, że zobowiązane do odpowiedniego kwalifikowania i oznaczania audycji są podmioty, które mają wpływ na zawartość programów i katalogów audycji, czyli nadawcy i podmioty dostarczające audiowizualne usługi medialne na żądanie.

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

Dostawcy usług medialnych nie powinni zostać zobowiązani do udostępniania konsumentom większej ilości informacji, np. dotyczących ich struktury właścicielskiej, ponieważ obowiązki wymienione w art. 5 Dyrektywy są wystarczające do ustalenia podmiotu, względem którego miałyby być kierowane ewentualne roszczenia lub decyzje.

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?

Mając na uwadze znaczne rozbieżności między krajowymi praktykami w tych obszarach, uważamy, że państwa członkowskie UE powinny dysponować większą elastycznością do wprowadzania przepisów dotyczących finansowania lub promowania twórczości europejskiej.

W ocenie Spółki szczegółowe regulacje dotyczące promowania twórczości europejskiej powinny również w większym stopniu wykorzystywać mechanizmy samoregulacji. Podstawowym kryterium włączenia danych produkcji do oferty powinna być jakość produkcji, niezależnie od skali podmiotu producenckiego czy kraju UE, z którego pochodzi.

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. Obowiązujące 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, że kraje członkowskie w miarę możliwości będą zwiększały dostępność treści audiowizualnych w usługach na żądanie dla osób niepełnosprawnych. Tego typu doprecyzowania 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 umożliwiać 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?

Zdaniem UPC obecne regulacje odnoszące się do wydarzeń o zasadniczym znaczeniu społecznym powinny zostać utrzymane. W szczególności nie powinna zostać wykluczona możliwość nadania bezpośredniej transmisji z takiego wydarzenia w programie nie będącym ogólnodostępnym, o ile jednak nabywca praw do transmisji przedstawiał rynkowe warunki nabycia takich praw zainteresowanym nadawcom programów ogólnodostępnych, lecz pomimo to żaden z nich nie wyraził gotowości zawarcia umowy umożliwiającej nadanie takiej transmisji.

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?

Zdaniem UPC, powinna zostać utrzymana możliwość stosowania równoważnych środków prawnych do prawa do odpowiedzi, by w dalszym ciągu zgodna z Dyrektywą była instytucja sprostowania, uregulowana w art. 31a polskiego Prawa prasowego, które stosuje się także do rozpowszechniania programów radiowych i telewizyjnych.

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?

Z punktu widzenia operatora międzynarodowego, UPC poddaje pod wątpliwość przyznawanie dodatkowych uprawnień krajowym organom regulacyjnym. Zdaniem Spółki takie działanie mogłoby okazać się kontrproduktywne i stać w sprzeczności z założeniami swobodnego przepływu treści i usług w UE, promowanymi ideą Jednolitego Rynku Cyfrowego.

Jednocześnie UPC opowiada się za utrzymaniem stosowania systemów współregulacji i samoregulacji wyrażonych w art. 4 ust. 7 Dyrektywy.

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?

UPC jest organizacją inwestującą w rozwój nowych technologii umożliwiających konsumentom szeroki wybór treści dostępnych na różnych nośnikach (za pomocą różnych technologii). Wspólnie z nadawcami publicznymi i komercyjnymi pracujemy nad tym, aby dostarczyć treść w nowych formach, w szczególności z uwzględnieniem zaawansowanych elementów interaktywnych.

W środowisku realnej i rozwijającej się konkurencji międzyplatformowej i technologicznej, operatorzy nie widzą powodu do dalszego ograniczania dostępu do oferowanych treści. Wręcz przeciwnie, na rynku, gdzie konsumenci poszukują treści spoza tradycyjnej usługi TV, regulacje dotyczące zasady *must carry* wydają się być archaiczne i mało skuteczne.

Dlatego też, zdaniem UPC, rozszerzenie regulacji dotyczących zasady *must carry* jest niepotrzebne. Spółka stoi na stanowisku, że stosowanie tych przepisów powinno być dokładnie monitorowane, a dalsze działania organów regulacyjnych powinny zmierzać do stopniowej deregulacji w tym obszarze.

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?

Zdaniem Spółki obecnie obowiązujące środki prawne zapewniające konsumentom dostęp do szczególnie istotnych audiowizualnych usług medialnych są wystarczające.

Spółka zastrzega sobie prawo do zgłaszania dalszych uwag w toku prowadzonych konsultacji, a także do ustosunkowania się do ich przebiegu oraz wyniku.

Z wyrazami szacunku,

Michał Obiegała