

Dep. Strategii  
AS

Warszawa, 30 kwietnia 2015 roku

Szanowny Pan

Jan Dworak  
Przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji  
Skwer kard. S. Wyszyńskiego 9  
01-015 Warszawa

## Stanowisko konsultacyjne Spółki Agora SA dotyczące oferty programowej przeznaczonej na multipleks ósmy (MUX8)

Szanowny Panie Przewodniczący,

W odpowiedzi na konsultacje ogłoszone przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji w dniu 2 kwietnia 2015 roku, w sprawie oferty programowej przeznaczonej na multipleks ósmy (MUX 8), przedstawiam stanowisko Spółki Agora SA w przedmiotowej sprawie.

Mając na względzie zdefiniowane w Ustawie o Radiofonii i Telewizji nadrzędne wartości, takie jak: pluralizm, zarówno w odniesieniu do różnorodności oferty, źródeł informacji, własności kapitału, źródeł finansowania, jak i dbałość o interesy odbiorców, a także uwzględniając potrzeby rynku i zmieniające się trendy, **uważamy, że wśród nowych czterech kanałów komercyjnych na multipleksie ósmym (MUX 8) powinny znaleźć się kanały uniwersalne (ogólnotematyczne) oraz kanał związany z tematyką stylu życia.**

### Kanały uniwersalne

Z badania różnych grup widzów telewizji naziemnych, przeprowadzonego przez MEC „Projekt Cyfrowizja”, wynika, że oczekują oni od tej telewizji rozwoju różnorodnej oferty - programów o różnej tematyce, które mogą zapewnić kanały o charakterze uniwersalnym, ponieważ łączą w sobie informacje i publicystykę, programy i filmy dokumentalne, filmy i seriale, programy kulturalne, rozrywkowe i sportowe.

Tak różnorodne oczekiwania trudno byłoby zaspokoić tylko ofertą programową telewizji tematycznych.

Powyższe oczekiwania odbiorców oraz zadania radiofonii i telewizji, zdefiniowane już w art. 1 Ustawy o radiofonii i telewizji, są w tej kwestii bardzo zbieżne:

- 1) dostarczanie informacji,
- 2) udostępnianie dóbr kultury i sztuki,
- 3) ułatwianie korzystania z oświaty, sportu i dorobku nauki,
- 4) upowszechnianie edukacji obywatelskiej,
- 5) dostarczanie rozrywki.

OS. OPI. 19 780. 2015  
5.05. 2015

1058/15  
4.05.2015

W dzisiejszych czasach telewizja musi wkładać znacznie więcej wysiłku w pozyskiwanie uwagi widza, konkurując o nią w coraz większym stopniu z internetem. Kanały uniwersalne stwarzają przestrzeń na skomponowanie ciekawej i różnorodnej ramówki, elastycznie dostosowywanej do zmieniających się potrzeb odbiorców programów telewizyjnych oraz treści proponowanych przez inne, konkurencyjne media.

Różnorodna oferta ogólnotematyczna zwiększy zainteresowanie widzów multipleksem ósmym. A w związku z problemami technicznymi związanymi z częstotliwością, która nie będzie odbierana przez znaczny odsetek anten, taka oferta będzie stanowić bodziec do zakupu nowych anten odbiorczych.

Stworzenie kanałów uniwersalnych nienależących do żadnej z wiodących grup medialnych prowadzi do pluralizmu zarówno treści, jak i źródeł informacji oraz do zmniejszenia wpływu i koncentracji kapitału wiodących nadawców telewizyjnych.

### **Kanał o stylu życia z elementami kultury i rozrywki**

Kanał o takim profilu w bardzo dużym stopniu realizuje cele zawarte w Strategii Rozwoju Kapitału Społecznego 2020 i Strategii Rozwoju Kapitału Ludzkiego 2020, opublikowane przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, a także w Strategii Regulacyjnej KRRiT na lata 2014-2016.

Realizacji tych celów służą programy:

- a) promujące i kształtujące zdrowy styl życia, propagujące edukację zdrowotną, które przyczyniają się do utrwalania postaw prozdrowotnych oraz w długim okresie wpływają na poprawę poziomu aktywności fizycznej społeczeństwa;
- b) upowszechniające aktywność fizyczną w społeczeństwie, m.in. przez promowanie sportów amatorskich oraz zdrowego stylu życia. Są to inicjatywy służące włączeniu społecznemu poprzez sport oraz działania na rzecz rozwoju społecznego wymiaru sportu;
- c) promujące aktywny styl życia wśród seniorów przez propagowanie aktywności zawodowej, zdrowego odżywiania, aktywności fizycznej;
- d) promujące pozytywny wizerunek w mediach wieku dojrzałego;
- e) stymulujące postawy przedsiębiorcze wśród uczniów i studentów oraz wspierające przedsiębiorczość wśród młodych, co wpływa aktywizująco na całe społeczeństwo.

Lekka i przystępna formuła programów o takich formatach stwarza warunki do nieformalnej edukacji obywatelskiej.

Tematy stylu życia, kultury, rozrywki i sportu są atrakcyjne nie tylko w telewizji. Jest to również dynamicznie rozwijająca się kategoria w mediach elektronicznych, z którymi telewizja musi konkurować o czas odbiorcy. W ciągu ostatnich 5 lat liczba użytkowników stron internetowych poświęconych tematyce stylu życia wzrosła o ok. 19 proc., a liczba użytkowników stron poświęconych kulturze i rozrywce o ponad 20 proc.

Kanał o stylu życia z elementami kultury i rozrywki odpowiada na zapotrzebowanie rynku, ponieważ zmienił się styl życia Polaków i kultura spędzania wolnego czasu.

Wynika to także z badań widzów przeprowadzonych przez MEC „Cyfrowizja”, których kanał o takiej tematyce pojawia się wśród najbardziej pożądanych telewizji na multipleksie.

W imieniu Spółki Agora SA chciałabym wyrazić zainteresowanie wzięciem udziału w konkursie na nadawcę na multipleksie ósmym (MUX 8).

W naszej opinii Agora SA dysponuje kompetencjami, które pozwalają stworzyć programy atrakcyjne zarówno intelektualnie, jak i wizualnie. Doświadczenia Spółki wraz z jej grupą kapitałową od wielu lat koncentrują się w obszarach informacji, pogłębionej publicystyki, kultury oraz stylu życia, rozrywki, edukacji, sportu i rekreacji, a także charakteryzują się wysokim poziomem dziennikarskiej jakości oraz skuteczności w działaniu na rzecz dobra publicznego.

*2 kpi 2012 Agnieszka Sadowska*

Z up. Prezesa Zarządu

*Agnieszka Sadowska*

Agnieszka Sadowska

Dyrektor Projektów Telewizyjnych