



ASOCIACE ČESKÝCH REKLAMNÍCH AGENTUR
A MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE
WWW.ACRA-MK.CZ

St a n o v i s k o

Asociace českých reklamních agentur a marketingové komunikace k zachování reklamy ve vysílání České televize i po dokončení procesu digitalizace

Senátní návrh novely zákona o České televizi, která zachovává reklamu ve vysílání ČT i po dokončení procesu televizní digitalizace v České republice, jež bude Poslaneckou sněmovnou projednávána v 21. června 2011, se výrazně dotýká i problémů, se kterými se ve své práci střetávají i naše asociace resp. jejich členové.

Cítíme proto opět povinnost vstoupit do diskuse nad touto novelou. Nejen proto, abychom vyslovili stanovisko českých reklamních agentur k zachování reklamy na veřejnoprávní televizi, ale zejména s vědomím hlubších souvislostí proto, abychom upozornili na potřebu ochrany otevřeného a rovného konkurenčního prostředí na českém televizním trhu.

Jsme přesvědčeni, že dosud nejsou naplněny předpoklady, které byly s plánovaným ukončením vysílání spojeny. Z pohledu reklamního trhu to je zejména dostatečně rozvinutá, diverzifikovaná a konkurenční situace na straně nabídky reklamního prostoru v televizích. I přes blížící se ukončení procesu digitalizace televizního vysílání je téměř 90% nabídky koncentrováno v rukou dvou subjektů (Nova, Prima). V případě ukončení vysílání reklamy na veřejnoprávní televizi by tento podíl vzrostl až nad 95% a padly by, již tak velmi slabé, překážky bránící zneužití nebezpečné duopolní situace na televizním reklamním trhu.

Nebezpečí ovládnutí celého trhu dvěma subjekty by tak mělo problematický dopad nejen na celý reklamní průmysl ale především na nárůst cen médií. Reklamní zadavatelé by tak byli nuceni přenést finanční zátěž do koncových cen produktů, zvýšení cen se tak logicky přenesou na spotřebitele. Mezi nejvíce ohrožené společnosti by tak přitom patřily zejména menší, české společnosti – zadavatelé a agentury.

Negativní cenové dopady však ponese v důsledku český občan, spotřebitel.

Asociace českých reklamních agentur a marketingové komunikace vyjadřuje tímto podporu návrhu novely zákona o České televizi, která zachovává reklamní vysílání na veřejnoprávní televizi ve stávajícím rozsahu i po dokončení procesu televizní digitalizace.

Mgr. Pavel Brabec
prezident
Asociace českých reklamních agentur
a marketingové komunikace




ASOCIACE ČESKÝCH REKLAMNÍCH AGENTUR
A MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE
ŠMILOVSKÉHO 5, 120 00 PRAHA 2
IČO: 6044 7044
DIČ: CZ60447044

V Praze dne 16. června 2011