


Warszawa, 9 stycznia 2023 r.



**Stanowisko IAA Polska Międzynarodowego Stowarzyszenia Reklamy
w sprawie zakresu i skutków zmian wprowadzanych
do ustawy o radiofonii i telewizji (tzw. *Lex pilot*)
oraz trybu ich procedowania**

IAA Polska jest organizacją zrzeszającą prawie wszystkich nadawców telewizyjnych obecnych w Polsce, zarówno publicznych jak i prywatnych, ale też większość podmiotów, dla których reklama telewizyjna jest istotnym elementem modelu biznesowego, czyli reklamodawców i pracujące na ich zlecenie agencje.

Apelujemy o natychmiastowe zaprzestanie prac nad projektem ustawy wprowadzającej Prawo Komunikacji Elektronicznej (druk sejmowy nr 2862).

Za uwzględnieniem naszego apelu przemawiają dwie grupy przesłanek.

I. Zakres i oraz skutki wprowadzanych zmian.

1. Modyfikacja realizacji zasady *must carry, must offer* (MCMO) w taki sposób, że obecność na liście kanałów MCMO jednego nadawcy będzie zagwarantowana ustawą, a wszystkich pozostałych rozporządzeniem wydawanym przez organ regulacyjny według niejasnych, nieprecyzyjnych kryteriów - stoi w sprzeczności z zasadą proporcjonalności. Należy pamiętać, że procedura wyboru członków organu regulacyjnego (KRRiT) sprawia, iż jego skład jest odzwierciedleniem aktualnego układu sił politycznych.
2. Zgodnie z prawem Unii Europejskiej obowiązkowe wyeksponowanie określonych kanałów musi być uzasadnione realizacją interesu publicznego, czyli na przykład swobodą dostępu do zróżnicowanych treści, opinii, wzorców kulturowych, wolnością słowa, pluralizmem. Wyeksponowanie na pierwszych pięciu miejscach programów jednego nadawcy również stoi w sprzeczności z tą zasadą.
3. Ustawowe zagwarantowanie pierwszych miejsc programom nadawcy publicznego, który w zasadniczej części finansowany jest z budżetu państwa, a dodatkowo prowadzi działalność reklamową w takim samym zakresie, co nadawcy komercyjni, dla których reklama jest jedynym lub wiodącym źródłem

dochodu, stanowi jaskrawy przykład dyskryminacji jednej grupy nadawców kosztem drugiej.

4. Obowiązek oferowania dostępu do poszczególnych kanałów *a'la carte* zamiast w pakietach będzie skutkował wzrostem cen usług telewizyjnych. Natomiast w sytuacji, gdy znacząca część odbiorców nie zaakceptuje wyższych cen - kanały niszowe utrzymujące się głównie z reklam stracą zasięg, a zatem również przychody reklamowe, co w konsekwencji doprowadzi do ich upadku i zubożenia oferty programowej dla wszystkich odbiorców.
5. Obowiązek oferowania dostępu *a'la carte* jest sprzeczny z aktualnie obowiązującymi umowami licencyjnymi, a dodatkowo nie uwzględnia możliwości technicznych (część programów nadal rozprowadzana jest analogowo) i kosztów związanych z realizacją tego obowiązku.
6. Dodatkowe obowiązki nadawców działających na podstawie polskich koncesji będą skutkowały uprzywilejowaną pozycją nadawców zagranicznych, którzy nie będą podlegali polskiej ustawie o radiofonii i telewizji.

II. Tryb procedowania projektu ustawy

1. Podsumowując argumenty wymienione powyżej, w pierwszej kolejności należy wskazać, że projektowi ustawy nie towarzyszy ocena skutków wprowadzanej regulacji (**OSR**). Dotyczy to zarówno skutków społecznych jak i gospodarczych, przede wszystkim kosztów tych zmian i konsekwencji wynikających z aktualnie obowiązujących umów licencyjnych, abonenckich i innych.
2. Sporządzenie OSR nie było możliwe, ponieważ w żadnej formie nie odbyły się **konsultacje społeczne**, które oprócz tego, że wynikają wprost z Regulaminu Pracy Rady Ministrów, wydają się oczywiste zważywszy na rewolucyjny charakter proponowanych zmian, wywracający modele biznesowe większości podmiotów obecnych na rynku telewizyjnym w Polsce lub uzależnionych od stabilności tego rynku.
3. Wszystkie okoliczności wskazane powyżej skłaniają do wniosku, że w trakcie procedowania projektu ustawy „Przepisy wprowadzające ustawę – Prawo komunikacji elektronicznej” **naruszona została zasada państwa prawnego** zagwarantowana w Konstytucji RP, zaufanie do instytucji Państwa, zasad stanowienia dobrego prawa, poszanowania dla praw nabytych.



IAA Polska. Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy
ul. Mangalia 2a, 02-758 Warszawa
tel: +48 510 148 990
www.iaa.org.pl

Mając świadomość konieczności implementacji do polskiego systemu prawnego Europejskiego Kodeksu Łączności Elektronicznej (Dz. Urz. UE L 321 z 17.12.2018, str. 36, z późn. zm.), apelujemy o przeprowadzenie tego procesu w sposób transparentny, przede wszystkim poprzedzony szerokimi konsultacjami z wszystkimi grupami podmiotów i organizacjami związanymi z polskim rynkiem nadawców telewizyjnych. Jednocześnie domagamy się wstrzymania prac nad projektem skierowanym do Sejmu, procedowanym z naruszeniem podstawowych zasad prowadzenia procesu legislacyjnego, szkodzącym nadawcom i operatorom, ale przede wszystkim polskim widzom.

Jerzy Minorczyk

Dyrektor generalny IAA Polska

Międzynarodowego Stowarzyszenia Reklamy