

Konsultacje MUX-1

Warszawa, dnia 14 października 2010r.

Pan Jan Dworak
Przewodniczący Krajowej Rady
Radiofonii i Telewizji

- Estowrowie KRRiT
- Dep. Koncesyjny
- Dep. Prawny
- Dep. Techniczny
- Dep. Programowy
Dyrektor Departamentu Przewodniczącego
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
Anna Szydłowska-Zurawska

Dotyczy: prowadzonych konsultacji w sprawie zagospodarowania MUX-1

W ślad za ogłoszonym komunikatem z dnia 24 września 2010 r. o rozpoczęciu *Konsultacji w sprawie możliwości zagospodarowania programów telewizyjnych w sygnale multipleksu pierwszego (MUX-1) poniżej Telewizja PULS Sp. z o.o.* przedstawia swoje stanowisko na postawione w komunikacie pytania.

Na wstępie pragniemy jednak odnieść się do głównego założenia postawionego w komunikacie o *Konsultacjach*. KRRiT założyła, że „(...) **konieczne jest poszerzenie oferty o nowe bezpłatne programy, tworzone zwłaszcza przez podmioty dotychczas nieobecne na rynku telewizji naziemnej. (...) Programy te mają być dostępne bezpłatnie przez cały okres obowiązywania koncesji**”.

Założenie to może okazać się błędne mając na uwadze konsekwencje jakie przyniesie na rynku telewizji naziemnej.

Zdaniem Telewizji PULS organ winien przed przyjęciem tego założenia określić model docelowy rynku na etapie przejściowym do 31.07.2013r. oraz po okresie simulcastu do 2024r. (czyli czasu wygaśnięcia koncesji na mux-2). Model docelowy powinien uwzględniać rzeczywiste okoliczności rynkowe jakie daje się przewidzieć w dniu dzisiejszym.

Po pierwsze, trzeba zaznaczyć, że mimo pozorów ani program TV Puls czy TV-4 nie były obecne na rynku telewizji naziemnej gdyż rynek ten nie istniał. O rynku można było mówić wyłącznie pomiędzy takimi graczami jak Polsat i TVP zajmujących w sferze analogowej niemal 100% pokrycia kraju. Do graczy tych dołączył TVN lecz nie osiągnął nigdy zasięgu większego niż 46%. W tych warunkach należałoby poważnie wziąć pod uwagę pozytywną ocenę ofert na MUX-1 złożonych przez niszowych nadawców (TV PULS czy TV4) a w dalszej kolejności TVN i wreszcie Polsat i TVP.

Po drugie, błędem strukturalnym jest założenie obecności programów TVP S.A. na MUX-1 wyłącznie do 2013r. i to w sytuacji posiadania przez nadawcę publicznego rezerwacji częstotliwości na MUX-1. Zdaniem Telewizji PULS Sp. z o.o. należy odstąpić od konkursu (telekomunikacyjnego) na operatora multipleksu pierwszego i uregulować sytuację MUX-1 w drodze decyzji administracyjnych o rezerwacji częstotliwości oraz stosowanych koncesji. Z jednej strony konieczność stosowania zamówień publicznych przez nadawcę publicznego pokazała poważne trudności dla współpracy w jego relacji do

SEKRETARIAT PRZEWODNICZĄCEGO
KRRiT

L. dz. p- 2345/10 1

Data wpływu... 14. 10. 2010

nadawców komercyjnych posiadających współrezerwację częstotliwości MUX-1 z drugiej zaś MUX-1 wymaga lidera (operatora multipleksu) przy założeniu umieszczenia tam programów nadawców nieobecnych na rynku analogowym. Rozdrobnienie podmiotowe w zakresie prawa do rezerwacji częstotliwości wyklucza bowiem realne uruchomienie MUX-1. Ważne jest aby MUX-1 i MUX-2 równolegle rozpoczęły emisję, co poważnie może wpłynąć na wzmożenie popytu na telewizję DVB-T i zakup nowoczesnych odbiorników TV czy STB.

W tych warunkach Telewizja PULS Sp. z o.o. nie sprzeciwiałaby się modelowi przedłużenia TVP S.A. rezerwacji na MUX-1 do 2024r. dla aktualnie rozpowszechnianych w testowym MUX-1 programów i obciążenia tej rezerwacji obowiązkami transmisji (swoistym must carry) dla umieszczenia nowych programów innych nadawców przez TVP S.A.

Po trzecie, warto zauważyć model konwersji przyjęty na MUX-2 praktycznie ze względów technicznych wykluczył możliwość udostępnienia w sygnale mpx usług dodanych. Ten rodzaj usługi jest unikalną możliwością wzbogacania oferty cyfrowej telewizji naziemnej i pobudzenia popytu na nią. Można sobie wyobrazić, iż w ramach usług dodanych zostaną udostępnione usługi e-government (tak szczebla krajowego jak i samorządowego), usługi e-learning, czy usługi finansowe, czy partycypacja obywatelska przez organizacje pozarządowe. MUX-1 doskonale nadaje się do uruchomienia tej usługi a co ważne większość typów tej usługi wypełnia definicje misji publicznej nadawcy publicznego, która w tym przypadku znalazłaby interaktywne pole dialogu z odbiorcą.

W tym przypadku również rola TVP S.A. staje się naturalnie predysponowana do prowadzenia MUX-1 z uwzględnieniem zajętości pasma wyłącznie przeznaczonego dla usług dodanych. Możliwe a nawet uprawnione jest zaangażowanie nadawców komercyjnych również w obszarze usług dodanych.

Po czwarte, a co najważniejsze z punktu widzenia „bezpłatności” programów, trzeba dostrzec, że zaistniały kryzys gospodarczy, dotknął poważnie branżę reklamową spowodował obniżenie popytu na usługi reklamowe w programach telewizyjnych nawet o 30%. Jednocześnie spada udział w rynku reklamy nadawców telewizyjnych względem usług rozwijających się w środowisku Internetu. Istnieje poważne ryzyko, że żaden kolejny kanał ogólnopolski nie będzie w stanie zapewnić produkcji i emisji dobrej jakości programu z przychodów z rynku reklamy. Przychody te stanowią główne źródło przychodu programów bezpłatnych i rozdarcie ich na kolejne darmowe kanały może poważnie wpłynąć na niestabilność procesu cyfryzacji w ogóle, i obniżyć samodzielność finansowania programu przez nadawców.

Okoliczność ta powinna mieć istotny wpływ na wybór modelu MUX-1.

Poważnego rozważenia wymagałoby:

- (a) odstąpienie przez regulatora od koncepcji, aby w MUX-2 zamieszczano programy bezpłatne, albo
- (b) przyjęcia koncepcji komercyjnych programów płatnych bez możliwości lub z ograniczoną możliwością dodatkowego źródła finansowania z reklamy (w celu zachowania równych warunków konkurencji z nadawcami MUX-2); model ten wymagałby stosownych zmian w ustawie o rtv, lub
- (c) odstąpienia od umieszczenia w MUX-1 programów nowych nadawców i przyjęcia modelu programów misyjnych (tematycznych) TVP finansowanych wyłącznie z



abonamentu - model ten wymagałby oczywiście wypracowania modelu docelowego dla MUX-3 oraz modelu finansowania nadawcy publicznego; można założyć niektóre programy TVP S.A. będą finansowane niemal wyłącznie z reklam, a inne – misyjne – niemal wyłącznie z abonamentu;

- (d) umożliwienia umieszczenia w sygnale MUX-1 programów w technologii HD czy to przez nadawcę publicznego czy już działających nadawców komercyjnych.

Mając powyższe na uwadze odpowiedzi Telewizji PULS Sp. z o.o. na postawione w komunikacie *Konsultacji* pytania są następujące:

Ad. 1.

Telewizja PULS Sp. z o.o. mając bazę, a co za tym idzie realne możliwości, jest zainteresowana umieszczeniem kolejnego swego programu w MUX-1 (poza dwoma przeznaczonymi do MUX-2). Niszowa obecność programu TV PULS na rynku analogowym nie powinna wpłynąć na wykluczenia naszej stacji z prawa ubiegania się o umieszczenie swej dodatkowej oferty w sygnale MUX-1.

Telewizja PULS Sp. z o.o. jest zainteresowana aby program taki był dostępny w technologii HD lub mieszanej SD/HD przy wymiennym paśmie z innym nadawcą.

Telewizja PULS Sp. z o.o. jest nadto zainteresowana uruchomieniem usług dodanych w sygnale MUX-1 we współpracy z operatorem tego multipleksu.

Ad. 2

Przy założeniu bezpłatności programu na MUX-2 możliwa jest wyłącznie oferta programu uniwersalnego (różnorodny odbiorca). Przyjęcie modelu płatnego pozwoliłoby na złożenie oferty programu tematycznego (wyspecjalizowanego).

Ad. 3.

Kryteria oceny wniosków powinny koncentrować się na następujących zagadnieniach:


- (a) bezpłatność programu,
- (b) zdolności finansowania rozpowszechniania danego programu w sposób niekodowany i bezpłatny przez nadawcę, potwierdzony realnym i wiarygodnym biznes planem
- (c) komplementarność oferty programowej wobec programów już umieszczonych w MUX-1, MUX-2 i MUX-3,
- (d) dostępność usług dodanych,
- (e) możliwość uruchomienia programu w technologii HD.

Mając powyższe na uwadze podajemy Szanownej Radzie pod rozważenie przedstawione stanowisko. Przy okazji informujemy, że deklarujemy możliwość spotkania aby przedstawić swoje racje w formie prezentacji czy poddać je pod dyskusję z innymi nadawcami. Dla poparcia zawartych w niniejszym piśmie tez możemy przedstawić twarde argumenty w postaci wyliczeń dotyczących rynku reklamy,

oraz wpływu poszczególnych scenariuszy na ten rynek, który powinien być zawsze punktem wyjścia do zrealizowania z sukcesem projektu wprowadzenia telewizji cyfrowej w Polsce.

Powyżej ujawnione okoliczności pokazują nadto, że cyfryzacja jest ostatnią (uzasadnioną) okazją do wprowadzenia efektywnego modelu finansowania nadawcy publicznego zakładającego niezakłócenie warunków konkurencji, oraz uporządkowane i zapewnienie rynkowi telewizji dalszego rozwoju.

Dariusz Dąbski



Prezes Zarządu