

Warszawa, dnia 14 lutego 2014 r.

Poz. 203

**OBWIESZCZENIE  
PRZEWODNICZĄCEGO KRAJOWEJ RADY RADIOFONII I TELEWIZJI**

z dnia 22 listopada 2013 r.

**w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu rozporządzenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji  
w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów**

1. Na podstawie art. 16 ust. 3 pkt 3 ustawy z dnia 20 lipca 2000 r. o ogłaszaniu aktów normatywnych i niektórych innych aktów prawnych (Dz. U. z 2011 r. Nr 197, poz. 1172 i Nr 232, poz. 1378) ogłasza się w załączniku do niniejszego obwieszczenia jednolity tekst rozporządzenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 6 lipca 2000 r. w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów (Dz. U. Nr 65, poz. 785), z uwzględnieniem zmian wprowadzonych:

- 1) rozporządzeniem Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 7 grudnia 2010 r. zmieniającym rozporządzenie w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów (Dz. U. Nr 249, poz. 1677);
- 2) rozporządzeniem Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 27 lipca 2011 r. zmieniającym rozporządzenie w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów (Dz. U. Nr 165, poz. 994).

2. Podany w załączniku do niniejszego obwieszczenia tekst jednolity rozporządzenia nie obejmuje:

- 1) § 2 rozporządzenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 7 grudnia 2010 r. zmieniającego rozporządzenie w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów (Dz. U. Nr 249, poz. 1677), który stanowi:

„§ 2. Rozporządzenie wchodzi w życie po upływie 120 dni od dnia ogłoszenia.”;

- 2) § 2 rozporządzenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 27 lipca 2011 r. zmieniającego rozporządzenie w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów (Dz. U. Nr 165, poz. 994), który stanowi:

„§ 2. Rozporządzenie wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia ogłoszenia.”.

Przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji: *J. Dworak*

Załącznik do obwieszczenia Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 22 listopada 2013 r. (poz. 203)

## **ROZPORZĄDZENIE KRAJOWEJ RADY RADIOFONII I TELEWIZJI**

z dnia 6 lipca 2000 r.

### **w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów**

Na podstawie art. 17 ust. 8 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2011 r. Nr 43, poz. 226, z późn. zm.<sup>1)</sup>) zarządza się, co następuje:

§ 1.<sup>2)</sup> 1. Sponsor audycji nie może być wskazany w czasie trwania audycji, z wyjątkiem momentu jej wznowienia po przerwie na reklamę lub telesprzedaż oraz z zastrzeżeniem przepisów § 3 ust. 3 i § 4 ust. 1.

2. Wskazanie sponsora nie może mieć charakteru reklamy w rozumieniu art. 4 pkt 17 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji.

§ 2. 1.<sup>3)</sup> Jednorazowe wskazanie sponsora może być emitowane nie dłużej niż 8 sekund w przypadku jednego sponsora, 16 sekund – w przypadku dwóch sponsorów i 24 sekundy – w innych przypadkach.

2.<sup>3)</sup> Wskazanie sponsora może być zawarte w zapowiedzi audycji. Zapowiedź audycji ze wskazaniem sponsora może być rozpowszechniana wyłącznie przed pierwszym nadaniem tej audycji przez nadawcę, nie więcej niż 10 razy w programie telewizyjnym i nie więcej niż 20 razy w programie radiowym.

3. Wskazanie sponsora w zapowiedzi audycji może być rozpowszechniane także przed ponownym nadaniem danej audycji, jeżeli:

- 1) audycja była nadawana poprzednio wyłącznie jako audycja niesponsorowana lub
- 2) ponowne nadanie tej samej audycji przez nadawcę następuje na podstawie innej umowy ze sponsorem niż ta, na podstawie której nadawca nadał tę audycję jako audycję sponsorowaną po raz ostatni, a od tej chwili upłynął jeden rok.

§ 2a.<sup>4)</sup> 1. Wskazanie sponsora nie może zawierać fragmentów dźwiękowych lub wizualnych przekazu reklamowego pochodzącego od sponsora, z którymi sponsor jest kojarzony, a które mogłyby utrudnić odróżnienie wskazania sponsora od przekazu reklamowego.

2. Wskazanie sponsora powinno zawierać słowo lub wyraz „sponsor” w odpowiednim przypadku i liczbie oraz czytelne wskazanie sponsorowanej audycji.

3. W przypadku wskazania sponsora wyłącznie w sposób wizualny, tekst zawierający wyraz „sponsor” w odpowiednim przypadku i liczbie oraz czytelne wskazanie sponsorowanej audycji powinien zajmować płaszczyznę stanowiącą nie mniej niż jedną czwartą powierzchni ekranu w taki sposób, aby tekst wyróżniał się od tła płaszczyzny, był widoczny, czytelny, nieruchomy, umieszczony poziomo.

4. Przepisu ust. 3 nie stosuje się w przypadku określonym w § 3 ust. 3.

<sup>1)</sup> Zmiany tekstu jednolitego wymienionej ustawy zostały ogłoszone w Dz. U. z 2011 r. Nr 85, poz. 459, Nr 112, poz. 654, Nr 153, poz. 903 i Nr 160, poz. 963 oraz z 2012 r. poz. 1209 i 1315.

<sup>2)</sup> W brzmieniu ustalonym przez § 1 rozporządzenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 27 lipca 2011 r. zmieniającego rozporządzenie w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów (Dz. U. Nr 165, poz. 994), które weszło w życie z dniem 26 sierpnia 2011 r.

<sup>3)</sup> W brzmieniu ustalonym przez § 1 pkt 2 rozporządzenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 7 grudnia 2010 r. zmieniającego rozporządzenie w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów (Dz. U. Nr 249, poz. 1677), które weszło w życie z dniem 28 kwietnia 2011 r.

<sup>4)</sup> Dodany przez § 1 pkt 3 rozporządzenia, o którym mowa w odnośniku 3.

§ 3. 1. W przypadku sponsorowania audycji lub innego przekazu przez udostępnienie towarów lub usług wykorzystywanych przy ich tworzeniu, informacje o pochodzeniu towarów lub usług mogą być podawane wyłącznie po zakończeniu audycji lub innego przekazu.

2. Do podawania informacji, o których mowa w ust. 1, stosuje się odpowiednio przepis § 2 ust. 1.

3. W przypadku sponsorowania audycji lub innego przekazu przez udostępnienie usług polegających na pomiarze czasu lub przetwarzaniu danych, wskazania sponsora mogą być emitowane wyłącznie jednocześnie z prezentacją wyniku, czasu lub przetwarzanych danych w zakresie uzasadnionym celowością prezentacji tych informacji. Wskazanie sponsora nie może trwać dłużej niż 8 sekund i zajmować więcej niż 1/16 ekranu odbiornika telewizyjnego.

§ 4. 1. W przypadku sponsorowania audycji lub innego przekazu przez udostępnienie nagród dla uczestników konkursu, gry lub innej formy współzawodnictwa, dopuszcza się dwukrotne wskazanie sponsora, który udostępnił nagrody, oraz wskazanie nazwy towaru lub usługi stanowiącej nagrodę w czasie trwania audycji lub innego przekazu. Przepis § 2 ust. 1 stosuje się odpowiednio.

2. Nagrodami, o których mowa w ust. 1, nie mogą być towary lub usługi, których reklama jest zakazana.

§ 5. 1. Nadawca prowadzi ewidencję sponsorowanych audycji lub innych przekazów.

2. Ewidencja sponsorowanych audycji lub innych przekazów powinna zawierać następujące dane:

- 1) tytuł audycji lub oznaczenie innego przekazu;
- 2) gatunek audycji;
- 3) datę emisji;
- 4) godzinę rozpoczęcia emisji i czas trwania audycji lub innego przekazu;
- 5) nazwę sponsora oraz przedmiot jego zasadniczej działalności;
- 6) liczbę emisji zapowiedzi audycji, zawierających wskazanie sponsora, z podaniem daty i godziny emisji.

3. Nadawca przechowuje ewidencję, o której mowa w ust. 1, przez okres jednego roku od zakończenia roku kalendarzowego, w którym audycja lub inny przekaz zostały rozpowszechnione.

§ 6. Rozporządzenie wchodzi w życie z dniem ogłoszenia<sup>5)</sup>.

<sup>5)</sup> Rozporządzenie zostało ogłoszone w dniu 9 sierpnia 2000 r.