

Blisko 2/3 Polaków uważa, że abonament radiowo - telewizyjny jest niepotrzebny i powinien zostać zniesiony – wynika z raportu „Media: Cyfrowa rewolucja i koniec abonamentu” firmy doradczej On Board PR Ecco Network oraz agencji badawczej PBS DGA.

Blisko 70% Polaków chce zniesienia abonamentu RTV. Tylko 22% respondentów widzi potrzebę jego płacenia – wynika z raportu „Media: Cyfrowa rewolucja i koniec abonamentu”, przygotowanego przez firmę On Board PR Ecco Network (www.onboard.pl) na podstawie badań firmy PBS DGA (www.pbsdga.pl). Są to niepokojące dane w kontekście prowadzonej przez telewizję publiczną kampanii edukacyjnej na temat korzyści płynących z płacenia abonamentu.

Najbardziej przeciwni płaceniu abonamentu RTV są trzydziesto- i czterdziestolatkowie (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 przełożył się jednak na wpływy abonamentowe, gdyż od tego roku emeryci zostali z tej opłaty zwolnieni.

Co ciekawe, posiadacze telewizji kablowej lub platformy cyfrowej częściej wyrażają sprzeciw w stosunku do płacenia abonamentu RTV (70%) niż 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 Cizek, Dyrektor Działu Media, Culture & Entertainment w On Board PR Ecco Network.

Raport „Media: Cyfrowa Rewolucja i koniec abonamentu” jest następnym z serii opracowań On Board PR Ecco Network przygotowanych we współpracy z PBS DGA. Tym razem przedmiotem badania były opinie Polaków na temat procesu cyfryzacji i stosunku do abonamentu. Ideą projektu jest analiza otoczenia komunikacyjnego i pomoc organizacjom oraz przedsiębiorcom różnych branż w planowaniu działań komunikacyjnych. Dokument opracowano w oparciu o badania opinii społecznej przeprowadzone w lutym 2010 roku przez PBS DGA na ogólnopolskiej, reprezentatywnej, losowej próbie dorosłych mieszkańców Polski. Raport „Emerytura po polsku” będzie wkrótce udostępniony bezpłatnie na stronie www.onboard.pl

On Board PR Ecco Network (www.onboard.pl). Firma świadczy usługi dziedzinie doradztwa public relations. Jest laureatem nagrody Impactor 2009 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, Magellan, Złote Spinacze). Firma zapewnia kompleksową obsługę w zakresie komunikacji oferując strategiczne doradztwo m.in. w obszarach: Brand Public Relations, Corporate & Financial Communications, Investor Relations, Crisis Management. On Board PR działa w ramach grupy skupiającej m.in. agencję reklamową San Markos (www.sanmarkos.pl) i agencję interaktywną Think Kong (www.thinkong.pl).
