

**ROZPORZĄDZENIE
KRAJOWEJ RADY RADIOFONII I TELEWIZJI**

z dnia .. r.

zmieniające rozporządzenie 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 2004 r. Nr 253, poz. 2531, z późn. zm.¹⁾) zarządza się, co następuje:

§ 1. W rozporządzeniu 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) wprowadza się następujące zmiany:

1) w § 1 dotychczasowe treści oznaczają się jako ust. 1 oraz dodaje się ust. 2 w brzmieniu:

§2. Wskazanie sponsora nie może mieć charakteru reklamy w rozumieniu art. 4 pkt 6 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji.ö;

2) w § 2 ust. 1 i 2 otrzymują brzmienie:

§1. Jednorazowe wskazanie sponsora może być emitowane nie dłużej niż 8 sekund w przypadku jednego sponsora, 16 sekund - w przypadku dwóch sponsorów i 24 sekund - w innych przypadkach.

2. 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.ö;

¹⁾ Zmiany tekstu jednolitego wymienionej ustawy zostały ogłoszone w Dz. U. z 2005 r. Nr 17, poz. 141, Nr 85, poz. 728 i Nr 267, poz. 2258, z 2006 r. Nr 51, poz. 377, Nr 83, poz. 574 i Nr 133, poz. 935, z 2007 r. Nr 25, poz. 162 i Nr 61, poz. 411 oraz z 2009 r. Nr 18, poz. 97, Nr 115, poz. 965 i Nr 201, poz. 1540 oraz z 2010 r. Nr 28, poz. 146.

3) po § 2 dodaje się § 2a w brzmieniu:

§ 2a. 1. Wskazanie sponsora nie może zawierać fragmentów przekazu reklamowego ani ruchomej prezentacji produktu lub usługi sponsora.

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 powierzchnię stanowiącą nie mniej niż jedną czwartą powierzchni ekranu w taki sposób, aby tekst wyróżniał się od tła powierzchni, był widoczny, czytelny, nieruchomy, umieszczony poziomo.

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

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

PRZEWODNICZ CY
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji

UZASADNIENIE

Projekt rozporządzenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 11 października 2010 r. zmieniającego rozporządzenie w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów przygotowany został na podstawie przepisu upoważniającego do wydania rozporządzenia zawartego w art. 17 ust. 8 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2004 r. Nr 253, poz. 2531, z późn. zm.).

Wyniki corocznych kontroli prowadzonych przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji wykazały, że wskazania sponsora niejednokrotnie zmierzają do reklamowania usług, towarów i produktów sponsora. Ocena taka wynika również z wyników monitoringu programów telewizyjnych prowadzonego na zlecenie Komisji Europejskiej.

Wobec tego Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji za celowe uznała wprowadzenie zmiany w rozporządzeniu.

W przedmiotowym projekcie rozporządzenia wyraźnie określono, że wskazanie sponsora nie może mieć charakteru reklamy w rozumieniu art. 4 pkt 6 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji.

Ponadto Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji postanowiła zmienić czas emisji wskazania sponsorskiego. Jednorazowe wskazanie sponsora może być emitowane nie dłużej niż 8 sekund w przypadku jednego sponsora, 16 sekund - w przypadku dwóch sponsorów i 24 sekund - w innych przypadkach. Natomiast 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.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji postanowiła, iż wskazanie sponsora nie może zawierać fragmentów przekazu reklamowego ani ruchomej prezentacji produktu lub usługi sponsora. Regulacja ta ma na celu zapobieganie emisji fragmentów spotów reklamowych we wskazaniu sponsora.

W celu przeciwdziałania możliwości wprowadzenia w błąd widzów, co do charakteru przekazu Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji postanowiła sprecyzować obowiązujące przepisy poprzez określenie, iż wskazanie sponsora powinno zawierać słowo lub wyraz „sponsor” w odpowiednim przypadku i liczbie oraz tytuł sponsorowanej audycji, a także określić wielkość i sposób prezentacji tekstu informującego o sponsorowaniu.

W dotychczasowej praktyce wskazanie sponsora emitowano przed i po audycji, bez określenia czy sponsorowanie dotyczy audycji poprzedzającej czy następującej po niej. Brak informacji o tytule sponsorowanej audycji mógł wprowadzać widza w błąd. Zaproponowana zmiana zobowiązuje nadawcę do podania we wskazaniu sponsora tytułu sponsorowanej audycji, co pozwoli widzowi na identyfikację faktycznie sponsorowanej audycji.

Zaproponowane w projekcie rozporządzenia zmiany mają na celu uporządkowanie zasad emisji wskazań sponsorskich, zapobieganie wprowadzaniu sztucznych w błąd, co do charakteru przekazu i wyeliminowanie przekazy reklamowe we wskazaniu sponsorskim.

OCENA SKUTKÓW REGULACJI

1. Podmioty objęte rozporządzeniem

Przepisy projektu rozporządzenia dotyczą nadawców rozpowszechniających programy radiofonicznie i telewizyjne.

2. Konsultacje

Projekt rozporządzenia został udostępniony w Biuletynie Informacji Publicznej, zgodnie z art. 5 ustawy z dnia 7 lipca 2005 r. o działalności lobbingskiej w procesie stanowienia prawa (Dz.U. Nr 169, poz. 1414 z późn. zm.).

3. Wpływ regulacji na dochody i wydatki budżetu i sektora publicznego

Projekt rozporządzenia nie zawiera przepisów, które mogłyby wpłynąć na dochody i wydatki budżetu i sektora publicznego.

4. Wpływ regulacji na rynek pracy

Projekt rozporządzenia nie zawiera przepisów, które mogłyby wpłynąć na rynek pracy.

5. Wpływ regulacji na konkurencyjność gospodarki

Rozporządzenie nie będzie miało wpływu na konkurencyjność gospodarki.

6. Wpływ regulacji na sytuację i rozwój regionalny

Projekt rozporządzenia nie zawiera przepisów mających wpływ na sytuację i rozwój regionów.

7. Zgodność regulacji z prawem Unii Europejskiej

Projekt rozporządzenia nie jest sprzeczny z prawem Unii Europejskiej.