



Media: Cyfrowa rewolucja i koniec abonamentu?

**RAPORT z badań opinii
wraz z komentarzem z rynków zagranicznych**

on board
PUBLIC RELATIONS
ECCO NETWORK

Warszawa, kwiecień 2010 r.
Raport przygotowany przez On Board PR Ecco Network
na podstawie badania opinii publicznej przeprowadzonego przez PBS DGA na losowo dobranej,
reprezentatywnej próbie dorosłych mieszkańców Polski

Z badania On Board PR Ecco Network i PBS DGA wynika, że blisko połowa Polaków nie zamierza aktywnie uczestniczyć w zmianie systemu nadawania na cyfrowy. Nie mamy też wiedzy na temat korzyści, jakie zmiana ta za sobą niesie. Niski odsetek planujących przejście na cyfrowy system nadawania w kolejnych latach wskazuje, że nadal niezagospodarowany pozostaje obszar edukacji i informowania na temat rewolucji cyfrowej mającej dziś miejsce w całej Europie. Jest to zatem jeden z obszarów, w którym już dziś powinniśmy podejmować działania, po to by efekt wykluczenia cyfrowego dotknął jak najmniej Polaków. Warto bowiem pamiętać, że zgodnie z informacjami podanymi na stronie Ministerstwa Infrastruktury – ostatni etap cyfryzacji w Polsce ma zakończyć się do lipca 2013 roku.



W krajach, które już rozpoczęły przechodzenie na nowy sposób nadawania, zaczęto od edukowania i informowania obywateli. Z badania, którego wyniki Państwu prezentujemy wynika, że właśnie edukacja i komunikacja będą miały kluczowe znaczenie dla bardzo dużej części Polaków. Nie wystarczy jednak informować tylko, że zmiana nastąpi. Należy zacząć od tego, że niesie ona ze sobą szereg korzyści. Powinny one zrekompensować dodatkowy wysiłek finansowy związany na przykład z koniecznością zakupu dekodera lub jak w przypadku niektórych gospodarstw domowych również odpowiedniego telewizora.

Bez odpowiedniej edukacji i informacji może okazać się, że w 2014 roku część obywateli zostanie odcięta od dostępu do radia i telewizji – najważniejszych kanałów przepływu informacji we współczesnych społeczeństwach. Jest to wyzwanie dla administracji państwowej, ale także dla stacji telewizyjnych, operatorów multipleksów i producentów urządzeń, służących do odbioru końcowego.

Poza konwersją cyfrową istotną kwestią, która wynika z naszych badań jest też bardzo niskie poparcie dla płacenia abonamentu RTV w Polsce. Blisko 2/3 Polaków nie widzi w tym sensu. Może to wskazywać m.in. na brak przekonania, co do efektywności środków lokowanych w abonamencie. Niewiele zmienia tu fakt prowadzenia przez media publiczne kampanii na rzecz opłacania abonamentu. Abonament w Polsce dziś popierają głównie emeryci, którzy właśnie zostali zwolnieni z opłacania go.

Zapraszam do lektury i dyskusji o wynikach,

Dorota Ciszek
Dyrektor Departamentu Media, Culture & Entertainment w On Board PR
Ecco Network
Tel.(22) 321-51-00

Cyfryzacja w Polsce

Według danych GUS w Polsce jest około 13,3 milionów gospodarstw domowych, z których według danych KRRiT blisko 96% jest wyposażonych w przynajmniej jeden odbiornik telewizyjny. Szacuje się, że około 36% gospodarstw, to jest nie więcej jak 5 milionów, dysponuje jedynie odbiornikiem telewizji naziemnej.

Realizacja procesu cyfryzacji w Polsce wiązać się będzie z koniecznością zakupu przez osoby korzystające ze starych odbiorników telewizyjnych odpowiednich urządzeń umożliwiających odbiór sygnału cyfrowego, tj. urządzeń konsumenckich służących do odbioru cyfrowych transmisji telewizyjnych, zwanych dekodernami lub set-top-boxami (STB). W przypadku braku takiego urządzenia odbiór sygnału telewizyjnego nadawanego w postaci cyfrowej będzie niemożliwy. W tym kontekście należy zauważyć, że konieczność zakupu dekodernów dotyczyć będzie większości gospodarstw domowych w Polsce. Zakładając prognozowany średni koszt dekodera na poziomie 250 zł i konieczność takiej cyfryzacji 5 milionów odbiorników to koszt całkowity tego przedsięwzięcia wyniesie około 1,250 mld zł.

Blisko 70 proc. Polaków chce zniesienia abonamentu

Blisko 2/3 Polaków uważa, że abonament radiowo - telewizyjny jest niepotrzebny i powinien zostać zniesiony. Tylko 22% respondentów widzi potrzebę płacenia abonamentu RTV. Są to niepokojące dane w kontekście prowadzonej przez telewizję publiczną kampanii edukacyjnej nt. korzyści płynących z płacenia abonamentu.

Najbardziej przeciwni płaceni abonamentu RTV są trzydziesto- i czterdziestolatki (ponad 70%). Natomiast największym poparciem - blisko 35% udzielających odpowiedzi - abonament cieszy się w grupie wiekowej powyżej 59 roku życia, czyli wśród emerytów. Entuzjazm tej grupy nie przełoży się jednak na wpływy abonamentowe, gdyż od tego roku emeryci zostali z tej opłaty zwolnieni.

Swój sprzeciw w stosunku do płacenia abonamentu RTV szczególnie silnie wyrażają właściciele firm 76%, robotnicy wykwalifikowani blisko 73% oraz pracownicy handlu 72%. Najmniej przeciwni są uczniowie i studenci - choć i tak ponad połowa z nich chce zniesienia abonamentu (57%).

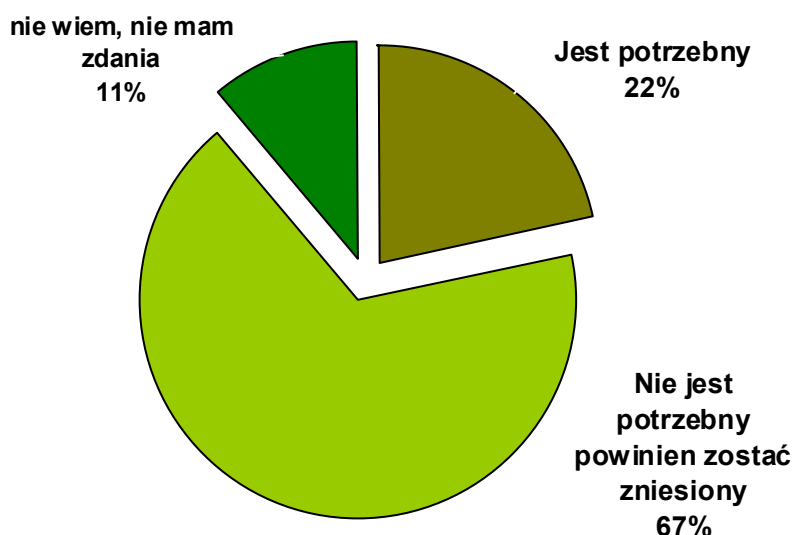
Kampania proabonamentowa ma raczej charakter akcyjny, silnie skoncentrowany na końcu roku, kiedy to podobnie jak w przypadku odliczenia 1% przypomina się widzom i słuchaczom o wpływającym terminie opłacania abonamentu.

To dobrze, iż kampania ma charakter pozytywny, przyjemny dla widza i słuchacza i przebiega w postaci konkursu. W tym wypadku piętnowanie za unikanie płacenia abonamentu przy społecznym braku poparcia dla tej formy utrzymywania telewizji publicznej mogłoby wzbudzić duży społeczny sprzeciw i wywołać skutek odwrotny od zamierzonego.

Dobrym rozwiązaniem mogłoby jednak być długoterminowe edukowanie o korzyściach, jakie widz uzyskuje dzięki regulowaniu opłat abonamentowych.

Dorota Ciszek,
On Board PR Ecco Network

Czy uważa Pan/i, że obowiązkowy abonament radiowo-telewizyjny jest potrzebny czy też nie jest i powinien zostać zniesiony?



Posiadacze telewizji kablowej lub platformy cyfrowej nie chcą płacić abonamentu

Co ciekawe, sprzeciw w stosunku do płacenia abonamentu RTV wyrażają zarówno posiadacze telewizji kablowej lub platformy cyfrowej (70%), jak i osoby, które nie posiadają żadnej z nich (63%). Tylko 21% Polaków posiadających telewizję kablową lub platformę cyfrową uważa, że abonament jest potrzebny.

Biorąc pod uwagę, że zostało otwarte pole publicznej dyskusji nad abonamentem radiowo-telewizyjnym, warto pokazać społeczeństwu różnice pomiędzy dwoma typami abonamentów. Kontynuowanie debaty publicznej może jednak pokazać, iż abonament nie zyska społecznej akceptacji. Równolegle zatem powinien być rozpatrywany inny wariant przekazywania środków na telewizję i radio publiczne – komentuje Dorota Ciszek, Dyrektor Działu Media, Culture & Entertainment w On Board PR Ecco Network.

Osoby korzystające z Internetu również kwestionują zasadność płacenia abonamentu. Wśród nich 69% jest przeciwnych abonamentowi, a tylko 19% go popiera.

Telewizja publiczna w dokumencie – „Abonament telewizyjny- czy wiesz na co go przeznaczamy?” wskazuje na fakt, iż jest zasilana środkami publicznymi o wartości wielokrotnie niższej w porównaniu do krajów Europy Zachodniej.

Pomiędzy 1998 rokiem a 2007 wpływy z abonamentu spadły w Polsce z 632 mln zł do 515 mln zł. Jak ocenia telewizja publiczna zaledwie 1/3 kosztów związanych z realizacją przez TVP S.A. misji jest pokrywana środkami abonamentowymi uzyskiwanymi z Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

Dlaczego płacimy abonament ?

W ramach realizowanej misji publicznej telewizja ponosi koszty m.in. działalności 16 oddziałów terenowych, Programu Satelitarnego TV Polonia, programów wyspecjalizowanych TVP Kultura i TVP Historia oraz koszty programu TV Białoruś. Niewielu Polaków wie jednak, że w ramach realizacji misji TVP prowadzi również relacje z wydarzeń sportowych i programy o tematyce sportowej (blisko 145 mln złotych rocznie). Ważną pozycję budżetową stanowią także filmy dokumentalne – blisko 45 mln zł oraz audycje edukacyjne i popularnonaukowe – 46,4 mln zł.

Do kluczowych zadań telewizji publicznej należą m.in.: dostarczanie wyczerpujących i wszechstronnych informacji z kraju i ze świata, umożliwienie naczelnym organom państwowym bezpośredniej prezentacji i wyjaśniania polityki państwa oraz stworzenie partiom politycznym, związkom zawodowym i organizacjom pracodawców możliwości przedstawiania stanowiska w ważnych sprawach publicznych.

Bez udziału telewizji publicznej niemożliwe byłoby rozpowszechnianie audycji wyborczych oraz promocja kultury. Oferta edukacyjna telewizji publicznej ma m.in. kultywować piękno języka polskiego, podejmować problemy mniejszości narodowych czy przeciwdziałać wykluczeniu społecznemu. Program satelitarny TV Polonia służy również środowiskom polonijnym za granicą. W telewizji publicznej szeroko obecna jest również problematyka Unii Europejskiej i korzyści wynikających z akcesji.

Wyniki badania wskazują, że korzyści płynące z abonamentu nie do końca do nas przemawiają, być może wynika to z braku odpowiedniej informacji na ich temat. Warto zwrócić na ten aspekt uwagę.

Wyzwaniem dla prywatnych nadawców jest również wytłumaczenie konsumentowi różnicy pomiędzy dwoma typami abonamentu – abonamentu RTV i opłat za pakiet telewizji cyfrowej lub kablowej. Dla części Polaków fakt, ponoszenia dodatkowych opłat jest bowiem niezrozumiały.

Cyfrowa rewolucja jeszcze przed nami

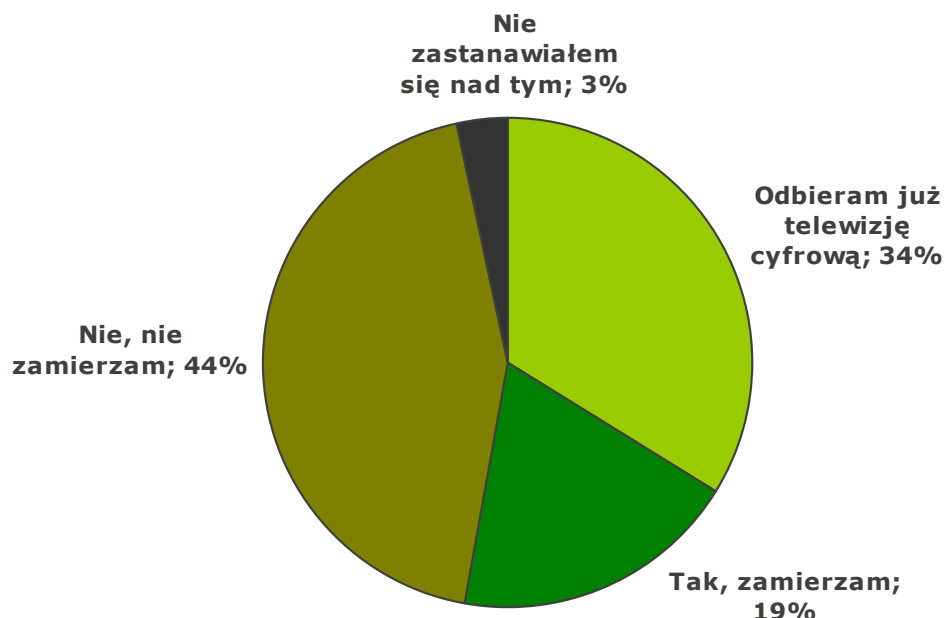
2013 rok – to w planach rządu termin zakończenia procesu cyfryzacji mediów w Polsce. Tymczasem, jak wynika z badań On Board PR Ecco Network i PBS DGA nadal stan wiedzy Polaków w tym zakresie jest niewielki. Blisko połowa społeczeństwa (44%) w najbliższym czasie nie zamierza przejść na odbiór telewizji cyfrowej. W ciągu najbliższego kwartału jedynie 3% respondentów planuje zmianę technologii odbioru, a do końca roku ponad 7% społeczeństwa.

W ciągu najbliższego roku najchętniej na odbiór telewizji cyfrowej zamierzają przejść osoby młodsze – poniżej 25 roku życia (14%), oraz osoby pomiędzy 25 a 39 r.ż. (11%) pomimo, że w tej grupie obserwujemy największy odsetek odbiorników przystosowanych do odbioru cyfrowego sygnału. Wśród osób, które nie zamierzają przejść na odbiór telewizji cyfrowej największą grupę stanowią osoby najstarsze (powyżej 60 r.ż. 59%) oraz robotnicy niewykwalifikowani - 58%. Jednak istotna część przedstawicieli innych grup zawodowych również nie zamierza tego dokonać. Brak zamiaru przejścia na odbiór cyfrowy deklaruje 50% rolników, 47% pracowników umysłowych oraz 46% pracowników handlu. W ciągu najbliższego roku najchętniej zrobią to osoby na stanowiskach kierowniczych (20%), uczniowie i studenci (15%) oraz osoby prowadzące własną działalność (14%).

Wyniki najnowszego sondażu wyraźnie wskazują na wpływ zamożności gospodarstw na decyzję o przejściu na odbiór TV cyfrowej. Najmniej zamożne gospodarstwa wyróżniają się niechęcią do zakupienia odpowiednich urządzeń. Wbrew pozorom na wsiach sytuacja nie wygląda najgorzej – odbiór TV cyfrowej jest tam bardziej powszechny niż w miastach, wynika to ze słabych warunków odbioru telewizji naziemnej. Jednak mimo to wciąż istnieje znaczna grupa (37%) mieszkańców wsi, którzy w ogóle nie planują przejścia na odbiór cyfrowego sygnału.

Tomasz Dzedzic,
PBS DGA

Czy w najbliższym czasie rozważa Pan/Pani przejście na odbiór telewizji cyfrowej?



Niskie zainteresowanie przechodzeniem na rozwiązania cyfrowe może wskazywać, że dla wielu Polaków zakup nowego sprzętu to nadmierny i nieplanowany dziś wydatek. Pokazuje to, że wzorem innych Państw może warto pomyśleć o sposobach wsparcia społecznego związanego z przechodzeniem na nowy system odbioru.

„Ze zmianą systemu nadawania związana jest kwestia dofinansowania zakupu nowego sprzętu dla najuboższych gospodarstw domowych. W Polsce czeka nas zapewne poważna dyskusja na ten temat. Jej celem będzie wyłonienie grupy, która zyska prawa do wsparcia. Konieczne też będzie zaprojektowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjnej, zakrojonej na szeroką skalę. Warto chyba zacząć ją odpowiednio wcześniej, aby ostatecznie przyjęte rozwiązania zyskały społeczną aprobatę” - podkreśla Dorota Ciszek, Dyrektor Działu Media, Culture & Entertainment w On Board PR Ecco Network.

W krajach, które już rozpoczęły proces przechodzenia z nadawania analogowego na cyfrowy istnieją różnorodne systemy dofinansowania urzędzeń, które umożliwiają odbiorcom indywidualnym przejście na nowy system. Zakup sprzętu może w całości finansować budżet państwa. Wówczas przeznaczają się na ten cel wpływy z abonamentu RTV lub obligowani są do tego nadawcy telewizyjni. Czasem powołuje się specjalne fundusze finansowane w części przez budżet a w części przez nadawców. Różne są też kryteria przyznawania takiej pomocy.

Kiedy cyfrowa rewolucja w Polsce?

Z badania On Board PR Ecco Network i PBS DGA wynika, że 34% Polaków korzysta już z odbioru telewizji cyfrowej. Oznacza to, że tylko 1/3 społeczeństwa zdecydowała się na dodatkowe wykupienie pakietu telewizji cyfrowej. Wśród odbiorców największą grupę stanowią osoby w wieku produkcyjnym (25-29 lat) – 45%, najmniejszą (21%) osoby powyżej 59 roku życia.

Według „Projektu Strategii Cyfryzacji Nadawania Sygnału Telewizyjnego” przejście z techniki analogowej do techniki cyfrowej stanowi niewątpliwie największą, rewolucyjną zmianę w dziedzinie mediów elektronicznych od czasu zaniechania emisji telewizji monochromatycznej na rzecz telewizji w kolorze.

Całkowite wyłączenie telewizji analogowej w Polsce nastąpi nie później niż do dnia 31 lipca 2013 r. Zgodnie z tym projektem 2015 rok jest datą końcową ochrony analogowych systemów nadawania w Europie. W swoich komunikatach Komisja Europejska zaleca zakończenie procesu przejścia z techniki analogowej na cyfrową do roku 2012.

Wprowadzenie technologii cyfrowej w telewizji jest istotnym krokiem w kierunku społeczeństwa informacyjnego. Według tego samego dokumentu podstawową zaletą nadawania cyfrowego jest - w porównaniu do nadawania analogowego – bardzo duża oszczędność częstotliwości radiowych, co w efekcie przekłada się na możliwość zaoferowania dużo bogatszej oferty programowej o lepszej technicznie jakości. Możliwe jest też zaoferowanie dodatkowych usług interaktywnych, które nie są dostępne w technologii analogowej, a także wykorzystanie części zajętych dzisiaj przez telewizję analogową częstotliwości na inne nowoczesne usługi, w szczególności na rozwijanie szerokopasmowych sieci transmisji danych na obszarach wiejskich.

Nadawanie cyfrowe ma wiele zalet m.in. umożliwia powszechny dostęp do szybkiego Internetu, pozwala na łatwe i bezpieczne dokonywanie zakupów za pośrednictwem domowego telewizora. Pozwala też na znaczne poszerzenie oferty programowej, ponieważ w miejsce jednego kanału w systemie analogowym, wejdzie kilkanaście nowych kanałów cyfrowych.

Jednak zmiana ta to także poważne wydatki, które będą musieli ponieść nie tylko właściciele stacji telewizyjnych, operatorzy przesyłający sygnał, ale także każdy z nas. Aby móc odbierać cyfrową telewizję, konieczny będzie zakup dodatkowego sprzętu. Może to być nowy, dostosowany do technologii cyfrowej telewizor czy radiodbiornik lub specjalny dekodery, przedłużający życie tradycyjnym odbiornikom analogowym. Tak czy inaczej warto odpowiednio wcześniej rozpocząć komunikację w tym zakresie, aby zwiększyć świadomość zmiany i związanych z nią wydatków.

Dorota Ciszek,
On Board Public Relations

Cyfrowa rewolucja- Polska w ogonie Europy

W wielu krajach Europy procesy przechodzenia na nadawanie cyfrowe są bardzo zaawansowane. W lutym 2009 r. Komisja Europejska opublikowała raport o cyfryzacji telewizji w 27 państwach członkowskich Unii. Telewizję cyfrową nadaje 21 państw, a w Finlandii, Holandii, Luksemburgu, Niemczech i Szwecji wyłączone są już wszystkie nadajniki analogowe. Pozostałe państwa, z wyjątkiem Polski, mają zakończyć proces cyfryzacji do 2012 roku. 23 kraje europejskie, które zakończyły proces wyłączenia telewizji analogowej lub są daleko zaawansowane w tym procesie, przeprowadziły ogólnonarodowe kampanie informacyjne docierając niemal do każdego obywatela.

„W Wielkiej Brytanii, BBC od wielu lat prowadzi szeroko zakrojone badania i działania informacyjne skierowane do społeczeństwa zmierzające do uświadomienia im konieczności przejścia na nowy standard odbioru. Większość krajów europejskich opracowała swego rodzaju mapy drogowe (przewodniki), w których rządy w oparciu o analizę techniczną i konsultacje społeczne, firmują najlepsze na danym etapie rozwiązanie gwarantujące rozwój telewizji cyfrowej w przyszłości i dające, co najważniejsze, szerokie możliwości budowy społeczeństwa informacyjnego” – podkreśla Dorota Ciszek, Dyrektor Działu Media, Culture & Entertainment w On Board PR Ecco Network.

Tabela 1. Terminy wyłączenia nadawania analogowego w niektórych państwach członkowskich Unii Europejskiej (na podstawie „Information from Member States on switchover to Digital TV (COCOM09-01)“)

Państwo	2008	2009	2010	2011	2012	Termin switch off
Austria						koniec 2010
Belgia						listopad 2008 – Flandria listopad 2011 – Walonia, Bruksela
Bułgaria						2012
Cypr						lipiec 2011
Czechy						czerwiec 2012
Niemcy						koniec 2008
Dania						koniec 2009
Estonia						lipiec 2010
Irlandia						2012
Finlandia						sierpień 2008

Francja						listopad 2011
Grecja						możliwy 2012
Hiszpania						kwiecień 2010
Węgry						koniec 2011
Włochy						grudzień 2012
Litwa						październik 2012
Luksemburg						sierpień 2006
Łotwa						grudzień 2011
Malta						grudzień 2010
Holandia						grudzień 2006
Portugalia						kwiecień 2012
Rumunia						grudzień 2012
Szwecja						grudzień 2007
Słowenia						koniec 2010
Słowacja						koniec 2012
Wlk. Brytania						2012

Według „Projektu Strategii Cyfryzacji Nadawania Sygnału Telewizyjnego” prawie wszystkie (z wyjątkiem telewizji naziemnej) środki przekazu programów telewizyjnych w Polsce korzystają z transmisji cyfrowej lub w stosunkowo prosty sposób (tzn. nie wymagający podjęcia działań w skali całego kraju) można je poddać cyfryzacji (telewizja kablowa). Kwestia cyfryzacji telewizji naziemnej – ze względu na rolę jaką spełnią w systemie funkcjonowania państwa - nie jest przedsięwzięciem łatwym i wymaga specjalnego traktowania, przede wszystkim przez rząd.

Dostęp tylko do analogowej telewizji naziemnej posiada 36% gospodarstw domowych, a istniejąca oferta analogowa nie jest bogata i nie jest najlepszej jakości technicznej. Poddanie telewizji naziemnej cyfryzacji jest tym istotniejsze, że naziemne nadawanie programów telewizyjnych ma realizować zadania celu publicznego, które nałożone zostały ustawowo (ustawą o radiofonii i telewizji) na media publiczne.

Niezmiernie istotna jest również rola, jaką pełni telewizja naziemna w systemie bezpieczeństwa państwa. Pozwala ona, ze względu na rozbudowaną sieć nadajników, na dotarcie w sytuacjach związanych z zagrożeniami do wszystkich obywateli. Biorąc pod uwagę cechy jakimi charakteryzuje się telewizja naziemna, tj. dostępność, dostosowanie do potrzeb lokalnych i możliwość odbioru bez opłat lub za umiarkowaną opłatę – istnieje konieczność podjęcia szybkiego działania zmierzającego do cyfryzacji nadawania naziemnego.

Cyfryzacja potrzebuje edukacji

Polski „Projekt Strategii Cyfryzacji Nadawania Sygnału Telewizyjnego” zakłada również konieczność edukacji społeczeństwa w zakresie cyfryzacji.

W debacie publicznej będzie rozpatrywany wybór pomiędzy większą ilością nowych treści albo mniejszą ilością nowych treści za to w doskonałej jakości.

Drugim powodem dla konieczności przeprowadzenia działań edukacyjnych jest fakt, iż duża część naszego społeczeństwa, osoby starsze, niepełnosprawni, osoby z obszarów wiejskich i wiele innych należą do grupy, która nie posiada wystarczającej wiedzy technicznej i bez udzielenia im pomocy mogą mieć trudności w zrozumieniu procesu cyfryzacji oraz zakupie i instalacji urządzeń odbiorczych.

Kampania edukacyjno-informacyjna skierowana do społeczeństwa powinna skupiać się na podkreśleniu korzyści wynikających z cyfryzacji m.in. na rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Istotne będą również działania prowadzone w skali lokalnej na terenach przełączanych na nadawanie cyfrowe.

Jednocześnie przygotowany w ramach Międzyresortowego Zespołu ds. Telewizji i Radiofonii Cyfrowej dokument strategii zakłada m.in. nałożenie na nadawców obowiązku informowania o procesie cyfryzacji telewizji naziemnej odbiorców. Zatem jest to wyzwanie nie tylko dla państwa, ale także dla firm komercyjnych.

Dorota Cizek,
On Board Public Relations

Warto również pamiętać, iż wyposażenie gospodarstw domowych w urządzenia odbiorcze służące do odbioru telewizji cyfrowej (odbiorniki zintegrowane i dekodery) odbywać się będzie na zasadach rynkowych. Mając na uwadze osoby i rodziny, które nie są w stanie z własnych środków nabyć dekodera, niezbędne jest rozważenie potrzeby zagwarantowania przez państwo, odpowiedniej pomocy społecznej służącej sfinansowaniu zakupu dekoderek. Informacja o tego typu możliwościach powinna zostać szeroko rozpowszechniona.

Istotnym zagadnieniem przy procesie cyfryzacji jest kwestia „wykluczenia cyfrowego”. Aby go uniknąć trzeba w Polsce dotrzeć z pomocą do ok. 1,35 mln rodzin (spełniających według Ministerstwa Pracy i Polityki Socjalnej dochodowe kryterium egzystencji). Przyjęcie tego kryterium oznacza kwotę dofinansowania rzędu ok. 340 mln zł.

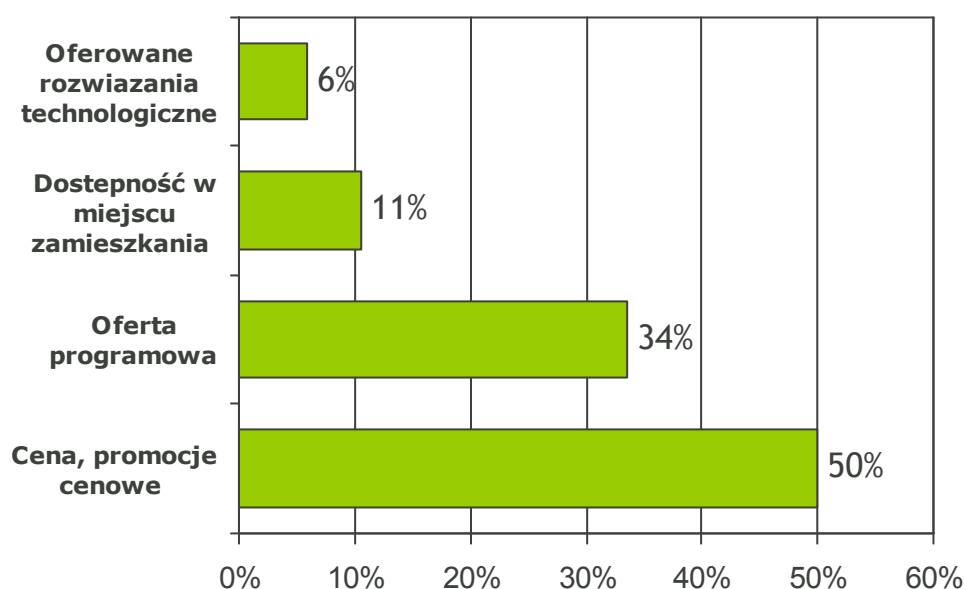
Jak widać brak zainteresowania kwestią cyfryzacji wśród społeczeństwa nie jest podzielany przez instytucje, które przygotowują się do przeprowadzenia nas przez ten trudny proces. Warto jednak być może już dziś włączyć w ten proces specjalistów ds. komunikacji. Istotny jest bieżący monitoring stanu świadomości społecznej czy pod wpływem doniesień prasowych oraz działań komercyjnych nadawców i nowych technologii wchodzących na rynek ulega on zmianie – podsumowuje Dorota Ciszek, Dyrektor Działu Media, Culture & Entertainment w On Board PR Ecco Network.

Cena nadal ważniejsza niż technologia

Przy wyborze platformy cyfrowej i telewizji kablowej dla połowy Polaków (50%) najważniejszym czynnikiem wpływającym na decyzje jest cena. 34% bierze pod uwagę ofertę programową, a tylko 6% oferowane rozwiązania technologiczne.

Dostępność w miejscu zamieszkania nie jest istotnym ograniczeniem. Ten aspekt bierze pod uwagę niecałe 11%.

Co jest dla Pani/Pana najważniejsze przy wyborze platformy cyfrowej/telewizji kablowej?



Najbardziej lubimy kanały filmowe i popularnonaukowe.

Przy wyborze pakietu i nadawcy telewizyjnego istotne znaczenie odgrywa oferta filmowo-serialowa nadawcy – 59% Polaków uznało ją za najważniejszą.

W drugiej zaś kolejności bierzemy pod uwagę ofertę programów popularnonaukowych – 49%. Wybierając pakiet i nadawcę znacznie rzadziej kierujemy się natomiast możliwością szerokiego wyboru programów sportowych (35%) oraz informacyjnych (43%).

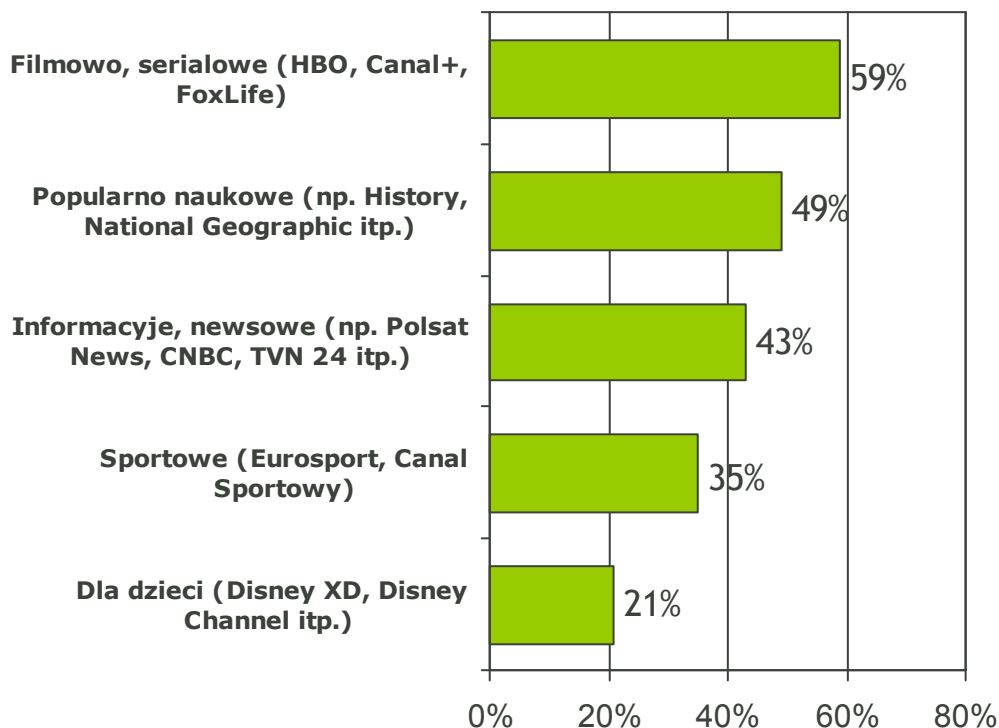
Badania pokazują też, że telewizję kupujemy przede wszystkim ze względu na własne potrzeby, gdyż oferta kanałów dziecięcych jako istotna w wyborze pakietu otrzymała tylko 21% wskazań.

Jak wynika z przeprowadzonego badania, Polacy kierują się przy wyborze platformy cyfrowej lub TV kablowej głównie zawartością oferty programowej. Oferowane rozwiązania technologiczne nie są znaczącym czynnikiem wyboru, a to oznaczać może dodatkowe utrudnienia w przekonaniu mniej wymagających osób do przejścia na odbiór cyfrowego sygnału telewizyjnego.

Co jest ciekawe – osoby do 60 roku życia (7-8%) i osoby starsze zupełnie nie zwracają uwagi na rozwiązania technologiczne.

Tomasz Dzedzic,
PBS DGA

Dostępność których kanałów tematycznych ma dla Pani/Pana decydujące znaczenie przy wyborze pakietu i nadawcy telewizyjnego?



Komentarze z innych rynków

Anita Papay, communication matters, Ecco Austria

Cyfryzacja:

Austria rozpoczęła nadawanie cyfrowe w 2006 roku i z pewnością wypełni wymagania Unii Europejskiej w zakresie obowiązkowej cyfryzacji do 2012 roku.

Jeśli chodzi o proces przechodzenia na system cyfrowy to przez pewien czas we wszystkich regionach Austrii dostępny był zarówno program cyfrowy jak i analogowy. Opcja odbioru w obu technologiach miała umożliwić wszystkim mieszkańcom zakup odpowiedniego sprzętu do odbioru telewizji cyfrowej i przygotowanie się do nadchodzącej zmiany. Następnie poszczególne regiony były kolejno odłączane od nadawania analogowego.

Proces wyłączenia rozpoczął się w 2006 roku i właśnie teraz dobiega końca w niektórych regionach dolnej Austrii. Jednocześnie w Austrii nie istnieje możliwość wyboru platform telewizji cyfrowej. Jest tylko jeden dostawca tego rodzaju.

Abonament:

W Austrii funkcjonuje abonament TV, który trzeba płacić za możliwość odbioru telewizji publicznej. Opłata abonamentowa wynosi 23 Euro miesięcznie i powinna być opłacana co dwa miesiące. Bezrobotni oraz osoby o najniższych dochodach są zwolnione z opłacania abonamentu.

Wielu mieszkańców jest jednakże przeciwnych tej opłacie i jej nie uiszcza. W związku z tym telewizja publiczna emituje reklamy przekonujące do opłacania abonamentu.

Niestety w Austrii nie istnieje też efektywny mechanizm ściągania opłat abonamentowych gdyż telewizja publiczna nie ma dostępu do danych osobowych mieszkańców i nie może pobierać opłat automatycznie w momencie zameldowania się osoby w danym regionie.

Claudia Gröning, ECCO International Public Relations Limited, Ecco Hamburg,

Cyfryzacja:

Proces cyfryzacji telewizji naziemnej został już zakończony. Sygnał analogowy został wyłączony w czerwcu 2009 roku.

Telewizja satelitarna w Niemczech zostanie całkowicie poddana cyfryzacji do 2012 roku. Jeśli chodzi o telewizję kablową to planowano zakończenie nadawania analogowego w 2010 roku, ale proces ten został przedłużony i nie wyznaczono ostatecznej daty jego zakończenia.

Do 2009 roku blisko połowa niemieckich gospodarstw domowych korzystała z telewizji cyfrowej. (źródło: "Digitalisierungsbericht 2009": http://www.alm.de/fileadmin/forschungsprojekte/GSDZ/Digitalisierungsbericht_2009/Digibericht2009_Daten-Fakten.pdf). Oznacza to, że Niemcy mieszczą się w regulacjach unijnych jednakże w porównaniu do innych krajów UE wciąż udział odbioru cyfrowego wśród gospodarstw domowych jest niewielki.

Najbardziej popularnym sposobem odbioru telewizji jest telewizja kablowa (około 50% gospodarstw domowych) i tu odsetek odbiorców telewizji cyfrowej jest wyjątkowo niski ok. 30%. Liczby te pokazują, że jeśli widzowie nie zostaną zmuszeni do zmiany poprzez całkowite wyłączenie nadawania cyfrowego, to będą wykazywali nikłe zainteresowanie nowymi cyfrowymi technologiami odbioru.

Abonament:

W Niemczech również istnieje abonament telewizyjny, który jest przeznaczony na opłacenie funkcjonowania publicznych stacji takich jak ARD i jej programów regionalnych, ZDF oraz ARTE i 3Sat. Od stacji prywatnych takich jak: RTL i SAT1 różnią się one tym, że mają tzw. "Grundversorgungsauftrag". Oznacza to, że muszą dostarczać odpowiedni procent formatów telewizyjnych o charakterze informacyjnym i edukacyjnym mających tzw. wartość publiczną. Muszą też zapewnić techniczną możliwość odbioru na terytorium całego kraju oraz spełniać odpowiednie standardy jakościowe. Jest to zresztą obiektem sporów w każdej niemalże debacie dotyczącej telewizji publicznej.

Ostatnie badania na reprezentatywnej próbie pokazują, jakie jest zainteresowanie telewizją cyfrową i nowymi technologiami w TV i Pay TV. Więcej niż 40% respondentów odpowiedziało, że jest niewielkie lub, że wcale się tą kwestią nie interesują. Może to wynikać z dwóch czynników. Jednym z nich może być brak wiedzy i niedoinformowanie w kwestii nowoczesnych technologii, jej form i użyteczności. Drugim natomiast fakt, iż Pay TV w Niemczech w przeciwieństwie do innych krajów europejskich nie zostało dobrze przyjęte. Ponad 80% niemieckich gospodarstw nie ma płatnych kanałów TV, więc trudno im wyrażać opinię o cyfryzacji i nowych technologiach.

Kanały telewizji publicznej powinny zapewniać różnorodność wyrażanych opinii i poglądów. Jednocześnie w kanałach tych obowiązują znacznie bardziej restrykcyjne zasady umieszczania płatnych reklam niż u nadawców prywatnych.

Opłata abonamentowa zależy od rodzaju odbiornika. Zwykle pobierana jest od gospodarstwa domowego nie od osoby. Opłata za radio i nowe rodzaje odbiorników np. komputer z Internetem wynosi 5,76 Euro. Opłata za telewizor wynosi 17,98 Euro za miesiąc. Jeśli gospodarstwo domowe używa więcej niż jednego odbiornika wówczas maksymalna miesięczna opłata wynosi 17,98 Euro miesięcznie.

Akceptacja Niemców dla opłacania abonamentu w społeczeństwie jest bardzo niska. W badaniu na reprezentatywnej próbie wykonane w 2010 roku gdzie zadano pytanie: „Czy chciałbyś opłacać abonament i czy uważasz, że cena jest w porządku? tylko 10% powiedziało tak, podczas gdy 81% powiedziało nie.

(źródło: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/369/umfrage/akzeptanz-von-gez-gebuehren/>)

Loes Antonius, Bex communicatie, Ecco Holandia

W Holandii pierwsze kroki w zakresie cyfryzacji mediów zostały podjęte jeszcze na przełomie 1995-1996 roku, ale pionierzy nie trafili do konsumentów. Zmiana odbyła się z pominięciem ostatecznego odbiorcy. Nadawcy przeszli na nadawanie 'tape-to-tape'. Redaktorzy mogli pozyskiwać informacje i umieszczać później własne programy na specjalnym serwerze. Następnie nadawcy zaczęli nadawać bezpośrednio z tego serwera.

W Holandii nie opłaca się abonamentu telewizyjnego. Telewizja jest bezpłatna od momentu swojego uruchomienia na terenie Holandii. Jedyną rzeczą, za którą Holendrzy muszą płacić jest telewizja kablowa. Opłaty są jednak niewielkie i stać na nie każdego mieszkańca kraju.

Obecnie infrastruktura głównego parku mediowego w Holandii jest tak dobra, że telewizja może być odbierana w standardzie high definition, niestety niewiele programów jest dziś w nim nadawanych. Dodatkowo Holendrzy mają możliwość dostępu do telewizji cyfrowej z dodatkowymi kanałami tematycznymi, telewizji na życzenie etc., do ich odbioru potrzebne są dekodery (za które trzeba płacić) i płaci się także za każdą usługę (ok. 10 Euro).

Wybór dostawcy telewizji ma w tej chwili coraz mniejsze znaczenie w Holandii. Konsumenty zaczynają myśleć o telewizji jako o dobrze podstawowym (*general good*), czymś co jest zawsze dostępne. Telewizja na życzenie jest świetnym rozwiązaniem, ale widz nie jest skłonny wiele zapłacić za tę usługę. Znacznie silniejszym i ważniejszym trendem jest telewizja w komórce (mobile TV).

Josef Brabec, Czech PR, Ecco Czechy

Proces cyfryzacji w Czechach powinien zostać zakończony do 2012 roku, kiedy to zostanie całkowicie wyłączony sygnał analogowy. Obecnie jedna trzecia kraju jest pokryta zasięgiem cyfrowym. Multiplex 1, który zawiera kanały telewizji i radia publicznego pokryje swoim zasięgiem 95% czeskiego rynku dopiero w 2010 roku.

Wybierając pakiet telewizji cyfrowej Czesi kierują się przede wszystkim szerokością oferty kanałów. Abonament telewizyjny w tym kraju wynosi ok. 7 Euro miesięcznie.

Zwykle abonenci przechodzą z analogowego systemu odbioru telewizji na cyfrowy dopiero wówczas, gdy nadawanie analogowe zostaje wyłączone. Warunki wyłączania przekazu analogowego i przechodzenia na nowy system nadawania są szeroko komunikowane w poszczególnych regionach Czech.

Massimo Moriconi, AD MIRABILIA, Ecco Włochy

Włochy trzymają się harmonogramu przechodzenia na nadawanie cyfrowe założonego przez Unię Europejską. Naziemna telewizja cyfrowa rozpoczęła nadawanie w 2009 roku w regionie Valle d'Aosta. Do dziś 5 regionów i jedna prowincja przeszły już z analogowego systemu odbioru na cyfrowy. Należą do nich: Valle d'Aosta, Campania, Lazio, Sardinia, Piedmont, Provincia di Trento.

Włosi muszą opłacać abonament za telewizję publiczną. Odbiór telewizji publicznej RAI to wydatek około 110 Euro na gospodarstwo domowe rocznie. W społeczeństwie można jednak zaobserwować negatywne nastawienie do telewizji publicznej wynikające głównie z niskiej jakości dostarczanych widzom programów. Z drugiej strony Mediaset TV kontrolowana przez Berlusconiego jest bezpłatna, a nie ma większych różnic pomiędzy nią a telewizją publiczną jeśli chodzi o zawartość programową.

Obecnie dzięki nowej ofercie telewizji satelitarnych takich jak SKY, Włosi coraz częściej zauważają różnicę pomiędzy jakością programów RAI a innymi kanałami np. z pakietu SKY, który kosztuje niewiele bo między 20 a 49 Euro miesięcznie. Wybierając dostawcę telewizji cyfrowej Włosi zwracają głównie uwagę na jakość odbioru oraz na pakiet oferowanych programów.

KINROSS & RENDER, ECCO Wielka Brytania

Abonament RTV

W Wielkiej Brytanii trzeba opłacać abonament za oglądanie BBC jeśli chce się oglądać lub nagrywać programy telewizyjne przezeń nadawane. Dotyczy to każdego rodzaju urządzeń od telewizorów poprzez komputery telefony komórkowe, konsole do gier, digital box lub też nagrywarki DVD/VHS.

Abonament jest pobierany od gospodarstwa domowego co oznacza, że wiele odbiorników może być wliczonych w jeden abonament. Poziom abonamentu wyznacza rząd. Obecnie opłaty abonamentowe wynoszą:

	Colour	Black and White
1 April 2009	£142.50	£48.00
1 April 2010	£145.50	£49.00

Pieniądze pozyskane z abonamentu są inwestowane przez BBC w telewizję (69%), Radio (17%) oraz media przyszłości, które obejmują również Internet i proces cyfryzacji (5%). Pozostałe kwoty pokrywają koszty działań marketingowych i ściągania opłaty abonamentowej.

75-latkowie mogą składać podania o zwolnienie z płacenia abonamentu. 50% zniżkę mogą też uzyskać osoby niewidome oraz poważnie upośledzone. W niektórych przypadkach abonament za telewizję może objąć również odbiór w drugim domu należącym do tej samej rodziny jeśli nie ogląda ona w tym samym czasie programów w obu miejscach.

Zgodnie z ustawą „Wireless Telegraphy Act” z 1967 roku, sprzedawcy sprzętu RTV muszą dostarczać informacje urzędowi pobierającemu opłatę abonamentową nt. każdej dokonanej sprzedaży lub wypożyczenia sprzętu RTV w okresie 28 dni od dokonania transakcji. Dotyczy to nowych i używanych telewizorów, odtwarzaczy DVD/ Video, digital boxes, komputerów z kartą telewizyjną etc.. Niedostarczenie powyższych informacji może skutkować grzywną do 1000 funtów za każdorazowe złamanie przepisu.

Nastawienie do abonamentu

Podczas gdy wiele osób postrzega abonament jako przykrą konieczność, jest też wiele takich, które nie zgadzają się z jego płaceniem i opracowują kampanie protestacyjne oraz piszą petycje w celu jego zniesienia. Anglicy powołują się wówczas najczęściej na fakt, iż jest to nieuzasadniony podatek.

W ostatnich latach rośnie liczba skarg na urząd w związku ze stosowanymi praktykami ściągania opłat. Ludzie skarżą się na listy z pogrózkami oraz reklamy żądające od mieszkańców udowodnienia braku telewizora. Tworzone są specjalne strony dla osób, które czują się pokrzywdzone i zastraszane przez urząd i jego pracowników m.in. <http://www.tvlicenceresistance.info/>.

Posel torysowski Dawid Maclean skrytykował TV Licensing's za „aroganckie przypuszczenie” że każda nieruchomość ma odbiornik telewizyjny i „groźby zaskarżenia ” nawet gdy; mieszkańcy twierdzą, że nie mieli żadnego odbiornika. Znany prezenter telewizyjny Noel Edmonds przestał opłacać abonament telewizyjny gdyż nie podoba mu się styl zastraszania reprezentowany przez BBC.

Cyfryzacja

Pomiędzy 2008- a 2012 rokiem usługi telewizyjne w Wielkiej Brytanii zostaną całkowicie poddane cyfryzacji, kolejno region po regionie. Nadawanie analogowe zostanie zastąpione przez „free-to-air”- cyfrowe usługi TV i radio tzw. Freeview.

Stary analogowy sygnał telewizyjny zostanie wyłączony i zastąpiony cyfrowym. Widzowie będą musieć unowocześnić lub wymienić sprzęt, aby móc odbierać cyfrowy przekaz. (zarówno w przypadku odbioru poprzez antenę, satelitę, kabel lub sieć szerokopasmową)

Rząd Wielkiej Brytanii jest odpowiedzialny za opracowanie i wdrożenie polityki przejścia na nadawanie cyfrowe, jego harmonogram oraz Plan pomocowy, dla tych którzy mogą potrzebować pomocy w takim przełączeniu. Digital UK (Cyfrowa Wielka Brytania) jest niezależnym podmiotem non-profit, który odpowiada za wdrożenie zmiany.

Przejście z odbioru analogowego na cyfrowy rozszerzy zasięg Freeview na całą Wielką Brytanię i uwolni fale radiowe dla nowych usług takich jak: ultra-szybki bezprzewodowy Internet i telewizja komórkowa.

Do końca 1 kwartału 2009 2,3 miliona gospodarstw domowych w Wielkiej Brytanii miało dostęp do odbiorników w technologii High Definition – set top box lub odbiornik telewizyjny umożliwiający odbiór programów HD. Niektórzy nadawcy testują obecnie potencjał 3DTV.

Badanie Ofcom przeprowadzane w trzecim kwartale 2009 roku pokazało, że popyt na telewizję cyfrową utrzymywał się na poziomie 89,5%. Konsumenci kontynuują również zmianę dodatkowych telewizorów w domach. Do końca trzeciego kwartału 2009 78% wszystkich telewizorów zostało zamienionych na wielokanałowe. Pozostałe 22 % kontynuuje odbiór naziemnej telewizji analogowej.

Nastawienie do telewizji cyfrowej

Badanie zamówione przez DTI w 2005 pokazało, że zdania nt. przejścia na cyfrowy odbiór telewizji są podzielone i różnią się od oceny zjawiska telewizji cyfrowej przez społeczeństwo. Choć przejście na nową technologię nadawania jest postrzegane jako nieunikniony postęp technologiczny to nawet osoby o otwartym nastawieniu do telewizji cyfrowej sprzeciwiają się wyłączeniu sygnału analogowego.

Jedne z najnowszych badań na ten temat opublikowane przez Digital UK (Cyfrową Wielką Brytanię) w styczniu 2009 pokazały, że podczas, gdy wiele osób cieszy się z dodatkowych korzyści dostarczanych przez telewizję cyfrową, to nadal jest około trzech milionów gospodarstw domowych w Wielkiej Brytanii, które muszą dokonać zmiany i dopiero przełączyć się na nadawanie cyfrowe.

on board

PUBLIC RELATIONS
ECCO NETWORK

On Board PR - ECCO Network (www.onboard.pl) wspólnie z firmami PR z kilkudziesięciu krajów tworzy międzynarodową sieć ECCO Network – jedną z największych sieci firm PR na świecie. Oddziały ECCO Network znajdują się obecnie m.in. w Amsterdamie, Antwerpii, Barcelonie, Pekinie, Berlinie, Brnie, Brukseli, Budapeszcie, Buenos Aires, Kairze, Chicago, Kopenhadze, Dubaju, Dublinie, Düsseldorfie, Edynburgu, Eindhoven, Helsinkach, Londynie, Meksyku, Mediolanie, Bombaju, Monachium, Nowym Jorku, Oslo, Paryżu, Pradze, Sztokholmie, Wiedniu i w Warszawie.

Firma świadczy usługi w dziedzinie doradztwa public relations. W 2009 r. została wyróżniona nagrodą Impactor dla najbardziej podziwianej agencji PR w Polsce. Zajmuje czwarte miejsce na świecie pod względem dynamiki wzrostu przychodów spośród 200 największych firm PR świata (wg rankingu The Holmes Report 2006). Wspólnie z firmami PR z kilkudziesięciu krajów, tworzy międzynarodową sieć ECCO Network – jedną z największych sieci firm PR na świecie. Od 2007 roku posiada własne biuro w Kijowie na Ukrainie. On Board PR jest członkiem Związku Firm Public Relations, partnerem Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, laureatem wielu nagród w międzynarodowych i polskich konkursach (IPRA GWA, European Excellence Award, Magellan, Mercury, Złote Spinacze). Firma zapewnia kompleksową obsługę w zakresie komunikacji, oferując strategiczne doradztwo m.in. w obszarach: Brand Public Relations, Corporate & Financial Communications,

Portfolio On Board PR Ecco Network:

FOX Life
HBO
Disney Channel/Playhouse
Disney
Disney XD
National Geographic
National Geographic HD
NatGeo Wild
NatGeo Wild HD
Cyfra +
Zone Vision
Zone Reality
Zone Europa
Romantica
Hallmark Channel
Crime & Investigation
Network
HISTORY
HISTORY HD
DD Media
Mazowiecki Teatr
Muzyczny Operetka

Media, Culture & Entertainment

Departament Media, Culture & Entertainment reprezentują doświadczeni konsultanci wyspecjalizowani w tworzeniu strategii komunikacji oraz realizacji kampanii dla największych koncernów mediowych na świecie, kanałów telewizyjnych i platform cyfrowych. Długoletnie doświadczenie gwarantuje świetne zrozumienie rynku mediów i jego potrzeb oraz specyfiki działań PR w tym sektorze. W wielu przypadkach istotą sukcesu zrealizowanych projektów było umiejętne połączenie trafnej strategii marketingowej, zrealizowanie celów kampanii a także kreatywnego i nieszablonowego podejścia do projektu, co pozwoliło na skuteczną komunikację z grupami docelowymi. Oferujemy kompleksową współpracę przy wprowadzaniu nowych kanałów i formatów telewizyjnych na polski rynek, premier nowych bloków programowych, nagłośnienie wydarzeń specjalnych oraz wsparcie komunikacji B2B.

Czy wiesz, że:

W 2008 roku jedynie 23% Polaków wiedziało, że w 2014 roku sygnał telewizyjny będzie nadawany wyłącznie cyfrowo.

Podczas gdy ponad 86% badanych z dochodem na rodzinę powyżej 2500 zł zamierzało kupić nowy sprzęt, to wśród respondentów z gospodarstw domowych o dochodach poniżej 1100 zł przyszły zakup dekodera deklarowało tylko 54%. Z punktu widzenia komunikacyjnego oznacza to, że nawet upowszechnienie wiedzy na temat nadchodzących zmian nie skłoni najgorzej sytuowanych do wymiany sprzętu, bo po prostu nie będzie ich na to stać.

Niechęć do zakupu nowego sprzętu najczęściej deklarowały osoby najstarsze powyżej 59 r. życia. O ile w grupie najmłodszej, pomiędzy 18 a 24 rokiem życia aż 80% zdecydowanie lub raczej zakupi dekodery, to w grupie najstarszej gotowość taką deklaruje zaledwie niewiele ponad 40%. Prawdopodobnie jest to związane także z niskim poziomem dochodów osób będących na emeryturze, ale nie jest to zapewne jedyny powód w tej grupie. Często powodem niechęci jest brak przekonania, że nowy sprzęt może być im do czegokolwiek potrzebny, co pokazują odpowiedzi na pytanie o korzyści związane z nowym systemem nadawania. Grupa ta będzie szczególnie trudna do przekonania i będzie wymagała intensywnych działań komunikacyjnych.

(On Board PR Ecco Network, 2014: Cyfrowa rewolucja)

Przeczytaj inne raporty na: www.onboard.pl