

### IMPLEMENTACJA DYREKTYWY O AUDIOWIZUALNYCH USŁUGACH MEDIALNYCH

W dniu 11 grudnia 2007 r. została uchwalona Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady nr 2007/65/WE dotycząca audiowizualnych usług medialnych<sup>1</sup>. Dyrektywa powinna zostać implementowana do dnia 19 grudnia 2009 r.

Główne zmiany wynikające z dyrektywy dotyczą:

- 1) poszerzenia zakresu przedmiotowego regulacji wspólnotowej dotyczącej usług medialnych;
- 2) zmiany regulacji dotyczącej handlowych przekazów medialnych (np. lokowania produktów – product placement, sponsoringu), nadawania reklam, ochrony widowisk i określania jurysdykcji.

Rozszerzenie przedmiotu regulacji nastąpiło przez wprowadzenie definicji audiowizualnej usługi medialnej, która obejmuje zarówno linearne audiowizualne usługi medialne, nielinearne audiowizualne usługi medialne (usługi na żądanie) oraz handlowy przekaz audiowizualny (reklama, sponsoring, lokowanie produktów). Dotychczasowe wymogi dotyczące linearnych audiowizualnych usług medialnych (telewizja cyfrowa i analogowa) dotyczą więc również transmisji strumieniowej na żywo (*live streaming*), nadawania w Internecie (*webcasting*), sekwencyjnego udostępniania audycji (*near-video-on-demand*) oraz usługi video na żądanie (*video-on-demand*). Szeroka definicja audiowizualnych usług medialnych pozostawia wątpliwości, czy wymogi stawiane nadawcom telewizyjnym obejmować będą takie usługi jak np. udostępnianie krótkich filmów, wywiadów na portalach informacyjnych, udostęp-

nianie filmów reklamowych na stronach internetowych, udostępnianie filmów na stronach typu youtube czy serwisach społecznościowych, nadawanie filmów reklamowych w salonach sprzedaży, taksówkach (*digital signage, narrowcasting*) itd.

Rozszerzenie regulacji dotyczy również wprowadzenia przepisów dotyczących lokowania produktów (*product placement*). Lokowanie produktu zostało przez dyrektywę co do zasady zakazane. Będzie ono jednak dozwolone m.in. w utworach kinematograficznych, w filmach, serialach, audycjach sportowych i rozrywkowych, pod warunkiem spełnienia szeregu dodatkowych wymogów, m.in. zakazu bezpośredniego zachęcania do zakupu lokowanych produktów, zakazu nadmiernego eksponowania produktów, wyraźnej informacji o lokowaniu produktów w danej audycji

Zmienione zostały regulacje dotyczące sponsorowania audycji, m.in. wprowadzono możliwość odniesienia do więcej niż jednego produktu sponsora, wprowadzono możliwość sponsorowania audycji przez firmy farmaceutyczne oraz wprowadzono wymóg informowania o sponsorze na początku, w trakcie lub na końcu audycji.

Wprowadzone zostały nowe regulacje dotyczące reklam telewizyjnych m.in. dotyczące czasu nadawania reklam (ilość reklam w jednej audycji, ciągły czas reklam, czas reklam na godzinę oraz na dobę), sposobu informowania o przekazie reklamowym.

Do dnia 19 grudnia 2009 r. państwa członkowskie powinny dyrektywę implementować. W Polsce implementacja dyrektywy ma zostać dokonana przez zmianę ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji. Proces implementacji jest obecnie na etapie uzgodnień międzyresortowych.

Głównym punktem planowanej nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji jest wprowadzenie definicji „usługi medialnej”, która ma co do zasady

<sup>1</sup> Dyrektywa 2007/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 grudnia 2007 r. zmieniająca dyrektywę Rady 89/552/EWG w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich, dotyczących wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej.

odpowiadać definicji „audiowizualnej usługi medialnej” z dyrektywy. Zgodnie z założeniami do projektu ustawy, usługi medialne nie powinny obejmować takich form działalności jak: (i) prywatne blogi, (ii) audialne usługi na żądanie, (iii) serwisy społecznościowe z wyłączeniem stron redagowanych przez nadawców, (iv) prywatne witryny internetowe, (v) inserty do prasy drukowanej, (vi) elektroniczne wersje gazet i czasopism, o ile nie składają się w przeważającej części z audycji audiowizualnych. Uchwalenie ustawy w takim kształcie pozostawi wiele wątpliwości co do charakteru i wymogów stawianych licznym usługom „video” dostępnym w Internecie.

Inną istotną zmianą, którą ustawodawca planuje wprowadzić, jest wymóg rejestracji dla podmiotów świadczących usługi medialne na żądanie (*video-on-demand*) oraz podmiotów rozpowszechniających programy wyłącznie w systemie teleinformatycznym (*webcasting*).

W zakresie handlowych przekazów medialnych projekt ustawy dookreśla postanowienia dyrektywy, wprowadzając szereg wymogów dotyczących sposobu informowania o handlowym przekazie (reklame, sponsoringu czy lokowaniu produktów), wymogach i ograniczeniach dotyczących możliwości wykorzystania różnych rodzajów przekazów handlowych.

W celu uzyskania dodatkowych informacji na ten temat prosimy o kontakt z Pawłem Chojeckim ([pawel.chojecki@laszczuk.pl](mailto:pawel.chojecki@laszczuk.pl)).

### **NOWE UPRAWNIENIA SŁUŻBY CELNEJ**

W dniu 31 października 2009 r. weszła w życie nowa ustawa o Służbie Celnej. Regulacja ta istotnie zmieniła uprawnienia przysługujące Służbie Celnej. Uzyskała ona m.in. kompetencje w zakresie gier losowych i zakładów wzajemnych, a także wykrywania i zwalczania przestępstw oraz wykroczeń.

Służba Celna przejęła część uprawnień w zakresie gier losowych i zakładów wzajemnych od mini-

stra właściwego do spraw finansów publicznych oraz izb i urzędów skarbowych. Obecnie zezwolenia na urządzenie loterii fantowej, loterii audioteksowej, gry bingo fantowej i loterii promocyjnej urządzanych na obszarze właściwości miejscowej więcej niż jednego dyrektora izby celnej udziela dyrektor izby celnej właściwy według miejsca zamieszkania lub siedziby wnioskodawcy. Natomiast, gdy gry na automatach o niskich wygranych, loterie fantowe, loterie audioteksowe, gry bingo fantowe i loterie promocyjne są urządzone na obszarze właściwości miejscowej jednego dyrektora izby celnej, zezwolenia udziela dyrektor izby celnej, na którego obszarze właściwości miejscowej są urządzone i prowadzone takie akcje. Dokładne określenie obszarów właściwości miejscowej organów uprawnionych do udzielania zezwoleń zostało dokonane rozporządzeniem ministra właściwego do spraw finansów publicznych.

Nowa regulacja przyznała także Służbie Celnej uprawnienia do prowadzenia postępowań przygotowawczych w stosunku do pewnych kategorii spraw, o ile zostały one ujawnione przez Służbę Celną. Wyliczenie obejmuje np. czyny z zakresu prawa autorskiego i prawa własności przemysłowej. Służba Celna może obecnie prowadzić postępowania dotyczące rozpowszechniania, zwielokrotniania cudzych utworów lub artystycznych wykonań bez uprawnienia lub wbrew jego warunkom, a także dotyczące czynów polegających na oznaczaniu towarów podrobionymi znakami towarowymi lub dokonywaniu obrotu towarami oznaczonymi takimi znakami. Dotychczas po ujawnieniu sprawy te były przekazywane organom ścigania, tj. Policji lub Prokuraturze. Wprowadzona zmiana ma w założeniu odciążać służby, które w chwili obecnej prowadzą postępowania przygotowawcze, oraz usprawnić przebieg postępowań poprzez skupienie wszystkich czynności postępowania w gestii jednego organu.

W celu uzyskania dodatkowych informacji na ten temat prosimy o kontakt z Mateuszem Orlińskim ([mateusz.orlinski@laszczuk.pl](mailto:mateusz.orlinski@laszczuk.pl)).