

**ROZPORZĄDZENIE
KRAJOWEJ RADY RADIOFONII I TELEWIZJI**

z dnia 27 lipca 2011 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 2011 r. Nr 43, poz. 226, Nr 85, poz. 459 i Nr 112, poz.664) 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 i z 2010 r. Nr 249, poz. 1677) § 1 otrzymuje brzmienie:

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

**PRZEWODNICZĄCY
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji**

Jan Dworak

UZASADNIENIE

Rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 27 lipca 2011 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów wydane zostało na podstawie upoważnienia zawartego w art. 17 ust. 8 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji.

Art. 17 ust. 1 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. stanowi, że sponsorowane audycje lub inne przekazy są oznaczane przez wskazanie sponsora na ich początku, na końcu oraz w momencie wznowienia po przerwie na reklamę lub telesprzedaż. Takie brzmienie przepisu ustawy powoduje konieczność zmiany § 1 ust. 1 rozporządzenia w celu dopuszczenia możliwości wskazania sponsora również w momencie wznowienia audycji po przerwie na reklamę lub telesprzedaż.

Zmiana § 1 ust. 2 rozporządzenia uzasadniona jest zmianą numeracji art. 4 ww. ustawy, zawierającego definicję reklamy. Zgodnie z obowiązującą ustawą z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji definicja reklamy jest określona w art. 4 pkt. 17 ustawy, a nie jak dotychczas w art. 4 pkt 6 ustawy.

Ocena skutków regulacji

1. Podmioty objęte rozporządzeniem

Rozporządzenie dotyczy nadawców programów radiowych i telewizyjnych.

2. Konsultacje

Rozporządzenie zostało udostępnione w Biuletynie Informacji Publicznej, zgodnie z art. 5 ustawy z dnia 7 lipca 2005 r. o działalności lobbingsowej w procesie stanowienia prawa (Dz.U. Nr 169, poz. 1414, z późn. zm.).

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

Wejście w życie przepisów rozporządzenia nie spowoduje skutków finansowych dla budżetu państwa.

4. Wpływ regulacji na rynek pracy

Rozporządzenie nie zawiera przepisów, które mogą mieć wpływ na rynek pracy.

5. Wpływ regulacji na konkurencyjność gospodarki

Rozporządzenie nie zawiera przepisów, które mogą mieć wpływ na konkurencyjność gospodarki.

6. Wpływ regulacji na sytuację i rozwój regionów

Rozporządzenie nie zawiera przepisów mających wpływ na sytuację i rozwój regionów.

7. Zgodność regulacji z prawem Unii Europejskiej

Rozporządzenie nie jest sprzeczne z prawem Unii Europejskiej.