

K O M U N I K A T

ze Spotkania Nadawców Telewizyjnych z dnia 23 stycznia 2019 r.

W dniu 23 stycznia 2019 r. w Warszawie, odbyło się spotkanie przedstawicieli nadawców telewizyjnych działających na polskim rynku mediów, którego przedmiotem było określenie formy uczestnictwa nadawców w procesie współtworzenia badania konsumpcji mediów. Było to kolejne, trzecie spotkanie, które ponownie zgromadziło reprezentację prawie całego rynku nadawców. Stacje telewizyjne, których przedstawiciele byli obecni na spotkaniu odpowiadają za blisko 90% udziałów w rynku.

Zdecydowana większość obecnych na spotkaniu Nadawców Telewizyjnych uznała za kluczową potrzebę spójnego i jednolitego wyrażania stanowiska przez media telewizyjne w procesie prac nad nowym badaniem konsumpcji mediów. Podkreślono również, że dalsze formułowanie przez nadawców ocen oraz postulatów powinno dokonywać się w sposób bezpośredni, wynikający z ich gotowości do zaangażowania oraz dodatkowego wsparcia merytorycznego procesu.

Zgodnie z powyższą ideą, jednogłośnie zdecydowano o potrzebie powołania organizacji Media Owners Committee, która w imieniu i na rzecz nadawców telewizyjnych uczestniczyć będzie w pracach nad badaniem konsumpcji mediów oraz działać w innych obszarach jakie jej członkowie uznają za istotne.

W tym celu postanowiono o rozpoczęciu prac nad prawną i organizacyjną formą Media Owners Committee, tak aby w możliwie krótkim czasie organizacja ta mogła współpracować z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji oraz innymi stronami zaangażowanymi w projekt badania konsumpcji mediów.

Jednocześnie powołano spośród uczestników spotkania ośmioosobową grupę, która w pierwszym rzędzie dokona analizy i zgromadzi uwagi nadawców telewizyjnych wobec aktualnego stadium prac nad badaniem konsumpcji mediów.

Warszawa, dnia 5 lutego 2019 r.

Uczestnicy spotkania:

- 4FUN MEDIA
- A+E Networks
- BBC Studios Polska
- Disney Media
- Fox
- Frame By Frame

- ITI Neovision
- Kino Polska
- Polcast Media Distribution
- Polsat Media Biuro Reklamy
- Red Carpet
- Stopklatka
- Telewizja Polska
- Telewizja Puls
- Telewizja Republika
- Telewizja WP
- TVN Discovery
- TVN Media Biuro Reklamy
- VIMN Poland
- winnicki.tv
- NBCUniversal International Networks

Powyższa Grupa Nadawców Telewizyjnych posiada łącznie 90% udziałów w polskim rynku telewizyjnym.