

KĀRTĪBA,

KĀDĀ NACIONĀLĀ ELEKTRONISKO PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU PADOME IZVĒRTĒ SABIEDRISKO ELEKTRONISKO PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU JAUNO PAKALPOJUMU IETEKMI UZ SABIEDRĪBAS INTEREŠU APMIERINĀŠANU UN TIRGU

levērojot,

ka sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu uzdevums, sniedzot ziņas, aktualitātes, izglītību un informāciju visdažādākajās izpausmēs, ir nodrošināt sabiedrības intereses visās auditorijās, bagātinot iedzīvotāju dzīvi, kultūru un demokrātiju;

Ņemot vērā,

ka tradicionāli sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbības centrā ir plašsaziņas satura izveide un izplatīšana visām iedzīvotāju kategorijām;

Ņemot vērā,

ka Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums nosaka, ka, apstiprinot Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālo stratēģiju un veicot citas likumā noteiktās funkcijas, Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome veicina konkurenci elektronisko plašsaziņas līdzekļu tirgū;

Apzinoties,

ka, lai sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi efektīvi un ilgtspējīgi varētu pildīt savu misiju, kā arī atsaucoties uz Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 66.panta sesto daļu¹;

Atsaucoties

uz Amsterdamas protokolā noteiktajām prasībām un Eiropas Komisijas paziņojumu par valsts atbalsta noteikumu piemērošanu sabiedriskajai apraidei (2009/C 257/01) un jo īpaši tā 80.–95.punktu;

Saskaņā ar

Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālo stratēģiju 2018.–2022.gadam un tās leviešanas plānu, īpaši plāna 15.uzdevumu,

PADOME NOSAKA KĀRTĪBU, KĀDĀ TIEK IZVĒRTĒTA SABIEDRISKO ELEKTRONISKO PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU PILNVĒRTĪGU BŪTISKI JAUNU PAKALPOJUMU IETEKME UZ SABIEDRĪBAS INTEREŠU APMIERINĀŠANU UN TIRGU:

¹ Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 66.panta sestā daļa: *Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi sabiedriskā pasūtījuma ietvaros ir tiesīgi sniegt jaunus papildu pakalpojumus neatkarīgi no to piegādes vai finansējuma veida, tostarp interneta vidē. Ja sabiedriskais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis vēlas sniegt pilnvērtīgu būtiski jaunu pakalpojumu, tam pirms šā pakalpojuma sniegšanas uzsākšanas ir nepieciešama Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes atļauja šāda pakalpojuma sniegšanai. Par šīs atļaujas izsniegšanu Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome pieņem lēmumu, kas balstīts uz atklātu sabiedrisko apspriešanu, kurā izvērtēts, vai jaunais pakalpojums apmierina sabiedrības demokrātiskās, sociālās un kultūras vajadzības un vai ir pienācīgi ņemta vērā iespējamā tā ietekme uz masu informācijas līdzekļu tirgu.*

I. Principi

1. Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbībā ir nepieciešamas inovācijas un pilnvērtīgi būtiski jauni pakalpojumi (turpmāk – **jauni pakalpojumi**), kas vērsti uz sabiedrības vajadzību un interešu pilnīgāku apmierināšanu, vienlaikus izvērtējot to ietekmi uz konkurences vidi un samērojot šo ietekmi ar sabiedrības ieguvumiem no jaunu pakalpojumu ieviešanas.
2. Ņemot vērā sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ietekmi mediju tirgū Latvijā, it īpaši starp medijiem valsts valodā tiem ir stimulējošs iespaids uz mediju un kultūrvides kvalitāti, inovāciju ienākšanu, viedokļu daudzveidību un elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstību. Vienlaikus, ņemot vērā šīs ietekmes mērogu, var veidoties risks konkurences attīstībai, piemēram, jaunajās mediju darbības jomās un tehnoloģiskajās platformās, it īpaši tirgus attīstības sākotnējās stadijās.
3. Sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem, kuri saņem valsts budžeta dotācijas, nebūtu jāattīstās tādā veidā, kas apdraudētu samērīgas konkurences vides pastāvēšanu mediju tirgū, kavējot tās attīstību, ieskaitot arī tajos sektoros, kuros sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļu īsteno savu misiju. Sabiedrības ieguvumiem to attīstības jebkurā gadījumā būtu jāatsver tirgus attīstībai radītie riski.
4. Par samērīgu uzskatāma konkurence, kas nerada nepamatotas barjeras vai nerada atturošu efektu investīciju ienākšanai, veicina pakalpojumu kvalitāti un samērīgu cenu politiku, nodrošinot vienlaikus izmaksu kompensāciju tirgus dalībniekiem, bet pārmērīgi nesadārdzinot gala produktu patērētājiem.
5. Mediju jomai specifisks kritērijs ir elektronisko plašsaziņas līdzekļu un viedokļu daudzveidības nodrošināšana, jo to loma neaprobežojas vienīgi ar konkurencei pieejamu tirgu, bet attiecas arī uz demokrātiju un kultūru.
6. Investējot sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu attīstībā, izvērtējums veicams ne tikai attiecībā uz jauniem pakalpojumiem un šo pakalpojumu tehnoloģiskajām, satura platformām un izplatīšanas modeļiem, bet arī tajos gadījumos, kad notiek būtiska sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu esošo darbības jomu paplašināšana, kas, iespējams, varētu negatīvi ietekmēt konkurences vidi.
7. Veicot ietekmes uz tirgu novērtējumu, vērtējama ir kā ietekme uz tiešo konkurenci mediju tirgū, tā arī iespaids uz konkurenci visā elektronisko plašsaziņas līdzekļu vērtību radīšanas ķēdē dažādajos tās posmos (satura ražošana, apkopošana, iepirkšana, izplatīšana, arhivēšana, mantisko tiesību politika, tehnoloģiju izvēle un iegāde, klientu bāze u.tml.).
8. Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu satura veidošanas, nodrošināšanas un izplatīšanas prakse nedrīkstētu būt diskriminējoša pret citiem mediju tirgus dalībniekiem.

II. Dokumenta mērķis un nolūks

9. Šī dokumenta mērķis ir noteikt kārtību un kritērijus sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu jauno pakalpojumu priekšizpētei, to sagaidāmās ietekmes uz tirgu noteikšanai un sabiedriskā labuma izvērtējumam (turpmāk – **sabiedriskā labuma tests**), lai novērstu nesamērīgu ietekmi uz konkurenci jomās, kurās pakalpojumus sniedz sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi.

10.Šī kārtība attiecas vienīgi uz tiem gadījumiem, kad jaunie pakalpojumi atbilst Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likumā (turpmāk – **EPLL**) noteiktajam sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu pilnvarojumam un misijai, un ir uzskatāmi par sabiedrisko pasūtījumu.

11.Dokuments neattiecas uz sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu komercdarbības pakalpojumiem - tādiem kā reklāmas pakalpojumi, nekustamā vai kustamā īpašuma noma un citi līdzīgi pakalpojumi.

12.Dokuments neattiecas uz sabiedriskajā pasūtījumā iekļautajiem līdzšinējiem un/vai tradicionālajiem sabiedriskā pakalpojuma pakalpojumiem, ciktāl tiem nepiemēro šīs kārtības 6.punktu.

13.Nekas šajā kārtībā nav interpretējams tādā veidā, kas paplašinātu vai sašaurinātu EPLL noteikto regulējumu sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem.

III. Jaunā pakalpojuma izvērtējuma ierosināšana, laika ietvars un procedūras

14.Ja sabiedriskais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis plāno sniegt jaunu pakalpojumu, tas iesniedz Padomei iesniegumu, kas noformēts atbilstoši šīs kārtības VII nodaļas prasībām (turpmāk – **iesniegums**).

15.Sabiedriskais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis ar saviem resursiem nodrošina jaunā pakalpojuma **priekšizpēti**, kuras ietvaros noskaidro sabiedrības nepieciešamību pēc jaunā pakalpojuma, tā paredzamo ietekmi uz sabiedrības vajadzību un interešu apmierināšanu, kā arī potenciālo auditoriju. Priekšizpētes veikšanai izmanto pētījumus, auditorijas mērījumus un citas metodes (aptaujas, darbs ar fokusa grupām, vajadzību un interešu kartēšana vai citas līdzīgas metodes).

16.Iesniegumam par jaunā pakalpojuma ieviešanu sabiedriskais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis pievieno priekšizpētes **rezultātu apkopojumu**.

17.Padome izvērtē iesniegumu un lemj par jaunā pakalpojuma iekļaušanu sabiedriskajā pasūtījumā, ja netiek konstatēti objektīvi iespējamie riski tirgus konkurences traucēšanai un jaunais pakalpojums nesasniedz šīs kārtības 31. punkta b) un c) apakšpunktos noteiktos auditorijas apjoma sliekšņus.

18.Par konkurences traucēšanu šā dokumenta izpratnē uzskatāma:

a. pārējo tirgus dalībnieku tirgus daļas samazināšana, netieši radot zaudējumus to uzņēmējdarbībai, ja pastāv pierādāma cēloņsakarība ar jaunā pakalpojuma ieviešanu;

b. citu mediju tirgus dalībnieku izspiešana no konkrētā tirgus, vai to ienākšanas konkrētajā tirgū kavēšana.

19.Ja Padome konstatē konkurences traucēšanas iespējamu risku, tā lemj par nepieciešamību sākt jaunā pakalpojuma **pilnas izvērtēšanas procedūru un sabiedriskā labuma testa veikšanu**, tās ietvaros:

a. jaunā pakalpojuma potenciālās ietekmes uz konkurenci tirgū izvērtēšana, šajā nolūkā nepieciešamības gadījumā piesaistot neatkarīgu ekspertu (fiziskas vai juridiskas personas) atzinuma sniegšanai (turpmāk – **eksperta atzinums**).

- b. veicot **publisku konsultāciju** ar sabiedrību, noskaidrojot, vai jaunais pakalpojums apmierina sabiedrībai būtiskas demokrātiskās, sociālās un kultūras vajadzības.

20. Eksperts sniedz atzinumu par jaunā pakalpojuma ietekmi uz tirgu atbilstoši šajā kārtībā noteiktajiem kritērijiem un līgumam ar Padomi.

21. Savā atzinumā eksperts izvērtē, vai jaunā pakalpojuma ieviešana neradīs tirdzniecības un konkurences traucējumus tiktāl, ka tas būtu pretrunā Kopienas interesēm. Šāds eksperta atzinums būs objektīvs vienīgi tad, ja to veic eksperts (struktūra), kura ir faktiski neatkarīga no sabiedriskās raidorganizācijas(u) vadības – arī attiecībā uz tās locekļu iecelšanu un atbrīvošanu – un ja tai ir pietiekami resursi un līdzekļi tās pienākumu izpildei.

22. Padome lēmumu par jaunajam pakalpojamam piemērojamo izvērtēšanas procedūru pieņem atbilstoši sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa ierosinājumam, vai pēc savas iniciatīvas, ja pastāv šīs kārtības 17.punktā norādītie apstākļi. Lēmums par izvērtējuma veikšanu tiek noformēts Padomes sēdes protokollēmuma veidā.

23. Ja iesniegums par jaunā pakalpojuma izvērtējumu satur komercnoslēpumu, līguma izpildes ietvaros ar neatkarīgo vērtētāju tiek nodrošināta komercnoslēpuma aizsardzība atbilstoši normatīvajiem aktiem, pusēm par to vienojoties rakstveidā.

IV. Sabiedriskā labuma tests

- 24. Sabiedriskā labuma tests (turpmāk – tests) tiek veikts jauniem sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu pakalpojumiem, kuri pretendē uz sabiedriskā pasūtījuma finansējumu pirms to ieviešanas.
- 25. Testa ietvaros Padome, ņemot vērā konsultācijas ar sabiedrību par jauno pakalpojumu un neatkarīga eksperta sniegto atzinumu, izvērtē, vai sabiedrības ieguvumi no jaunā pakalpojuma ieviešanas **pārsniedz** konkurences tirgum radītos zaudējumus.
- 26. Iespējamo zaudējumu konkurences tirgum aprēķiniem jābūt reālistiskiem un pierādāmiem.
- 27. Izvērtē jaunā būtiskā pakalpojuma tirgus ietekmes mērogus gan pakalpojuma ieviešanas sākotnējā fāzē, gan arī nākotnē paredzamo ietekmi vismaz 3 turpmākajos gados pēc jaunā pakalpojuma ieviešanas.
- 28. Testa ietvaros Padome nodrošina iespējas mediju tirgus dalībniekiem izteikt viedokli par jaunā pakalpojuma ieceri, ciktāl tā nesatur komercnoslēpumu, šajā nolūkā publicējot interneta vietnē www.neplpadome.lv pilnu publisko informāciju par būtiski jauno pakalpojumu.
- 29. Jaunajam pakalpojumam pēc testa rezultātiem jāatbilst:
 - 30.1. EPLL 66.panta sestās daļas un 71.panta pirmās daļas nosacījumiem;
 - 30.2. Sabiedrības ieguvumiem no pakalpojuma īstenošanas ir jāatsver konkurences tirgum radītie zaudējumi;
 - 30.3. Jābūt saprātīgi novērstai iespējamajai nelabvēlīgajai ietekmei uz konkurenci tirgū.

V. Kritēriji ietekmes uz tirgu noteikšanai

30. Būtisku ietekmi uz tirgu šīs kārtības izpratnē var radīt Pakalpojums, kas atbilst diviem, vai vairākiem šajā nodaļā noteiktajiem kritērijiem kā arī ģenerē būtisku ietekmi un, ja vismaz viens no šiem kritērijiem atbilst 31.punkta b) un c) apakšpunkta pazīmēm:
- a. Jauns, principiāli atšķirīgs pakalpojuma organizēšanas veids, forma, formāts;
 - b. Jauna, atšķirīga pakalpojuma sniegšanas tehnoloģiskā vide, platforma, izplatīšanas vai publicēšanas veids, interaktivitātes iespējas vai jauns auditorijas apkalpošanas modelis, kas var atstāt būtisku ietekmi uz tiešo konkurentu ilgtspējīgu darbību tirgū un/vai piesaistīt vairāk nekā 380 000 lietotāju vidēji mēnesī gada ietvaros turpmākajā 3 gadu periodā pēc tā ieviešanas;
 - c. Jauns lietotāju loks, pirmajos trīs ieviešanas gados nodrošinot vairāk nekā 100 000 jaunu lietotāju mēnesī vidēji gada ietvaros mērķauditorijā, kuru līdz tam sabiedriskais medijs nav sasniedzis.
 - d. Investīciju samērojamība ar iespējamiem līdzīgiem komerciālo mediju pakalpojumiem (vai investīciju apjoms neizslēdz no konkurences loka pārējos mediju uzņēmumus, atturot tos investēt);
 - e. Esošu līdzīgu vai aizvietojamu piedāvājumu klāsts tirgū;
 - f. Citi Padomes noteikti izvērtēšanas kritēriji, kas ir specifiski konkrētajam pakalpojumam un tirgiem, kurus tas ietekmē.
31. Katra 31.punktā minētā kritērija relatīvais svars ir 10 punkti; b) un c) punktu relatīvais svars ir 20 punkti.

VI. Lēmuma pieņemšana par būtiski jaunu sabiedriskā medija pakalpojumu

33. Iesnieguma izskatīšanu Padome veic 2 mēnešu laikā. Ja nepieciešama papildu izpēte, iesnieguma izskatīšana un lēmuma pieņemšana ar Padomes protokollēmumu var tikt pagarināta uz laiku līdz 1 gadam.
34. Pieņemot gala lēmumu, Padome ņem vērā sabiedrības ieguvumus salīdzinājumā ar jaunā pakalpojuma potenciālo negatīvo ietekmi uz tirgu, lēmumā norādot savus apsvērumus.
35. Gala lēmums var būt:
- 35.1. Pozitīvs, apstiprinot būtiski jaunā pakalpojuma ieviešanas uzsākšanu;
 - 35.2. Pozitīvs ar nosacījumiem, apstiprinot jaunā pakalpojuma ieviešanu pēc lēmumā noteikto izmaiņu izdarīšanas;
 - 35.3. Negatīvs, uzdodot iesniegt precizētu iesniegumu atkārtotai izskatīšanai Padomē;
 - 35.4. Negatīvs, noraidot jaunā pakalpojuma iesniegumu pēc būtības (ieceri).
36. Gala lēmumu un pilnu materiālu apkopojumu, izņemot komercnoslēpumu saturošu informāciju, Padome publicē interneta vietnē www.neplpadome.lv.

VII. Iesniegums jaunā pakalpojuma izvērtēšanai

Nr.	Sniedzamā informācija par jauno pakalpojumu	Informācija par jauno pakalpojumu
1.	Detalizēta informācija par jaunā pakalpojuma būtību	
2.	Plānotās jaunā pakalpojuma izmaksas un to ietekme uz budžetu (norādot finansējuma avotu)	
3.	Prognozējamie rezultāti un to rādītāji	
4.	Paredzamā auditorija pa segmentiem un kopā 3 gadu periodā (ja attiecināms)	
5.	Sabiedrības ieguvumu apraksts un izvērtējums un (tos pamatojot)	
6.	Paredzamā ietekme uz tirgu un iespējamajiem pasākumiem nelabvēlīgas ietekmes samazināšanai	

Pielikumā pievienojami:

1. Jaunā pakalpojuma priekšizpētes rezultātu apkopojums;
2. Cita informācija, kam pēc sabiedriskā medija ieskatiem ir būtiska nozīme jaunā pakalpojuma izvērtēšanai.