

Warszawa, 22 maja 2023 r.

Polsat, TVN i TVP po raz pierwszy razem w najnowszym odcinku IAA POWER HOUR

Po raz pierwszy w historii polskiego rynku reklamy, szefowie biur reklamy Polsatu, TVN i TVP zasiedli przy okrągłym stole i rozmawiali o perspektywach reklamy telewizyjnej. Wyjątkowe wydanie IAA POWER HOUR zostało zrealizowane przez IAA Polska w ramach obchodów 30 lat rynku reklamy i wolnych mediów w Polsce oraz trzech dekad istnienia Stowarzyszenia.

Na zaproszenie IAA Polska Międzynarodowego Stowarzyszenia Reklamy pozytywnie odpowiedzieli i wzięli udział w dyskusji:

- **Ewelina Czuba**, Dyrektor Biura Reklamy **TVP S.A.**,
- **Marcin Idzik**, Dyrektor Sprzedaży **TVN Media**,
- **Magdalena Niewińska**, Dyrektor Sprzedaży **Polsat Media**.

Panel moderował **Jakub Bierzyński**, CEO OMD, agencji mediowej z najdłuższą historią, który na wstępie podzielił się wspomnieniami z czasów pionierskich, gdy gotówkę za emisję reklamy telewizyjnej dostarczało się do kasy... w reklamówkach. Potem było już tylko poważnie.

Wyjątkowe grono gości starało się wskazać kamienie milowe w rozwoju rynku reklamy telewizyjnej, takie jak np. wprowadzenie polityk handlowych, czy pojawianie się nowych formatów rozrywkowych, które znacząco zwiększały oglądalność. Paneliści zastanawiali się także, dlaczego reklama telewizyjna w Polsce wciąż jeszcze jest prawie najtańsza w Europie w stosunku do siły nabywczej oraz czym spowodowana jest specyficzna dla Polski strategia całkowitej wyprzedaży zasobów reklamowych.

- *Na ile telewizja linearna oraz VOD to konkurencyjne kanały dystrybucji, a na ile się dopełniają?*
- *Czy młodsze pokolenia, które dziś odwróciły się od telewizji – kiedyś do niej „dorosną”?*
- *Jakie nadzieje lub obawy towarzyszą nadawcom telewizyjnym w związku z nieuchronną zmianą standardu pomiaru konsumpcji mediów?*
- *Jaki jest preferowany model rozwoju poszczególnych nadawców?*

Zapraszamy do obejrzenia IAA POWER HOUR i poznania szczegółów trzech różnych strategii realizowanych przez największych nadawców telewizyjnych w Polsce:

<https://www.youtube.com/watch?v=DyD3kspX6VM>

IAA POWER HOUR to nowy format branżowej dyskusji, proponowany przez IAA Polska.

Obchodzące w tym roku 30-lecie istnienia *IAA Polska Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy*, jest najszerszą, najbardziej wpływową reprezentacją branży reklamowej w Polsce. To jedyna organizacja w kraju, która skupia przedstawicieli wszystkich uczestników procesu komunikacji marketingowej: z



mediów, agencji oraz reklamodawców z rozmaitych branż. Aktualnie jest ich ponad 170 i to grono stale się powiększa. Misją IAA Polska jest kształtowanie zrównoważonego rozwoju rynku komunikacji marketingowej - z poszanowaniem zasad etycznych. Kluczowe wartości dla IAA Polska to transparentcja, inkluzywność i współpraca, a przede wszystkim dialog: z partnerami zewnętrznymi, ale też wewnątrz branży.

IAA Polska jest częścią największego stowarzyszenia marketingowego na świecie, istniejącego od 1938 roku. W Polsce działa nieprzerwanie od 1993 r.

Oficjalna strona IAA Polska: www.iaa.org.pl

Kontakt:

Monika Strogulska-Dwojak

PR Manager

IAA Polska Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy

Tel. **+48 507 977 686**

e-mail: m.strogulska@iaa.org.pl