

KABELMIX

W wirtualnej przestrzeni
Razem o przyszłości

TELEMIX

Życie na sześciu calach

TELEKOMUNIKACJA

Co Polacy myślą
o technologiach?

listopad/grudzień 2020 cena 14,99 zł (w tym 8% VAT) 5 euro

ISSN 2299-9248

11/12 (206)

TELEKABEL & digital tv

REKLAMA



MARVEL

← RUNAWAYS →

**SCI
FI**

NBCUniversal
INTERNATIONAL
NETWORKS

KONTAKT:
DYSTRYBUCJA: Joshua Virgona; Joshua.Virgona@nbcuni.com +44 7823 520251
MARKETING: Łukasz Wysocki; Lukasz.Wysocki@nbcuni.com +44 73 8725 7958
LOKALNY AGENT: Agnieszka Bem; Agnieszka.Bem@nbcuni.com +48 79 531 1209

©2018 MARVEL & ABC Signature Studios



POZNAJ NOWĄ OFERTĘ KANAŁÓW FILMBOX 2021

BAYWATCH
OGLĄDAJ OD LUTEGO
2021



BAYWATCH © PARAMOUNT PICTURES

Kontakt:

Maciej Kanigowski

+48 506 493 111

mkanigowski@kinopolska.pl

Kontakt:

Joanna Jakubowska

+48 694 416 968

jjakubowska@kinopolska.pl

FILM BOX
PREMIUM HD

FILM BOX
EXTRA HD

FILM BOX
ARTHOUSE HD

FILM BOX
FAMILY

FILM BOX
ACTION

FILM BOX
LIVE

**TRANSFORMERS:
DARK OF THE MOON**
OGLĄDAJ OD LUTEGO
2021

TRANSFORMERS: DARK OF THE MOON © PARAMOUNT PICTURES

**DOBRE FILMY
W DOBREJ
CENIE**

ZAPRASZAMY NA STRONĘ **WWW.TELEKABEL.PL**



Andrzej Konaszewski
Sekretarz Redakcji

Nie tylko Kevin...

Nie tylko Kevin... zostanie sam w te Święta w domu. Określenia w stylu: wyjątkowe, niepowtarzalne, niecodzienne – choć prawdziwe, mają jednak w tym roku zdecydowanie negatywne, bo koronawirusowe znaczenie. COVID wymusza na nas konieczność pozostania w domach, jeśli nie samemu, to głównie w gronie domowników. Z członkami rodzin z innych części kraju czy mieszkającymi za granicą, a którzy dotychczas zjeżdżali się co roku na Święta, by wspólnie biesiadować, podzielimy się opłatkiem wirtu-

alnie, przez telefon, skype'a czy WhatsAppa. I co dalej? No cóż, po raz kolejny, jak to czynimy co roku od dwudziestu lat, włączymy Polsat, by podglądać, jak figluje „Kevin sam w domu”. Inni nadawcy w tym czasie również stawiają na sprawdzone pozycje: TVN „Listy do M.”, a TVP na specjalne edycje programów rozrywkowych. Wg danych Nielsen Audience Measurement, w ub. roku w okresie 24–26 grudnia spędziliśmy średnio 5 godz. i 13 min dziennie przed telewizorami. Jeśli dodamy do tego coraz bogatsze w ciekawe treści serwisy streamingowe, rekord ten ma w tym roku duże szanse na pobicie.

TELEKABEL
& digital tv

WYDAWCA

A.L.S. Aleksander Jerzy Sawicki
tel. 603 073 731
a.sawicki@telekabel.pl

ADRES REDAKCJI

ul. Lwowska 1 lok. 19
00-660 Warszawa
tel. (+48) 22 628 90 65
e-mail: sekretariat@telekabel.pl

REDAKTOR NACZELNY

Aleksander Sawicki
tel. 603 073 731
a.sawicki@telekabel.pl

SEKRETARZ REDAKCJI

Andrzej Konaszewski
tel. 602 340 251
a.konaszewski@telekabel.pl

REDAGUJĄ

Andrzej Marciniak
(redaktor działu telewizja)
Marek Pawłowicz
(redaktor działu telekomunikacja)

ASYSTENTKA REDAKCJI

Barbara Sim, tel. 501 323 851
sekretariat@telekabel.pl

PROJEKT GRAFICZNY

Joanna Świerczyńska

KOREKTA

Anna Czerwińska

WSPÓŁPRACOWNICY MIESIĘCZNIKA

„TELEKABEL & digital tv”
Danuta Harenda, Artur Górski,
Tomasz Świderek, Jerzy Papuga

PRZYGOTOWANIE DO DRUKU

Krzysztof Rembelski
k.rembelski@telekabel.pl

DRUK

Zakład Poligraficzny INDRUK
ul. Obrońców Pokoju 6A
05-800 Pruszków
tel. 22 728 64 24
indruk@indruk.pl
www.indruk.pl

Zakład Poligraficzny
InDruk

PROJEKT OKŁADKI

NBCUNIVERSAL



Numer konta miesięcznika „Telekabel” to: Bank Millenium **91 1160 2202 0000 0000 2811 5974**

Redakcja nie zwraca materiałów niezamówionych oraz zastrzega sobie prawo do skrótów redakcyjnego opracowywania tekstów przyjętych do druku. Redakcja nie odpowiada za treść reklam i ogłoszeń. **WSZYSTKIE PRAWA ZASTRZEŻONE**



CANAL+

Święta to czas spotkań z najbliższymi,
wspólnej radości i szczęścia.
Z tej okazji życzymy Państwu:
wyjątkowych emocji,
jak z najlepszych transmisji sportowych,
doskonałego humoru,
jak w najlepszych komediach,
pysznych dań na świątecznym stole,
prosto z programów kulinarnych,
oraz magicznej atmosfery
w pięknie udekorowanych wnętrzach.
Spędźmy ten wyjątkowy czas
z rodziną kanałów CANAL+.

**WESOŁYCH ŚWIĄT
BOŻEGO NARODZENIA**

ŻYCZY ZESPÓŁ CANAL+



teletemat

Telemetria po polsku
Jedna waluta czy... kantor
Andrzej Marciniak 8

kabelmix

Branża medialna kontra COVID
#zostańwdomu bo #działamyztroska
Andrzej Konaszewski 12

Wirtualny Kongres
Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych 2020
Razem o przyszłość
Opr AK 20

kabelmix – aktualności 22

telemix

Multiscreen Day 2020
Życie na sześciu calach
Opr AK 28

Branża rozrywki i mediów w Polsce 2020–2024
Czasowe spowolnienie
Opr AK 32

wieści z platform 34

telemix – aktualności 38

warto zobaczyć

zapowiedzi FOKUS TV, Polsat Film 44

zapowiedzi AXN, AXN White,
AXN Black, AXN Spin 46

zapowiedzi Planete+, DOMO+ 47

zapowiedzi SCI FI, 13 Ulica, E! Entertainment ... 48

zapowiedzi Zoom TV 49

zapowiedzi HISTORY, HISTORY2,
CI Polsat, Lifetime 50

zapowiedzi FOX, FOX Comedy 52

8



TELEMETRIA PO POLSKU JEDNA WALUTA CZY... KANTOR

Przyjęło się określać dane telemetryczne mianem waluty. Klienci firm badawczych otrzymują bowiem określone informacje i na ich podstawie wyceniają wartość swoich usług. Oczywiście wszyscy walczą o przyciągnięcie uwagi widzów, a w końcu o pieniądze. Jeszcze kilka lat temu najważniejszą walutą tego typu były dane pozyskiwane od Nielsena. Kiedy jednak ich wartość zaczął kwestionować jeden z głównych nadawców telewizyjnych, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji ogłosiła chęć stworzenia jednoźródłowego badania mediów.

12



#ZOSTAŃWDOMU BO #DZIAŁAMYZTROSKA

Operatorzy kablowi, platformy satelitarne, nadawcy telewizyjni czy wreszcie telekomy podjęły, i często kontynuują, wiele działań pomocowych. Mają one różne wymiary. Od wsparcia materialnego (w postaci np. zakupu dla szkół i uczniów urządzeń wspomagających zdalne nauczanie), po wprowadzenie rozlicznych udogodnień dla abonentów, pomagających przetrwać ciężki, i co tu mówić, nudny okres domowych kwarantann czy generalnie ograniczeń w możliwości korzystania z rozrywek kulturalnych czy towarzyskich.

o/o Chata i... chwata o/o

listopad/grudzień 2020



Krzysztof Czabański

„Media publiczne są solą w oku środowisk politycznych, które zarządzały nimi przez kilkanaście lat. Zmiana tej sytuacji jest nie do przyjęcia przez opozycję, która stale wypowiada się na temat demokracji i tolerancji. Na ile była demokratyczna i tolerancyjna, mogliśmy widzieć to w poprzednich mediach publicznych” – odpowiedź **Krzysztofa Czabańskiego**, przewodniczącego Rady Mediów Narodowych, po przegłosowaniu przez Senat projektu ustawy proponującej likwidację RMN i przekazanie jej kompetencji KRRiT.

Źródło: Polskie Radio 24 – 4 grudnia 2020 r.

„Teraz macie zostać kolejnym głosem Nowogrodzkiej, a ci, którzy się nie podporządkują, będą musieli odejść. Waszymi szefami zostaną sprawdzeni propagandyści z lokalnych mediów »publicznych«. Wyznaczą Wam cele i przeciwników. Nie możemy od nikogo z Was wymagać heroizmu, ale pamiętajcie: możecie stawiać opór. Kiedyś mówiło się »Nic tak nie plami człowieka jak atrament« – Wasze teksty pozostaną” – apel **Towarzystwa Dziennikarskiego** o stawianie oporu do pracowników spółki Polska Press, przejętej przez PKN Orlen.

Źródło: Towarzystwo Dziennikarskie – 7 grudnia 2020 r.

zapowiedzi National Geographic, National Geographic Wild, Nat Geo People **53**

zapowiedzi Cartoon Network, Boomerang **54**

zapowiedzi Telewizji WP **56**

zapowiedzi Eleven Sports Network **58**

telekomunikacja

Czekanie na „prawdziwe” 5G
Andrzej Marciniak **60**

Co Polacy myślą o technologiach?
Opr. AK **68**

telekomunikacja – aktualności **70**



ŻYCIE NA SZEŚCIU CALACH

Chociaż „rok mobile” mamy już za sobą, to branża mediów, reklamy i marketingu dopiero teraz zaczynają rozumieć, jak wielkie zmiany czekają wszystkich w związku z rosnącą rolą urządzeń mobilnych w życiu konsumentów. Pandemia jeszcze przyspieszyła procesy związane z rozwojem mediów cyfrowych i jeszcze bardziej pchnęła konsumentów w ich stronę.



CZEKANIE NA „PRAWDZIWE” 5G

Najnowsze sieci 5G mają zapewniać szybkość transmisji na poziomie powyżej 1Gb/s przy opóźnieniu 1 ms. To pokazuje, jak gigantyczny skok technologiczny dokonał się na naszych oczach, z czego nie zawsze zdajemy sobie sprawę. Wprowadzenie kolejnej generacji jest konieczne ze względu na błyskawicznie rosnącą ilość danych, z czym dotychczasowe sieci nie byłyby w stanie sobie poradzić.

Telemetria po polsku

Jedna waluta czy... kantor



TEKST ANDRZEJ MARCINIAK

Od lat marzeniem nadawców, domów mediowych i reklamodawców jest dostęp do jednego, bardzo transparentnego badania obejmującego dane na temat konsumpcji treści w telewizji, radiu i internecie. Czy doprowadzi do tego projekt Telemetria Polska?

Przyjęło się określać dane telemetryczne mianem waluty. Klienci firm badawczych otrzymują bowiem określone informacje i na ich podstawie wyceniają wartość swoich usług. Oczywiście wszyscy walczą o przyciągnięcie uwagi widzów, a w końcu o pieniądze. Jeszcze kilka lat temu najważniejszą walutą tego typu były dane pozyskiwane od Nielsena. Kiedy jednak ich wartość zaczął kwestionować jeden z głównych nadawców telewizyjnych, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji ogłosiła chęć stworzenia jednoźródłowego badania mediów. – Chcielibyśmy, poza pokazaniem realnej oglądalności telewizji i materiałów wideo w internecie oraz słuchalności stacji radiowych, pomóc mniejszym nadawcom, także lokalnym,



Witold Kołodziejski

w pełniejszym zaistnieniu na rynku reklam. Dziś ich szanse są znikome – tak uzasadniał wspomniany pomysł **Witold Kołodziejski, przewodniczący KRRiT**, w rozmowie z naszym miesięcznikiem przed dwoma laty.

Nowy panel badawczy miał zostać wdrożony już w 2019 roku, ale nie ma go do dzisiaj. Pojawiły się natomiast inne inicjatywy. Nielsen zwiększył własny panel, a nowe jednoźródłowe badanie mediów uruchomiły Gemius, Polskie Badania Internetu oraz Komitet Badań Radiowych. Czy to oznacza, że wkrótce zamiast jednego badania będziemy mieć ich kilka? Wówczas można zapomnieć o jednej walucie i przyzwyczaić się raczej do koncepcji medialnego kantoru, w którym każdy będzie kupował taką walutę, której kurs będzie dla niego korzystniejszy. KRRiT ciągle jednak wierzy, że jej pomysł na rozwiązanie problemu jest najlepszy.

Jak wyrwać dane?

Na początku listopada br. Telemetria Polska porozumiała się z przedstawicielami nadawców i marketerów w sprawie koncepcji badania założycielskiego. To zbliża nas jed-

nocześnie do powstania polskiego Joint Industry Committee (JIC), choć droga do tego wydaje się



wciąż daleka. Wcześniej, bo pod koniec lipca, KRRiT zawarła umowę z NASK PIB na prace badawczo-rozwojowe w obszarze telemetrii danych RPD (return path data). Chodzi o gromadzenie, przetwarzanie oraz udostępnianie danych RPD, pozostających w dyspozycji operatorów cyfrowych usług telewizyjnych. – Docelowo mówimy o kilku milionach urządzeń raportujących w czasie rzeczywistym – podkreśla **Wojciech Pawlak**,

dyrektor NASK i przewodniczący Komitetu Sterującego Projektu Telemetria/RPD. – Wielkie zbiory danych plus raportowanie real-time to jest element, którego nie realizuje obecnie Nielsen. Celem prac badawczo-rozwojowych realizowanych przez NASK jest stworzenie standardu korzystania z danych RPD oraz wdrożenie testowej technologii związanej z Dynamicznym Wprowadzaniem Reklam (DAI – dynamic ad insertion).

Pomysł wydaje się niezwykle interesujący, ale jak zawsze diabeł tkwi w szczegółach. Na jakiej bowiem podstawie miałyby być udostępniane



Jednoźródłowy pomiar mediów elektronicznych



Wojciech Pawlak

dane z dekodatorów, jaki interes mają w tym mieć ci, którzy takimi danymi dysponują, czyli np. sieci kablowe, co z danymi spersonalizowanymi, które mogłyby zostać wykorzystane w przypadku DAI – to tylko kilka pytań na które należy znaleźć odpowiedzi. Nie ulega wątpliwości, że reklamodawcy chcieliby „wedrzyć” się do domów klientów, by ich dokładnie przeświecić za pomocą najnowszych technologii. Na razie konsumentów chronią

w pewnym zakresie przepisy prawa – zarówno krajowego, jak i europejskiego – ale to się może zmienić. Trudno jednak

założyć, że Telemetria Polska będzie na to czekać. Tymczasem pandemia i niepewność co do dalszego jej rozwoju nie sprzyja podejmowaniu szybkich decyzji. To może oznaczać kolejne przesunięcia terminu startu komercyjnej już fazy projektu Telemetria Polska i kolejne miliony z budżetu państwa.

Za publiczne pieniądze

Przypomnijmy, że wspomniany projekt początkowo objął ponad tysiąc gospodarstw domowych, ale docelowo ich liczba ma zostać zwiększona do 30 tysięcy. Obecnie panel badawczy jest stale udoskonalany i służy do walidacji różnego rodzaju mierników, oceny ich odchyleń czy weryfikacji korelacji. NASK zapewnia, że wypełni swoje zobowiązania wynikające z zawartej umowy z KRRiT w ustalonym terminie, czyli do końca roku. Teraz nadchodzi więc czas na reakcję rynku i jasne deklaracje dotyczące finansowania całego przedsięwzięcia. – Budżet programu Telemetria Polska,

zagwarantowany przez KRRiT na rok 2020 to 20 mln zł, ale chcemy go jeszcze zwiększyć o kolejne 15 mln zł – przyznaje **Witold Kołodziejewski**. – To są publiczne pieniądze i dlatego każdy wydatek jest starannie przemyślany i w trosce o publiczne dobro ponoszone są tylko te wydatki, które są niezbędne. Projekt realizujemy we współpracy ze stroną rynkową i uwzględniamy jej postulaty, które pojawiły się





w wyniku licznych konsultacji. W 2019 roku zmienił się model realizacji prac projektowych. Wyszliśmy naprzeciw oczekiwaniom rynkowym i postaviliśmy na budowę prototypu, czyli modelu małoskalowego, realizowanego w formule badawczo-rozwojowej. Teraz czekamy na jasne deklaracje strony rynkowej dotyczące finansowania całego projektu. Nie ulega wątpliwości, że inicjatywa KRRiT jest potrzebna, bo rozwój nowych technologii w cyfrowym świecie stawia wyzwania, na które rynek medialny musi być przygotowany. Konieczność wprowadzania zmian widoczna jest na każdym kroku. Reklamodawcy chcą dokładnie wiedzieć, gdzie lokować budżety i ile czasu poświęcanego przez odbiorców na oglądanie telewizji czy słuchanie radia jest współdzielone z konsumpcją treści internetowych. Dzisiaj przecież każdy ma dostęp, choćby za pomocą smartfona, do globalnej sieci, a dynamiczny rozwój serwisów streamingowych oraz pandemia sprawiły, że w ostatnim okresie coraz więcej czasu spędzamy na oglądaniu filmów i seriali z sieci. Tacy widzowie do niedawna nie byli badani. Nadawcy chcą więc iść drogą wyznaczoną przez

takich gigantów jak np. Netflix, Facebook, Google czy Amazon. Chcą mieć coś więcej niż linearny kanał nadający ramówkę i reklamy. Chcą być platformami multimedialnymi. Dla widza oznacza to możliwość wybierania kontentu i oglądania go na dowolnej platformie i urządzeniu. Wiedza o tym potrzebna jest zarówno twórcom i dystrybutorom kontentu, jak i reklamodawcom.

Nielsen obserwuje

Mówiąc o projekcie Telemetria Polska, można się zastanawiać, na ile staje on w kontrze do obecnych badań prowadzonych przez Nielsena. Firma ta zaczęła w 2019 roku powiększać swój panel telemetryczny. – Od 1 czerwca tego roku liczy on 2540 gospodarstw domowych, co oznacza, że próba wzrosła do ok. 7000 osób – twierdzi **Agnieszka Gosiewska, dyrektorka zarządzająca Nielsen Media.** – Wraz z powiększaniem panelu, w nowych gospodarstwach zaczęto insta-

lować nowy miernik streaming meter, który umożliwia łączne badanie widowni tradycyjnej telewizji linearnej oraz streamingu wideo na urządzeniach takich jak: smartfony, laptopy, tablety czy telewizory podłączone do internetu. Dane z tego nowego pomiaru będą dostępne w najbliższym czasie. Dzięki tym danym będziemy mogli zrozumieć, kto, przez jaki czas, na jakich urządzeniach i jakie platformy wideo ogląda. Polska, po Szwecji, będzie jednym z pierwszych rynków posiadających dane na temat streamingu wideo.



Agnieszka Gosiewska

Nielsen uważnie przygląda się projektowi Telemetria Polska, co nie znaczy, że do niego przystąpi. Na przeszkodzie stanąć może tzw. kryterium otwartości. Witold Kołodziejski zauważa, że „nie mamy pełnej wiedzy na temat metodologii badań Nielsena, niewiele wiemy np. o algorytmach przetwarzania danych, jakie ta firma stosuje. I wreszcie, nie mamy skutecznych mechanizmów kontroli badań Nielsena”.

Dodaje, że projekt Telemetria Polska to ma być po prostu inny panel, którego celem jest połączenie i wykorzystanie różnych technologii, począwszy od analizy big data z informacji zwrotnych z dekodów, przez klasyczny panel pasywny, po odrębne technologie badania zasięgu treści w internecie.

– Nielsen może do nas przystąpić, nikogo nie wykluczamy – podkreśla **Witold Kołodziejewski**.

Ostatnio do gry włączył się Gemius, który wspólnie z Polskimi Badaniami Internetu oraz Komitetem Badań Radiowych ogłosił uruchomienie nowego badania mediów, obejmującego pomiar pasywny internetu, telewizji i radia. Pomiar pasywny ma tę zaletę, że granica błędu będzie dużo mniejsza, a wynik nie zależy od aktywności użytkownika urządzenia pomiarowego. Wspomnianego panelu Gemiusa nie należy postrzegać jako kontrproponcji dla projektu Telemetria Polska. To raczej jeden z elementów pozwalających rozwijać główny projekt, zmierzający docelowo do



powstania jednoźródłowego pomiaru mediów przy wykorzystaniu najnowszych technologii.

– Naszym zdaniem nie ma jednego miernika pozwalającego na precyzyjny pomiar wszystkich mediów, a rozwiązanie polegające na połączeniu różnych danych jest bardziej korzystne dla rynku – uważa **A. Gosiewska**.

– Przyszłość monitoringu mediów wyobrażamy sobie jako integrację różnych badań uwzględniających specyfikę poszczególnych mediów. Połączenie wielu zestawów danych mogłoby mieć np.

jeden wspólny dla wszystkich mediów panel kalibracyjny czy badanie Establishment Survey.

Z tej wypowiedzi można wnosić, że Nielsen przyjął raczej pozycję wyczekującą.

Może więc dojść do sytuacji, że z danych Telemetrii Polskiej korzystać będzie w przyszłości jedynie część nadawców. Takiego zagrożenia nie

widzi chyba KRRiT.

– Po to prowadzimy tak zaawansowane rozmowy z całym rynkiem, żeby w ich efekcie, ale również na bazie wypracowanych przez nas doświadczeń, powstał jeden nowy standard pomiaru konsumpcji mediów – podkreśla **Witold Kołodziejewski**.

– I tu jest pełna zgoda z całym rynkiem, zarówno nadawcami, jak i szeroko rozumianymi reklamodawcami. Nowy standard ma powstać.

Co ciekawe, tym razem KRRiT przyjęła odmienną strategię działania. Wcześniej szukała konsensusu ze wszystkimi uczestnikami rynku i najczęściej próby zmiany sytuacji kończyły się właśnie na tym etapie. Teraz postanowiono najpierw stworzyć nowe badanie, a później dopiero przekonywać do niego nadawców i domy mediowe, zakładając, że nie będzie to „mission impossible”. Wszyscy bowiem dostrzegają, że dokładne pomiary konsumpcji mediów decydują o efektywnym wydawaniu pieniędzy przez reklamodawców. Dzisiaj zaś wiele treści rozprowadzanych w globalnej sieci nie daje możliwości ich monetyzacji. Pytanie tylko, czy w niepewnych czasach pandemii uczestnicy rynku mediowego wolą zachować ostrożność, czy zdecydują się na dużą zmianę, obiecującą większe korzyści? Na odpowiedź na to pytanie musimy jeszcze poczekać i nikt dzisiaj nie wie, jak długo.



Branża medialna kontra COVID

#zostańwdomu bo #działamyztroska

TEKST ANDRZEJ KONASZEWSKI

W trakcie pandemii COVID-19 blisko 60 proc. Polaków zaangażowało się w pomoc osobom potrzebującym wsparcia. Badanie „Dobroczynność a COVID-19”, zrealizowane w czerwcu br. przez Havas Media na zlecenie Orange Polska, pokazuje, że najczęściej przekazywaliśmy środki materialne, w tym finansowe, a prawie 41 proc. z nas aktywnie wzięło udział w akcjach pomocowych, ofiarując swój czas i umiejętności innym, na przykład szyjąc maseczki, robiąc zakupy i gotując posiłki seniorom. Ponad połowa badanych uświadomiła sobie, że tylko wzajemnie sobie pomagając, możemy łatwiej żyć.

Do takich samych wniosków doszło wiele firm szeroko pojętej branży medialnej i telekomunikacyjnej. Operatorzy kablowi, platformy satelitarne, nadawcy telewizyjni czy wreszcie telekommy podjęły, i często kontynuują, wiele działań pomocowych. Mają one różne wymiary. Od wsparcia materialnego (w postaci np. zakupu dla szkół i uczniów urządzeń wspomagających zdalne nauczanie), po wprowadzenie rozlicznych udogodnień dla abonentów, pomagających przetrwać ciężki, i co tu mówić, nudny okres domowych kwarantann czy generalnie ograniczeń w możliwości korzystania z rozrywek kulturalnych czy towarzyskich.

W kablu #działamyztroska

Michał Fura

– rzecznik UPC Polska

W ramach programu #działamyztroska, którego celem jest zapewnienie bezpieczeństwa oraz dodatkowych korzyści klientom

i społecznościom, zaoferowaliśmy „otwarte okna” do 17 kanałów, w tym dostęp do wszystkich programów dla dzieci, a także bezpłatny dostęp do wideobibliotek czy usług na żądanie (MyPrime, Filmbox, FilmKlub). Aby wesprzeć klientów 60+, stworzyliśmy dedykowaną ścieżkę w call center, w ramach której mogą oni korzystać ze spersonalizowanych rozwiązań w zakresie doradztwa i opieki. Zaoferowaliśmy bezpłatny dostęp do internetu dla nauczycieli w ramach inicjatywy „Internet dla Edukacji”, a także

rozszerzyliśmy specjalną edycję programu „UPC Future Makers”, w ramach którego kolejne 2 tysiące dzieci może zdalnie nauczyć się za darmo podstaw programowania. W trudnej sytuacji z powodu koronawirusa znalazło się także wielu przedsiębiorców. By ich wesprzeć, UPC Biznes dołączyło do inicjatywy „Wspieram Lokalnie”, organizowanej przez Sellions, jednego z uczestników programu UPC Think Big dla innowacyjnych przedsiębiorców. UPC Biznes przygotowało także darmowy

INTERNET DLA NAUCZYCIELI I MEDYKÓW

SPECJALNA OFERTA DLA NAUCZYCIELI
I PRZEDSTAWICIELI ZAWODÓW MEDYCZNYCH:

www.internetdlaspolcznosci.pl

PARTNER AKCJI:



INTERNET DLA SPOŁECZNOŚCI
#actingwithcare



poradnik w postaci e-booka, wprowadzający przedsiębiorców do sfery online, a także cykl webinarów, które pomagały firmom postawić pierwsze kroki w sieci. W listopadzie br. UPC Polska kontynuuje program #działamyztroska i ponownie wprowadza specjalną ofertę bezpłatnego internetu światłowodowego dla grup zawodowych mierzących się z największymi wyzwaniami podczas pandemii. Do skorzystania z oferty zaprasza ponownie nauczycieli, a także przedstawicieli zawodów medycznych: lekarzy/rki, pielęgniarzy/rki i ratowników medycznych. Akcji patronuje Kancelaria Prezesa Rady Ministrów (wcześniej Ministerstwo Cyfryzacji). Łącznie z pomocy skorzystać będzie mogło 3 tysiące polskich przedstawicieli zawodów uwzględnionych w akcji.

Biuro prasowe Vectra SA

W związku z trwającą pandemią koronawirusa naszym priorytetem jest bezpieczeństwo klientów oraz pracowników. Dlatego w związku z akcją #zostańwdomu wprowadziliśmy nowe zasady i rozwiązania, które zapewnią usługi na stałym wysokim poziomie oraz ciągłość obsługi. Promujemy narzędzia online, zachęcając naszych klientów do wybierania kanałów elektronicznych, za pomocą których mogą zrealizować wiele spraw bez wychodzenia z domu. Za pośrednictwem Strefy Klienta każdy abonent może zarządzać usługami, opłacać rachunki, zamawiać dodatkowe usługi i pakiety oraz zgłaszać ewentualne usterki. Żeby z niej korzystać, wystarczy wejść na stronę ebok.vectra.pl lub pobrać darmową aplikację na urządzenia mobilne ze sklepu Google Play lub App Store. Na bieżąco monitorujemy ruch w sieci i dbamy o zachowanie ciągłości w dostarczaniu naszych usług. Infrastruktura Vectry jest przygotowana na zwiększoną aktywność (dotyczy to wydajności, przepływowości i niezawodności naszej sieci). Można więc spokojnie surfować po internecie,



oglądać swoje ulubione filmy i seriale oraz robić zakupy online. Obecnie obciążenie sieci w szczytowych momentach nie przekracza bowiem nawet 65 proc. dostępnej pojemności. Dzięki tak sprawnie działającej infrastrukturze możemy ciągle zapewniać rozrywkę na najwyższym poziomie. Stale wzbogacamy naszą ofertę o nowe, atrakcyjne dla wszystkich propozycje. Mamy nadzieję, że dzięki temu klienci, którzy zostali w domu i mają trochę więcej wolnego czasu, spędzą go w ciekawy sposób. Z uwagi na skokowo rosnące potrzeby firm, organizacji, administracji i jednostek samorządowych w zakresie narzędzi do pracy zdalnej, Vectra wraz z **LiveWebinar** zdecydowała się zaproponować narzędzie dedykowane tego typu aktywnościom na specjalnych warunkach. Jednocześnie przyłączamy się do firm aktywnie wspierających walkę z pandemią, przekazując wpływ z tej usługi na ten właśnie cel.

Karolina Pawlik

– manager ds. PR INEA SA

Podczas pandemii koronawirusa podjęliśmy szereg działań oraz inicjatyw wspierających



Karolina Pawlik

nie tylko naszych klientów, ale także jednostki samorządowe, firmy oraz instytucje. Wśród nich znalazły się okna otwarte na dwie paczki tematyczne kanałów telewizyjnych – KIDS PACK i MOVIE PACK. W ramach akcji „W domu nie ma nudy” za darmo udostępniliśmy kanały dziecięce oraz filmowe. Co więcej, aby nasi klienci mogli być na bieżąco z tym, co dzieje się w Polsce oraz na świecie, klienci telewizji cyfrowej mogli także oglądać za darmo dwa kanały informacyjne: TVN24 i TVN24 BiS. W odpowiedzi na wydarzenia oraz zagrożenia związane z wirusem COVID-19, udostępniliśmy wszystkim gminom w Polsce specjalny moduł aplikacji Hello City, którego celem jest wspieranie administracji polskich miast w komunikacji z mieszkańcami w sytuacjach kryzysowych.

Hello City Alert umożliwia wysyłanie powiadomień do mieszkańców i informowanie ich na bieżąco o podjętych działaniach czy istotnych kwestiach organizacyjnych. Dzięki powiadomieniom



typu push, informacje te szybko i skutecznie trafiają do wszystkich mieszkańców korzystających z aplikacji. „**Dobrzy ludzie od Internetu**” to filozofia INEA, zgodnie z którą od wielu lat nie tylko popularyzujemy najnowsze technologie, ale także promujemy społecznie odpowiedzialne idee. Mając na uwadze szczególny czas, w którym cały proces nauczania odbywał się zdalnie, a uczniowie nie chodzili do szkoły, INEA przygotowała **katalog dobrych stron w internecie**. Wszystkie polecane tam treści zostały zweryfikowane przez pedagogów oraz psychologów i podzielone na kategorie tematyczne oraz grupy wiekowe. Na internetzdobrejstrony.pl nauczyciele znajdą listę narzędzi i rozwiązań wspierających naukę z domu. Katalog zawiera rekomendację stron i narzędzi w ośmiu kategoriach tematycznych, takich jak: języki obce, programowanie i zagadki logiczne, nauki ścisłe czy wirtualne muzea. Każda z nich podzielona jest na cztery przedziały wiekowe: 6–8, 9–10, 11–12 oraz 13 i więcej lat. Przygotowaliśmy także ofertę promocyjną dla wszystkich nauczycieli, w ramach której mogli oni przez nawet pół roku korzystać z internetu światłowodowego 1 Gb/s za 1 zł miesięcznie. Oferta wspierana była przez Ministerstwo Cyfryzacji. Analogiczna oferta przygotowana została także przez **Fiberhost**, naszą markę operatora otwartej infrastruktury światłowodowej, dla operatorów telekomunikacyjnych, którzy udostępniali swoje usługi nauczycielom. Dzięki niej każdy dostawca usług, który umożliwił tej grupie zawodowej korzystanie z internetu w cenie nie wyższej niż 1 zł miesięcznie, mógł skorzystać z promocji w zakresie usługi dostępowej BSA oferowanej przez Fiberhost.

W ramach naszych działań podjęliśmy także decyzję o pomocy instytucjom, dla których cały ten okres był i nadal jest bardzo trudny. Na naszej liście nie mogło zabraknąć również szpitali, które otrzymały od nas zapas maseczek chirurgicznych. W tych działaniach wsparli nas nasi partnerzy – **ZTE**

oraz **FiberHome**. Przekazaliśmy instytucjom społecznym w Poznaniu ponad 700 ciepłych posiłków. Posiłki trafiły do 5 poznańskich ośrodków, które na co dzień pomagają ponad 250 podopiecznym. Co więcej, ich przygotowaniem zajęła się firma Secret Garden Group, która prowadzi kantinę w naszej podpoznańskiej siedzibie, a z powodu koronawirusa nie mogła działać w normalnym trybie. Dzięki temu udało nam się wesprzeć nie tylko poznańskie ośrodki, ale też firmę, która normalnie wspiera nas i naszych pracowników w funkcjonowaniu. Jako Partner Technologiczny domu dziecka Caritas w Lesznie nie mogliśmy też zostać obojętni na potrzeby jej podopiecznych, którzy z powodu zagrożenia koronawirusem nie mogli opuszczać ośrodka. Chcąc ułatwić im naukę, dostęp do wiedzy i rozrywki, odnowiliśmy komputery, z których kiedyś korzystali nasi pracownicy. Sprzęty zostały zmodernizowane i otrzymały nowe klawiatury, myszki oraz monitory i trafiły do dzieciaków.

W przedłużającym się czasie epidemii, w którym instytucje kultury nie mogły funkcjonować normalnie, wsparliśmy działanie poznańskiego Teatru Muzycznego, wykupując wszystkie bilety na spektakl „Księga Dżungli”. Ponad 400 biletów przekazanych zostało wychowankom domów dziecka.



Marta Krzyżanowska

– kierownik działu marketingu w PROMAX

PROMAX, podobnie jak reszta branży, mając świadomość odpowiedzialności, jaka w dobie pandemii ciąży na branży telekomunikacyjnej, wdrożył szereg działań, których głównym celem było

zminimalizowanie negatywnych skutków długotrwałej izolacji oraz wsparcie lokalnej służby zdrowia. Nasza spółka na każdym kroku podkreśla swoje przywiązanie do lokalnej społeczności (południowa Wielkopolska) więc niejako naturalnym działaniem dla firmy było finansowe wsparcie szpitala w Ostrowie Wielkopolskim dotacją na specjalny fundusz powołany do walki z rozprzestrzeniającym się wirusem. Firma nie poprzestała jednak wyłącznie na tego typu pomocy. Przeprowadzono również szereg działań w ramach akcji pod hasztagiem **#zostańwdomu**, których celem była minimalizacja dyskomfortu spowodowanego przymusową izolacją. Do podjętych działań zaliczyć można aktywne zachęcanie do pozostania w domu poprzez okna otwarte kanałów ogólnotematycznych, filmowych

oraz dziecięcych dla abonentów większości pakietów telewizji cyfrowej oraz akcje informacyjne na temat możliwości zarządzania usługami oferowanymi przez systemy elektroniczne firmy (Elektroniczne Biuro Obsługi Abonenta ePROMAX) oraz infolinię. Główny nacisk w komunikacji położono także na

wsparcie seniorów poprzez zachęcanie do pomocy im np. w dokonywaniu płatności za usługi przez internet. Wdrożony został także krótki format wideo **#jestemPROMAX**, w ramach którego przekazywane były podstawowe informacje na temat usług firmy. Ważnym krokiem mającym na celu zapewnienie bezpieczeństwa abonentom oraz pracownikom technicznym było przedsięwzięcie polegające na przekazywaniu szczegółowych instrukcji dotyczących przygotowania mieszkania i domowników na konieczność wizyty pracownika firmy np. w przypadku awarii (wentylacja mieszkania, maseczki, unikanie bezpośredniego kontaktu itd.). W działaniach informacyjnych wykorzystano przede wszystkim



Marta Krzyżanowska

MUSISZ GO MIEĆ!

Najmniejszy w Polsce dekoder TV **4K**



Wyróżniony nagrodą **VideoTech Innovation Award**
w kategorii Zrównoważony Rozwój



W full pakiecie w super cenie



 upc.pl



813 813 813

*Ceny z rabatami: za e-rachunek (5,01 zł) i zgodę marketingową (5,01 zł).
Najmniejszy dekoder na podstawie wewnętrznej analizy oferty 10 głównych operatorów z dnia 5.10.2020 r. na podstawie informacji na stronach internetowych operatorów. Oferta dla nowych Klientów. Czas trwania promocji zgodnie z Regulaminem promocji dostępnym na www.upc.pl. Koszt instalacji 59,90 zł albo 150 zł dla domów jednorodzinnych. Karta SIM z Pakietem Start od 1 zł, bez roamingu, do tego dodatkowy pakiet danych do końca okresu zobowiązania. Połączenia poza abonamentem płatne wg Cennika. Szczegóły w regulaminach w salonach, [www](http://www.upc.pl) i u Przedstawicieli UPC. Opłata za połączenie zgodnie z cennikiem Operatora sieci. Najbardziej polecany przez Klientów wśród dostawców internetu stacjonarnego i telewizji, na podstawie badania „Poland NPS Competitive Benchmark 2018-2019”, przygotowanego na zlecenie Liberty Global przez GemSeek Consulting. Badanie za lata 2018 i 2019, na 8000 gospodarstw domowych rocznie, zgodnie z metodologią NPS.
Ookla® Speedtest Award za najszybszy domowy internet na podstawie danych od Ookla® of Speedtest Intelligence® za okres Q1-Q2 2020r. Znak towarowy Ookla® używany za zgodą Licencjodawcy. Internet UPC najszybszy w rankingu ogólnym SpeedTest.pl za okres od stycznia do czerwca 2020r. wśród sieci o zasięgu ogólnopolskim. Opłata za połączenie wg cennika operatora sieci.

media społecznościowe, stronę internetową, pocztę e-mail oraz firmowy kanał planszowy.

Mocne wsparcie Grupy Polsat

Grupa Polsat od początku trwania epidemii podjęła szereg inicjatyw prospołecznych oraz udogodnień dla klientów. Spółka przeznaczyła już około 50 mln



zł na wsparcie społeczeństwa i służby zdrowia podczas walki z pandemią. Wśród dotychczasowych udogodnień oraz działań charytatywnych, które Grupa zrealizowała w ramach społecznej akcji **#zostańwdomu**, znalazły się m.in.:

- Zakup przez Grupę Polsat i głównego udziałowca Zygmunta Solorza **200 tys. testów na koronawirusa wraz z niezbędną aparaturą laboratoryjną za kwotę ponad 16 mln zł** oraz przekazanie ich Ministerstwu Zdrowia i Polakom w celu zwiększenia możliwości testowania, identyfikowania i izolacji zakażonych, jako kluczowych elementów do walki z epidemią w Polsce.

- **20 nowoczesnych respiratorów** o wartości niemal **3 mln zł** dla szpitali zakaźnych od Plusa i Fundacji Polsat.

● „Reklama na Ratunek – Razem w walce z koronawirusem”

Telewizji Polsat i Biura Reklamy Polsat Media. Specjalny blok reklamowy wyemitowany w Polsce w kwietniu br. obejrzało ponad 7 mln widzów. W ten sposób zebrano kwotę ponad **3 mln zł**, którą przekazano za pośrednictwem Fundacji Polsat najbardziej potrzebującym szpitalom i instytucjom zaangażowanym w walkę z epidemią.

- Przeznaczenie przez Fundację Polsat **2 mln zł** ze środków własnych na zakup najpotrzebniejszego sprzętu dla służby

zdrowia. W złożonych zamówieniach znalazły się między innymi kombinezony, gogle medyczne, maski chirurgiczne, maski KN 95 P2 oraz rękawiczki ochronne.

- Przekazanie przez sieć Plus i Cyfrowy Polsat wraz z Fundacją Polsat **2200 tabletów z dostępem do internetu** dla najbardziej potrzebujących dzieci w domach dziecka, rodzinnych domach dziecka, rodzinach zastępczych i placówkach opiekuńczo-wychowawczych, w celu zapewnienia im wsparcia w zdalnej edukacji. Pomocą objęto ponad 400 placówek z 16 województw.

- „Pomagajmy sobie nawzajem” – kampania prospołeczna zachęcająca do pomocy seniorom. Jej celem jest zwrócenie uwagi na osoby starsze, których życie w czasie trwającej epidemii jest wyjątkowo trudne, skomplikowane i pełne przeszkód.

Każdy może pomóc i wesprzeć seniorów, tym bardziej że epidemia zostaje z nami na dłużej.

- Przekazanie przez Plus **188 starterów z bezpłatnymi rozmowami, SMS-ami i internetem** dla podopiecznych Fundacji Polki Mogą Wszystko – wspólna akcja OPPO, Plusa, Fundacji Polsat i redakcji technologicznej **Wirtualnej Polski**. Startery wraz z przekazanymi przez OPPO urządzeniami mobilnymi trafiły do podopiecznych 24 świetlic środowiskowych, które są obecnie zamknięte. Dzięki darowiźnie wychowawcy mogą utrzymać kontakt z dziećmi i ich rodzicami.

- **#okonamalucha** – sieć Plus przekazała karty SIM z internetem do Kliniki Neonatologii i Intensywnej Terapii Noworodka Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego. Z powodu epidemii rodzice nie mogą przebywać w szpitalu ze swoimi nowonarodzonymi dziećmi. W ramach projektu „Oko na malucha” na oddziale zainstalowano kamery, a dzięki połączeniu internetowemu za ich pośrednictwem rodzice mogą oglądać swoje pociechy.

#TVNpomagajmysobie

Podczas jesiennej Konferencji PIKE 2020 ogłoszono wyniki Konkursu Kanałów Tematycznych o nagrodę „Tytanowego Oka”. Trofeum to, w kategorii „Wydarzenie roku” przypadło Grupie TVN Discovery za cykl programów wspierających widzów w czasie pandemii COVID-19: „Pomagajmy sobie”, „Korki TV”, „Uwaga! Koronawirus” oraz „Otwarte Okna”.

Biuro Prasowe TVN Grupa Discovery

W tym wyjątkowym czasie staraliśmy się być jeszcze bliżej naszych widzów i razem z nim stawiać czoła nowej rzeczywistości. Od rozpoczęcia pandemii przygotowaliśmy kilkanaście różnych inicjatyw, które komunikowaliśmy i realizowaliśmy pod wspólnym hasłem **#TVNpomagajmysobie**. Były one ukierunkowane na wsparcie widzów, ale i innych grup osób czy podmiotów w sposób szczególnie odczuwających





**Radosnych Świąt
i spokojnego
2021 roku**



skutki trwającej pandemii (uczniowie, maturzyści, przedsiębiorcy, medycy). Łącznie tworzyły one spójny program pomocy w najistotniejszych społecznie obszarach. Wśród inicjatyw antenowych, realizowanych z myślą o widzach, znalazły się m.in. dedykowane programy, takie jak: – „**Koronawirus. Raport**” (zrealizowaliśmy niemalże natychmiast, program pojawił się na antenie TVN24 już 9 marca). – „**Uwaga! Koronawirus**” – eksperci odpowiadają na najważniejsze pytania o zdrowie, dementują nieprawdziwe doniesienia i podpowiadają, jak najskuteczniej chronić się przed zakażeniem. Realizowany z mobilnego studia nagraniowego, które mieści się w elektrycznym autobusie miejskim.

maturalnych codziennie od pn. do pt. na bezpłatnym kanale Metro, prowadzone przez najlepszych nauczycieli z pasją i doświadczeniem (materiały opracowywane były zgodnie z obowiązującą podstawą programową oraz wytycznymi Ministerstwa Edukacji Narodowej). Lekcje dostępne również za darmo online.

– Program edukacyjny „**Jak się uczyć?**” zawierający praktyczne porady dla uczniów, rodziców oraz nauczycieli (kanał Metro). Z kolei w ramach wsparcia małego biznesu zaproponowaliśmy małym i średnim przedsiębiorstwom (z obrotami rocznymi poniżej 3 mln zł) pakiety reklamowe za symboliczną złotówkę. Z programu skorzystało ok. tysiąc firm z całej Polski. Łączna wartość wszystkich kampanii

pierwszy taki projekt w historii Playera i bardzo skomplikowane przedsięwzięcie, jakim było zsynchronizowanie występów wielu artystów z domów przy wykorzystaniu zwykłych łączów internetowych. W internecie dostępna była transmisja na żywo w niemal telewizyjnej jakości. Łącznie na wszystkich kanałach i platformach koncert obejrzało ponad 4,2 mln widzów. Podczas prowadzonej w trakcie wydarzenia zbiórki pieniędzy zebraliśmy **5 mln zł**. Środki te trafiły do szpitali i innych placówek medycznych w całej Polsce.

Także, jako jedni z pierwszych w Polsce, przekazaliśmy pieniądze na zakup testów (1 mln zł przekazanych przez Fundację TVN „Nie jesteś sam”). Łącznie na zakup testów i środków ochrony osobistej dla personelu medycznego Fundacja przeznaczyła około **2 mln USD**.

Podwójne wsparcie

Platforma **#TVNpomagajmysobie** doskonale sprawdziła się wiosną. Obecnie, w związku z drugą falą zachorowań, szykuje się na podwójną pomoc, łącząc walczące o przetrwanie restauracje w całej Polsce z najuboższymi potrzebującymi wsparcia w formie ciepłego posiłku. Wszystkie środki z emisji charytatywnego bloku reklamowego i akcji antenowych emitowanych w dniu 12 grudnia na kanale TVN oraz zgromadzone na ten cel przez Fundację TVN „Nie jesteś sam” zostaną przeznaczone na obiady dla osób potrzebujących. Dzięki nowej inicjatywie TVN Grupa Discovery wybrane restauracje, które zgłoszą się do udziału w akcji, otrzymają zamówienia na 50 ciepłych posiłków dziennie przez 11 dni oraz po 50 świątecznych posiłków dziennie na okres od 25 do 26 grudnia br. Przygotują je na wynos i dostarczą do działających w tym samym regionie Organizacji Pożytku Publicznego, zajmujących się dożywianiem najuboższych. Wartość jednego posiłku to 20 zł brutto. Kwota wsparcia dla pojedynczej restauracji wynosi **13 tys. zł brutto**.



– „**Pomagajmy sobie**” – skierowany na inicjatywy społeczne, pomoc sąsiedzka, dodający otuchy, zachęcający do konstruktywnego działania na rzecz innych mimo obowiązujących ograniczeń w przemieszczaniu się.

– **Korki.tv** – pasjonujące i zgodne z podstawą nauczania lekcje (20–25 min) dla uczniów klas

w ramach projektu to aż 6 mln zł! Aby wesprzeć finansowo służbę zdrowia, zorganizowaliśmy wyjątkowy koncert online – **#koncertdlabohaterów**. Wzięło w nim udział 36 polskich artystów. Muzycy zagrali na żywo ze swoich domów w podziękowaniu za heroizm pracowników służb medycznych i ratunkowych. To

Telekomy dla #zostańwdomu

W warunkach epidemii koronawirusa czołowe polskie telekomy także postanowiły wiosną tego roku zadziałać prokliencko i udostępnić użytkownikom dodatkowe nieodpłatne usługi. Przyłączając się do akcji **#zostańwdomu**, **T-Mobile, Play, Plus i Orange** już na starcie wprowadzonego wiosną br. lockdownu przygotowały dla abonentów paczki 15 GB i 10 GB darmowego internetu. Nie były to oczywiście jedyne aktywności pomocowe operatorów.

Drugi kwartał 2020 roku upłynął w **T-Mobile** pod znakiem wsparcia różnych grup społecznych w czasie pandemii. Firma została m.in. partnerem **Medycznego Zespołu Ratunkowego PCPM**, działającego przy Fundacji Polskie Centrum Pomocy Międzynarodowej pod egidą WHO oraz dołączyła do akcji Fundacji Legii **#GOTOWI-DOPOMOCY**. Operator uruchomił również dwie bezpłatne infolinie: dla pracowników służby zdrowia ze wsparciem psychologicznym (inicjatywa przygotowana z organizacją Dawka Wsparcia) oraz **Telefon Pogadania** dla seniorów (realizacja z Fundacją Otwarte Idee). Dodatkowo firma wspomogła kilkanaście placówek medycznych, przekazując telefony oraz tablety wraz z kartami SIM, a przy użyciu drukarek 3D przygotowywała zestawy do montażu przyłbic ochronnych dla personelu medycznego. Pomoc



T-Mobile nie ustaje. W listopadzie br. spółka rozpoczęła współpracę z **Fundacją „Dr Clown”**. Firma przekazała ponad 50 nowoczesnych tabletów, które trafiły już m.in. na oddziały pediatryczne, onkologiczne, chirurgiczne, rehabilitacyjne i nefrologiczne, łącznie do blisko 40 placówek w całym kraju. Sprzęty posłużą do obsługi „Śmiechofonu”, poprzez który dzieci w szpitalach będą mogły się szybko i wygodnie połączyć z Doktorami Clownami na wirtualną wizytę pełną uśmiechu. Na tabletach znajdują się także materiały edukacyjne, m.in. cykl filmowy „Wirtualny Instytut Dobrej Zabawy”, które mają umilić dzieciom czas spędzony w szpitalu.

„**Pomagajmy Gigabajtami**” to akcja, w ramach której **Orange Polska** przekazuje na potrzeby zdalnej nauki modemy LTE. Za pośrednictwem wybranych szkół trafiają one do rodzin z ograniczonym dostępem do sieci, by umożliwić dzieciom równy dostęp do edukacji. Użytkownicy **Orange Flex** mogą wykorzystać

moc gigabajtów, by wesprzeć uczniów w dostępie do edukacji. Wystarczy, że przełączą niewykorzystane GB ze swojego pakietu danych, aby zmienić je w modemy LTE. Każde 10 GB to jedno urządzenie, a gdy pula przekazanych gigabajtów osiągnie 5 tysięcy, **Orange** podwoi ten wynik, aby w domach uczniów znalazł się łącznie tysiąc modemów. W drugiej edycji akcji **Orange** postawił na zapewnienie sprzętu dla dzieci z domów dziecka na Śląsku. Fundacja **Orange** podarowała im 100 tabletów, a **Orange** zapewnił darmowy internet w tych urządzeniach przez 2 lata.

W czasie epidemii wielu seniorów dotyka nie tylko izolacja społeczna, ale także wykluczenie cyfrowe. Brak wiedzy na temat nowych technologii w tej sytuacji może utrudniać między innymi kontakt z bliską rodziną. Z pomocą seniorom postanowił przyjść **Play**. Operator w ramach akcji **#zostańwdomu** uczy osoby starsze, jak korzystać z nowych technologii. Opublikował serię krótkich filmów, w których pokazuje seniorom między innymi: jak korzystać z podstawowych aplikacji, doładować konto, zapłacić fakturę online czy też obsługiwać komunikatory. Aby pomóc z kolei klientom biznesowym w dostosowaniu się do pracy w domu, **Play** zaproponował także usługę telekonferencji. Pozwala ona na jednoczesny udział 20 uczestników, łączących się zarówno poprzez sieci komórkowe, jak i stacjonarne. Ponadto, aby wesprzeć polski personel medyczny i zaspokoić potrzeby szpitali w zakresie sprzętu medycznego, operator podjął decyzję o przekazaniu **1 mln zł na Fundusz Interwencyjny WOŚP**.



Wirtualny Kongres Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych 2020

Razem o przyszłości

OPR. AK

Tej jesieni przedsiębiorcy telekomunikacyjni znów spotkali się wirtualnie. Zdalnie, bezpiecznie, bez kosztów dojazdu i tym razem szczególnie, bo w bardzo szerokim gronie małych i średnich operatorów. Dzięki wspólnej inicjatywie iNET Group, Krajowej Izby Komunikacji Ethernetowej (KIKE) oraz Związkowi Pracodawców Mediów Elektronicznych i Telekomunikacyjnych MEDIAKOM mogliśmy uczestniczyć aż w trzech wydarzeniach branżowych, zorganizowanych w ciągu jednego tygodnia (od 30 listopada do 4 grudnia br.), w tej samej wirtualnej przestrzeni AVATARLAND.

Rozpoczynając konferencję, **Karol Skupień, prezes zarządu KIKE**, wyraził nadzieję, że współpraca z iNET Group i Związkiem Pracodawców Mediów Elektronicznych i Telekomunikacyjnych MEDIAKOM będzie kontynuowana.

– Raz w roku każda organizacja potrzebuje spotkania we własnym gronie, ale drugie spotkanie w roku mogłoby odbywać się w szerszej formule – powiedział. Podkreślił też, że wszystkich uczestników spotkania łączą problemy dyskryminacji technologicznej, w zakresie dostępu do infrastruktury oraz pod względem wielkości. W trakcie wystąpienia zauważył też, że duzi operatorzy wciąż mają lepsze stawki związane z dostępem do podbudowy słupowej i nie musieli wносить tak wysokich opłat za dostęp do pasa drogowego jak wielu małych i średnich operatorów. Dla zarządu KIKE, a także dla wielu uczestników Wirtualnego Kongresu Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych 2020, jest też oczywiste, że przyszły rok związany będzie z poważnymi wyzwaniami dotyczącymi całej branży: wprowadzenie ustawy prawo telekomunikacji elektronicznej, problem z utrzymaniem usług

telefonii stacjonarnej w ofercie małych i średnich operatorów to tylko część z nich.

Cyberbezpieczeństwo a ISP

Podczas panelu o nowelizacji ustawy dotyczącej Krajowego Systemu Bezpieczeństwa padło stwierdzenie, że aktualną sytuację określić można jako wojnę amerykańsko-chińską pod flagą biało-czerwoną. Wydaje się oczywiste, że chodzi tu o politykę i ekonomię. **Rafał Jaczyński z Huawei** zapewniał, że elementy sieci budowanych przy użyciu komponentów Huawei nie zagrażają naszemu bezpieczeństwu, przyznając jednocześnie, że co do zasady poszczególne elementy infrastruktury, takie jak router, mają wpływ na stabilność przesyłu danych. W jego przekonaniu powinniśmy jednak skupić się na określeniu standardów bezpieczeństwa, a nie eliminować z rynku producentów pochodzących z poszczególnych krajów. **Krzysztof Kacprowicz, prezes ZPMEiT MEDIAKOM**, zwrócił też uwagę, że w kraju, w czasach globalnej gospodarki wielu producentów bazuje też na tych samych komponentach, więc proponowane przez ustawodawcę

rozwiązania będą i tak nieskuteczne. **Łukasz Bazański z kancelarii prawnej itB** podkreślił też, że definicje w projekcie nowelizacji są nieostre, a proponowane rozwiązania mogą kosztować operatorów telekomunikacyjnych, należących do sektora małych i średnich przedsiębiorstw, po kilka milionów złotych. KIKE informowała o tym w przedstawionym administracji rządowej stanowisku, podpierając się przy tym konkretnymi danymi zebranymi w ankiecie skierowanej do środowiska. Uczestnicy panelu zwrócili też uwagę, że debata dotycząca rozwiązań w zakresie cyberbezpieczeństwa trwa obecnie nie tylko w Polsce, a zaproponowane w pierwszej wersji przez naszego ustawodawcę regulacje należą na tym tle do najostrzejszych.

MŚP w czasach pandemii

Marek Woch z biura Rzecznika Małych i Średnich Przedsiębiorców, występując w imieniu Adama Abramowicza, zaakcentował w swym wystąpieniu problemy związane z ograniczeniami związanymi z lockdownem gospodarki, które pośrednio dotyczą także operatorów telekomunikacyjnych.

Groźba utraty płynności finansowej dotyczy rzecz jasna w pierwszej kolejności tych branż, które są dziś zamknięte w związku z przepisami mającymi przeciwdziałać rozwijaniu się pandemii. Branże te nie działają jednak w odseparowaniu od innych podmiotów na rynku i są klientami lokalnych operatorów. Mówca przedstawił następnie opinie wydawane przez rzecznika w czasie zamknięcia gospodarki. Podkreślił też ogólne działania biur na rzecz małych i średnich przedsiębiorców (dziesiątka rzeczni-ka), kładąc przy tym nacisk na konieczność skrócenia postępowań sądowych, co zwiększy poczucie stabilności i pewności podmiotów gospodarczych, a co za tym idzie – ich możliwości inwestowania.

5G dla lokalnych operatorów

Na zakończenie pierwszego dnia XXVII Konferencji KIKE **Bartosz Gościak**, dyrektor działu integracji usług internetowych **Intelligent Technologies SA**, opisał obecne i nadchodzące wykorzystanie częstotliwości na potrzeby technologii 5G. Wskazał też, w jaki sposób rozwój sieci 5G mogą wykorzystać mali i średni operatorzy i uzasadnił, dlaczego przydział nowych częstotliwości, a w szczególności „piąty blok” przewidziany w odwołanej aukcji, stwarza szansę dla lokalnych ISP. Prelegent wyraził też przekonanie, że odwołanie aukcji uderzyło w środowisko małych i średnich operatorów, a walka o zachowanie częstotliwości powinna pozostać priorytetem KIKE, w ramach której działa już odpowiednia grupa robocza.

Wzrosty przychodów i kosztów

Drugiego dnia konferencji, podczas panelu dotyczącego rynku telekomunikacyjnego w obliczu drugiej fali pandemii, **Konrad Baranowski**, wiceprezes KIKE, postawił tezę, że duże środki przekazywane branży z funduszy unijnych nie pozwalają jej rozwijać się w sposób organiczny. Przedstawiona z perspektywy

przedstawicieli Izby sytuacja wygląda następująco: sieci budowane były z pewną nadmiarowością, jednak w czasie gdy ich użytkownicy postrzegali 100 Mb/s jako pasmo więcej niż wystarczające. Dostawcy internetu obserwowali średnie wykorzystanie przepustowości łączy w ciągu dnia na poziomie 10–20 proc., a wieczorny szczyt ruchu oscylował wokół 30–50 proc. Zapasy przepustowości miały wystarczyć na kolejne lata, a pandemia wywołała w tym zakresie rewolucję.

Krzysztof Kacprowicz zaznaczył, że jego zdaniem branża telekomunikacyjna rzeczywiście odnotowuje obecnie wzrost przychodów, jednak koszty prowadzenia działalności telekomunikacyjnej w ostatnich miesiącach wzrosły niewspółmiernie bardziej.

DAI i przyszłość telewizji

Kończący Konferencję KIKE, a prowadzony przez **Pawła Paluchowskiego**, połączony panel dyskusyjny z udziałem przedstawicieli Kra-

Grabowski, przewodniczący Rady Metodologicznej ds. RPD przy KRRiT. **Tymoteusz Biłyk z Korban-ku** (będącego jednym z lokalnych operatorów telewizji) podkreślił, że wartość handlową mają dane zbierane już przez operatorów. – Interesuje nas, co oglądają odbiorcy, a to z kolei ma wartość dla producentów, nadawców i podmiotów monitorujących jakość – stwierdził **Łukasz Jeziorski z Plum Research**. – Technologicznie możliwa jest także integracja danych z różnych źródeł. Nie można jednak łamać prywatności użytkownika i osobiście jestem zdania, że operatorzy docelowo powinni trzymać dane zebrane dzięki RPD jak najbliżej siebie – dodał.

Omówiono aspekt biznesowy tej technologii z perspektywy operatorów, a także nadawców, którzy dysponują czasem reklamowym, oraz domów mediowych, które sprzedają czas reklamowy. – Prawo nie nadąża za zmianami technologicznymi i trwa obecnie dyskusja o przyszłych regulacjach



jowej Rady Radiofonii i Telewizji, przedstawił możliwości, a wręcz wizję dotyczące tego, co może dać operatorom technologia DAI (ang. Dynamic Ad Insertion, czyli Dynamiczne Wstawianie Reklam) i inne nowe technologie. Przypomnijmy, że DAI, oparte na zbieranych w czasie rzeczywistym danych RPD (ang. Return Path Data), pozwala wyświetlać reklamy dostosowane do preferencji użytkownika na podstawie pozyskanych wcześniej danych. – Żyjemy w czasach przesyty informacyjnej i sprofilowane reklamy są dla użytkowników mniej męczące – zauważył **Marcin**

– zauważył **Witold Kołodziejski**, przewodniczący KRRiT. – Jesteśmy na przykład świadkami rozwoju platform OTT, czyli bazujących na otwartej sieci internetowej, co wywołuje też spory, na przykład w zakresie must carry/must offer, w których uczestnikiem jest także Rada. Podkreślił też, że wiele w tym zakresie zależy od stanowiska nadawców, a w przyszłości zasada must carry/must offer może być także rozszerzona. Zaznaczył też, że obecnie widzi, który obejrzy mecz transmitowany przez telewizję za pośrednictwem internetu, ucieka z pomiarów.

Cyfrowy asystent

Netia Automation to nowa zaawansowana usługa ICT Netii z linii NetiaNext, która w innowacyjny sposób adresuje kwestię usprawnienia i przyspieszenia procesów biznesowych. Jest to prawdopodobnie pierwsza tego typu oferta na świecie, która dzięki unikatowemu sposobowi rozliczeń zapewnia każdemu pracownikowi dostęp do cyfrowego pomocnika.



Netia Automation to przyjazne w użyciu rozwiązanie robotów softwareowych klasy **RPA (Robotic Process Automation)**, pozwalające automatyzować powtarzalne czynności, ze szczególnym naciskiem na samodzielne „programowanie” robotów przez poszczególnych pracowników (**Robotic Desktop Automation**). Dzięki nowej usłudze Netii, złożone, monotonne operacje i procesy – realizowane dotychczas manualnie przez pracowników i obciążone wysokim ryzykiem błędów – mogą być wykonywane szybciej i z większą dokładnością, pracownicy zaś mogą się skoncentrować na bardziej złożonych, twórczych działaniach. Netia Automation jest usługą chmurową świadczoną w modelu SaaS (Software as a Service). Partnerem technologicznym Netii w tym zakresie jest firma Extreme Robotics. Każdemu nowemu klientowi Netia zapewnia dwugodzinne szkolenie wstępne i dodatkowy pakiet kroków do nauki.

24 listopada br., w wieku 76 lat zmarł

Stanisław Wiśniewski

Prezes Zarządu

Człowiek oddany idei, działacz społeczny,

twórca, filar i serce

S.U.O.T.S. „TEOSAT”



Żegnamy Wspaniałego Męża, Ojca, Dziadka, przyjaciela, oddanego swojej pracy Prezesa. Żegnamy skromnego człowieka, który żył i pracował wśród nas i z nami. Właściwego człowieka, na właściwym miejscu.

Będziesz żył, Drogi Stanisławie w naszej pamięci na zawsze...

Spoczywaj w pokoju!!!

Rodzina, przyjaciele oraz pracownicy „TEOSAT”

Netia – kontynuacja

W III kw. 2020 r. Grupa Netia wypracowała przychody w wysokości **315 mln zł** (–4 proc. k/k, –1 proc. r/r). Łącznie przychody Grupy Netia po 9 m-cach br. wyniosły **965 mln zł** i były o 1 proc. niższe niż w tym samym okresie 2019 r. Trzeci kwartał był pierwszym od wielu lat, w którym spółka w segmencie B2C – pomimo dalszej erozji usług głosowych – odnotowała organiczny wzrost liczby świadczonych usług ogółem (+1 proc. r/r) i kontynuowała wzrost (+3 tys. RGU k/k). Na koniec września br. liczba RGU wyniosła **1 mln 380 tys.** Jest to też pierwszy od wielu lat kwartał, w którym Grupa Netia powróciła do organicznego wzrostu liczby ogółem świadczonych usług szerokopasmowych (wzrost na sieci własnej o ponad 1 tys. usług przewyższył sumę usług na sieci obcej, które zostały odłączone). W efekcie Netia na koniec września br. obsługiwała **564 tys.** usług szerokopasmowego dostępu do internetu. Już 60 proc. usług szerokopasmowych Netia świadczy na sieciach własnych (+1 proc. k/k,



+5 proc. r/r). Do **388 tys.** (–13 tys.) spadała natomiast na koniec III kw. br. liczba usług głosowych. Na koniec III kw. br. liczba usług telewizyjnych, przypisanych do segmentu B2C, wyniosła **267 tys.**, co oznacza wzrost o kolejne 9 tys. Natomiast liczba usług mobilnych ponownie wzrosła o 5 tys. k/k (łącznie **160 tys.** aktywnych abonentów Netia Mobile). W ciągu roku liczba usług TV Netii wzrosła o 17 proc. usług mobilnych zaś o 11 proc.

Podstawowe dane finansowe

	9 m-cy 2020 (mln zł)	III kw. 2020 (mln zł)	Różnica r-d-r (proc.)	Różnica k-d-k (proc.)
Przychody		315	–1	–4
Przychody	965		–1	
Przychody z segmentu B2C		137	–3	–1
Przychody z segmentu B2B		174	bz	–5
Zysk EBITDA	337		–1	
Zysk EBITDA		113	–6	–2
Zysk netto	39,4	11,3		

SFP-ZAPA wygrywa z Vectrą

Sąd Apelacyjny w Gdańsku wydał wyrok zobowiązujący największego operatora kablowego w Polsce – **Vectra SA** – do dopłaty kilkunastu milionów złotych, tytułem wyrównania wynagrodzenia autorskiego za reemisję utworów audiowizualnych w okresie od listopada 2013 do maja 2015 r. Dodatkowo spółka została zobowiązana do zapłaty wielomilionowych odsetek oraz pokrycia kosztów procesu. Operator, pomimo podpisania ze **Stowarzyszeniem Filmowców Polskich – Związkiem Autorów i Producentów Audiowizualnych (SFP-ZAPA)** umowy licencji na reemisję utworów audiowizualnych, oczekiwał stosowania preferencyjnych zasad rozliczeń opłaty licencyjnej. Arbitralnie, wbrew warunkom ww. umowy, zaczął wyłączać z podstawy rozliczeń z organizacją znaczącą część wpływów z tytułu reemisji. OZZ początkowo próbował zakończyć spór polubownie, ale ostatecznie sprawa trafiła do sądu. Postępowanie toczyło się przez ponad 6 lat równolegle w dwóch obszarach – roszczenia o udzielenie informacji oraz roszczenia o dopłatę wynagrodzenia. W pierwszym z nich postępowanie zakończyło się prawomocnym wyrokiem Sądu

Apelacyjnego w Gdańsku w styczniu 2017 r., który był korzystny dla SFP-ZAPA. Sąd, wyrażając swoją wątpliwość co do rzetelności danych przekazywanych przez Vectrę, zobowiązał operatora do udostępnienia SFP-ZAPA szeregu dokumentów finansowych. Audyt finansowy, który został przeprowadzany przez Stowarzyszenie w siedzibie operatora, potwierdził, iż znacząca część wpływów uzyskanych z tytułu reemisji programów telewizyjnych nie była wykazywana w raportach przekazywanych do Stowarzyszenia. Przez kolejne 3 lata toczyło się postępowanie w części dotyczącej zapłaty. Jak informuje SFP-ZAPA, Vectra „odnotowująca corocznie kilkasetmilionowe wpływy z tytułu świadczenia usług telewizyjnych, posiłkując się prywatnymi opiniami firm audytorskich, wbrew woli Stowarzyszenia, nieustannie zaniżała podstawę rozliczeń ugruntowaną kilkunastoletnią praktyką umowną”. Podobnie jak w postępowaniu o udzielenie informacji, tak i w tym przypadku, sądy obu instancji nie przychyliły się do stanowiska operatora. Uznały dokonywane przez Vectrę wyłączenia z podstawy rozliczeń za całkowicie niezasadne, nakazując wyrównanie zaległości.

Skandynawski podmorski światłowod

Światłowodowy kabel o długości 173 km połączył miejscowości Hirtshals w Danii i Larvik w Norwegii, przecinając



cieśninę Skagerrak łączącą Morze Bałtyckie z Morzem Północnym. Kolejnym krokiem w rozwoju międzynarodowej infrastruktury światłowodowej ma być kabel położony między norweskim Stavanger

i Newcastle w północno-wschodniej Anglii, który zostanie zainstalowany w 2021 r. Będzie to ostatni etap budowy tzw. Pierścienia Euroconnect-1, który ma połączyć wiele miast w północnej Europie. Dzięki przyłączeniu Oslo poprzez kabel Skagenfiber, pierścień łączy miasta w Danii, Niemczech, Belgii, Holandii, Irlandii i Wielkiej Brytanii.

Zdalny pracownik ze wsparciem

Z myślą o wsparciu w zapewnieniu efektywnej i bezpiecznej pracy zdalnej – zwłaszcza w tych organizacjach, które nie posiadają własnych, rozbudowanych zasobów IT – Netia stworzyła elastyczne zestawy zaawansowanych usług ICT z linii NetiaNext oraz dzierżawy kompleksowych stanowisk komputerowych ze wsparciem IT pod nazwą „Zdalny pracownik”. W zestawach promocyjnych dostępne są 4 elastyczne pakiety. Bazowym i obowiązkowym elementem jest pakiet „Praca zdalna”, który obejmuje dzierżawę laptopów marki Dell, nielimitowane połączenia i bezpieczną, opartą na chmurze operatorka, komunikację zintegrowaną, dostępną na dowolnym urządzeniu i z dowolnego miejsca. Pakiet można rozbudowywać o kolejne nowoczesne usługi komunikacyjne (zebrane w pakiecie „Lepsza komunikacja”), począwszy od systemu wideokonferencyjnego, po komunikację bezprzewodową. Kolejnym zestawem, wchodzącym w skład promocji, jest „Bezpieczeństwo”, a w nim usługi zapewniające bezpieczeństwo danych przesyłanych wewnątrz organizacji, chroniące zasoby poszczególnych organizacji przed zagrożeniami płynącymi z internetu, a także usługa automatycznego backupu w chmurze. Do oferty bazowej, zawierającej m.in. komputery przenośne wraz z obsługą zdalną, dołączyć można pakiet „Nieawodny sprzęt” z ofertą dzierżawy na atrakcyjnych warunkach monitorów firmy Dell oraz sprzętu audio-wideo od Logitech.

Multimedia bez tematycznych Polsatów

Jak poinformował operator sieci **Multimedia Polska** (od 31 stycznia br. w strukturach grupy Vectra), z dniem 1 stycznia 2021 r. nastąpią zmiany w ofercie programowej, polegające na wycofaniu części programów z oferty objętej gwarancją operatora. W przypadku oferty cyfrowej zmiana



dotyczy następujących kanałów: **Polsat 2, Polsat News HD, Polsat Cafe HD, Polsat Play HD, Disco Polo Music, Polsat Sport, Polsat Sport Extra, Polsat Film HD**. „Będziemy też prawdopodobnie zmuszeni wkrótce do całkowitego zaprzestania dostarczania Państwu tych programów. Poinformujemy Państwa do 20 grudnia 2020 r. o tym, kiedy programy zostaną wyłączone, które z programów wyłączymy i jakie programy wzbogacą naszą ofertę w miejsce usuwanych programów” – czytamy w informacji. „Jednocześnie pragniemy poinformować, iż programy Polsat, TV4, TV6, Super Polsat, FOKUS TV, Polo TV, ESKA TV oraz NOWA TV najprawdopodobniej pozostaną na stałe w naszej ofercie telewizyjnej” – dodaje spółka. W przypadku braku akceptacji powyższych zmian abonentowi przysługuje prawo do złożenia wypowiedzenia umowy. W tym przypadku dostawcy usług nie przysługuje zwrot ulgi przyznanej abonentowi.

Finał UPC Think Big: Think Digital

Jury programu **Think Big: Think Digital** wybrało w listopadzie br. 9 finalistów 7. edycji programu dla innowacyjnych przedsiębiorców i innowatorów społecznych, realizowanego przez **UPC Polska** we współpracy z szerokim gronem partnerów. Na drodze do finałowego etapu uczestnicy programu brali udział w zadaniach przydzielonych przez jurorów. Najwyższe oceny zdobyły, a tym samym, zakwalifikowały się do ścisłego finału tegorocznej edycji następujące rozwiązania:

Kategoria Think Digital:

- **BillTech** – ekosystem płatności łączący klientów, usługodawców i banki.
- **Billon** – oparte o blockchain rozwiązanie do zdalnych transakcji i autoryzacji dokumentów.
- **AIDA Diagnostics** – rozwiązania wspomagające decyzje lekarza w obszarze transfuzji krwi i jej składników.
- **Therapify** – zestaw cyfrowych rozwiązań dla psychoterapeutów, umożliwiający prowadzenie terapii w świecie online.
- **myREST** – rozwiązanie dla branży HoReCa wspierające zarządzanie relacjami z klientami w różnych kanałach.

- **Deligoo** – rozwiązanie oparte na outsourcingu i wsparciu

sprzedaży dla logistyki „na ostatniej prostej” w modelu franczyzowym.

Kategoria Think Social:

- **AssociatedApps** – aplikacja, która umożliwia osobom niewidomym nawigację i poruszanie się po budynkach i miejscach publicznych.
- **Kanarek.app** – bezpłatna aplikacja mobilna umożliwiająca sprawdzenie poziomu smogu w powietrzu w dowolnym miejscu w Polsce.

- **Fundacja EFAS** – projekt wspierający aktywizację zawodową osób z autyzmem oparty na testowaniu oprogramowania.

Po wykonaniu finałowych zadań, 10 grudnia br., zdecydowano ostatecznie, że zwycięzcą w kategorii Think Digital zostaje **BillTech**, a w kategorii Think Social – **AssociatedApps**. Zwycięzcy otrzymali bonus finansowy o wartości 50 tys. zł oraz unikalną możliwość pilotażowego wdrożenia swojego rozwiązania lub jego rozwój. Za najbardziej inspirującą transformację w dodatkowej kategorii Think Transformation uznano **InPost**.



UPC zrekompensuje

Prezes **Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Tomasz Chróstny** wydał decyzję dotyczącą **UPC Polska**. Podstawą do zajęcia się sprawą były skargi konsumentów i konkurenta operatora, dotyczące podwyższenia wysokości abonamentu. Jak ustalił Urząd, klienci UPC, którzy zawarli umowy na czas nieoznaczony, otrzymali listy informujące o przyspieszeniu prędkości internetu i większej o 7 zł cenie tej usługi – nowe zasady miały wejść od 1 marca 2015 r. Rok później operator ponownie podwyższył abonament – od 3 do 8 zł w zależności od posiadanego

pakietu. W listach spółka informowała także, że wprowadza do umów postanowienie, które umożliwia zmianę wysokości abonamentu. Prezes UOKiK stwierdził, że zarówno podwyższenie abonamentu, jak i zmiana postanowienia nie powinny zostać wprowadzone, ponieważ zawarte umowy nie przewidywały takiej możliwości. Nie znalazły się w nich bowiem tzw. klauzule modyfikacyjne, które precyzyjnie określają, co i w jakich warunkach może ulec zmianie w trakcie trwania umowy. UPC Polska zobowiązał się do zmiany praktyk i zrekompensowania strat abonentom.

1,5 mln klientów UPC Polska

W III kw. 2020 r. **UPC Polska** przyspieszyło wzrost bazy klientów o 9,2 tys., do wyniku **1 mln 503 tys.**, a liczba subskrypcji cyfrowych wzrosła o 23,5 tys., osiągając **3 mln 222 tys.** Do najważniejszych wydarzeń III kw. operator zalicza m.in.:

- Wzrost bazy usług cyfrowych o 13,2 tys. subskrypcji internetu do poziomu **1 mln 263 tys.** oraz o 18,5 tys. subskrypcji telewizji do poziomu **1 mln 306 tys.**;

- Dalszy wzrost bazy usług mobilnych o 6,1 tys. abonentów dodanych w III kw., co dało wynik **28,3 tys.** na koniec września 2020 r.;

- Rozszerzenie zasięgu o 22,6 tys. nowych gospodarstw domowych do łącznie **3 mln 606 tys.** W III kw. br. UPC rozpoczęło ekspansję swoich usług cyfrowych w nowych lokalizacjach i pozyskało nowych klientów, wykorzystując sieci światłowodowe zbudowane w ramach programu POPC. Dzięki temu do końca 2024 r. planuje rozszerzyć zasięg

swojej oferty o blisko 1,7 mln gospodarstw domowych w Polsce. Jako pierwszy kraj w grupie Liberty Global, UPC wprowadziło na rynek najbardziej innowacyjny, najmniejszy i ekologiczny **UPC 4K TV BOX**. Zaprojektowany przez inżynierów Liberty Global przy wsparciu UPC Polska, dekodery łączy w sobie nowoczesny design i kompaktowe rozmiary z innowacyjnymi funkcjami, odpowiadając na różnorodne i najbardziej zaawansowane potrzeby klientów w zakresie rozrywki telewizyjnej. Liczba użytkowników platformy Horizon, w porównaniu z poprzednim kwartałem, wzrosła o 3,2 tys. i osiągnęła poziom 755,2 tys. klientów, co oznacza wzrost o 42,4 tys. rok do roku. Z danych opublikowanych przez Grupę Liberty Global za III kw. br. wynika, że w tym okresie **UPC Polska** zanotowało prawie 424 mln zł przychodów. W porównaniu z analogicznym okresem poprzedniego roku oznacza to wzrost o prawie 4 proc.



INEA testuje technologię 25G PON

INEA testuje nową technologię **25G PON**, która będzie dostępna komercyjnie w 2021 r. Testy wykonane zostały we współpracy z **Nokią**, a INEA jest pierwszym operatorem w Europie i jednym z pierwszych na świecie, który przetestował technologię dostępową najnowszej generacji.



Technologie PON służą do świadczenia usług w sieciach światłowodowych. Testowana przez INEA technologia 25G PON jest następcą technologii XGS-PON, umożliwiającą świadczenie usługi symetrycznego internetu o przepustowości do 10 Gb/s. Nowa technologia 25G PON umożliwia obecnie przesył danych z prędkością do 20 Gb/s, co potwierdziły testy wykonane przez INEA wspólnie z Nokią. Dla INEA istotny jest fakt, że na jednym włóknie światłowodowym możliwe będzie świadczenie usług z wykorzystaniem technologii GPON oraz XGS-PON lub 25G PON. Da to operatorowi możliwość oferowania nowym i obecnym klientom usług światłowodowych na jeszcze wyższym poziomie.

Sukces Proartu na Filmat Festival

Cykl programów edukacyjnych „Eko-logika Leśnika”, emitowanych w **Telewizji Proart HD** od września 2019 r. do października 2020, został niezwykle pozytywnie przyjęty przez widzów. Stacja wykorzystwała najnowocześniejsze techniki rejestracji obrazu i jego późniejszego montażu. – Realizacja to jedno, ale



postawiliśmy też na sens tego programu. „Eko-logika Leśnika” to nie tylko ładny obraz i przyjemność oglądania, ale ważne tematy: zaśmiecanie lasów, retencja wody czy kontrowersyjne łowiectwo oraz wycinka drzew. Tworzący z nami program fachowcy z Nadleśnictwa Antonin pomogli zrozumieć widzom ważne procesy zachodzące w lasach, które mają wpływ na życie każdego człowieka – mówi **Anna Okrój, dyrektor generalna Telewizji Proart HD**. Odcinek poświęcony tematu gospodarki łowieckiej zyskał w październiku br. złoto w konkursie organizowanym przez **Filmat Festival**, który jest członkiem **Międzynarodowej Organizacji Festiwalu Filmów Turystycznych (CIFFT)** z siedzibą w Wiedniu. Materiał wygrał w kategorii „Dokumenty i reportaże tv”, rywalizując z produkcjami ogólnopolskich stacji czy z propozycjami z m.in. Portugalii, Serbii, Hiszpanii. Telewizja Proart dostępna jest w sieci **PROMAX** w południowej Wielkopolsce.

Fiberhost dla Grupy CP

Marka **Fiberhost** otwiera swoją sieć światłowodową dla kolejnego dostawcy o ogólnopolskim zasięgu. Dzięki umowie zawartej ze spółką **Netia SA** z sieci Fiberhost korzystać będzie mogła cała **Grupa Cyfrowy Polsat**. Umowa przewiduje możliwość świadczenia przez spółki Grupy CP usług we wszystkich otwartych sieciach, które zostały wybudowane w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa oraz inwestycji własnych INEA. Dzięki temu spółki z Grupy Polsat dotrą ze swoimi usługami docelowo do miliona dwustu tysięcy gospodarstw domowych w kraju. – To dla nas bardzo ważny moment, gdyż dzięki podpisanej umowie, dostęp do otwartej sieci światłowodowej Fiberhost uzyskują jednocześnie: Cyfrowy Polsat, Polkomtel oraz Netia. To kluczowi gracze na rynku usług telekomunikacyjnych w Polsce, posiadający olbrzymie doświadczenie w sprzedaży usług dla domu. Dzięki tej współpracy operatorzy ci będą mogli na terenach będą-

cych w zasięgu naszej sieci oferować usługi szybkiego i niezawodnego internetu światłowodowego – komentuje **Michał Bartkowiak, prezes INEA SA**. – Współdzielenie infrastruktury dostępowej, zwłaszcza na terenach słabiej zurbanizowanych, jest w naszym przekonaniu znakomitym sposobem zapewnienia milionom polskich gospodarstw domowych – z których znaczna część korzysta z licznych usług Grupy Cyfrowy Polsat – jeszcze bogatszej oferty zintegrowanej na najwyższym poziomie i po przystępnych cenach. Cieszę się, że to właśnie Netia jest dla Grupy Polsat centrum kompetencyjnym w zakresie usług światłowodowych, dostarczając docelowo najwyższej jakości usługi nie tylko na własnej sieci, ale też sieciach innych, otwartych na współpracę operatorów infrastrukturalnych – powiedział z kolei **Andrzej Abramczuk, prezes zarządu, dyrektor generalny Netia SA**.



Kalendarz adwentowy JAMBOX

Wzorem ubiegłego roku śląska platforma multimedialna **JAMBOX** zaprosiła abonentów do udziału w świątecznej zabawie. „Czekając na Was 24 dni, w których będziecie mogli otwierać okna kanałów oraz wypożyczać filmy w Wypożyczalni VOD” – instruuje operator. „Wśród odkodowanych kanałów znajdują się w tym roku między innymi: **Eleven Sports 1, Polsat Sport Extra, AMC, CBS Reality, ID, Discovery Science, DTX, Extreme Sports, Motowizja, 2x2, CBeebies, Eurosport**. Każdy kanał będzie otwarty za darmo przez 24 godziny, jednak o tym, w jakim dniu to nastąpi, abonenci będą się dowiadywali na bieżąco, każdego dnia... z samego rana.



Tegoroczny Kalendarz adwentowy JAMBOX to także dodatkowe niespodzianki filmowe. W poszczególnych dniach, za symboliczną złotówkę, będzie można wypożyczyć wybrane tytuły w Wypożyczalni VOD. Przygotowano 17 filmów, wśród których znajdują się takie tytuły jak: „Psy 3. W imię zasad”, „Na noże”, „Gang Wiewióra”, „Wiking i magiczny miecz”, czy „21 mostów”.

Większy przychód, mniejszy zysk

Podkrakowski ISP, **Fiberlink** z grupy **TOYA** w ubiegłym roku istotnie zwiększył przychody, ale zakończył go też dużą stratą. Operator ten realizuje w ramach POPC projekt budowy sieci światłowodowej obejmujący tereny na południe i wschód od

dostępowych – informuje serwis telko.in. Fakt ten spowodował, że znacząco przez rok wzrosły koszty działalności operacyjnej firmy, bo aż o 4,5 mln zł (z 7 mln zł w 2018 r. do 11,5 mln zł w 2019 r.). Jednocześnie o ponad 3 mln zł (z 6,3 mln zł do 9,4 mln



Krakowa. Jego całkowita wartość wynosi 21,6 mln zł, a w zasięgu ma się znaleźć prawie 18 tys. gospodarstw domowych. Wybudowana sieć będzie liczyć 893 km i powstanie 51 węzłów

zł) Fiberlinkowi udało się zwiększyć przychody. Mimo to spółka musiała się pogodzić z dużą stratą netto (blisko 1,6 mln zł), podczas gdy w 2018 r. operator zanotował zysk na poziomie ok. 751 tys. zł.

Sąd oddalił apelację

Sąd apelacyjny oddalił apelację spółki **JMDI Jacek Maleszko** na decyzję Sądu Okręgowego w Warszawie, w której nakazał JMDI deinstalację kabli światłowodowych z kanalizacji **Orange Polska** oraz zapłatę ponad 305 tys. zł kary wraz z odsetkami i kosztami procesu – informuje serwis telko.in. JMDI przyznaje, że faktycznie apelacja spółki została oddalona, ale według operatora, w wyroku nie ma mowy o nakazie deinstalacji kabli. – JMDI

Jacek Maleszko respektuje wyrok sądu II instancji, chociaż nie zgadza się z treścią rozstrzygnięcia. Odnosnie kwestii usunięcia kabli z kanalizacji należy zauważyć, iż decyzja sądu dotyczy wyłącznie kwestii kar umownych za nieusunięcie z kanalizacji Orange Polska kabli w związku z wypowiedzeniem przez Orange umów na dzierżawę kanalizacji. Wyrażamy także cały czas wolę prowadzenia bezpośrednich rozmów w celu rozwiązania spornych spraw – przedstawia oficjalnie swe stanowisko warszawski ISP. Orange unika na razie deklaracji, czy jest gotowy podjąć takie rozmowy i nie chce ujawniać swych przyszłych działań w sporze z JMDI.



Srebrny Partner

Wielkopolski operator **ASTA-NET** otrzymał tytuł **Zawodowo Odpowiedzialnego Pracodawcy oraz Srebrnego Partnera**. Wyróżnienie zostało przyznane w ramach realizowanego przez Samorząd Województwa Wielkopolskiego oraz



Politechnikę Poznańską projektu „Czas zawodowców BIS – zawodowa Wielkopolska”, a także w wyniku działań rekrutacyjnych i promujących wymagania kompetencyjne z wykorzystaniem system.zawodowcy.org. W ramach projektu uczniowie szkół średnich z kierunków informatycznych otrzymali możliwość realizacji 160-godzinnego stażu w działach Serwis 24 oraz IT. „Była to znakomita okazja do zweryfikowania wiedzy teoretycznej, poznania specyfiki pracy w rzeczywistym środowisku, jednak przede wszystkim zdobycia praktycznego doświadczenia zawodowego i podniesienia kompetencji. Najlepsi stażysty otrzymali możliwość zatrudnienia oraz podjęcia pracy na zlecenie w okresie wakacyjnym. Efekty takiej współpracy utwierdzają nas w przekonaniu, że najlepsza inwestycja – to inwestycja w człowieka” – pisze operator.

Multiscreen Day 2020

Życie na sześciu calach

OPR. AK FOT. ARCHIWUM

Konsumpcja wideo, zmiany zachodzące w streamingu, nowe pomysły na social media czy też rosnąca siła gamingu to tematy tegorocznej, piątej już edycji konferencji Multiscreen Day 2020, organizowanej przez Media Marketing Polska. Głównym wątkiem spotkania były młode generacje: Y, Z oraz Alfa i ich sposoby konsumpcji mediów. Konferencja odbyła się pod hasłem: „Życie na sześciu calach. Młoda generacja – streaming, social media, gry”.

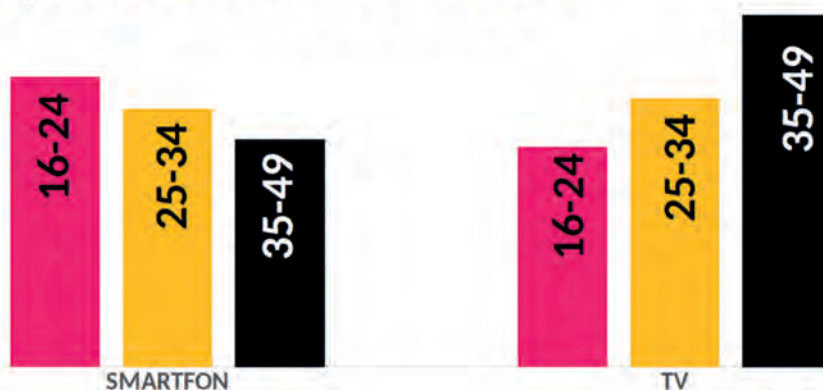
Chociaż „rok mobile” mamy już za sobą, to branża mediów, reklamy i marketingu dopiero teraz zaczynają rozumieć, jak wielkie zmiany czekają wszystkich w związku z rosnącą rolą urządzeń mobilnych w życiu konsumentów. Pandemia jeszcze przyspieszyła procesy związane z rozwojem mediów cyfrowych i jeszcze bardziej pchnęła konsumentów w ich stronę. Na konferencji można się było przyjrzeć – przede wszystkim, ale nie tylko



– młodej generacji. Uczestnicy poznali jej sposoby konsumpcji mediów i nowoczesnej rozrywki. Zwłaszcza że to właśnie młodzi ludzie, którzy na długie miesiące zostali w domach, najbar-

dziej zanurzyli się w cyfrowym świecie. Rozmawiano nie tylko o konsumpcji oferty wideo, ale też o zmianach zachodzących w streamingu, nowych pomysłach na social media czy rosnącej sile gamingu. Te wszystkie światy dziś się przenikają – i na dużych ekranach, i na sześciocalowych. Z tymi ostatnimi młode pokolenie w zasadzie się nie rozstaje. Konferencja Multiscreen Day 2020 koncentrowała się na tematach związanych z pokoleniami Y i Z,

Smartfon: najważniejsze urządzenie osobiste



Dane: Gemius HP, listopad 2019
Dzienny czas



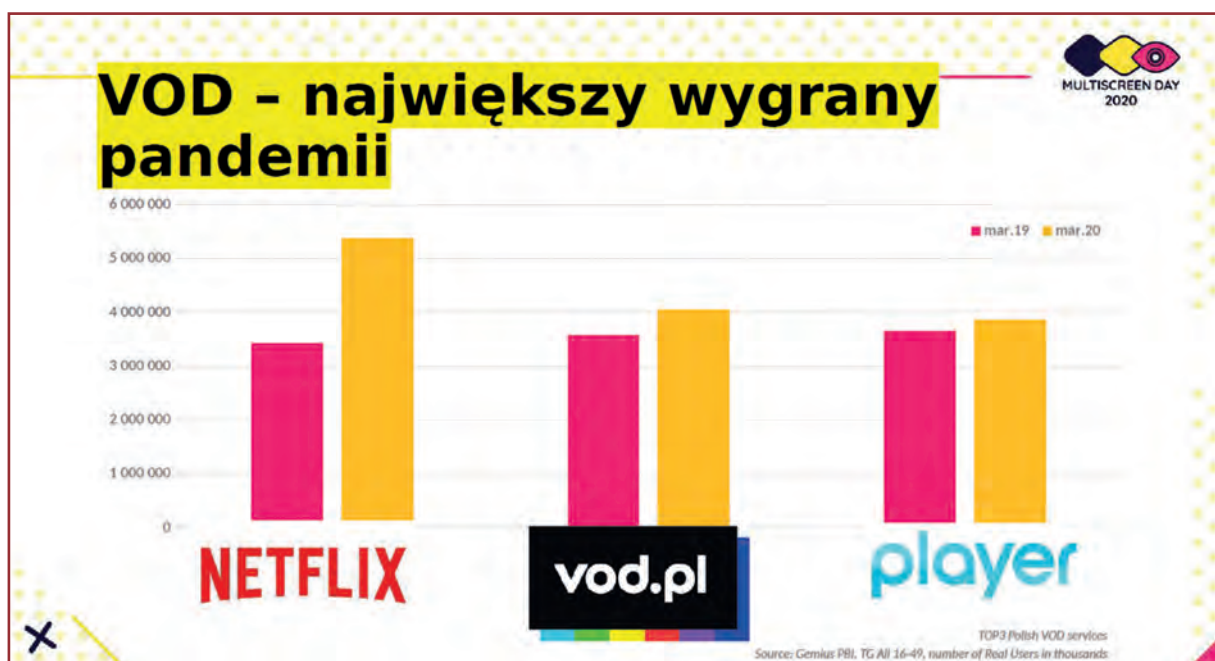
Lucyna Koba, Gemius

ale nie tylko. Zajrzała do świata najmłodszego pokolenia, które w podręcznikach marketingu zyskało już miano generacji alfa. To odbiorcy, którzy wymykają się tradycyjnym pomiarom, bo korzystają z mediów w sposób dotychczas niespotykany. Na naszych oczach rosną w siłę – stają się coraz bardziej istotni i dla mediów, i dla marketerów. Na konferencji zaprezentowano najnowsze badania związane z tą grupą, pokazano też inspirujące

case studies czołowych marek.

Lucyna Koba business development director, Gemius, swoim wystąpieniem rozpoczęła Multiscreen Day. Na konferencji przyjrzała się konsumpcji różnych typów treści na różnych urządzeniach oraz strategiom medialnym największych reklamodawców. Opowiedziała również o tym, co przyciąga uwagę odbiorców, bo przecież to właśnie pozyskanie uwagi odbiorcy jest najbardziej ambitnym celem

kampanii reklamowych. Dużo uwagi poświęciła głównie tzw. Digital Natives, czyli „cyfrowym tubylcom”, ludziom urodzonym w czasach powszechnego stosowania w życiu codziennym i zawodowym internetu, komputerów i innych urządzeń, traktującym internet jako zwyczajny element otaczającego go świata. Czy liczba cali ma dla nich znaczenie? Cały swój świat mają w smartfonie – życie społeczne, rozrywkę, organizację dnia. Czy





Marta Rybicka, IQS

mały ekran rzeczywiście im wystarcza? – zastanawiała się prelegentka. Co w takim razie mają zrobić reklamodawcy, aby dotrzeć do młodego pokolenia internautów? Czy korzystanie z reklamy telewizyjnej ma sens w przypadku tej grupy, skoro serie i filmy nadawane w sposób tradycyjny przez linearną telewizję nie mają u nich szans? Binge watching – to jest ich styl życia.

Agnieszka Chabrzyk, country director Poland w Business Factory, przedstawiła cases studies i przykłady najlepszych kreacji kształtujących przyszłość komunikacji, a także omówiła najbardziej impactowe formaty oraz kontent wideo, jaki najlepiej sprawdza się w social mediach. Z kolei **Karolina Chołuj**, director, business planning, Mindshare, i **Katarzyna Wrzosek**, senior ad sales manager Central Europe, National Geographic, spojrzęły na

branded content jako narzędzie budowania relacji z konsumentem, czyli jak reklamą złapać za serce. Czy podcasty rzeczywiście wnoszą nową wartość do współczesnej komunikacji? Czy ja lub moja firma musimy nagrywać podcasty tak jak cała konkurencja? W jaki sposób pozyskać uwagę słuchacza? Gdzie leżą silne strony tego medium i czy istnieje zagrożenie dla rozwoju podcastów w najbliższych latach? – zastanawiał się **Karol Stryja**, współinicjator Storia by Abstra, pierwszego w Polsce producenta treści, łączącego kompetencje w dziedzinie tworzenia video na YouTube z realizacją podcastów. „Pinterest – dlaczego to najbardziej niedoceniany kanał sprzedaży w Polsce?” – pytał **Robert Tarnowski**, development manager, Grupa Komunikacja Plus. Marketerzy zajęci pompowaniem pieniędzy w Instagram czy Tik-

Tok, żeby dotrzeć do młodego pokolenia, nie zauważyli, że pod ich nosem urósł inny, równie skuteczny kanał. Podczas wykładu można było zobaczyć jak działa i w jaki sposób można promować się na platformie Pinterest, żeby inspirować, budować więź z młodymi i... sprzedawać – jeszcze przed Bożym Narodzeniem. Mówca opowiedział, jak Pinterest stał się social media, które sprzedaje w sposób dla młodych całkowicie naturalny.

Marta Rybicka, business unit director, IQS, omówiła różne sposoby komunikacji mediów, reklam i usług przez X, Y i Z. Dlaczego u Zetów wygrywa smartfon, u Iksów rządzi telewizor, a Ygreki są „pomiędzy”, ale jednak bliżej Zetów. Rodzaje treści wideo i ich formaty są często powiązane z ekranami, które coraz intensywniej ze sobą konkurują. Serie i filmy z platform streamingowych „kradną czas”, ale też zmieniają zachowanie widzów i mają istotny wpływ na dostawców płatnej telewizji. M. Rybicka opowiedziała o przekleństwie obfitości.

„Szalone lata dwudzieste – jakich badań mediowych potrzebuje polski rynek mediów i reklamy?” – taki temat poruszył **Marcin Wiśniewski**, członek grupy roboczej badawczej, MOC





Marcin Wiśniewski, MOC TV

TV. Badania mediów, w kształcie jaki dziś znamy, liczą już ponad 20 lat. Mimo że przez ten czas badania podlegały ewolucyjnym zmianom, w tym czasie widz, słuchacz i generalnie konsument przeszli rewolucyjną zmianę. Nie mające precedensu w historii zmiany przeszły też same media. 20 lat temu wypożyczaliśmy kasetę w Beverly Hills Video, teraz korzystamy z Netfliksa i HBO GO. Czy istnieje możliwość objęcia badaniem tej nowej mediowej

konstelacji nadawców, wydawców i serwisów streamingowych? I czego uczą nas doświadczenia zebrane w innych krajach europejskich? – opowiadał mówca.

Kobiety stanowią niemal połowę osób zainteresowanych grami, wiele z nich streamuje swoje zmagania w grach dla dużej grupy odbiorców. Czas odpowiedzieć na pytanie, jak marki mogą wykorzystać potencjał kobiecej siły w gamingu. Z tematem tym zmagali się **Angelika Adamczuk**,

project manager, Gameset, i **Katarzyna Cimochowska**, streamerka, Brunecia.

Konferencja Multiscreen Day 2020 odbyła się w październiku br. w formule online. Uczestnicy mieli możliwość skorzystać ze specjalnie przygotowanej wirtualnej platformy, na której mieli dostęp do: streamingu z głównej sceny konferencji; możliwości zadawania pytań i komentowania tego, co działo się na scenie; dostępu do materiałów konferencyjnych.



Branża rozrywki i mediów w Polsce 2020–2024

Czasowe spowolnienie

OPR. AK

W stosunku do 2019 roku, mijający zamknie się wynikiem słabszym o 120 mld USD w skali globu. Oznacza to spadek rok do roku o 5,6 proc. Obecne trudności przełożą się na średnioroczną stopę rozwoju. Według raportu PwC „Entertainment & Media Outlook 2020–2024” do 2024 jej wartość wyniesie 2,8 proc., uwzględniając rozwój segmentu dostępu do internetu i 2 proc. bez niego.

Oczywiście pandemia wpływa nie tylko na wyniki, ale także funkcjonowanie rynku. Dobrze ilustruje to rozwój „cyfrowej” części sektora, od 2017 roku odpowiedzialnej za ponad połowę przychodów. Według przewidywań PwC sprzed pandemii, w tym roku jej udział miał wynieść 58,5 proc., jednak radykalna zmiana okoliczności rynkowych wpłynęła na zwiększenie tych szacunków do 61,7 proc. To oczywiście przełoży się na zyski. Co spowodowało znaczące osłabienie części „non-digital”? Między innymi dramatyczny spadek w segmencie kin i sprzedaży gazet i czasopism. Znakiem czasów są puste sale kinowe i teatralne, a także odwołane koncerty. Z drugiej strony wyjątkowo dynamiczny rozwój usług OTT oraz gier wideo sprzyja wzrostowi części „digital”. W kolejnych latach umacnianie części cyfrowej napędzać będą w skali trzy najdynamiczniej rozwijające się segmenty mediów i rozrywki: VR, OTT i gry wideo wraz z e-sportami. Jeżeli chodzi o ten pierwszy

segment, tempo będzie naprawdę imponujące – średnioroczna stopa wzrostu do 2024 roku sięgnie 25 proc. W Polsce szczególnie wart podkreślenia jest rozwój OTT.

Jak na tle świata wypada Polska?

Według prognoz, w porównaniu z 2019 rokiem, sektor mediów i rozrywki skurczy się o 5,4 proc. Oznacza to spadek łącznych przychodów z 10,24 mld do 9,68 mld USD, czyli o 560 mln USD. Wskutek pandemii najbardziej spośród badanych segmentów ucierpią kina – ich przychody będą mniejsze aż o 58 proc., z kolei 30-proc. spadek dotknie rynek reklamy zewnętrznej. W pandemii pojawili się jednak też nieliczni zwycięzcy. Wśród nich m.in....

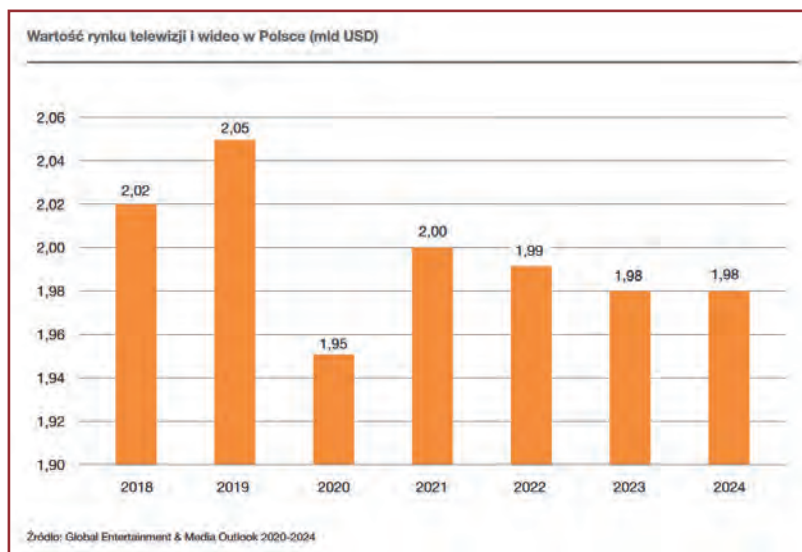
...telewizja i wideo

Polski rynek dostawców usług telewizyjnych jest największy pod względem przychodów w Europie Środkowej i Wschodniej. Nie ulegnie to zmianie, pomimo nasilającego się zjawiska cord-cuttingu, czyli rezygnacji z tego rodzaju usług. W 2019 roku penetracja rynku płatnej telewizji wynosiła 74,5 proc. Współczynnik ten w najbliższych latach spadnie do 66,9 proc., głównie za sprawą większego zainteresowania usługami over-the-top (OTT) wśród młodszych odbiorców. Największym graczem na polskim rynku jest Cyfrowy Polsat, który w 2019 roku miał ok. 5 mln abonentów. W porównaniu z poprzednim rokiem, odsetek klientów Polsatu, kupujących kilka usług (multiplay bundles) wzrósł z 30 do 35 proc. Na drugim miejscu uplasowała się Grupa CANAL+ Polska (nc+), z 2,2 mln abonentów, na trzecim UPC Polska z 1,2 mln abonentów. Ogółem w całej Polsce w 2019 roku usługi telewizyjne kupowało 11 mln gospodarstw domowych, w 2024 roku wartość ta zmaleje do 10,2 mln. Aby utrzymać przychody, większość operatorów podejmuje działania mające zachęcić klientów do przejścia z najbardziej podstawowych pakietów na usługi Premium.

Reklama telewizyjna

Dążąc do zwiększenia atrakcyjności reklamy telewizyjnej i jej





konkurencyjności w erze cyfrowej, nadawcy inwestują w rozwój reklam kierowanych, aby lepiej wykorzystać zgromadzone dane. Jest to trudniejsze dla nadawców naziemnych, którzy nie mają dostępu do informacji o widzach, jakie mają, dzięki dekodrom, dostawcy płatnej telewizji. Dlatego, choć zdetronizowana przez internetową, reklama telewizyjna pozostaje kluczowym segmentem rynku reklamowego. Jej wartość w 2019 roku wyniosła 1 mld USD, w związku z pandemią przewidujemy jednak 9,5-proc. spadek do poziomu 905 mln USD. Warto podkreślić, że w porównaniu z rynkami reklamy telewizyjnej w Europie, polski segment wykaże się sporą odpornością. Przykładowo, spadek w porównaniu z 2019 roku przekroczy we Francji 17 proc.,

we Włoszech zaś 14 proc. Średnioroczna stopa wzrostu do 2024 roku wyniesie 1,6 proc. Większość, bo aż 62 proc. wydatków będzie wiązała się z segmentem telewizji naziemnej. Najdynamiczniej rozwijać się będzie segment telewizyjnej reklamy internetowej. Jego udział w łącznych wydatkach na reklamę telewizyjną wzrośnie z 9 proc. w 2019 roku do 16 proc. w 2024 roku. Będzie to, przede wszystkim, następstwem zmieniających się preferencji odbiorców i coraz większego znaczenia dostarczania treści na życzenie.

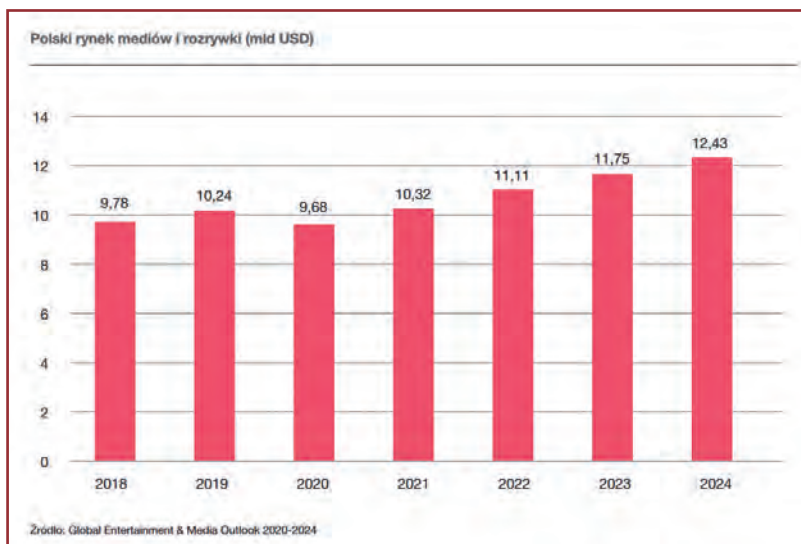
Reklama internetowa

Od pewnego czasu to największy segment reklamowy w naszym kraju. Przez ostatnią dekadę intensywnie się rozwijał – teraz można uznać go za dojrzały, co

za tym idzie tempo jego rozwoju nie będzie już tak spektakularne. W 2019 roku wartość rynku reklamy internetowej wyniosła 1,19 mld USD. Spadek związany z pandemią będzie według prognoz PwC relatywnie łagodny i sięgnie 1,1 proc., co przełoży się na wynik 1,18 mld USD pod koniec 2020 roku. Średnioroczna stopa rozwoju do 2024 roku wyniesie w latach 2020–2024 3,4 proc. Szczególne znaczenie ma rozwój formatów związanych z urządzeniami przenośnymi. W związku z tym lwia część wzrostu obejmie właśnie segment mobilny – średnioroczna stopa rozwoju wyniesie 6,9 proc. do 2024 roku. Ten sam parametr w przypadku urządzeń stacjonarnych osiągnie poziom 1,7 proc.. Pod wpływem przywołanego trendu, udział reklam mobilnych w przychodach sięgnie 35,7 proc. w 2024 roku.

Usługi over-the-top (OTT)

W skali globu Subscription Video on Demand (SVOD) wyprzedzi w tym roku osłabioną pandemią sprzedaż biletów kinowych. Jednak nawet ustąpienie COVID-19 nie pozwoli już przychodom z tych ostatnich choćby zbliżyć się do wyników osiąganych przez rynek subskrypcji. Będzie to widoczne również w Polsce, która jest największym rynkiem usług OTT w regionie Europy Środkowej i Wschodniej. Wielkość tego segmentu wyniosła w 2019 roku 472 mln USD, zaś prognozowany przez PwC wynik na koniec 2020 roku to 596 mln USD. Oznacza to przyrost o ponad 26 proc i jasno wskazuje, jakiego rodzaju rozrywkę Polacy wybrali w czasie pandemii. Co więcej, silny trend rozwojowy będziemy obserwowali także w kolejnych latach. Jak wskazują prognozy, średnioroczna stopa wzrostu wyniesie 13,4 proc. do 2024 roku i tym samym na koniec analizowanego okresu wartość sektora sięgnie 884 mln USD. Rynek niemal w całości będzie zdominowany przez SVOD – subskrypcje treści wideo będą odpowiadały za 95,2 proc. przychodów w 2024 roku.



Nieoczekiwany wzrost wyników

OPR. AK

Grupa Cyfrowy Polsat, mimo trwającego stanu epidemii, zakończyła III kw. z wynikami przekraczającymi oczekiwania analityków rynku. Przychody Grupy przekroczyły 3 mld zł, skorygowana EBITDA wyniosła 1,1 mld zł, a zysk netto wzrósł do poziomu 345 mln zł. Grupa rozpoczęła również wypłatę rekordowo wysokiej dywidendy w łącznej kwocie 640 mln zł.

Najważniejsze dane operacyjne za III kw. 2020 r.:

- Liczba klientów usług multiplay, świadczonych m.in. w ramach flagowego programu **smartDOM**, wzrosła o 100 tys. (5 proc. r/r) do **2,048 mln**, co stanowi 37 proc. bazy klientów kontraktowych.

- do **6,28 mln** wzrosła liczba usług posiadanych przez tę grupę klientów.

- wskaźnik **churn** został obniżony do bardzo niskiego poziomu wynoszącego **6,1 proc. w skali roku**.

- Dynamiczny przyrost liczby usług kontraktowych – o 581 tys. r/r do blisko **15,2 mln**, a stanowią one 85 proc. wszystkich świadczonych usług.

- wzrost wskaźnika nasycenia usługami przypadającymi na klienta – o 5,4 proc. r/r, a każdy z klientów posiadał średnio 2,72 usługi z portfolio Grupy.

- średni przychód od klienta kontraktowego (**ARPU**) wzrósł o 2,5 proc. r/r i wyniósł **86,9 zł**.

- Baza prepaid na poziomie **2,7 mln** z rosnącym ARPU w wysokości **21,5 zł**.

- Łącznie Grupa Polsat świadczy ponad **17,8 mln** usług płatnej telewizji, internetu i telefonicznych, a ich liczba wzrosła w ciągu roku o ok. **600 tys.**

- Kanały Grupy Telewizji Polsat pozostawały w **czołówce rynku oglądalności** w grupie komercyjnej, osiągając w III kw. wynik **24,6 proc.**

- Przychody Grupy Telewizji Polsat z reklamy telewizyjnej i sponsoringu w III kw. wyniosły **252 mln zł**, w efekcie czego udział Grupy



w rynku reklamy TV wzrósł r/r do poziomu **29,0 proc.**

– Charakter i różnorodność naszej działalności sprawiły, że nasz biznes okazał się odporny na sytuację, w jakiej wszyscy się znaleźliśmy. Jednocześnie trzeci kwartał pozwolił nam odbudować wyniki segmentu mediowego, który najdotkliwiej odczuł skutki wiosennego lockdownu – mówi **Miroslaw Błaszczuk, prezes zarządu Cyfrowego Polsatu i Polkomtela, operatora sieci Plus.**

– Mając stabilną sytuację finansową, z myślą o dalszym rozwoju Grupy, prowadziliśmy duże projekty inwestycyjne. Kupiliśmy Grupę Interia, kanały FOKUS TV i Nowa TV rozszerzyły portfolio Telewizji Polsat, uruchomiliśmy sprzedaż fotowoltaiki pod marką ESOLEO, a dzięki intensywnej rozbudowie naszej sieci 5G w jej zasięgu już w przyszłym roku znajdzie się

ponad 11 milionów mieszkańców Polski – dodaje.

– Mimo trwającej epidemii, pod względem wyników finansowych był to dla nas bardzo dobry kwartał, a nasze rezultaty wyraźnie przekroczyły oczekiwania analityków rynkowych. Na wyniki segmentu usług B2C i B2B pozytywny wpływ miały m.in. stabilizacja przychodów detalicznych i dobra sprzedaż sprzętu. Do wzrostu przychodów segmentu mediowego przyczyniło się wyraźne odbicie rynku reklamy TV oraz konsolidacja wyników Interii. Bardzo silne wyniki finansowe tego segmentu w całości skompensowały ubytek wyniku EBITDA odnotowany wiosną. Mniejsza liczba bieżących wydarzeń sportowych w stosunku do jesieni 2019 roku oraz rozważne podejście do inwestycji w jesienną ramówkę miały odzwierciedlenie w 40-proc. wzroście wyniku EBITDA – twierdzi **Katarzyna Ostap-Tomann, członek zarządu ds. finansowych Cyfrowego Polsatu i Polkomtela.**

Wyniki finansowe Grupy Cyfrowy Polsat

mln zł	III kw. 2020	III kw. 2019	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	3 004	2 892	+3,8 proc.
EBITDA skorygowana ¹	1 082	1 021	+6,0 proc.
Marża EBITDA skorygowana	36,0 proc.	35,3 proc.	+0,7 p.p.

Wyniki finansowe segmentu mediowego: telewizja i online

mln zł	III kw. 2020	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	482	41 +9 proc.
EBITDA skorygowana ¹	135	40 +42 proc.
Marża EBITDA skorygowana	28,0 proc.	+6,5 p.p. –

¹EBITDA z pominięciem jednorazowych kosztów związanych z COVID-19 (w tym darowizn)



**WSZYSTKIM NASZYM KLIENTOM
ŻYCZYMY ZDROWYCH I RADOSNYCH
ŚWIĄT BOŻEGO NARODZENIA
ORAZ WSZELKIEJ POMYŚLNOŚCI I SUKCESÓW
W NOWYM ROKU 2021.**

DZIĘKUJEMY, ŻE JESTEŚCIE Z NAMI.



„Pokonani” w koprodukcji

Berlin 1946 – powojenne miasto, w którym nie ma już instytucji, nie ma porządku, nie ma praw, nie ma żadnych świętości; wyzwanie dla tych, którym udało się przeżyć wojnę. Amerykański gliniarz, Max McLaughlin (**Taylor Kitsch**) przybywa do zniszczonej stolicy pokonanych Niemiec. Ma wspierać tworzenie policyjnych struktur w mieście bezprawia i chaosu. W zadaniu pomaga mu lokalna policjantka Elsie Garten (**Nina Hoss**). Na ich celowniku znajduje się przestępca o pseudonimie



Kadr z serialu „Pokonani”

Engelmacher, Al Capone powojennego Berlina (**Sebastian Koch**). Max poszukuje także swojego zaginionego po wojnie brata Moritza (**Logan Marshall-Green**), który realizuje samozwańczą misję, będącą krucjatą na byłych nazistach. Wsparciem dla Maxa ma być stacjaujący w Berlinie konsul, Tom Franklin (**Michael C. Hall**). Powojenny Berlin pełen jest jednak tajemnic oraz sekretów, które starają się ukryć jego mieszkańcy. „Pokonani” to koprodukcja CANAL+ Polska, TANDEM Productions oraz BRON Studios i ZDF. Ośmioodcinkowy serialu w reżyserii Björna Steina i Månsa Mårlinda, swoją premierę będzie miał w Polsce 1 stycznia 2021 r. w CANAL+ PREMIUM oraz w usłudze CANAL+ telewizji przez internet.

wieści z platform

Ponad milion za sharing

Sąd Rejonowy w Wieliczce Wydział II Karny wydał wyrok w głośnej sprawie mieszkańca powiatu krakowskiego, który zajmował się procederem nielegalnego udostępniania sygnału płatnych platform telewizyjnych (tzw. sharing). Zgodnie z wyrokiem Sądu, oskarżony musi naprawić wyrządzone szkody i zapłacić pokrzywdzonym – **CANAL+ Polska oraz Cyfrowemu Polsatowi po ponad 526 tys. zł.** To rekordowa kwota w historii walki z procederem sharingu w Polsce. Mężczyzna został skazany również na rok pozbawienia wolności w zawieszeniu na okres trzech lat. Wyrok jest prawomocny. Mężczyzna został zatrzymany w marcu 2018 r. w domu jednorodzinnym na terenie powiatu krakowskiego, gdzie zbudował całą infrastrukturę służącą do nielegalnego dzielenia sygnału telewizyjnego. Policjanci zabezpieczyli tam sprzęt elektroniczny pełniący rolę serwerów „sharingowych” oraz dekodery i komputery. Do serwera wpiętych było kilkadziesiąt kart abonenckich, umożliwiających odbiór



Zabezpieczony sprzęt elektroniczny

płatnej, kodowanej telewizji, która następnie za pomocą internetu była udostępniana nieuprawnionym osobom. Organizator „sharingu”, za udostępnianie płatnej telewizji innym, pobierał opłaty, które były znacznie niższe niż przy zawarciu legalnej umowy. W trakcie przesłuchania policjanci znaleźli gotówkę w kwocie prawie 180 tys. zł. Sprawa miała charakter rozwojowy i w toku postępowania zatrzymano jeszcze jednego podejrzanego w tej sprawie. Drugi z mężczyzn został również prawomocnie skazany na karę pozbawienia wolności w zawieszeniu na okres próby oraz zapłatę odszkodowania na rzecz pokrzywdzonych.

Oferta odwołana

Pomimo wcześniejszych zapowiedzi zamiaru ubiegania się o dopuszczenie i wprowadzenie akcji zwykłych CANAL+ Polska SA do obrotu na rynku podstawowym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie, 10 listopada br. **TVN Media Sp. z o.o. oraz Liberty Global Ventures Holding B.V.** (oferta miała objąć wyłącznie istniejące akcje zwykłe będące w posiadaniu tych spółek) wspólnie zdecydowali o jej odwołaniu. Jak poinformowano w komunikacie, decyzja ta jest związana ze zmiennością na rynkach finansowych w ostatnim czasie, wpływającą negatywnie na możliwość przeprowadzenia oferty. Intencją akcjonariuszy sprzedających jest powrót to planów przeprowadzenia oferty, kiedy sytuacja



na rynkach finansowych będzie bardziej sprzyjająca. W ramach oferty, akcjonariusze sprzedający mieli zaoferować do 21 617 600 akcji zwykłych serii B spółki, stanowiących nie więcej niż około 49 proc. jej kapitału zakładowego, z czego do 14 117 600 akcji oferowanych przez TVN Media (około 32 proc. kapitału spółki), a do 7 500 000 przez Liberty Global Ventures Holding (około 17 proc. kapitału spółki). Grupa CANAL+ SA (podmiot wchodzący w skład Grupy Kapitałowej Vivendi SE) nie planowała sprzedaży akcji w ramach oferty.

Fotowoltaiczny gigant

ESOLEO Sp. z o.o. i Przedsiębiorstwo Remontowe PAK SERWIS Sp. z o.o. podpisały porozumienie pod nazwą „Transformacja energetyczna w regionie – budowa farmy fotowoltaicznej na rekultywowanych terenach Kopalni Adamów o mocy 70 MW wraz z niezbędną infrastrukturą techniczną”. Elektrownia fotowoltaiczna zostanie wybudowana na działkach o powierzchni ok. 100 ha, na zrekultywowanych gruntach, które uprzednio eksploatowano w procesie wydobywania brunatnego metodą odkrywkową. Teren znajduje się w granicach

administracyjnych gminy Brudzew. ESOLEO od stycznia br. jest spółką z **Grupy Cyfrowy Polsat** i oferuje instalacje fotowoltaiczne dla konsumentów i biznesu. – Stawiamy na sprawdzonych partnerów technologicznych w tym projekcie. Dostawcą modułów fotowoltaicznych będzie TALESUN, a falowniki dostarcza HUAWEI – w oparciu o ich rozwiązania technologiczne budujemy też instalacje fotowoltaiczne dla klientów indywidualnych i biznesowych, którzy z naszą ofertą mogą się także zapoznać w salonach Plusa i Cyfrowego Polsatu – mówi **Krzysztof Dziaduszyński, członek zarządu ESOLEO**. Farma fotowoltaiczna w Brudzewie będzie największą farmą PV w Polsce. Jej moc będzie ponad 18,5 razy większa od mocy największej działającej obecnie w Polsce elektrowni fotowoltaicznej znajdującej się w Czernikowie koło Torunia, której moc zainstalowana wynosi 3,77 MW. ESOLEO w sektorze biznesowym realizuje też m.in. elektrownie fotowoltaiczne na 200 sklepach dla DINO Polska.



Elektryczny Eutelsat Konnect

Eutelsat Communications z powodzeniem wprowadził do eksploatacji swojego nowego satelitę **Eutelsat Konnect** na pozycji orbitalnej 7°E. Dostępność wyniesionego na pokładzie rakiety Ariane dnia 16 stycznia 2020 r. satelity została opóźniona z powodu pandemii COVID-19 – informuje SAT Kurier. Po zakończeniu testów Eutelsat Konnect jest już operacyjny i ma stopniowo zwiększać stopień wykorzystania pojemności do 80 proc. do końca roku i 100 proc. do marca 2021 r. Eutelsat Konnect to całkowicie elektryczny satelita, zbudowany przez Thales Alenia Space i pierwszy, który korzysta z nowej platformy Spacebus Neo firmy Thales Alenia Space. Dzięki



przepustowości 75 Gb/s w sieci 65 wiązek kierunkowych zapewnia znaczne zasoby dla usług szerokopasmowych i wyznacza nowy wzorzec elastyczności w satelitach o wysokiej przepustowości, prowadząc do zoptymalizowanych współczynników wypełnienia. Zasięg zostanie początkowo podzielony między Europę, a około 55 proc. pojemności będzie skoncentrowane na obszarach o wysokim popycie, a mianowicie Francji, Włoszech, Niemczech, Hiszpanii, Wielkiej Brytanii i Afryce.

Japońska misja

Sonda kosmiczna **Hayabusa-2** sprowadziła na Ziemię unikatowe próbki materii pobranej podczas spotkania z **asteroidą Ryugu**. Kapsuła z pyłem zebrany z powierzchni ciała kosmicznego odłączyła się od macierzystego pojazdu i wylądowała w nocy z 5 na 6 grudnia br. na pustyni



Hayabusa-2

ni w południowej Australii. Misję zorganizowała japońska agencja badań kosmicznych **JAXA**, która wysłała sondę w kosmos blisko sześć lat temu. Zetknęła się ona z asteroidą Ryugu po raz pierwszy podczas manewru w lutym 2019 r. Później nastąpiło to jeszcze jeden raz. Przy tych okazjach sonda rozlokowała na powierzchni planetoidy trzy niewielkie skaczące urządzenia MINERVA-II oraz niemiecki próbnik MASCOT. W ciągu kilkunastu miesięcy „towarzyszenia” asteroidzie sonda prowadziła też obserwacje, które pomogły określić rodzaje materii i skał znajdujących się w jej strukturze (w tym ich skład chemiczny i właściwości geofizyczne). Celem misji było przede wszystkim pobranie materiału z powierzchni asteroidy, krążącej nieopodal Ziemi. Naukowcy mają nadzieję, że badania próbek pyłu dostarczą wskazówek dotyczących początków Układu Słonecznego, z czasów jego narodzin blisko 4,6 mld lat temu. Sama sonda tymczasem nie kończy jeszcze wyprawy. Została skierowana ku planetoidzie 1998 KY26. Dotarcie do niej nastąpi w 2031 r.

4 mln zł dla PISF od dostawców VOD

14 podmiotów wideo na żądanie wpłaciło opłatę audiowizualną za trzeci kwartał br. na rzecz **Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej**. Tak zwany podatek od Netflix'a obowiązuje od lipca 2020 r. Opłata w wysokości 1,5 proc. przychodu, pobierana od dostawców VOD, ma być przekazywana do PISF. Przepis o nowej opłacie audiowizualnej został wprowadzony w tzw. trzeciej tarczy antykryzysowej przygotowanej przez rząd. Wpłaty podmiotów VOD za trzeci kwartał 2020 r. z tytułu artykułu 19 ustawy o kinematografii wyniosły łącznie **3 997 406,85 zł** – informuje serwis „Press”. Kwota ta powiększy pulę środków przeznaczonych na programy operacyjne PISF. Wpłaty dokonały m.in.: Cyfrowy Polsat SA, Telewizja Polska SA, HBO Europe, Netflix International BV, Agora SA, Orange Polska SA, CANAL+ Polska SA i TVN SA.

Red Carpet z Pasją

Red Carpet Media Group Sp. z o.o. podpisała umowę o współpracy ze spółką dystrybucyjną **Pasjatv**. Tym samym Pasjatv została oficjalnym przedstawicielem **Red Carpet TV**, polskiego, bezpłatnego kanału lifestyle'owego, który dostarcza widzom pełen pakiet aktualności ze świata showbiznesu, popkultury i sztuki w nowoczesnej formie. Kanał ma charakter informacyjno-publicystyczny.

telemix

Grupa Kino Polska TV – skuteczna obrona

Grupa Kapitałowa Kino Polska TV dzięki zdywersyfikowanej strukturze przychodów obroniła się przed negatywnym wpływem COVID-19 na jej wyniki finansowe po trzech kwartałach 2020 r. Ok. 67 proc. przychodów Grupy stanowi wpływ z emisji i przychody ze sprzedaży licencji. W związku z czym Grupa, mimo kurczącego się rynku reklamy z powodu

pandemii, osiągnęła lepsze wyniki finansowe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Po trzech kwartałach Grupa odnotowała przychody na poziomie **152,1 mln zł (+14,4 proc. r/r)**. **Zysk netto** po trzech kwartałach wyniósł **15,4 mln zł (+28,8 proc. r/r)**, a wynik **EBITDA** **60,7 mln zł (+9,8 proc. r/r)**. **Średnia oglądalność kanałów Grupy w trzech kwartałach tego roku wyniosła 2,31 proc.** (SHR%, all 16–49, live) i była o jedną piątą

KINO
POLSKA
TV S.A.

większa niż rok wcześniej. Udział w oglądalności kanału **Stopklatka** w okresie od stycznia do września wyniósł **1,08 proc.** (SHR%, all 16–49, live) i zwiększył się o 16,1 proc. r/r. Udział kanału **Zoom TV** w oglądalności wyniósł **0,59 proc.** (SHR%, all 16–49, live) ze wzrostem o 15,7 proc. r/r. Kanał **Kino Polska** powiększył udział w oglądalności o 43,5 proc.,

Kino Polska Muzyka o 62,5 proc., **Kino TV** zaś o 13,3 proc. w porównaniu z poprzednim rokiem. Przychody z emisji, które stanowią ok. 55,2 proc. całkowitej sprzedaży Grupy, wzrosły o **10,6 proc. r/r**. Przychody z reklam po trzech kwartałach wzrosły o **6,9 proc. r/r**. Udział przychodów pochodzących z rynków międzynarodowych stanowił 37,0 proc. całkowitych przychodów Grupy w I–III kw.

Kochamy Polską Muzykę

Kanał **Kino Polska Muzyka** rozpoczął kampanię „**Kochamy Polską Muzykę**”, która wzmacnia wizerunek stacji emitującej największe polskie przeboje i wprowadza do komunikacji nowe hasło kanału. W spoście wizerunkowym widzowie **Kino Polska Muzyka** mówią o tym, dlaczego kochają polską muzykę. – Kampania „Kochamy Polską Muzykę” wzmacniamy wizerunek Kino Polska Muzyka jako jedynej w Polsce stacji telewizyjnej, która emituje największe polskie przeboje. W ostatnich miesiącach kanał notuje wzrosty oglądalności. To dowód na to, że



w tak trudnym dla wszystkich roku widzowie szczególnie chętnie wracają do polskiej muzyki i szukają ciepłych emocji z nią związanych – mówi **Patrycja Gałązka**, p.o. dyrektora marketingu **Kino Polska TV SA**. Kampania obejmuje największe portale (Onet, Interia), popularne media społecznościowe (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok) oraz antenę **Kino Polska Muzyka**. Kreację kampanii przygotował Dział Marketingu **Kino Polska TV SA**, zdjęcia do spotu zrealizowała firma Gatmedia, a za działania mediowe odpowiada dom mediowy RL Media.

WP – mniejsze wpływy, większy zysk

W trzecim kwartale br. **Wirtualna Polska Holding** zanotowała spadek przychodów sprzedażowych rok do roku o 16,6 proc. do **153 mln zł**, natomiast jej zysk netto wzrósł z 21,44 do **26,55 mln zł**. Epidemia mocno uderzyła w jej turystyczne spółki Wakacje.pl i Nocowanie.pl. Przychody pionu internetowego Wirtualna Polska Holding w zeszłym kwartale zmalały rok do roku o 18 proc. – ze 178,95 do **146,71 mln zł**. Zysk EBITDA (według nowego standardu MSSF

16) zwiększył się z 55,56 do **56,33 mln zł**, a skorygowany zysk EBITDA zmalał minimalnie (o 25 tys. zł) do **57,195 mln zł**. Rentowność Wirtualnej Polski poprawiła natomiast **Telewizja WP**, nadawana od czterech lat m.in. na ósmym multipleksie naziemnej telewizji cyfrowej. Kwartałne przychody stacji zwiększyły się rok do roku z 4,59 do **6,28 mln zł**, a skorygowany wynik EBITDA poszedł w górę z 1,95 mln zł straty do **17 tys. zł zysku**.

Podsumowanie wyników za Q3 2020 narastająco

mPLN	Q3 ytd 2020	Q3 ytd 2019	r/r	r/r %
Grupa razem				
Przychody ze sprzedaży	413,8	519,0	-105,2	-20%
Przychody gotówkowe	403,2	502,7	-99,5	-20%
Skorygowana EBITDA MSSF16	137,2	150,2	-13,0	-9%
EBITDA MSSF16	128,4	145,1	-16,7	-12%
Zysk netto	41,6	44,3	-2,6	-6%
Segment ONLINE				
Przychody ze sprzedaży	396,1	504,8	-108,7	-22%
Przychody gotówkowe	385,5	488,5	-103,0	-21%
Skorygowana EBITDA MSSF16	137,9	155,2	-17,3	-11%
Segment TV				
Przychody ze sprzedaży	17,7	14,2	+3,5	+24%
Skorygowana EBITDA	-0,8	-5,0	+4,2	+85%

* Excl. Result on revaluation and result barter transactions

Puls zmienia dom mediowy

Telewizja Puls oraz **TVN Media** nie doszły do porozumienia w sprawie warunków współpracy i zdecydowały się nie przedłużać obecnie obowiązującej (do 31 grudnia br.) umowy. W jej ramach TVN Media reprezentuje nadawcę w sprzedaży czasu reklamowego, sponsoringu i akcji specjalnych. Od momentu rozpoczęcia w 2011 r. współpracy, udział Telewizji Puls wzrósł trzykrotnie do 6,2 proc. SHR. Jednak od 1 stycznia 2021 r. to **Polsat Media** będzie wyłącznym



Dariusz Dąbski

reprezentantem handlowym Telewizji Puls. – Polsat Media wygrał w tym roku konkurs na sprzedaż reklam naszych kanałów. TV Puls i PULS 2 cały czas dynamicznie się rozwijają, będziemy nadal inwestować w naszą ofertę programową i jej promocję. Planujemy również inwestować w inne obszary związane z produkcją treści oraz licencji. Mamy nadzieję, że współpraca z Polsat Media wygeneruje dodatkowe bodźce dla dalszego rozwoju Telewizji Puls. – powiedział **Dariusz Dąbski**, prezes zarządu Telewizji Puls.

ATM Rozrywka pożegna MUX 1?

Przewodniczący KRRiT opublikował w Monitorze Polskim ogłoszenie o możliwości uzyskania koncesji na rozpowszechnianie kanału telewizyjnego w MUX 1 naziemnej telewizji cyfrowej. Chodzi o miejsce po **ATM Rozrywka**, którego koncesja wygaśnie 24 lutego 2021 r. i nie zostanie przedłużona. 2 listopada br. zarząd **ATM Grupa** otrzymał postanowienie przewodniczącego KRRiT, w którym odmówił on wszczęcia postępowania na podstawie wniosku spółki z 15 września br. o przywrócenie terminu do złożenia wniosku o udzielenie koncesji dla **ATM Rozrywka** na kolejny okres, ATM Grupa poinformowała, że bazując na dostępnych analizach prawnych stoi na stanowisku, że wniosek o udzielenie koncesji na rozpowszechnianie ATM Rozrywka na kolejny okres został skutecznie złożony w styczniu 2020 r. Innego zdania jest KRRiT, która twierdzi, że dokumenty do niej nie wpłynęły, i ostatecznie rozpięła nowy konkurs na miejsce w MUX 1. Wnioski mogą być składane w ciągu 45 dni od dnia opublikowania ogłoszenia, czyli do 25 grudnia 2020 r. Ogłoszenie KRRiT stanowi podstawę do składania wniosków o udzielenie jednej koncesji, na okres 10 lat, na rozpowszechnianie w sposób cyfrowy rozsiewczy naziemny w multipleksie pierwszym (MUX 1) programu telewizyjnego o charakterze uniwersalnym bądź wyspecjalizowanym. Niewykluczone, że ATM Grupa będzie ponownie starać się o uzyskanie koncesji.

Da Vinci Kids z nową wersją aplikacji

Da Vinci Kids, rozrywkowa platforma edukacyjna dla dzieci, wprowadziła na rynek nową wersję swojej aplikacji mobilnej. Odświeżona aplikacja Da Vinci Kids, pełna nowych funkcjonalności i aktualizacji, ma nadal tę samą misję – wzbudzania



u dziecka ciekawości świata i chęci do pogłębiania wiedzy u dzieci i rodzin na całym świecie. Obecne ulepszenia to m.in.: nowe gry i łamigłówki; treści dobrane wokół tematów takich jak kodowanie, rozwiązywanie problemów i kreatywność, ale też historia, sztuka, przyroda; spersonalizowane profile dzieci z nowymi opcjami awatarów; poziom nauczania dostosowany do wieku dziecka; łatwiejsza nawigacja – dzieci mogą szybko odkrywać swoje ulubione filmiki i gry. Aplikacja przeznaczona jest dla dzieci w wieku od 6 do 12 lat. Dostępna do pobrania w App Store i Google play. Link do pobrania aplikacji: <https://davincikids.onelink.me/ZvWH/IN>.

Kamil Stoch zaprasza do Klubu Kumpli!

Rozpoczęła się 6. edycja kampanii społecznej **Cartoon Network „Bądź kumplem, nie dokuczaj”**, której celem jest promowanie życzliwych postaw i przeciwdziałanie dokuczaniu. Jej ambasadorem został **Kamil Stoch**. Badanie wykonane w Polsce, Czechach, Niemczech, Węgrzech i Rumunii na potrzeby kampanii sprawdzało nawyki i emocje dzieci podczas nauki zdalnej. Zapytano uczniów o częstotliwość występo-



wania poszczególnych postaw w grupie rówieśniczej. Według uzyskanych odpowiedzi, najmłodszy dużo częściej doświadczali zachowań opartych na życzliwości – taką odpowiedź wskazało aż 73 proc. ankietowanych. Natomiast zaledwie 15 proc. wspomniało o dokuczaniu przez kolegów lub koleżanki. Jest to duża zmiana w porównaniu z edukacją stacjonarną – w ubiegłym roku 45 proc. rodziców deklaroowało, że ich dziecko doświadcza w szkole tego problemu. W celu wsparcia nauczycieli w promowaniu życzliwych postaw na stronie

kampanii <https://badzkumplem.cartoonnetwork.pl/> zamieszczono bezpłatne materiały edukacyjne przygotowane przez Centrum Edukacji Obywatelskiej: scenariusze lekcji, przewodnik metodyczny, minizadania i miniprojekty dla uczniów szkół podstawowych.

Wszystkie pomoce są dostosowane do wariantu nauki zdalnej. Klasy, które przyłączą się do akcji, otrzymają certyfikat „Klubu Kumpli”.

Na stronie udostępniono również porady dla dzieci i rodziców przygotowane we współpracy z Pracownią Psychologiczną NINTU. Honorowy patronat nad kampanią Cartoon Network „Bądź kumplem, nie dokuczaj” objął Rzecznik Praw Dziecka Mikołaj Pawlak. Akcja potrwa do 20 grudnia i jest wsparta działaniami w mediach społecznościowych oraz ogólnopolską kampanią telewizyjną. Na antenie Cartoon Network i w wybranych kanałach platformy nc+ i w internecie zostanie wyemitowany spot z udziałem Ambadora.

Złote Delfiny dla polskich dokumentów

Reportaż „Superwizjera” TVN 24 „**Niech toną**” w reżyserii **Wojciecha Bojanowskiego** oraz film dokumentalny **Ewy Ewart i Jacka Stawiskiego** – „**My, naród**” zdobyły **Złote Delfiny** podczas festiwalu **Cannes Corporate Media & TV Awards 2020**. Pierwszy w kategorii „Sprawy bieżące, problemy ludzkie i problemy społeczne”, drugi w kategorii „Historia i osobowości, portrety”. W. Bojanowski przez kilka tygodni był członkiem załogi statku Sea-Watch 3, który patroluje wody u wybrzeży Libii

i próbuje ratować tych, których czeka niemal pewna śmierć. Film „**My, naród**” powstał z okazji 30. rocznicy częściowo wolnych wyborów w Polsce. Od 2010 r. Cannes Corporate Media & TV Awards ustanawia światowe standardy dla filmów korporacyjnych. W skład jury wchodzi laureaci Oscara i Emmy oraz specjaliści do spraw komunikacji korporacyjnej. Dotychczasowi zdobywcy nagród z pięciu kontynentów i laureaci Grand Prix z Australii, Brazylii, Francji, Holandii i Szwajcarii.

„Raport” w Polsat News

„Raport” to (od 17 listopada br.) nowy program reporterów **Polsat News**, którzy będą ujawniać nieznane kulisy i wątki spraw, którymi żyje Polska. W programie znajdują się wyjątkowe



„Raport”, prowadzący Michał Stela i Agnieszka Zalewska

rozmowy z bohaterami aktualnych ważnych wydarzeń. Będzie również pokazywał śledztwa dziennikarskie prowadzone

przez dziennikarzy Polsat News. Gospodarzami „Raportu” są **Agnieszka Zalewska** z zespołu „Państwa w państwie” i **Michał Stela**, dotychczas prowadzący „Interwencję” Polsatu. W zespole programu, oprócz Beaty Glinkowskiej, Edyty Sienkiewicz, Magdaleny Gębickiej i Marcina P. Wrony, znalazła się trójka byłych dziennikarzy „Czarno na białym” TVN 24 – Cyprian Jopek, Leszek Dawidowicz i Jacek Smaruj, a także Ewa Sitarzka, wcześniej związana z „Alarmem!”

TVP 1. Reportaże do „Raportu” przygotowują również korespondenci krajowi i zagraniczni Polsat News. Emisja od poniedziałku do piątku o godz. 20.50.

Teatr na żądanie

Teatr Powszechny w Warszawie uruchomił własny kanał **VOD**, by transmitować online spektakle grane na żywo i udostępniać nagrania spektakli spoza bieżącego repertuaru. Premierowym wydarzeniem na kanale VOD Teatru Powszechnego była październikowa transmisja na żywo spektaklu „Mein Kampf” w reżyserii Jakuba Skrzywanka. Spektakl grany na Scenie Dużej Teatru Powszechnego był transmitowany na żywo i dostępny dla wszystkich, którzy w systemie VOD kupili bilety z kodem. „Wychodzimy z założenia, że teatr publiczny w obecnej sytuacji epidemiologicznej oraz polityczno-społecznej za wszelką cenę nie powinien zaprzestać

działalności (...), dlatego obok tradycyjnej działalności teatralnej chcielibyśmy rozwijać nowe formy działania online” – czytamy w komunikacie Teatru Powszechnego. „Mamy nadzieję, że po półrocznym okresie strat z powodu odwołanych spektakli i wyjazdów oraz zawieszenia działalności



w siedzibie, kanał VOD pozwoli lepiej utrzymać repertuarowy rytm pracy oraz stały kontakt z naszymi widzami” – napisano.

Francuska Ligue 1 wraca do polskiej telewizji

Polscy kibice mogą ponownie emocjonować się rywalizacją najlepszych francuskich drużyn i występujących w nich gwiazd światowego futbolu. **ELEVEN SPORTS** (główny nabywca praw od beIN MEDIA GROUP) i **CANAL+** (na zasadzie sublicencji)



pozyskały prawa do transmisji wszystkich meczów francuskiej **Ligue 1 Uber Eats** w sezonach 2020/21 – 2023/24. Umowa na sublicencję zawarta między stacjami telewizyjnymi zezwala na równoległą transmisję wszystkich meczów. Oznacza to, że nadawcy będą mogli swobodnie wybierać, które ze spotkań pokażą swoim widzom w każdej kolejce rozgrywek, a w przypadku zbieżnych decyzji spodziewać się możemy równoległych transmisji zarówno na antenach **ELEVEN SPORTS** jak i **CANAL+**. **ELEVEN SPORTS** miał prawa do ligi francuskiej w sezonach od 2015/2016 do 2017/2018. Wcześniej rozgrywki pokazywał na polskim rynku **CANAL+**. Ostatnio Ligue 1 nie transmitowała żadna telewizja w Polsce.

HOME TV za TVR, TVC za NTL

1 grudnia br. doszło do zmian w portfolio kanałów Michała Winnickiego. W tym dniu zmieniły się nazwy programów telewizyjnych



TVR (na **HOME TV**) i **NTL Radomsko** (na **TVC**). Stacje dalej będą dostępne w ofercie Platformy CANAL+, Orange TV, UPC Polska, Vectry, TOYA, Netii (**TVC** ponadto w Cyfrowym Polsacie) oraz w wybranych rejonach Polski w naziemnej telewizji cyfrowej. **HOME TV** prezentować będzie audycje związane z wnętrzami, remontami, metamorfozami domów i ogrodnictwem oraz



programy kulinarne. W ofercie kanału znajdują się zarówno poradniki, które pozwolą odkryć swój ogród na nowo, jak i ciekawe serie dokumentalne, które wprowadzą widzów w świat dynamicznie rozwijających się rynków nieruchomości. W ramówce znajdują się również programy kulinarne. Z kolei **TVC** to telewizja z centrum Polski. Widzowie w ramówce znajdą kultowe filmy i seriale, ciekawe programy poradnikowe, seriale animowane dla najmłodszych oraz informacje z regionów. **TVC** to także widowiska artystyczne dla całych rodzin, w tym między innymi koncerty i kabarety.

Start kanału TVP Dokument

19 listopada br. wystartował nowy kanał tematyczny **Telewizji Polskiej – TVP Dokument**. Jest to pierwszy naziemny kanał TVP skupiony na tematyce dokumentalnej, dostępny w ramach Naziemnej Telewizji Cyfrowej. **TVP Dokument** jest nadawany w ramach testów nowego standardu nadawania **DVB-T2/HEVC**, prowadzonych z nadajników zlokalizowanych w Warszawie, Krakowie, Katowicach, Poznaniu oraz Gdańsku. Będzie też dostępny w sieciach kablowych i na platformach satelitarnych. Zróżnicowaną ofertę programową stacji tworzą seriale i filmy dokumentalne, poruszające tematy społeczne, historyczne, polityczne i kulturowe. W ramówce znajdują się także głośne produkcje przyrodnicze, podróżnicze i popularno-naukowe BBC Stu-



dios, m.in.: „Madagaskar”, „Kuba – rewolucja od kuchni”, „Wszystkie kolory świata”. Na antenie nie zabraknie też własnych produkcji. Pierwszą z nich jest autorski program Barbary Włodarczyk „**Barbara Włodarczyk zaprasza**”, emitowany we wtorki przed pasmem filmów dokumentalnych

poruszających najważniejsze bieżące sprawy, jak i problemy społeczne na świecie. Stacja będzie się składać z trzech

strategicznych pasm nadawanych w godz. 6.00–12.00, 12.00–19.30 i 19.30–3.00. Poranne pasmo oparte będzie na produkcjach przyrodniczych, popołudniowe na filmach popularnonaukowych, podróżniczych i biograficznych, podczas gdy wieczorem pojawiają się flagowe serie dokumentalne TVP, jak i pojedyncze filmy dokumentalne, każdego dnia o odmiennej tematyce.

Kanał ID odświeża oprawę

Kanał ID, należący do Grupy TVN Discovery, odświeżył oprawę graficzną i logotyp. Nowa identyfikacja wizualna ma być odpowiedzią na dynamiczne zmiany świata mediów, w tym ewoluujący sposób dotarcia do widzów. „ID od lat cieszy się pozycją lidera wśród kanałów o tematyce kryminalno-rozrywkowej. Nadrzędnymi wartościami stacji są prawda, nadzieja i empatia. Produkcje z biblioteki ID ukazują historie pełne blasków i cieni czło-



wieczeństwa, rzucając światło na to, co w ludziach najgorsze oraz to, co najlepsze. Nowa oprawa odpowiada również na oczekiwania widzów, fanów zagadek kryminalnych” – przekonuje nadawca.

4fun Media rezygnują z telewizji

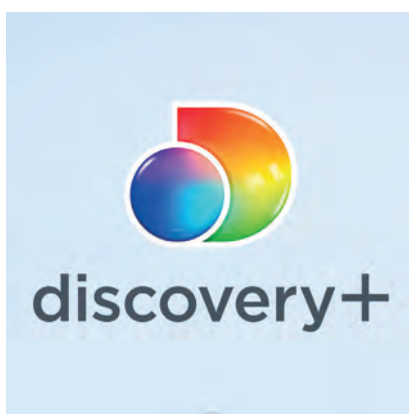
Zarząd **4fun Media SA** poinformował w listopadzie br. o zawarciu umów sprzedaży udziałów swoich spółek zależnych: **Cupsell Sp. z o.o.** oraz **4fun Sp. z o.o.** Kupującym udziały jest większościowy akcjonariusz 4 fun Media, spółka **Epicom Limited** Dariusza Stokowskiego. Epicom ma siedzibę w Larnace (Cypr) i posiada 2 609 876 akcji 4 fun Media, stanowiących **61,57 proc.** kapitału zakładowego. Spółka 4fun, która jest nadawcą kanałów 4fun.tv, 4fun Dance i 4fun Kids, zostanie sprzedana za 5,4 mln zł. Wartość transakcji sprzedaży spółki e-commerce Cupsell wyniesie



677 tys. zł. W ten sposób 4fun Media SA wycofuje się z rynku telewizyjnego, który w ocenie zarządu ma przed sobą bardzo ograniczone perspektywy wzrostu. „W obecnym kształcie rynek ten jest bardzo nasycony z uwagi na ogromną liczbę nadawców, wśród których prym wiedzie kilka dużych grup mediowych” – stwierdza zarząd 4fun Media SA. Spółka zamierza skupić się na rozwoju – jej zdaniem – najbardziej perspektywicznego segmentu działalności, którym jest obecnie sprzedaż reklam zewnętrznym z obszaru Digital Signage, prowadzona przez spółkę zależną Screen Network.

Discovery+ wkrótce w Polsce

Discovery, Inc. ogłasza uruchomienie nowego globalnego serwisu streamingowego **discovery+**. W USA platforma zadebiutuje 4 stycznia 2021 r. Serwis discovery+ w Stanach Zjednoczonych będzie większy niż jakakolwiek inna platforma VOD w momencie uruchomienia. Znajdzie się w nim ponad 55 tys. odcinków kultowych programów, w tym kolekcja **Natural History BBC**, produkcje **A&E Networks** oraz **Group Nine**. W poszczególnych krajach oferta D2C Discovery będzie się rozwijać dzięki ogromnej bibliotece treści w lokalnych językach oraz bogatej ofercie relacji sportowych na żywo. **Jeszcze w 2020 r. discovery+ będzie dostępne także w Polsce w ramach oferty player.pl.** W 2021 r. planowane jest uruchomienie platformy na ponad



25 kluczowych rynkach, w tym m.in. w krajach skandynawskich, we Włoszech, Holandii i Hiszpanii. Od listopada br. discovery+ działa w Wielkiej Brytanii i Irlandii. Serwis pojawi się również w Ameryce Południowej, m.in. w Brazylii, oraz w niektórych krajach Azji.

Zmiany w TVN Digital SA

Dorota Żurkowska-Bytner, członkini zarządu TVN SA, weszła do zarządu spółki zależnej – **TVN Digital SA**. – Zmiany we władzach spółki TVN Digital SA są związane z odejściem Maćka Maciejowskiego – wyjaśnia **Katarzyna Issat**, szefowa ds. komunikacji korporacyjnej TVN Grupa Discovery. D. Żurkowska-Bytner pełni funkcję członkini zarządu. – W nowej strukturze nie przewidujemy stanowiska prezesa i wiceprezesa – informuje K. Issat. W zarządzie TVN Digital zasiada również **Maciej Gozdowski**, dyrektor zarządzający Playera. Przychody spółki pochodzą ze sprzedaży dostępu do Playera i TVN24 GO. D. Żurkowska-Bytner jest m.in. dyrektorką Eurosportu w Polsce.



Dorota Żurkowska-Bytner



Maciej Maciejowski

RMN uzupełniona

Prezydent RP Andrzej Duda powołał posła Lewicy **Roberta Kwiatkowskiego** w skład **Rady Mediów Narodowych**. Jego kandydaturę zgłosił koalicyjny klub parlamentarny Lewicy. Od 1996 do 1998 r. R. Kwiatkowski zasiadał w Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji. W latach 1998-2004 był prezesem Telewizji Polskiej. Uzupełnienie składu RMN było niezbędne, bo w sierpniu z członkostwa w Radzie zrezygnował Grzegorz Podzórny, wybrany do Rady z rekomendacji klubu Kukiz'15.

FOKUS TV

Patrol Tatry

Hitowy serial dokumentalny o służbie strażników Tatrzańskie-go Parku Narodowego. Jak wygląda ich codzienna praca? Z czym muszą się mierzyć? Każdy odcinek to pełna emocji walka z czasem, nieokreślonym żywiołem, a także

z własnymi ograniczeniami i strachem. „Patrol Tatry” powstał w ścisłej współpracy z Tatrzańskim Parkiem Narodowym. Jego bohaterami są ludzie o niezwyklej sile charakteru, którzy jak nikt inny poznali tajemnice gór i Parku. Oprócz

pracowników TPN w serialu pojawiają się również ratownicy TOPR-u, właściciele schronisk górskich, taternicy, przyrodnicy. Ludzie, którzy codziennie stawiają czoła najtrudniejszym wyzwaniom, ryzykując życiem i zdrowiem.

EMISJE: W NIEDZIELE, GODZ. 15.25



Ant-Man

SCIENCE FICTION, USA, 2015, REŻ. PEYTON REED, OBSADA: MICHAEL DOUGLAS, BOBBY CANNAVALE, MICHAEL PEÑA, COREY STOLL, EVANGELINE LILLY

Biochemik dr Hank Pym wykorzystuje swoje najnowsze odkrycie naukowe – grupy subatomowych cząstek, aby stworzyć formułę zmieniającą wielkość. Tymczasem zawodowy oszust Scott Lang po wyjściu z więzienia ma problem



ze znalezieniem pracy. Przez to za namową kolegi Luisa podejmuje się kolejnej kradzieży – tym razem w domu założyciela Pym Technologies, Hanka Pyma. W posiadłości Lang znajduje jedynie dziwny kostium, który z ciekawości postanawia na miejscu przetestować. Okazuje się, że dzięki niemu może zmniejszyć się do rozmiaru insekta. Jako Ant-Man za sprawą niezwykłego kostiumu, dzięki któremu przybiera postać mrówki, zyskując jednocześnie nadludzką siłę, staje się superbohaterem. Gdy świat stanie w obliczu nowej generacji zagrożeń, Ant-Man wraz ze swoim mentorem – doktorem Hankiem Pymem zaplanuje skok, który może zapobiec światowej katastrofie.

PREMIERA: 21 GRUDNIA, GODZ. 20.00



Gwiezdne wojny: Przebudzenie Mocy

SCIENCE FICTION, USA, 2015, REŻ. J.J. ABRAMS, OBSADA: DAISY RIDLEY, HARRISON FORD, OSCAR ISAAC, ADAM DRIVER, MARK HAMILL, CARRIE FISHER

Siódmy epizod gwiazdnej sagi. Akcja filmu rozgrywa się trzydzieści lat po bitwie Rebeliantów o Endor, która przesądziła o upadku Sithów. Na gruzach Imperium wyrasta nowa złośliwa organizacja Najwyższy Porządek i dąży do unicestwienia ostatniego Jedi, by przejąć władzę w Galaktyce. Gdy najbardziej jest potrzebny, nie wiadomo, gdzie przebywa Luke



Skywalker. Pod jego nieobecność tylko Ruch Oporu, na czele którego stoi jego siostra, Leia Organa, może pokrzyżować te koszmarnie plany. Leia, z poparciem władz Nowej Republiki, pragnie odnaleźć swojego brata oraz przywrócić pokój w Galaktyce.

PREMIERA: 23 GRUDNIA, GODZ. 20.10

Dziadek do orzechów i cztery królestwa

WIDOWISKO AKTORSKIE, USA, 2018, REŻ. LASSE HALLSTRÖM, JOE JOHNSTON, OBSADA: KEIRA KNIGHTLEY, MORGAN FREEMAN, HELEN MIRREN, MCKENZIE FOY, MATTHEW MACFADYEN, MIRANDA HART

Bohaterką tego filmu jest dziewczynka o imieniu Clara, która w Wigilię Bożego Narodzenia jest świadkiem niezwykłych wydarzeń. Widzi ona, jak jej ulubiona zabawka – Dziadek do orzechów – ożywa i staje do walki z Królem Myszy. Po pokonaniu potwora Dziadek do orzechów zabiera Clare do magicznej krainy, zamieszkałej przez lalki. Dziewczyna szuka jedynej w swoim rodzaju klucza, który pozwoli jej otworzyć pudełko z darem od zmarłej matki. W czasie poszukiwań trafia do tajemniczego, innego wymiaru. W drodze poznaje żołnierza Phillipa. Po przybyciu na wyznaczone miejsce nastolatka spotyka Cukrową Wróżkę i dowiaduje się, że królestwom Śnieżynka, Kwiatów i Słodczych zagraża armia mrocznej krainy, którą rządzi Matka Cyrkonia, Władczyni Czwartego Królestwa.

PREMIERA: 25 GRUDNIA, GODZ. 20.00





#ZOSTAŃWDOMU

BĄDŹ JAK KEVIN



Dział Handlowy: dystrybucja@polsat.com.pl, Anna Łomako 660 700 932, Danuta Rojewska 600 060 185,
Agnieszka Walak 887 831 252. Promocja B2B: Marta Skaryszewska 694 120 631.



Piotruś Królik

PRZYGODOWY, USA 2018, REŻ. WILL GLUCK, OBSADA: JAMES CORDEN, DOMHNALL GLEESON, ROSE BYRNE

Film animowany na podstawie serii książek Beatrix Potter. Malarka Bea mieszka na wsi i pomaga rodzinie wesołego kró-

lika, Piotrusia. Jej sąsiad, McGregor, nienawidzi gryzoni i stara się za wszelką cenę je przepełdzić. Gdy McGregor umiera na atak serca, jego rezydencję dziedziczy w spadku Thomas McGregor. Króliki rozpoczynają wojnę z nowym właścicielem



PREMIERA: 20 GRUDNIA, GODZ. 16.00



Bez śladu (sezon 6.)

SERIAL KRYMINALNY, USA 2007, OBSADA: ERIC CLOSE, POPPY MONTGOMERY, ANTHONY LAPAGLIA

Serial opowiada o specjalnej jednostce FBI z Nowego Jorku, która zajmuje się odnajdywaniem zaginionych osób. Poszukiwanie ludzi,



którzy znikają w niewyjaśnionych okolicznościach, wymaga zgłębienia ich osobowości, kontaktów i odtworzenia ostatnich momentów ich życia. Właśnie w tym miejscu zaczyna się praca zespołu, którym dowodzi agent Jack Malone (Anthony LaPaglia). Agenci tworzą dokładny portret psychologiczny poszukiwanej osoby i odtwarzają ostatnie 24 godziny jej życia.

PREMIERA: 3 GRUDNIA, GODZ. 20.05; KOLEJNE ODCINKI OD PONIEDZIAŁKU DO CZWARTKU O GODZ. 20.05



The Shield: Świat glin (sezon 4.)

SERIAL KRYMINALNY, USA 2005, OBSADA: MICHAEL CHIKLIS, GLENN CLOSE

Grupa Uderzeniowa zostaje rozwiązana z powodu zarzutów

o korupcję, co sprawia, że przyszłość Vica staje pod znakiem zapytania. Po wyborze do rady miasta Aceveda opuszcza posterunek, a jego miejsce zajmuje Monica Rawlings, weteranka o silnym charakterze, która zrobi wszystko, aby wykonać swoje zadanie.

PREMIERA: 7 GRUDNIA, GODZ. 15.35; KOLEJNE ODCINKI OD PONIEDZIAŁKU DO PIĄTKU O GODZ. 14.25 I 15.35



Godzilla

FILM AKCJI, USA 1998, REŻ. ROLAND EMMERICH, OBSADA: JEAN RENO, MATTHEW BRODERICK, MARIA PITILLO, HANK AZARIA, KEVIN DUNN

W głębi dżungli Południowego Pacyfiku eksplozja nuklearna powołuje do życia niezwykłą

istotę. Przez dziesiątki lat pozo-

stawała w ukryciu, teraz pokaże się światu w całej swej okazałości. Jest najsłynniejszym potworem w historii kina, ma stopę wielkości autobusu, ogon długości ratuszowej wieży i siłę, której nikt nie dorówna.

PREMIERA: 19 GRUDNIA, GODZ. 18.00



Planete +

Zwierzęta Wajraka

SERIA DOKUMENTALNA, POLSKA,
2020, REŻ. ANDRZEJ ZAŁĘSKI
Adam Wajrak, dziennikarz i pisarz
zaangażowany w ochronę śró-



dowiska, wyrusza w podróż po Polsce, by obserwować rodzime gatunki. Wraz z nim będziemy podglądać życie borsuczej rodziny i gody jelonków rogaczy. Dowiemy się, jak bezpiecznie i skutecznie obserwować i fotografować zwierzęta w trudnych warunkach terenowych. Zobaczymy też, jaki wpływ na stan różnych ekosystemów ma działalność człowieka. Z cyklu: DZIKA NATURA
PREMIERY: W NIEDZIELE, GODZ. 15.30



Brigitte Bardot, obrończyni zwierząt

FILM DOKUMENTALNY, FRANCJA,
2019, REŻ: RACHEL KAHN,
FRANÇOIS CHAUMONT
W 1973 roku Brigitte Bardot ma 39 lat. Świat leży u jej stóp. Jest marzeniem mężczyzn i idolką



Patrick Swayze – tancerz, aktor

FILM DOKUMENTALNY, USA, 2019,
REŻ. ADRIAN BUITENHUIS
Tancerz, łyżwiarz i choreograf, a przede wszystkim aktor. Rolą instruktora tańca w „Dirty dancing” (1987) podważył i na nowo zdefiniował ideał męskości. Do Patricka Swayze wzdychały nastolatki i ich matki. Aktor nie wahał się jednak przyjmować ról niezgodnych z jego wizerunkiem uroczego mężczyzny. Poza ekranem toczył bitwy z alkoholem i rakiem. Autorzy dokumentu oddają głos jego najbliższymi. Pasmo: BIOGRAFIE
PREMIERA: 12 GRUDNIA, GODZ. 22.00

wyemancypowanych seksualnie kobiet. Nagle ogłasza zakończenie kariery. Chce walczyć o prawa zwierząt! W latach 70. ta kwestia jest kontrowersyjna i świeża. Dla buntowniczej z natury Brigitte staje się sensem i celem życia. W filmie aktorka opowiada o kulisach swojej decyzji, miłości do zwierząt i kina. Pasmo: BIOGRAFIE
PREMIERA: 19 GRUDNIA, GODZ. 22.00

Domo +

Bryan i jego wyspa

SERIA REALITY, KANADA, 2018
Kanadyjczyk Bryan Baeumler od lat prowadzi firmę budowlaną, jest też gospodarzem kilku programów telewizyjnych. Choć odnosi suk-



cesy, czuje niedosyt. W 2017 roku wraz z żoną kupuje opuszczony ośrodek wypoczynkowy w South Andros na Bahamach. Przeprowadzają się tam z czwórką dzieci, by wyremontować porośnięty zieliskiem kompleks i uczynić z niego kwitnący kurort. Ich zmaganiom towarzyszą kamery.

EMISJE: OD 3 GRUDNIA, OD PONIEDZIAŁKU DO PIĄTKU, GODZ. 17.00

Komfort po australijsku (sezon 2.)

SERIA DOKUMENTALNA, AUSTRALIA,
2019
Wraz z parą prowadzących, Micha-
elem i Carlene Duffy, odwiedzamy

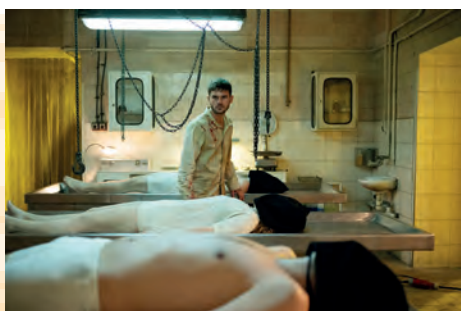


najbardziej komfortowe domy w Australii. Choć zbudowane są w różnych stylach i lokalizacjach, łączy je jedno – dbałość o maksymalną wygodę mieszkańców. Innowacyjne rozwiązania techniczne, wysokiej klasy materiały, autorskie projekty i malownicze otoczenie. Luksus ma swoje prawa! I niebagatelną cenę.
PREMIERA: 7 GRUDNIA, GODZ. 21.00



Treadstone (sezon 1.)

Serial szpiegowski autorstwa Tima Kringa. Fabuła, obfitująca w mocne sceny akcji i złożone intrygi, z pewnością spodoba się fanom przygód Jasona Bourne'a. Opowiada o „uśpionych” agentach wywiadu z różnych stron świata, którzy budzą się, by wykonać nie-



bezpieczne zadania. Obserwujemy brawurowe poczynania wyjątkowych ludzi dysponujących mocami, o jakie nawet się nie podejrzewali. W kolejnych odcinkach Bentley dokonuje pewnego odkrycia, Doug wyrusza na trudną misję, a Tara mierzy się ze swoją przeszłością. Pomału wyjaśnia się też zagadka intrygi, w którą zostali wplątani.

**EMISJA: W NIEDZIELE
OD GODZ. 21.00.**

Świąteczna uczta kryminału

Dla miłośników zagadek kryminalnych 13 Ulica przygotowała niezwykłą ucztę. Przez cały świąteczny tydzień będą mieli szansę poćwiczyć swoje talenty detektywistyczne podczas seansów filmowych, na które stacja



serdecznie zaprasza. Okazją do sprawdzenia własnych zdolności dedukcyjnych będą śledztwa prowadzone w wiejskim otoczeniu Grantchester, hrabstwa Midsex czy na francuskiej prowincji, gdzie działa kapitan Marleau. Jak dowodzą poświęcone im seriale, zbrodnie nie są wyłączną domeną mrocznych ulic wielkich miast. Bezwzględnych zabójców można spotkać również na zalanych słońcem wiejskich drogach.

**EMISJA: OD 24 DO 31 GRUDNIA,
CODZIENNIE OD GODZ. 18.15**

SCI FI

Maraton Runaways

Zapowiadana na styczeń premiera trzeciego sezonu tego popularnego serialu stanowi świetną okazję dla przypomnienia jego wcześniejszych odcinków. Bohaterowie sądzą, że jedyne co ich łączy to fakt, że są nastolatkami.

Kiedy jednak odkrywają, że ich rodzice mają wspólny mroczny sekret, młodzi łączą siły. Alex Wilder (**Rhenzy Feliz**) staje na czele ich grupy. Są zdeterminowani, by poznać tajemnicę dorosłych i znaleźć sposób, by się im przeciwstawić, zanim będzie za późno. Fabuła serialu osadzona jest w uniwersum komiksów Marvela. Występują **Lyrica Okano, Virginia Gardner, Areila Barer, Gregg Sulkin i Allegra Acosta**.



**EMISJE: 12-13 ORAZ 19-20
GRUDNIA, OD GODZ. 16.15**

E!

Pokerowe twarze celebrytów

Kevin Hart i jego żona **Eniko** są gospodarzami programu, w którym trzy pary celebrytów rywalizują ze sobą, biorąc udział w przeżabawnych konkurencjach. Wśród uczestników zobaczymy takie osoby jak Terry i Rachel Bradshaw, Rob Schneider i Patri-

cia Maya Schneider, Tracee Willis Ross i Evan Ross, Meghan Trainor i Ryan Trainor, Victor Cruz i Karreche Tran oraz wiele innych. Hartowie poprowadzą wyjątkowe, pełne humoru spotkanie poświęcone grom i zabawom. Gości



programu czekają zaskakujące niespodzianki i szereg zadań wymagających również fizycznego zaangażowania – odgadywanie, które z podanych stwierdzeń są prawdziwe, czytanie z ruchu warg partnera czy zaprezentowanie dynamicznego tańca, który umożliwi pozbycie się jak największej liczby piłek z pojemnika umieszczonego wokół talii. Zwycięska para otrzyma nagrodę pieniężną, którą przeznaczy na wybrany przez siebie cel charytatywny, oraz niezwykle trofeum – złotą statuetkę Kevina Harta!

EMISJA: W PIĄTKI, GODZ. 22.00



Magia świąt w Zoom TV

Ostatni miesiąc roku w Zoom TV będzie należał do pełnych ciepła komedii romantycznych, które każdego wprowadzą w świąteczny nastrój i pozwolą zanurzyć się w niepowtarzalnej atmosferze. W grudniu kanał zaprasza na świąteczne filmy od poniedziałku do piątku o godz. 21.00 oraz w weekendy o godz. 20.00.

Cykl „Magia świąt przez cały grudeń w Zoom TV” rozpocznie film „Świąteczny rewanż”, w którym zobaczymy, jak smakuje miłosna zemsta na zimno. Kiedy zdradzane i bardzo inteligentne kobiety łączą siły, by zemścić się na niewiernym eks, można być pewnym, że nie zabraknie wyrafinowanych tortur. A czy „Idealne święta” są możliwe? Holly jest szczęściarą. Do pełni szczęścia brakuje jej tylko idealnego chłopaka, takiego jak manekin z wystawy. Gdy pewnego dnia manekin... ożywa, Holly ma szansę przekonać się, czy idealna miłość istnieje. Jedyne w swoim rodzaju będą „Święta w Pemberley”. Gdy Elizabeth planuje zorganizować świąteczną imprezę, przypadkowo poznaje właściciela posiadłości, w której miałyby się ona odbyć. Czy pomiędzy dwójgim tak różnych ludzi może zaiskrzyć? Tytuł „Świąteczna dziewczyna” opowie współczesną wersję historii o Kop-



ciuszku, w której pochodzący z wyższych sfer Nikolaus zrobi wszystko, by odnaleźć pewną tajemniczą dziewczynę z balu kostiumowego. Czy niewinny pocałunek w windzie może zmienić życie trzech osób, w tym szefowej i jej asystentki? „Świąteczny pocałunek” udowodni, że tak. Z kolei ciepła i mądra komedia romantyczna „Zaślubiny” odpowie na pytanie, czy jest możliwa miłość chłopaka i dziewczyny, którzy pochodzą z bardzo różnych rodzin. W filmie „Świąteczna miłość” obsypywana prezentami przez nieznanego Cynthię będzie miała tylko dwanaście dni na poznanie tajemniczego wielbiciela i odnalezienie prawdziwej miłości. Tymczasem komedia „Święta z pazurem” to wzruszająca opowieść o zdeklarowanym singlu, który zapalał uczuciem do wrażliwej studentki weterynarii. Co z tego wyniknie?

Pełna lista filmów cyklu tutaj:

„Świąteczny rewanż” – emisja: 3 grudnia, godz. 21.00

„Idealne święta” – emisja: 7 grudnia, godz. 21.00

„Ostatnie święta w domu” – emisja: 9 grudnia, godz. 21.00

„Święta w Pemberley” – emisja: 14 grudnia, godz. 21.00



„Świąteczna dziewczyna” – emisja: 8 i 17 grudnia, godz. 21.00

„Świąteczny pocałunek” – emisja: 10 i 29 grudnia, godz. 21.00

„Zaślubiny” – emisja: 13 grudnia, godz. 20.00

„Świąteczna misja” – emisja: 16 grudnia, godz. 21.00

„Gwiazdka w miasteczku marzeń” – emisja: 18 grudnia, godz. 21.00

„Świąteczna miłość” – emisja: 19 grudnia, godz. 20.00

„Święta z pazurem” – emisja: 20 grudnia, godz. 20.00

„Tajemnice pod jemiolą” – emisja: 21 grudnia, godz. 21.00

„Zdażyć do domu na święta” – emisja: 22 grudnia, godz. 21.00

„Słodki smak świąt” – emisja: 23 grudnia, godz. 21.00

„Świąteczne zauroczenie” – emisja: 24 grudnia, godz. 20.00

„Świąteczna zamiana” – emisja: 28 grudnia, godz. 21.00

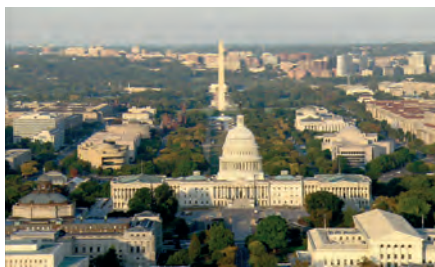
„Czułe święta” – emisja: 21 i 30 grudnia, godz. 21.00





Tajne akta USA

Większość informacji dotyczących historii Stanów Zjednoczonych jest powszechnie dostępna. Są też jednak opowieści i miejsca, które skrywa mrok tajemnicy. Program zajmuje się właśnie nimi. Każdy z dwugodzinnych odcinków



umożliwia widzom wgląd do najściślej strzeżonych budynków i tajnych organizacji. W poprzed-

nich odcinkach serialu jego twórcy odwiedzili Pentagon, Strefę 51, FBI, a nawet Białą Dom. W wydaniu specjalnym „Amerykańska księga tajemnic” traktuje temat jeszcze wnikliwiej i szerzej, by utorować widzom drogę do prawdy, jaka kryje się za dzisiejszymi,

szokującymi nagłówkami gazet.
EMISJA: OD 8 GRUDNIA, WE WTORKI I ŚRODY, GODZ. 21.00



Zagadki starożytnego świata

W tym serialu amerykański badacz i odkrywca Josh Bernstein zabierze nas w niezwykłą podróż w przeszłość. Korzystając z najnowszych technologii i wiedzy

naukowej, zajmie się tajemnicami starożytnego świata. Odwiedzi fascynujące, czasem odległe zakątki naszego globu, dotarcie do których nie-rzadko wymaga zdolności i uporu wytrawnego surwiwalowca. Wsparciem dla jego poszukiwań będą przeprowadzane w terenie



wywiady z ekspertami i znawcami tematu. W dążeniu do odkrycia prawdy i rozwiązania intrygujących zagadek przeszłości Josh wykorzysta wszelkie dostępne środki,

nie oszczędzając również siebie.
EMISJA: W CZWARTKI, GODZ. 21.00



Fajbusiewicz: rozmowy o zbrodni (sezon 3.)

Michał Fajbusiewicz, dziennikarz i legendarny prowadzący „Magazyn kryminalny 997”, powraca w nowym sezonie pro-



gramu publicystycznego telewizji Crime+Investigation Polsat, w którym spotyka się z czołowymi pisarzami kryminalnymi w Polsce:

Katarzyną Bondą, Igorem Brejdygantem, Wojciechem Chmielarem, Maxem Czornyjem, Robertem Małeckim, Małgorzatą i Michałem Kuźmińskimi i Joanną Opiat-Bojarską. Każdy odcinek to wyjątkowa rozmowa o prawdziwych zbrodniach, którymi mistrzowie fikcji zajmowali się w trzecim sezonie programu „Opowiem ci o zbrodni”.

EMISJA: OD 25 GRUDNIA, W PIĄTKI, GODZ. 22.30



Miłość na gwiazdkę

Jenna Hudson (Bethany Joy Lenz) i Kevin Jenner (Andrew Walker) są swoimi przeciwieństwami. Oboje pracują dla tego samego nowojorskiego wydawcy internetowego. Żadne z nich nie ma planów na Święta, więc godzą

się wspólnie napisać specjalny artykuł. Kiedy przez śnieżycę ich samolot ląduje w Santa Claus, w stanie Indiana, zostają przeniesieni do świątecznej krainy czarów. Tam postanawiają poświęcić uwagę ocaleniu historycznego zajazdu prowadzonego przez Carol i Christophera Wintersów. Para dziennikarzy przezwycięża dzielące ją różnice i na nowo odkrywa magię Bożego Narodzenia. Kiedy na horyzoncie pojawia się mężczyzna z prze-



szłości Jenny, Carol i Christopher pomagają jej zejść się z Kevinem.
EMISJA: 24 GRUDNIA, GODZ. 22.00

FINAŁOWY SEZON



WIKINGOWIE

PREMIERA WSZYSTKICH ODCINKÓW
30 GRUDNIA – 2 STYCZNIA



DYSTRYBUCJA:

Karol Bek
Senior Commercial Director Poland + CEE
tel. +48 784 347 852
e-mail: karol.bek@aenetworks.co.uk

Tomasz Wysocki
Communications and Business
Development Manager, CEE
tel. +48 784 347 246
e-mail: tomasz.wysocki@aenetworks.co.uk

Syn marnotrawny

Kryminolog Malcolm Bright (**Tom Payne**) powraca w grudniu z kolejnymi zagadkami. Nieprześcigniony w tropieniu zabójców jest niezwykle pomocny dla nowojorskiej policji. Co sprawia, że doskonale wie, jak myśleć, i potrafi przewidzieć ich kolejny ruch? Prawdopodobnie ma to zapisane w genach po swoim ojcu... seryjnym mordercy, znanemu szerzej jako „Chirurg” (**Michael Sheen**). Malcolm walczy z nękającymi go koszmarami z przeszłości oraz tajemnicami rodzinnymi, pomagając rozwiązać zagadki, których nikt inny nie potrafi rozwiązać. Zmagając się z problemami psychicznymi, manipulując matką i ojcem zamkniętym w zakładzie psychiatrycznym, Malcolm wraz z nowojorską policją stara się zapobiec morderstwom.

**EMISJA: WE WTORKI,
GODZ. 22.05**



Helstrom

Stworzony przez Paula Zbyszewskiego serial skupia się na losach rodzeństwa Daimona (**Tom Austen**)



i Any Helstromów (**Sydney Lemmon**), którzy ścigają najgorszych przedstawicieli ludzkości. Rodzeństwo obdarzone jest niezwykle umiejętnościami, które pomagają w tropieniu złoczyńców. I wszystko byłoby pięknie, gdyby nie fakt, że Daimon i Ana są dziećmi groźnego seryjnego zabójcy, a ich matka od 20 lat przebywa na oddziale zamkniętym w szpitalu, po tym jak dowiedziała się, kim był ojciec jej dzieci. Daimon i Ana nie przejawiają jednak skłonności do zła i swoje umiejętności wykorzystują w trosce o ludzkość. Daimon na co dzień jest profesorem antropologii, a jego siostra Ana prowadzi dom aukcyjny. Obydwójce jednak znacznie bardziej od swoich codziennych zobowiązań wolą walkę ze złem.

**EMISJA: W PONIEDZIAŁKI,
GODZ. 22.00**

NeXt

Genialny naukowiec z Doliny Krzemowej Paul LeBlanc (**John Slattery**) stara się uchronić świat przed jedną z jego własnych kreacji – potężną sztuczną inteligencją o nazwie neXt, która dąży do zagłady ludzkości. W walce z nieprzeciętnie inteligentną maszyną pomaga mu agentka Salazar (**Fernanda Andrade**). LeBlanc i Salazar jako jedyni mogą zapobiec globalnej katastrofie, walcząc z odpowiedzialną za nią superinteligencją, której bronią nie są wcale odrzutowe pociski, ale wiedza i informacje czerpane z ota-



czających nas zewsząd danych. Wiedza służy superinteligencji do pozyskiwania sojuszników, nastawiania ludzi przeciwko sobie i eliminacji przeszkód stojących na drodze jej własnego przetrwania i rozwoju.

**EMISJA: W PONIEDZIAŁKI,
GODZ. 21.05**



Brooklyn 9-9 (sezon 3.)

Detektywi z Brooklynu powracają! Tym razem nie obędzie się jednak bez komplikacji. Kapitan Holt (**Andre Braugher**) z niesmakiem przyjmuje porażkę i wraz z Ginią (**Chelsea Peretti**) przenosi się z 99 posterunku do departamentu PR w głównej siedzibie nowojorskiej policji. Pod nieobecność Holta Jake, Amy, Charles, Rosa i Tery w niepewności oczekują nowego kapitana. Napięcie na posterunku

sięga zenitu, ale nie tylko ze względu na nieobecność Holta i Giny. Jake (**Andy Samberg**) i Amy (**Melissa Fumero**) zbliżyli się do siebie po ostatniej wspólnej akcji, ale nie chcąc się śpieszyć i określać tego, co ich łączy, swoją relację pozostawiają w tajemnicy. Informacja o ich uczuciu, która mogłaby spowodować



u Charlesa zawał ze szczęścia, przysporzy jednak sporych problemów komuś innemu. Tymczasem Holt chce wdrażać swoje pomysły, które mają doprowadzić do polepszenia wizerunku policji. Wszelkiego typu innowacje skutecznie uniemożliwia jednak Madeline Wuntch, która każe Holtowi wybrać najpierw imię dla maskotki gołębia – nowego symbolu nowojorskich policjantów. Holt nie daje się upokorzyć i odmawia współpracy. Czy kapitan Holt wróci na 99 posterunek i jak potoczą się losy związku Jake'a i Amy?

**PREMIERA: 3 GRUDNIA,
GODZ. 18.10; EMISJE: OD
PONIEDZIAŁKU DO PIĄTKU
O GODZ. 18.10**



Szlakiem przeklętych miejsc

Sam Sheridan, amerykański pisarz i poszukiwacz przygód z dreszczykiem, odkrywa miejsca, uchodzące za najbardziej przeklęte na świecie. Sam wykorzystuje najnowocześniejsze zdobycze nauki (w tym: genetyki czy oceanologii), by jak najbardziej wnikliwie opowiedzieć historie miejsc budzących grozę

nie tylko wśród mieszkańców tych rejonów. Dzięki wnikliwej analizie tematu, badaniom oraz współczesnym narzędziom technologicznym Sheridan jest w stanie przybliżyć **widzom** sekrety Atlantydy oraz podjąć się próby wyjaśnienia tajemnicy Trójkąta Bermudzkiego. Poznamy również historię klątwy Włada Palownika, uważanego za inspirację do powstania postaci Draculi, a także śmiercionośną przepowiednię kapłanki voodoo z Luizjany.

PREMIERA: 6 GRUDNIA, GODZ. 12.00

Indie z powietrza

Dwuodcinkowa seria zabiera widzów w niezwykłą, podniebną podróż śladami cudów natury i kultury Indii, terenów od lat kształtowanych przez nawiedzające kontynent monsuny. Cykliczne zachwiania pogodowe mają swoje odzwierciedlenie nie tylko w krajobrazie, ale i w ludziach



i zwyczajach. Przekonamy się o tym, wznosząc się nad naturalne tereny Indii. Z góry zobaczymy m.in. jezioro w kraterze i pustynne solnisko, które zaopatruje cały kraj w sól. Na pustyni Thar przyjrzymy się funkcjonariuszkom służb granicznych, które stoją na straży swojego kraju niezależnie od warunków pogodowych. Zobaczymy też, jak z lotu ptaka wygląda największe święto religijne czy znany na całym świecie festiwal kolorów. Przekonamy się też, jak przebiega szkolenie indyjskich jednostek ochrony granicznej i jak odbywają się największe wybory na świecie.

PREMIERY: OD 13 GRUDNIA, W NIEDZIELE, GODZ. 14.00



Dziki świat Wikingów

To porywająca historia o jednej z najbardziej fascynujących dawnych cywilizacji. Opowieść

o Wikingach – genialnych strategach i żeglarzach – doskonale spleta się ze spektakularnymi obrazami dzikiej przyrody północnego Atlantyku. Zrealizowany z rozmachem film dokumentalny zabiera nas w odległe, morskie wyprawy.

PREMIERA: 20 GRUDNIA, GODZ. 14.00



Greta Thunberg – głos przyszłości

Skutki zmian klimatu, począwszy od ekstremalnych warunków pogodowych po całkowite zniszczenie środowiska, nie mogą być dłużej ignorowane. Z każdym dniem, znany nam dotychczas świat stopniowo odchodzi w zapomnienie. Pomimo działań

światowych przywódców, planeta wciąż umiera. Jest coraz mniej czasu, aby temu przeciwdziałać. Gdy nadzieja na ratunek staje się mglista, z ciemności wyłania się mało oczywista postać – głos młodego pokolenia – Greta Thun-



berg. Film jest prawdziwą historią działalności tej niezwyklej, nieustępliwej i zdeterminowanej do działania szwedzkiej aktywistki. Uświadamia, że nikt nie jest za „mały”, by działać. Greta zainspirowała światową społeczność do stworzenia ruchu, którego celem jest przeciwdziałanie wywołanym przez człowieka zmianom klimatycznym. Jak wyglądają kulisy jej życia? Skąd bierze inspirację do działania i potrzebną do tego wiedzę? Co sądzą o tym jej rodzice?

PREMIERA: 17 GRUDNIA, GODZ. 18.00



DC Super Hero Girls

Dziewczyny DC z supermocami powracają w nowych odcinkach! Jessica Cruz będzie chciała zaadoptować uroczego kotka, jednak okaże się, że znaleziony zwierzak nie jest zwykłym pupilem... Zatan-



na zaś stanie przed trudnym wyborem głównego aktora do szkolnej sztuki teatralnej, którą sama reżyseruje. Musi zdecydować się pomiędzy Olivierem a Mortimorem – ich sprzeczka wkrótce zamieni się w poważną potyczkę, a Oliver wkroczy do akcji jako Green Arrow!

Powróci również jeden z największych przeciwników – budzący grozę Lex Luthor. Superbohaterki po raz kolejny ochronią Gotham City przed złoczyńcami!

**EMISJA: CODZIENNIE
O GODZ. 15.20**

Craig znad Potoku (sezon 2.)

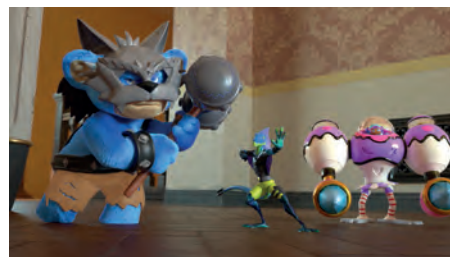
Craig i przyjaciele nigdy się nie nudzą. Nad potokiem w Herkleston mogą organizować wyścigi, budować bazy i odkrywać piękno świata! W premierowych odcinkach drugiego sezonu Herbacjusze urządzają potańcówkę, lecz Craig zwątpi w ich dobre intencje. Uważa, że to przebiegła zasadzka. Chłopiec podejmie też próbę ukrycia swoich uczuć do przyjaciół, lecz wielka powódź uwolni je z tajemniczej kryjówek... Główny bohater, chcąc również posiadać własne domowe zwierzątko jak jego kumple, postanowi dołączyć do specjalnej akcji, dzięki której może otrzymać

swojego pupila. Jednak ten „projekt” okazuje się czymś innym niż początkowo obiecano! „Craig znad Potoku” to pełna humoru i emocji opowieść o przyjaźni i kreatywności!

**PREMIERA: 28 GRUDNIA,
GODZ. 17.30; EMISJA:
OD PONIEDZIAŁKU DO PIĄTKU
O GODZ. 17.30**

Power Players

Serial opowiada historię chłopca Axela, który pewnego dnia otrzymuje supermoce – może zamienić się w zabawkę! W przygodach towarzyszą mu inne maskotki, a wśród nich m.in. Masko, Sierżant Szarża czy Niedźwierzyna. W nowych odcinkach



Masko buntuje się i uważa, że jest niedoceniany przez innych. Postanawia upozorować swoje porwanie, lecz plan spali na panewce. Bohater bowiem przykleja się do Dynamo – przyjaciele muszą wspólnie znaleźć rozwiązanie tej niezwykle sytuacji! Axel będzie też próbował wydostać się z pułapki-labiryntu, a w innym odcinku po raz kolejny zmierzy się z Księżniczką Goryczką.

**PREMIERA: 5 GRUDNIA, GODZ.
20.20; EMISJA: OD SOBOTY DO
PIĄTKU O GODZ. 20.20**



Alice i Lewis

Zimowy sezon to również czas na kolejne premiery na antenie Boomeranga! Nowy serial „Alice i Lewis” opowiada o dziewczynce, która odkrywa niesamowitą Krainę Czarów. Pewnego dnia 6-letnia Alice przez przypadek trafia do magicznego miejsca, dzięki

otworzeniu specjalnego przejścia. W niezwyklej, pełnej bajecznych

stworzeń krainie poznaje królika Lewisa, który będzie jej przewodnikiem. Każdego dnia dziewczynka odkrywa nowy, ukryty wymiar nieznanego jej wcześniej świata.

**PREMIERA:
7 GRUDNIA,
GODZ. 17.00;
EMISJA:
CODZIENNIE
O GODZ. 17.00**



WESOŁYCH ŚWIĄT!



WarnerMedia



HBomax





Kabaret na święta

Jesteśmy w CHRISTMAS CENTER – centrum dowodzenia świętymi



Mikołajami, Śnieżynkami i Reniferami. Mamy Szefa (**Piotr Gumulec**) i pracownika (**Jakub Krzak**). Przycho-
dzą do nich różni goście, petenci... co z tego wyniknie? Na pewno coś śmiesznego! Sienki świąteczne są pretekstem do pokazania najlepszych skeczów „Mistrzowie kabaretu” i „123 kabaret”.

EMISJE: 5, 12 I 19 GRUDNIA, GODZ. 22.00

Nowy dom na święta

Wygrać dom i to na chwilę przed świętami? To jest możliwe! W programie „Nowy dom na święta” najlepsi budowniczowie i eksperci



od nieruchomości wykorzystają swoje niezwykle umiejętności, kreatywność i know-how, tak by całkowicie odmienić napotkane domy. Świąteczna atmosfera wokół dodatkowo sprawia, że aż chce się oglądać te zapierające dech w piersiach metamorfozy. Nowy tytuł zasilili uwielbiane przez widzów sobotnie maratony remontowe, pełne inspiracji, wprost dla tych, którzy planują bądź są w trakcie

remontów swoich mieszkań czy domów.

EMISJA: OD 5 GRUDNIA, W SOBOTY, OD GODZ. 16.00

GRUDNIOWE FILMY ŚWIĄTECZNE

Milion na gwiazdkę

OBYCZAJOWY, USA/KANADA 2007, REŻ. JAMES ORR, OBSADA: PATRICK SWAYZE, MATTHEW KNIGHT, CHRIS KATTAN, CARMEN ELECTRA

Zbliża się Boże Narodzenie. Saundersowie, którzy właśnie przeprowadzili się do Edmonton, nie mają pieniędzy, by urządzić wystawne



święta. Kiedy jednak głowa rodziny – Wayne – zabiera dzieci do supermarketu, znajdują tam torbę wypełnioną pieniędzmi. Nie wiedzą, do kogo mogą one należeć, dlatego postanawiają zatrzymać gotówkę dla siebie. Okazuje się jednak, że pieniądze są własnością przestępców, którzy zamierzają je odzyskać. Niebawem też trafiają do Saundersów.

EMISJA: 3 GRUDNIA, GODZ. 20.00

Gwiazdka z nieba

FAMILIJNY, USA 1916, REŻ. MICHAEL LANDON JR, OBSADA: CHRISTIAN KANE, MARLEY SHELTON, RYAN MCPARTLIN, MALLORY JAMES MAHONEY



Zbliżają się święta i Maire Taylor (Marley Shelton) modli się o zakończenie swego nieudanego małżeństwa. Jednocześnie Billy Taylor (Christian Kane) modli się o to, by żona wytrzymała w związku. Odpowiedzią na te sprzeczne prośby okazuje się ośmioletnia uciekinierka z nieba (Mallory James Mahoney).

EMISJA: 8 GRUDNIA, GODZ. 20.00

Świąteczna randka

KOMEDIA ROMANTYCZNA, USA 2012, REŻ. FRED OLEN RAY, OBSADA: CHRIS CARMACK, MARLA SOKOLOFF, VANESSA LEE EVIGAN, GEORGE WENDT, LEVI FIEHLER, MICHAEL DUNN, STUART PANKIN, KRISTEN CLEMENT

Po dziesięciu latach nieobecności Rebecca wraca do rodzinnego miasteczka na ślub przyjaciółki z liceum. Powracając wspomnienia, na nowo odżywają stare animozje, budzą się dawno uśpione uczucia. Rebecca jest szczęśliwa, że ta wizyta potrwa tylko jeden dzień – a potem będzie mogła wrócić do swojego



wielkomiejskiego życia. Jednak kiedy budzi się następnego ranka z radosną myślą o wyjeździe – okazuje się, że dziś jest... wczoraj. Czas się zapętlil – dziewczyna musi przeżyć ten sam dzień jeszcze i jeszcze raz. Początkowo jest wściekła, potem znudzona – ale z czasem zaczyna dostrzegać możliwości płynące z kolejnych darowanych jej „powtórek”. Ma czas, żeby odbudować więzi z matką, o której przez ostatnie lata właściwie zapomniała. Uczy się odpoczywać i akceptować rzeczy, na które nie ma wpływu. Przygląda się swojej miłości z lat szkolnych – która być może wcale nie należy do przeszłości...

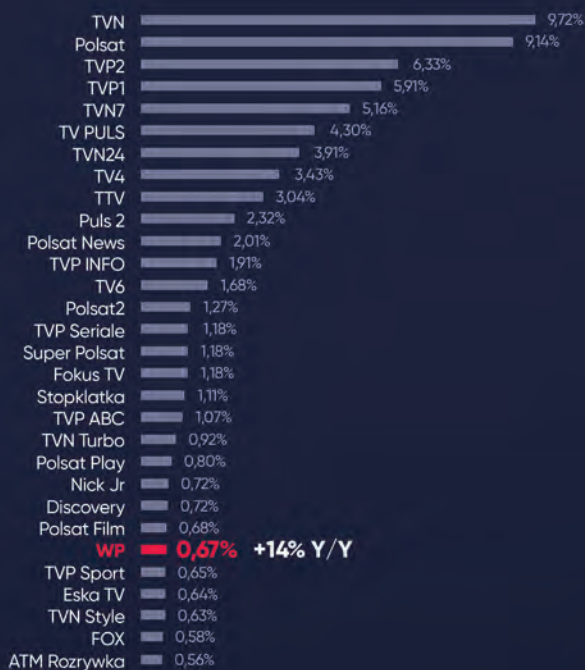
EMISJA: 6 GRUDNIA, GODZ. 20.00



UTRZYMUJE
POZYCJĘ
LIDERA

NR 1
NA MUX8!

Źródło: Nielsen, 11.2020, All 16-49



ŚWIĘTA W WP|telewizja
TRWAJĄ CAŁY GRUDZIEŃ!

FILMY
ŚWIĄTECZNE



NOWY DOM
NA ŚWIĘTA



KABARET
NA ŚWIĘTA





Serie A TIM (liga włoska)

W grudniu tylko w kanałach ELEVEN SPORTS będzie można obejrzeć ponad 30 meczów **Serie A TIM** z udziałem słynnych włoskich klubów. Hitem tego



miesiąca będzie starcie broniącego mistrzostwa kraju **Juventus FC** z walczącą o najwyższe cele **Atalantą Bergamo** (16 grudnia). Na Allianz Stadium kibice zobaczą w akcji między innymi wielkiego **Cristiano Ronaldo**, który mierzy w swój pierwszy tytuł króla strzelców włoskiej ekstraklasy. Przed sporym wyzwaniem stanie bramkarz Juve, **Wojciech Szczęsny**, który spróbuje powstrzymać skuteczną trójkę z Bergamo: **Alejandro Gómeza**, **Luisa Muriela** i **Duvána Zapate**. Ciekawie zapowiadają się również mecze z udziałem pozostałych kandydatów do mistrzostwa Włoch, m.in. wracającego na szczyt **AC Milanu**, a także **Interu Mediolan**, **S.S. Lazio** i **AS Romy**. Widzom zaprezentują się też zespoły, w których ważne role odgrywają Polacy, w tym groźne **SSC Napoli** **Piotra Zielińskiego**, **UC Sampdoria** **Bartosza Bereszyńskiego**, **Benevento Calcio** **Kamila Glika** oraz **ACF Fiorentina** **Bartłomieja Dragowskiego**.

LaLiga Santander (liga hiszpańska)

W grudniu ELEVEN SPORTS pokaże mecze aż pięciu kolejek widowiskowych rozgrywek **LaLiga Santander**. W najważniejszym z nich silna **Sevilla FC** podejmie



naszpikowany gwiazdami **Real Madryt** (6 grudnia). Zespół ze stolicy będzie faworytem, ale o dobry wynik nie będzie mu łatwo, bo **Sevillistas** prezentują efektowny futbol, wygrali poprzednią edycję Ligi Europy UEFA, a w obecnych rozgrywkach zatrzymali już inną z hiszpańskich potęg, **FC Barcelonę**. Kibice mogą spodziewać się zaciętego starcia, bo obie ekipy mają ambicje sięgające mistrzostwa Hiszpanii i każdy punkt jest dla nich na wagę złota. W nadchodzącym miesiącu widzom zaprezentuje się także wspomniana **FC Barcelona**. Na antenach kanałów ELEVEN SPORTS nie zabraknie też spotkań z udziałem **Atlético Madryt**, **Realu Sociedad** i **Villarrealu CF**, czyli drużyn mających bardzo wysokie aspiracje.

Ligue 1 Uber Eats (liga francuska)

Od listopada mecze **Ligue 1 Uber Eats** ponownie są dostępne w ofercie programowej ELEVEN SPORTS. W najważniejszym



z grudniowych spotkań mistrz kraju, **Paris Saint-Germain**, podejmie **Olympique Lyonnais** (13 grudnia), jednego ze swoich głównych konkurentów do tytułu w tym sezonie. Obie ekipy ostatnio nie przegrywają i są „w czubie” tabeli. W dwóch poprzednich meczach pomiędzy tymi drużynami padło w sumie aż 12 goli, więc kibice mogą liczyć na wiele trafień. Wielkich emocji powinny dostarczyć również spotkania z udziałem pozostałych zespołów czołówki ligi francuskiej, m.in. **AS Monaco**, **Olympique Marsylia**, **Stade Rennais**, **LOSC Lille** i **Girondins Bordeaux**.

2020 FIA Formula One World Championship

Fani Formuły 1 mogą szykować się na ekscytujący grudzień, bo dwa finałowe wyścigi przesądzą o ostatecznej kolejności na podium klasyfikacji generalnej w sezonie 2020. Tytuł mistrza świata ma już zapewniony **Lewis Hamilton**, ale trwa walka o pozostałe miejsca w czołówce. Najpierw kierowcy spotkają się na Bahrain International Circuit,



gdzie po raz pierwszy w historii odbędzie się **Grand Prix™ Sakhi-ru** (4–6 grudnia), a dwa tygodnie później rywalizacja będzie toczyć się na Yas Marina Circuit podczas **Grand Prix™ Abu Zabi** (11–13 grudnia). Faworytem zmagania będzie wspomniany Hamilton, który w tym roku wyprzedził w tabeli wszech czasów legendarnego Michaela Schumachera pod względem wygranych wyścigów w karierze.



Spokojnych Świąt

oraz Szczęśliwego Nowego Roku
obfitującego w zdrowie, piękne chwile
i wielkie sportowe emocje!

życzy Wam zespół **ELEVEN SPORTS**



Z I M A Z E L E V E N S P O R T S



DYSTRYBUCJA: Artur Grobel | Distribution Director

☎ 603 977 308

✉ artur.grobel@elevensports.com

— ZAPYTAJ O KANAŁ ELEVEN SPORTS 1 W JAKOŚCI 4K

Czekanie na „prawdziwe” 5G

TEKST ANDRZEJ MARCINIAK

Choć wszyscy operatorzy telekomunikacyjni chwalą się uruchomieniem transmisji 5G, to jednak więcej jest w tym marketingu niż twardych dowodów na to, że Polska naprawdę weszła już w erę technologii 5G. Na to musimy jeszcze poczekać.

Ponad ćwierć wieku temu uruchomiono w Polsce drugą generację bezprzewodowych systemów łączności, zwanych 2G. Gwarantowały one szybkość transmisji danych do 1 Mb/s przy opóźnieniu 629 ms. Najnowsze sieci 5G mają zapewniać szybkość transmisji na poziomie powyżej 1 Gb/s przy opóźnieniu 1 ms. To pokazuje, jak gigantyczny skok technologiczny dokonał się na naszych oczach, z czego nie zawsze zdajemy sobie sprawę. Wprowadzenie kolejnej generacji jest konieczne ze względu na błyskawicznie rosnącą ilość danych, z czym dotychczasowe sieci nie byłyby w stanie sobie poradzić. Szacuje się, że obecnie na świecie korzysta z globalnej sieci 5,5 mld ludzi i ponad 50 mld urządzeń. Wkrótce każdy użytkownik mobilnego internetu będzie zużywał średnio 20 GB danych miesięcznie, podczas gdy dzisiaj jest to ok. 3,5 GB.

Po co nam 5G?

W maju 2020 roku ukazał się raport „5G. Szanse, zagrożenia, wyzwania”, przygotowany przez Instytut Kościuszki we współpracy z Fundacją Digital Poland. W dokumencie możemy przeczytać, że technologia 5G „w porównaniu z poprzednimi generacjami sieci mobilnych zapewni nawet 20 razy większą prędkość transferu danych (do 10 Gb/s przy wysyłaniu oraz do 20 Gb/s przy pobieraniu), znacznie ograniczy opóźnienia w komunikacji (do jednej milisekundy), a także

pozwoли na zwiększenie liczby urządzeń podłączonych do sieci (nawet do miliona urządzeń na kilometr kwadratowy)”. Z kolei opierając się na zapisach „Strategii 5G dla Polski”, przyjętej na początku 2018 roku warto dodać, że wśród najważniejszych korzyści (poza wyżej wymienionymi), jakich można oczekiwać po pełnej implementacji rozwiązań 5G, należy wymienić:

- Szybkość transmisji danych do 100 Mb/s dla obszarów metropolitalnych
- Większą pojemność sieci – do 10 000 razy większą niż obecnie
- Nawet 1000-krotny wzrost wolumenu danych przypadający na jednostkowy obszar geograficzny, przy docelowej wartości rzędu 10 Mb/s/m² (w przypadku hotspota wewnątrz budynku)
- Możliwość obsługi kilkuset tysięcy jednoczesnych połączeń czujników bezprzewodowych
- Znacznie zwiększoną wydajność widmową w porównaniu z 4G

- Większy zasięg
- Ulepszoną efektywność sygnalizacji
- Czas opóźnienia zmniejszony nawet do 1 ms
- Maksymalną mobilność: 500 km/h.

W jaki sposób to wszystko może przyczynić się do gospodarczego wzrostu, pobudzenia przedsiębiorczości i zmiany na lepsze w wielu dziedzinach naszego życia? Wszystko zależy będzie od powszechności i dostępności nowej technologii, a także jej niezawodności. Jako jedną z najważniejszych korzyści wymienia się Internet Rzeczy (IoT), dzięki czemu urządzenia będą łączyć się między sobą i wymieniać potrzebne informacje, co znajdzie zastosowanie w nowych gałęziach przemysłu. Można sobie wyobrazić, że łączyć się będą nawet nasze ubrania. 5G może zrewolucjonizować telemedycynę i rozrywkę. Oczywiście, zmiany następować będą stopniowo. Przyjrzyjmy się kilku przykładom możliwych zastosowań.

Samochód rozmawia ze znakiem

Technologia 5G wykorzystana będzie w autonomicznych samochodach, które już są z powodzeniem testowane w różnych krajach. Dodatkowo, „tradycyjne” pojazdy naszpikowane będą inteligentnymi systemami, których zadaniem będzie zapewnienie maksymalnego bezpieczeństwa na drodze. Szacuje się, że wszyst-





kie urządzenia autonomicznego auta (kamery, czujniki laserowe itp.) przetwarzają ok. 400 GB danych dziennie. Sieć 5G pozwoli je błyskawicznie przesyłać i przetwarzać. Warto pamiętać, że opóźnienie w sieci na poziomie 10 milisekund oznacza znacznie szybszą reakcję na określoną sytuację drogową – człowiek potrzebuje na to minimum pół sekundy.

Autonomiczne pojazdy będą mogły dzięki sieci 5G „porozumiewać się” między sobą i z elementami infrastruktury drogowej. Gdy więc np. samochód rozpocznie gwałtowne hamowanie, to sygnał o tym natychmiast dotrze także do pojazdu znajdującego się bezpośrednio za nim. Bezpieczna i efektywna jazda przekładać się będzie także na mniejsze zużycie paliwa – na autostradzie może to oznaczać oszczędność nawet 25 proc.

Inteligentny transport

Jednym z rosnących problemów współczesnych miast jest rosnąca liczba samochodów, co przekłada się na korki, brak miejsc do parkowania oraz rosnący poziom zanieczyszczenia powietrza. Sieć 5G może przyczynić się do stwo-

rzenia bezpieczniejszych i sprawniejszych systemów transportu, obejmującego zarówno prywatne pojazdy, jak i te realizujące transport publiczny. Naszpikowane czujnikami auta, sygnalizacja świetlna czy znaki drogowe umożliwią stworzenie systemu szybkiej wymiany informacji, co inteligentnym algorytmom pozwoli efektywniej sterować sygnalizacją świetlną, wskazywać wolne miejsca parkingowe, pobierać opłaty z tego tytułu, zgłaszać wypadki drogowe, itp. Taki system został przetestowany w Pittsburghu przez naukowców uniwersytetu Carnegie Mellon. Sterowanie miejskim ruchem przekazano tam opracowanym algorytmom, które decydowały o zmianie świateł na skrzyżowaniach. Efekty były zaskakujące. Wykazano, że czas oczekiwania na światłach skrócił się o 40 proc., dzięki czemu ludzie docierali do pracy czy domu szybciej, a poziom emisji spalin zmniejszył się o 21 proc. Podobny system może decydować też o tym, jakie jest zapotrzebowanie na transport publiczny w danej chwili i reagować, gdy potrzeba nagle większej liczby autobusów czy tramwajów w jakimś miejscu.

Smart cities

Z podobnych systemów korzystają już częściowe niektóre miasta w ramach koncepcji smart cities. Nie chodzi już tylko o efektywniejszy transport, ale także o większe bezpieczeństwo mieszkańców czy lepszą organizację placówek medycznych. Świetnym przykładem zastosowania technologii 5G jest wyposażenie w czujniki lamp ulicznych, które będą się włączały wtedy, kiedy będzie to potrzebne, co może przynieść duże oszczędności. Władze San Diego szacują, że wdrożenie takiego inteligentnego oświetlenia pozwoli miastu zaoszczędzić prawie 2 mln dolarów rocznie. Wspomniane czujniki stałyby się też częścią systemu bezpieczeństwa, dzięki czemu np. karetki pogotowia mogłyby szybciej dojechać na miejsce, unikając czerwonych świateł (system zarządzania ruchem ulicznym), a ratownicy mogliby od razu konsultować się ze specjalistami ze szpitala. Amerykanie sprawdzili, że inteligentne technologie wykorzystujące kamery, czujniki ruchu czy detektory wystrzałów pozwoliłyby również ograniczyć liczbę przestępstw nawet o 40 proc.

W Polsce mamy już namiastki takich systemów, czego przykładem może być choćby Łódź, rekomendowana przez Ministerstwo Cyfryzacji jako pierwsze miasto do pilotażu i wdrożenia 5G. Planowane jest tu uruchomienie 25 usług smart city. Łódź, z racji swego położenia, na skrzyżowaniu głównych szlaków komunikacyjnych (m.in. dwóch autostrad) świetnie nadaje się do testowania i wdrażania usług autonomicznych i zautomatyzowanych samochodów, które bez łączności 5G nie mogłyby zaistnieć. Koncepcja „smart cities” jest niezwykle istotna, bo przecież – jak wynika z danych ONZ – do 2050 roku w miastach będzie mieszkać 68 proc. ludzi na świecie.

Nie tylko miasta

Na znaczące korzyści może liczyć także rolnictwo. Systemy oparte na 5G pozwolą uzyskiwać wyższe plony, przy minimalnym stosowaniu środków ochrony roślin, co z kolei przełoży się na zdrowszą żywność dla konsumentów. Rolnictwo przyszłości wykorzystywać będzie dane zbierane np. przez czujniki wilgotności gleby czy drony, stale monitorujące stan pól bądź sadów. Będzie można również wykorzystać maszyny pracujące bez względu na porę dnia. Już dziś prototypy takich urządzeń pomagają w Wielkiej Brytanii czy USA rozpoznawać i eliminować chwasty. Z kolei drony nadzorują w trybie ciągłym stada bydła na pastwiskach i rozpoznają obszary pól dotknięte ewentualną zarazą. Sieć 5G pozwala tworzyć też inteligentne sieci energetyczne, które będą lepiej zarządzane, a prąd będzie bardziej „zielony”. Z szacunków Komisji Europejskiej wynika, że w Europie zamontowano już 200 mln inteligentnych

liczników energii i 45 mln inteligentnych gazomierzy. By w pełni wykorzystać ich możliwości, konieczna jest szybka i pewna łączność, jaką oferuje właśnie technologia 5G.

We współpracy z maszynami

Wdrożenie sieci 5G może również wpłynąć na przyspieszenie rozwoju sztucznej inteligencji, poszerzając zarazem zakres jej wykorzystania. Do niedawna było to utożsamiane głównie z automatyzacją procesów przemysłowych (robotyzacja), jak i usługowych (np. zastępowanie tradycyjnej obsługi klienta inteligentnymi rozwiązaniami z zakresu self-service). Zapewnienie za pomocą sieci 5G dostępu do różnorodnego spektrum danych umożliwi znacznie szybsze i szersze zasilanie baz danych, będących podstawą uczenia maszynowego, stosowanego w sztucznej inteligencji. Dzięki platformom DMP (ang. Data Management Platforms), korzystającym z uczenia maszynowego, możliwe

1,8 mln zostanie zlikwidowanych. Z kolei do 2025 roku sztuczna inteligencja przyczyni się do powstania 2 mln miejsc pracy. Już dwa lata temu T-Mobile testował specjalne okulary z wbudowanym modemem, kamerą i rzutnikiem przekazującym obraz na szkło okularów. Dzięki temu możliwe stało się wejście w interakcję z podłączonymi do sieci np. domowymi urządzeniami agd. Podobnie jest w zastosowaniach biznesowych, jako wsparcie dla obsługi urządzeń technicznych. Możemy sobie wyobrazić, że pracownik w takich okularach idzie przez halę produkcyjną i rozglądając się, otrzymuje informacje o tym, które linie dobrze działają, a jeśli dzieje się coś nieprawidłowego, dostaje wskazówki, jak temu zaradzić. To właśnie umożliwiają między innymi niskie opóźnienia charakterystyczne dla technologii 5G.

Operacje na odległość

Niskie opóźnienie i odporność na spadek wydajności to cechy 5G, dzięki którym technologia ta wspomaga znacząco współczesną medycynę. Dobrym przykładem mogą być operacje na odległość, wykonywane przy pomocy robota da Vinci. Niedawno podano informację, że w Chinach chirurg operował pacjenta znajdującego się w szpitalu odległym o 50 km. To tylko jeden z przykładów możliwych zastosowań.

Pojawienie się pandemii koronawirusa spowodowało, że jeszcze szybciej i chętniej sięgamy po rozwiązania, które pozwalają unikać niepotrzebnego zagrożenia. Już dzisiaj zdalne konsultacje lekarskie czy recepty online stały się coraz bardziej powszechne, ale to dopiero początek zmian, jakie czekają pacjentów i system ochrony zdrowia. Rozwój technologii 5G oraz usług opartych na tej technologii ułatwi monitorowanie stanu zdrowia. Producenci urządzeń już



będzie dokonywanie w czasie rzeczywistym analiz w sposób znacząco wykraczających poza ludzkie zdolności.

Zgodnie z szacunkami firmy Gartner, w 2020 roku dzięki wykorzystaniu sztucznej inteligencji w firmach na świecie przybędzie 2,3 mln miejsc pracy, podczas gdy

teraz oferują zegarki, które poza tradycyjnymi funkcjami mogą na bieżąco kontrolować ciśnienie krwi użytkownika lub poziom glukozy u osób chorych na cukrzycę. Łatwo sobie wyobrazić powstanie kolejnych tego typu urządzeń umożliwiających monitorowanie różnych aspektów zdrowia i przekazywanie tych informacji bezpośrednio do lekarza dzięki sieci 5G.

Technologia to nie wszystko

Mówiąc o 5G nie należy zapominać, że technologia ta wykorzystuje m.in. fale radiowe o częstotliwości 26 GHz. Oznacza to, że taka sieć będzie musiała być zbudowana inaczej niż obecne 3G czy 4G/LTE/LTE Advanced. Po prostu na wyższych częstotliwościach fale radiowe są krótsze, tzw. milimetrowe. Mają one mniejszy zasięg i słabiej przenikają przez ściany budynków. A to wymaga budowy dużej liczby bardzo małych stacji bazowych o małej mocy, tzw. piko- i femtokomórek. Te pierwsze rozmiarami przypominają pudełko po butach i pozwalają pokryć sygnałem obszar w promieniu kilkudziesięciu metrów, np. wewnątrz budynku. Natomiast femtokomórki mają zasięg mniejszy niż 10 m. Ich niewielkie rozmiary sprawiają, że można je montować np. na urządzeniach architektury miejskiej.

Sieć 5G korzysta też z inteligentnych nadajników, których zaletą jest możliwość dotarcia z sygnałem do o wiele większej liczby użytkowników jednocześnie, bez ryzyka spadku szybkości transmisji danych. Jest to możliwe dzięki technologii Massive MIMO (multiple input-multiple output), która pozwala na tym samym kanale odbierać i nadawać jednocześnie więcej niż jeden sygnał. Elementem koniecznym w tym przypadku jest montaż większej liczby anten, które jednak są dużo mniejsze od obecnie stosowanych. Warto jeszcze wspomnieć o beamformingu, czyli kształtowaniu wiązki radiowej. Sygnał jest przetwarzany tak, by wiązka trafiała do użytkownika w formie skoncentrowanego sygnału

o większej sile. Można to sobie wyobrazić jako snop światła padający w miejsce, w którym akurat znajduje się telefon komórkowy i przemieszczający się wraz z nim. Dzięki inteligentnym nadajnikom, urządzenia będą miały stabilniejsze połączenie i wyższą prędkość transmisji danych.

Aukcja, ale kiedy?

Zgodnie z przyjętymi założeniami, sieci piątej generacji będą korzystały docelowo z trzech pasm częstotliwości: 700 MHz, 3,4–3,8 GHz i 26 GHz (zwane „pionier-



skim”). Jednocześnie Grupa ds. Polityki Widma Radiowego wskazała także pasma 32 GHz i 42 GHz jako obiecujące i realne dla rozwoju sieci 5G. Pasma 700 MHz od dawna wykorzystywane jest przez telewizję. Jego zaletą jest to, że fale rozchodzą się w miarę równomiernie i nie są pochłaniane przez różne przeszkody. To pozwala objąć sygnałem prawie całe terytorium kraju. Z kolei pasmo 3,4–3,8 GHz zapewnia parametry wymagane do obsługi bardzo wielu urządzeń w tym samym czasie. Może być wykorzystywane w dużych miastach o gęstej zabudowie. Natomiast z pasma 26 GHz mogą korzystać urządzenia wymagające bardzo niskiego opóźnienia. Problemem w tym przypadku jest zasięg, nieprzekraczający w terenie zabudowanym 200 m.

Obecnie w Polsce czekamy na aukcję na częstotliwość 3,6 GHz, co, zdaniem operatorów, pozwoliłoby wykorzystać cały potencjał sieci 5G. Zarówno pandemia,

jak i zmiany w Prawie Telekomunikacyjnym zmusiły Urząd Komunikacji Elektronicznej do anulowania aukcji, zaplanowanej na marzec 2020 roku. Nie doszło też do wydania decyzji rezerwacyjnych, co miało nastąpić do 30 czerwca 2020. Dziś mówi się, że rozdysponowania częstotliwości 3,6 GHz można się spodziewać do końca I kwartału 2021 roku, ale nie brak głosów, że przy sprawnej procedurze operatorzy mogą zacząć korzystać z nowych zasobów dopiero od września przyszłego roku. Na dodatek

Ministerstwo Cyfryzacji nie wyklucza wprowadzenia zmian w dotychczas proponowanych warunkach aukcji. Dotyczy to także tzw. ceny startowej.

Ruch w interesie

Nie znaczy to, że operatorzy czekają z założonymi rękoma na rozwój sytuacji. Prace nad wprowadzeniem technologii 5G wyszły z fazy laboratoryjnej już w 2018 roku. Zaś od kilku-kilkunastu miesięcy obserwujemy tworzenie wysp 5G, czyli obszarów, gdzie już na ekranach niektórych smartfonów pojawia się ikonka „5G”. To jednak dopiero początki i trudno mówić o uruchamianiu usług mogących w pełni wykorzystywać potencjał sieci piątej generacji. To, co dostajemy dzisiaj, jest co najwyżej porównywalne z LTE Advanced. Mimo to operatorzy prześcigają się w epatowaniu swoich użytkowników usługami 5G.

– Prace koncepcyjne związane z wdrożeniem nowej technologii trwały praktycznie od początku

pojawienia idei sieci 5G i pierwszych jej standardów – przyznaje **Adam Toruński, kierownik działu oferty Internet Plusa i Cyfrowego Polsatu**. – Ostatnie 2 lata były czasem bardzo intensywnych

posłuży budowaniu kompleksowej sieci 5G, pomagając m.in. poprawić jej zasięg wewnątrz budynków.

Sieć Play chwali się, że jako pierwszy operator w Polsce

partnerami technologicznymi, czego przykładem mogą być przeprowadzone z sukcesem testy technologii 5G: z firmą Huawei w Toruniu, Ericsson w Sokołowie Podlaskim oraz ZTE w Grójcu.

Z kolei T-Mobile utrzymuje, że stworzył największą sieć 5G w Polsce. Pierwsze nadajniki uruchomione zostały już na początku 2018 roku, o czym w wywiadzie z TELEKABLEM informował **Jakub Probola, dyrektor zarządzający hub:raum – centrum innowacyjności T-Mobile**. – Wszystkie założenia techniczne i modele teoretyczne propagacji fal oraz zachowania użytkowników zostały potwierdzone. Sprzęt zdaje egzamin, a nasze doświadczenie pozwala nam planować kolejne kroki.

Początkowo T-Mobile dysponował kilkoma stacjami i kilkunastoma sektorami w Warszawie. Obecnie sieć 5G tego operatora dostępna jest w stolicy i okolicach, Łodzi, Krakowie, Poznaniu, Wrocławiu, Opolu, Częstochowie, Rzeszowie, Bielsku-Białej, Kielcach oraz na terenie Górnośląskiego Okręgu Przemysłowego.

Co ciekawe, wszyscy operatorzy – poza Plus – korzystają obecnie z pasma 2100 MHz, chociaż w styczniu 2020 roku, w wywiadzie dla „Rzeczpospolitej” Jean-Francois Fallacher, były już prezes Orange Polska, stwierdził, że jego firma nie chce uruchamiać sieci 5G na zasobach pasma 2100 MHz, bo chce „dać

prac, bowiem już nawet w trakcie rozbudowy naszej sieci LTE pojawiły się pierwsze rozwiązania mające zastosowanie w 5G (TDD 2600 MHz). Uruchomienie pierwszej w Polsce komercyjnej sieci 5G miało miejsce w poniedziałek 11 maja 2020 roku, a zainstalowane nadajniki 5G zostały dostarczone przez firmę Ericsson, natomiast prowadzimy rozmowy ze wszystkimi, którzy działają w zakresie 5G, począwszy od dostawców terminali, sieci RAN, jak i sieci transportowej, CORE itd. Trzeba bowiem pamiętać, że 5G to przecież nie tylko sieć radiowa, ale również SDN, wirtualizacja itp.

Orange Polska ruszyło 1 lipca 2020 roku z ofertą #hello5G. – Zdecydowaliśmy się wdrożyć rozwiązanie oparte na paśmie 2100 MHz, którym już dysponujemy, w obliczu anulowania aukcji przydzielającej pierwsze z pasm przeznaczonych do budowy 5G w Europie – twierdzi **Wojciech Jabczyński, rzecznik prasowy Orange Polska**. – Możemy też zapewnić klientom tę nową sieć wraz z urządzeniami, które ją obsługują. Oferta w tym zakresie jest stale poszerzana. To dla nas pierwszy krok w budowie 5G nad Wisłą. W przyszłości pasmo wykorzystane teraz do #hello5G

wprowadziła 5G w czerwcu 2019 roku, korzystając z pasma 2100 MHz. – Cały czas intensywnie rozwijamy i modernizujemy naszą sieć w celu zapewnienia klientom najlepszej jakości usług, w tym również usług nowoczesnej technologii 5G – zapewnia **Ewa Sankowska-Sieniek, kierownik bura prasowego Play**. – Wprowadzanie technologii 5G w sieci Play jest naturalną, wieloetapową ewolucją, która cały czas trwa. Przed rozdysponowaniem częstotliwości tzw. C-band, wykorzystujemy częstotliwości z zakresu 2100 MHz do świadczenia usług 5G. Współpracujemy z różnymi



klientom Orange od razu prawdziwe 5G, a nie jego namiastkę". Nowy prezes jednak zmienił zdanie. Trzeba jednak przyznać, że wszystko to, co oferują nam obecnie operatorzy w zakresie 5G, dalekie jest od maksymalnego potencjału wspomnianej technologii. Dopóki jednak nie dojdzie do rozstrzygnięcia aukcji na częstotliwość 3,6 GHz, trudno mówić o „prawdziwym” 5G.

Czy to bezpieczne?

Powszechnie uważa się, że 5G jest niezbędna, zarówno dlatego, że bez niej internet po prostu się zakorkuje, jak i dlatego, że technologia ta stwarza nowe możliwości gospodarczego i społecznego rozwoju. Mimo to nie brak głosów, że czeka nas „zaplanowane ludobójstwo na Polakach”, jak widzą to najbardziej radykalni przeciwnicy 5G. Uważają oni, że efektem długotrwałej ekspozycji na pole elektromagnetyczne może być m.in. wzrost liczby zachorowań na nowotwory i chorobę Alzheimera oraz rosnąca liczba przypadków niepłodności.

– Obawy są nieuzasadnione – zapewnia **dr hab. inż. Sławomir Hausman z Centrum Kompetencji 5G Politechniki Łódzkiej**. – Według mojej najlepszej wiedzy, a zajmuję się tą tematyką od około 15 lat, nie widzę takich zagrożeń. Proszę pamiętać, że od dawna żyjemy zanurzeni w falach radiowych, bo tak naprawdę sieci odbiorników radiofonicznych mieliśmy już grubo przed II wojną

światową. I były to bardzo silne nadajniki. Sieci 5G nie wprowadzają żadnych dodatkowych zagrożeń. Ponadto przed postępem nie uciekniemy, a zostając się. Przecież już teraz wiele krajów, np. Korea Południowa, Chiny, Wielka Brytania, USA czy Szwajcaria, intensywnie budują sieci 5G. Gdybyśmy nie poszli ich śladem, przestalibyśmy być konkurencyjni w świecie współczesnej gospodarki.

Tym, co budzić może pewne obawy, jest np. utrata w jeszcze większym stopniu własnej pry-

watności czy konieczność noszenia w niedalekiej przyszłości specjalnych okularów praktycznie przez każdego z nas. Z drugiej jednak strony, potencjalne korzyści, zarówno dla gospodarki, jak i dla każdego z nas, mogą być ogromne, co podkreślił swego czasu nawet Donald Trump, sugerując, że po 5G trzeba szybko zacząć wdrażać... 6G.

Gra pod presją

Skoro już przy Trumpie jesteśmy, to warto wspomnieć o jeszcze jednej kwestii, dotyczącej tego, czy 5G będzie wprowadzane u nas bez udziału w jakiegokolwiek formie chińskiego koncernu Huawei. Tego domagają

się od nas Stany Zjednoczone i, być może, zostaliśmy zmuszeni do podpisania w ubiegłym roku stosownej umowy w tej sprawie, w czasie wizyty w Polsce Mike'a Pompeo, sekretarza stanu USA. Jeśli tak, to niektórzy operatorzy musieliby wymienić ponad połowę nadajników NetWorkS!, opartych na rozwiązaniach Huawei. Pytanie, kto za to miałby zapłacić i jak mogłoby to odbić się na cenach oferowanych usług? Ciekawe, czy w obliczu zbliżającego się 5G presję odczuwają też dostawcy stacjonarnego internetu na łączach światłowodowych, czyli głównie operatorzy sieci kablowych? Porównując prędkości danych dzisiejszego 5G w Polsce z wartościami oferowanymi przez wspomniane sieci, to większych różnic nie ma. I przyjmując nawet, że 5G ma zapewniać docelowo transfer na poziomie 1Gb/s, to trzeba podkreślić, że oferta „kablówek” i operatorów FTTH może być lepsza. Ponadto nie mają one limitów przesyłanych danych. Obserwując jednak rywalizację na bardziej rozwiniętych rynkach, np. w USA, dostawcy 5G na pewno będą chcieli powalczyć ze stacjonarnym internetem. Czas pokaże, jak to naprawdę będzie wyglądać.



Nadchodzi
sieć 5G w Play

5G

PLAY



Ewa Sankowska-Sieniek,
kierownik biura prasowego Play

Obecnie zasięg 5G w Play obejmuje 13 proc. proc populacji, a sieć obecna jest w 58 miastach i mniejszych miejscowościach na terenie Polski. Dostęp do 5G nie ma wpływu na wysokość abonamentu naszych klientów. Ok. 2 mln z nich ma taryfy uprawniające do korzystania z 5G. Do rozwoju 5G na szeroką skalę potrzebne są przede wszystkim dedykowane częstotliwości oraz upowszechnienie urządzeń obsługujących nową technologię. Jednak równie ważne jest stworzenie przyjaznego „otoczenia inwestycyjnego” dla budowy sieci mobilnych i upowszechnienie rzetelnej wiedzy nt. technologii komórkowej, opartej na badaniach naukowych. Konieczne jest wsparcie w tym zakresie właściwych instytucji, ponieważ wysiłki samych operatorów to zbyt mało, aby uświadomić i pokazać, jak ogromne korzyści każdego dnia przynosi mobilna komunikacja. Pozytywne nastawienie do inwestycji komórkowych wśród polskiego społeczeństwa jest absolutnie kluczowe do budowania



Ewa Sankowska-Sieniek

prężnej gospodarki opartej na nowych technologiach, takich jak 5G. Jeśli chodzi o sprawę bezpieczeństwa, związane z urządzeniami firmy Huawei, to naszym zdaniem, najrozsądniejszym rozwiązaniem jest dywersyfikacja dostawców infrastruktury sieciowej. Takie podejście pozwala uniknąć zależności od jednego z dostawców oraz zapewnia stosowne zasady cyberbezpieczeństwa we właściwych warstwach sieci. Jako Play, nie jesteśmy zależni od jednego dostawcy. Czekamy na kompleksową informację ze strony regulatora i rządu odnośnie chińskich dostawców i zakładamy, że będą wdrożone racjonalne rozwiązania. Należy pamiętać, że obecnie nie ma zbyt wielu dostawców. Decyzja na poziomie unijnym czy rządowym w Polsce może wpłynąć na koszty inwestycji, jeżeli będzie się wiązała z ograniczeniem możliwości wyboru dostawcy i ograniczeniem konkurencyjności. Taka decyzja doprowadziłaby do opóźnienia wdrożenia sieci 5G w Polsce, co postawiłoby nasz kraj w znacznie gorszej pozycji wobec innych państw europejskich i zmniejszyło szanse na dogonienie w rozwoju gospodarczym państw Zachodu.

Wojciech Jabczyński,
rzecznik Orange Polska

#hello5G jest dostępne automatycznie i bez dodatkowych opłat dla klientów indywidualnych, którzy posiadają nowy Plan Mobilny 75 lub abonament komórkowy w Orange Love Extra lub Premium, zakupiony 12 marca 2020 roku lub później, oraz klientów biznesowych korzystających z Planów Firmowych L lub XL, zakupionych 24 lutego 2020 roku lub później. Użytkownicy planu Firma mogą korzystać z usługi „5G dla Firm” za 9,90 zł netto miesięcznie. Klienci indywidualni, którzy korzystają z Planu Mobilnego 75, Orange Love Extra i Premium kupionego przed 12 marca 2020 roku, mogą włączyć „Możliwość korzystania z 5G” samodzielnie, po zalogowaniu do konta Mój Orange na stronie operatora (w zakładce Pakiety i usługi – Kategoria: Internet/usługi dodatkowe) lub poprzez infolinię. Wraz z uruchomieniem #hello5G, otrzymują oni dodatkowy pakiet 40 GB danych do wykorzystania każdego miesiąca. W przypadku klientów Orange Love Extra i Premium zwiększenie pakietu danych wiąże się z koniecznością podpisania aneksu do obecnej umowy – nie zmienia to dotychczasowej miesięcznej kwoty zobowiązania. #hello5G jest też automatycznie dostępne dla użytkowników Planu za 80 zł w Orange Flex. Aby korzystać z tej oferty, trzeba być w zasięgu tech-



Wojciech Jabczyński

nologii 5G, posiadać telefon współdziałający z nią wraz z aktualnym oprogramowaniem oraz odpowiednią kartę SIM (4G LTE – USIM lub eSIM). #hello5G dostępne jest m.in. w Warszawie, Łodzi, Krakowie, miastach Górnośląskiego Okręgu Przemysłowego, Wrocławiu, Poznaniu, Rzeszowie i Kielcach. Łącznie to 330 mniejszych miejscowości i 40 miast. Orange Polska intensywnie przygotowuje się do uruchomienia sieci 5G w pasmach wskazanych do tego na poziomie Unii Europejskiej, testując dostępne na rynku rozwiązania. Od jesieni 2019 roku trwają próby terenowe w paśmie 3,5 GHz, a od roku – w paśmie 26 GHz. Testujemy rozwiązania technologiczne wszystkich dostawców obecnych na naszym rynku. Wybór partnera technologicznego do budowy 5G jeszcze przed nami. Aby rozwijać sieci w standardzie odpowiadającym wciąż rosnącym potrzebom, operatorzy potrzebują przede wszystkim uporządkowanego otoczenia regulacyjnego. Pierwszorzędne znacznie ma rzecz jasna kwestia aukcji 5G. Liczymy na sprawne uporządkowanie i przeprowadzenie procesu przydzielania częstotliwości w paśmie C, aby budowa sieci 5G z wykorzystaniem tej częstotliwości mogła ruszyć jak najszybciej. O tym, jak szybko 5G będzie się upowszechniać w Polsce, zadecyduje przecież właśnie tempo przydzielania częstotliwości.

Adam Toruński,
kierownik działu oferty Internet
Plusa i Cyfrowego Polsatu

Sieć 5G Plusa działa na częstotliwości 2600 MHz TDD i pozwala osiągać szybkość internetu do 600 Mb/s. Uruchomiona została w maju 2020 roku. To 100 stacji na obszarze siedmiu polskich miast – Warszawy, Gdańska, Katowic, Łodzi, Poznania, Szczecina oraz Wrocławia, a w jej zasięgu znajduje się 900 tys. osób. Kilkumiesięczne obserwacje doświadczeń użytkowników sieci i najlepsze wyniki uzyskiwane w testach szybkości sieci 5G w porównaniu z innymi operatorami, zaowocowały decyzją o poszerzeniu zasięgu i jeszcze w 2020 roku do listy miast z 5G Plusa dołączą między innymi mieszkańcy aglomeracji śląskiej, Trójmiasta, Krakowa, Bydgoszczy, Częstochowy, Olsztyna, Kielc, Radomia, Torunia, Zielonej Góry, Opola, Gorzowa Wielkopolskiego i wielu innych. Łącznie to ponad 700 stacji zapewniających swoim zasięgiem technologię 5G dla 5 milionów ludzi. Kolejny etap rozbudowy jest już zaplanowany na 2021 rok, kiedy to Plus planuje oferować 5G na ponad 1700 stacjach, we wszystkich obecnych oraz byłych miastach wojewódzkich oraz szeregu innych miejscowości. W przyszłym roku w zasięgu najszybszej w Polsce sieci 5G Plusa znajdzie się już ponad 150 miejscowości i będzie mogło z niej korzystać ponad 11 milionów osób. Wysokość abonamentu nie ma obecnie wpływu na dostęp do sieci 5G Plusa i mogą z niej korzystać wszyscy aktualni klienci Plusa (oraz Plusa) i Cyfrowe-



**Adam
Toruński**

go Polsatu. Dodatkowo, w gwiazdkowej promocji, wszyscy, którzy do początku stycznia wybiorą dowolny abonament (głosowy lub internetowy) otrzymają dostęp do najszybszej sieci 5G w Polsce w cenie na cały okres umowy. Po zakończeniu okresu promocyjnego transmisja danych w technologii 5G będzie dostępna tylko dla użytkowników abonamentów, w których została ona zagwarantowana, oraz dla osób, które zdecydują się na ofertę nowych taryf 5G. Z zasady nie podajemy danych liczbowych, pokazujących, ilu klientów korzysta już z nowej technologii, ale jesteśmy zado-

woleni z poziomu zainteresowania nią. Obecnie dostęp do transmisji danych w 5G na warunkach promocyjnych mają wszyscy użytkownicy naszych ofert, którzy znajdują się w zasięgu 5G i posiadają odpowiedni smartfon lub router. Z 5G Plusa korzysta coraz więcej osób i cały czas widzimy w sieci wzrost liczby urządzeń pozwalających na korzystanie z tej technologii. Aby Polska nie została w ogonie Europy czy świata w kwestii 5G, trzeba podjąć na pewno działania w zakresie dostępności częstotliwości, a także uproszczenia przepisów, które pozwolą na rozwój infrastruktury niezbędnej do działania 5G w całej Polsce. Równie istotna jest edukacja czy informacja, tak aby społeczeństwo było jak najlepiej zaznajomione z tą technologią. Jesteśmy przekonani, że 5G będzie coraz bardziej powszechne, a decydujący wpływ na ten proces będzie miał rozwój infrastruktury umożliwiającej korzystanie z tej technologii oraz coraz większa liczba urządzeń obsługujących 5G, przede wszystkim tych z niższych półek cenowych.



Co Polacy myślą o technologiach?

OPR. AK

Chętniej z cyfrowych rozwiązań korzystają kobiety, a co czwarty Polak deklaruje, że jest zaawansowany technologicznie. To niektóre wnioski z raportu „Digital ethics – polscy konsumenci wobec wyzwań etycznych związanych z rozwojem technologii”*.

Dane potwierdzają, że najbardziej lubimy rozwiązania, które już znamy. Wśród najczęściej wykorzystywanych przez konsumentów zastosowań technologicznych znalazły się: zakupy online (85 proc.), e-mail jako narzędzie komunikacji (84 proc.), bankowość internetowa, w tym mobilna (79 proc.), oraz komunikatory wykorzystywane w celach prywatnych (78 proc.) i media społecznościowe (77 proc.). Co piąty badany deklaruje, że wie sporo o 5G i sztucznej inteligencji (22 proc.), 35 proc. interesowało się zabezpieczeniami biometrycznymi. 2/3 przyznaje, że jedynie słyszało o autonomicznych pojazdach czy zastosowaniach robotów w przemyśle. Aż 62 proc. nigdy nie spotkało się z pojęciem blockchain.

Polki chętniej korzystają z technologii, ale są ostrożne

Polki wyprzedzają męską część społeczeństwa w robieniu zakupów online (88/82 proc.), bankowości internetowej (82/76 proc.) czy korzystaniu z komunikatorów internetowych w celach prywatnych (83/74 proc.). Biją też na głowę Polaków w korzystaniu z mediów społecznościowych (85/69 proc.). Dużo bardziej są też zainteresowane poradami medycznymi online i szeroko rozumianymi usługami w zakresie telemedycyny, na które wskazała co czwarta respondentka w tej grupie. Mężczyźni wykazują większe zainteresowanie zakupem ubezpieczeń online, rozwiązaniami w zakresie smart home, stwa-

rzającymi możliwość sterowania poszczególnymi systemami i sprzętami za pośrednictwem urządzeń mobilnych, oraz dronami. Panowie są za to dużo bardziej przekonani, że znają się na nowych technologiach. W takich zagadnieniach jak 5G, robotyzacja, pojazdy autonomiczne czy sztuczna inteligencja niemal dwa razy częściej, w porównaniu z kobietami, uważają się za znawców tematu. Kobiety są z kolei grupą, która dużo bardziej obawia się nowych technologii. Jest to też

grupa bardziej wrażliwa na kwestie związane z zarządzaniem danymi. Na przykład więcej Polek niż Polaków odczuwa obawy związane z wpływem fake newsów na naszą rzeczywistość.

Co czwarty Polak „zaawansowany technologicznie”

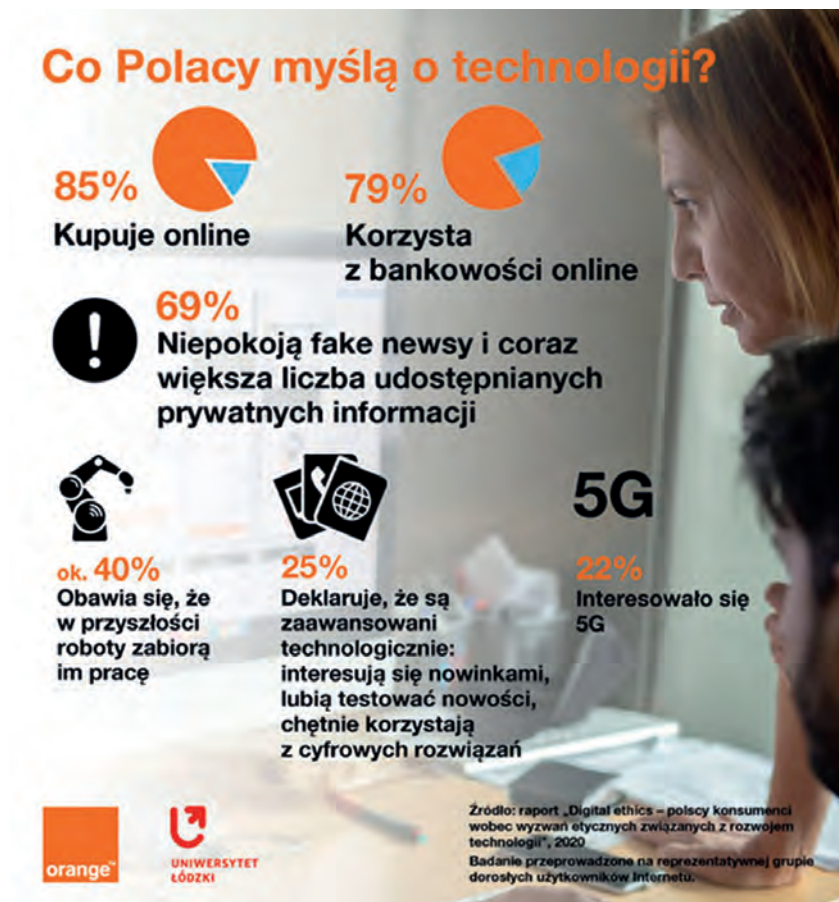
Jeden na czterech badanych deklaruje, że interesuje się nowinkami ze świata technologii, chętnie je testuje i korzysta

Polki w internecie



Zródło: raport „Digital ethics – polscy konsumenci wobec wyzwań etycznych związanych z rozwojem technologii”, 2020
Badanie przeprowadzone na reprezentatywnej grupie dorosłych użytkowników Internetu.

z cyfrowych rozwiązań. O korzystaniu z danej technologii niewątpliwie decyduje wiek. Osoby, które nie przekroczyły 30 lat, częściej niż pozostałe grupy wiekowe korzystają z rozwiązań chmurowych (69 proc.), biometrii (56 proc.), inteligentnych urządzeń monitorujących stan zdrowia (smartwatche, opaski fitness itp.) (50 proc.) oraz rozmawiają z chatbotami (46 proc.). Prawie co czwarty badany w tej grupie kupował też ubezpieczenia online. Taki układ odpowiedzi nie jest zaskoczeniem i potwierdza obserwowane tendencje rynkowe. Wykorzystanie technologii zdecydowanie okazało się domeną obszarów zurbanizowanych, co może mieć związek z wyższym, na tych obszarach, poziomem dostępności internetu, w tym szerokopasmowego, a także zgłaszanymi przez konsumentów potrzebami i/lub poziomem wiedzy w tym zakresie. Generalnie osoby zamieszkujące na wsi znacznie rzadziej korzystają z dostępnych technologii cyfrowych w stosunku do tych mieszkających w miastach, w tym zwłaszcza powyżej 100 tys. mieszkańców. Największe różnice pomiędzy deklarowanym poziomem korzystania z technologii pomiędzy mieszkańcami wsi i dużych miast zaobserwowano w przypadku przechowywania i udostępniania danych w chmurze, biometrii i geolokalizacji. Im wyższy poziom wykształcenia, tym na ogół wyższy był deklarowany poziom wykorzystania poszczególnych analizowanych technologii i rozwiązań na nich opartych. Może to wynikać zarówno z większego poziomu wiedzy i zróżnicowanych kompetencji tej grupy osób, jak i ich szerszego spektrum potencjalnych doświadczeń w tym zakresie. Testy istotności wskazały, że ta grupa respondentów wyraźnie częściej niż pozostałe korzystała z komunikatorów w celach zawodowych (65 proc. badanych) oraz dokonywała zakupu ubezpieczeń online (48 proc.). Okazało się, że zdecydowanie najsłabszy kontakt z technologiami mieli konsumenci



o wykształceniu zawodowym, zwłaszcza w przypadku rzeczywistości wirtualnej i rozszerzonej.

Etyczne dylematy technologii

Zrealizowane badanie szeroko przygląda się zagadnieniom etyki w kontekście cyfrowych technologii. Wskazuje, że użytkownicy technologii obawiają się przede wszystkim o bezpieczeństwo swoich danych i zasobów, które udostępniają za jej pomocą, oraz o to, czy przekazywane dane będą wykorzystywane właściwie i zgodnie z ich zamierzeniami. Jednocześnie, spora grupa badanych przyznaje, że chciałaby mieć pewność, że projektowane i uruchamiane rozwiązania cyfrowe nie będą ich dyskryminowały. Dostrzegalna jest potrzeba większej przejrzystości i otwartości ze strony cyfrowych graczy. Wątpliwości etyczne budzą przede wszystkim manipulowanie informacjami (69 proc. badanych), gromadzenie, agregowanie i handel danymi o zachowaniach online (63 proc.)

oraz ograniczenie prywatności związane z rozwojem systemów monitoringu (58 proc.). Konkretnie obawy etyczne dotyczące korzystania z nowoczesnych technologii najmocniej zgłasza grupa „zaawansowanych technologicznie”. Ponad 80 proc. z nich uważa za niewłaściwe manipulowanie informacjami w internecie, handel danymi czy monitorowanie ich aktywności w sieci, np. w celu spersonalizowania reklam. Ponad 70 proc. boi się bycia manipulowanymi.

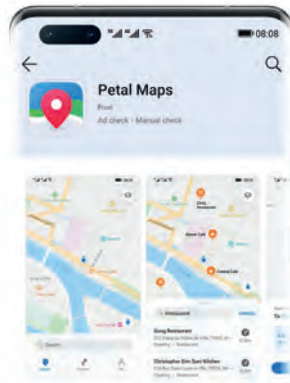
* Raport jest efektem współpracy Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego z Orange Polska i obejmuje wyniki badań w czterech obszarach: wzorce moralne, znajomość i zakres korzystania z technologii, obawy oraz wątpliwości etyczne związane z technologią, a także odpowiedzialność i bezpieczeństwo w świecie technologii. Badanie przeprowadziła firma badawcza Kantar „Digital ethics – polscy konsumenci wobec wyzwań etycznych związanych z rozwojem technologii”

Nokia AVA QoE na granicy sieci

Nokia ogłosiła wdrożenie algorytmów AVA QoE w usługach blisko użytkowników, aby umożliwić dostawcom usług telekomunikacyjnych zapewnienie klientom najwyższych standardów działania sieci. Dzięki nowej usłudze **Nokia AVA**, sztuczna inteligencja zastosowana jest blisko użytkownika, umożliwiając zautomatyzowane działania w celu natychmiastowego rozwiązywania problemów. Wg raportu Nokii nt. stanu gotowości sieci 5G, aż 35 proc. operatorów twierdzi, że głównym celem ich strategii związanej z siecią nowej generacji jest poprawa jakości customer experience. Wdrożenie algorytmów Nokia AVA na tradycyjnych architekturach sieciowych pozwoliło osiągnąć 59-procentową redukcję buforowania Netflix i o 15 proc. obniżyć odsetek sesji YouTube, które doświadczały opóźnień w odtwarzaniu. Dzięki rozwiązaniu AVA QoE, zastosowanemu na granicy sieci z abonentem, dostawcy usług internetowych mogą zapewnić swoim klientom jeszcze większą przepustowość przesyłania danych, co przekłada się na wyższą jakość strumieniowanych filmów i lepsze doznania dla graczy online. Nokia AVA QoE na granicy sieci przenosi „kod do miejsca, w którym znajdują się dane”, wdrażając algorytmy uczenia maszynowego (ML), które umożliwiają zautomatyzowane działania w czasie rzeczywistym bliżej abonenta. Rozwiązanie to zmniejsza również obciążenie sieci danymi, przy jednoczesnym wykładniczym zmniejszeniu ilości danych z poziomu użytkownika wymaganych do zasilania modeli ML.

Huawei z nawigacją Petal Maps

Posiadacze smartfonów Huawei z oprogramowaniem HMS ucieszyć może stworzenie nawigacji Petal Maps, która ma załatać dziurę po Google Maps – informuje serwis telepolis.pl. Oczywiście są już dobre nawigacje dla smartfonów Huawei z HMS, ale jednak własna aplikacja producenta, rozwijana przez niego i dopracowywana, obiecuje zupełnie inne doznania. Aplikacja stworzona została dla osób podróżujących pieszo, transportem publicznym czy samochodem – w jednym miejscu użytkownik będzie miał dostęp do map z widokami 2D i 3D, nawigacji samochodowej i informacji o natężeniu ruchu drogowego podawanych w czasie rzeczywistym. Zintegrowana wyszukiwarka Petal Search umożliwi wyszukiwanie obiektów i zapisywanie ulubionych miejsc. Aplikacja wykorzystuje **technologie Super GNSS** oraz inteligentne algorytmy – kiedy użytkownik włączy



Petal Maps, aplikacja zaproponuje najszybszą trasę dojazdu na podstawie wielu zebranych danych, m.in. aktualnego natężenia ruchu. Trasa

nawigacji podawana jest w trybie „zakręt po zakręcie”. Część rozwiązań, zarówno pod względem wizualnym, jak i funkcjonalnym bardzo przypomina Google Maps. To na pewno zachęta dla tych, którzy przywykli do rozwiązania Google. Nowa nawigacja Huawei wspiera obsługę wykrywania

gestów, zastosowaną w premierowej serii smartfonów Huawei Mate 40. Funkcja ta umożliwia m.in. obsługę nawigacji samochodowej za pomocą gestów wykonywanych ręką, bez potrzeby dotykania ekranu palcem, co podnosi bezpieczeństwo jazdy. Huawei nie podał na razie daty premiery aplikacji w AppGallery, ale obiecuje, że Petal Maps będzie dostępna dla użytkowników urządzeń Huawei z HMS w 140 krajach na całym świecie.

Precyzyjny lokalizator OPPO



OPPO, globalny producent urządzeń mobilnych, zaprezentowało opracowany przez siebie, innowacyjny, precyzyjny algorytm pozycjonowania RTK (ang. real-time kinematic), który umożliwi systemowi nawigacji w smartfonie określenie dokładnej lokalizacji w promieniu jednego metra. Nowe rozwiązanie opiera się na pomiarze fali nośnej. Przetwarza ona dane uzyskane pomiędzy stacjami pomiarowymi w czasie rzeczywistym, w celu ustalenia precyzyjnej lokalizacji. W przeszłości technologia ta była wykorzystywana głównie w pomiarach przemysłowych i, przez swój poziom złożoności, nie mogła być zaimplementowana do smartfonów. Jednak OPPO opracowało algorytm, który wykorzystuje informacje z istniejących czujników w urządzeniach mobilnych, w tym akcelerometrów i żyroskopów, w celu poprawy dokładności pozycjonowania.

stym, w celu ustalenia precyzyjnej lokalizacji. W przeszłości technologia ta była wykorzystywana głównie w pomiarach przemysłowych i, przez swój poziom złożoności, nie mogła być zaimplementowana do smartfonów. Jednak OPPO opracowało algorytm, który wykorzystuje informacje z istniejących czujników w urządzeniach mobilnych, w tym akcelerometrów i żyroskopów, w celu poprawy dokładności pozycjonowania.

Szkolenia w goglach VR

Do końca roku, 180 pracowników, zajmujących się w Orange obsługą klientów, skorzysta ze szkoleń opartych na wirtualnej rzeczywistości. Przenosząc się do wirtualnego Laboratorium Orange, będą uczyć się obsługi urządzeń

niejszego skutecznego wsparcia klientów w podłączaniu, konfiguracji i codziennego używania urządzeń i korzystania z różnych ich funkcji. – Google VR odcinają nas od rozpraszającego otoczenia, dzięki czemu łatwiej skupić się na nauce. Ponadto, w wirtualnej rzeczywistości nasi pracownicy niejako wcielają się w rolę klientów, przechodzą przez te same doświadczenia, począwszy od otwarcia opakowania z urządzeniem, poprzez jego podłączenie w domu czy sprawdzenie różnych jego funkcji. Łatwiej im w ten sposób będzie zrozumieć ich punkt widzenia i odpowiadać na pytania – mówi **Ewa Krupa, dyrektor Kultury i Rozwoju w Orange Polska**. Operator zaplanował, że do końca bieżącego roku przeszkoli 180 pracowników przy użyciu technologii VR, a w przyszłym roku rozszerzy zasięg na grupę przeszło 1000 osób. Aplikacja i materiały szkoleniowe powstały we współpracy ze startupem VRLearning, który stworzył to rozwiązanie w ramach programu Orange Fab.

i różnych możliwości usług, z których korzystają klienci, takich jak Smart WiFi Box, FunBox, Orange TV GO czy multinagrywarka. Już pierwsze wnioski z pilotażowego projektu dowodzą, że szkolenia VR zapewniają lepszą koncentrację, pozwalają na zapamiętanie większej liczby szczegółów, co ma ogromne znaczenie dla póź-



Promocje w Virgin Mobile

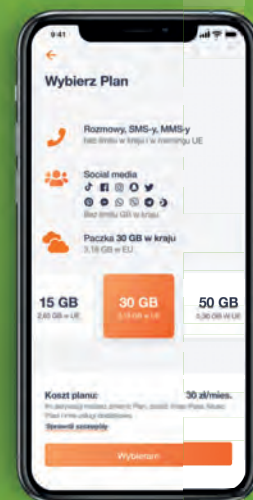
Virgin Mobile przygotował dwie nowe promocje – **pakiet #GIGAMAKS** oraz prezent dla nowych użytkowników – **aż 100 GB gratis**. Pakiet #GIGAMAKS to wyjątkowo atrakcyjna oferta dla osób intensywnie korzystających ze smartfona. W cenie 30 zł/m-c poza nielimitowanymi rozmowami i SMS-ami klienci otrzymują 30 GB do wykorzystania. Nowy pakiet jest

dostępny w taryfie **#ChcęWszystko**, a jego włączenie możliwe jest poprzez aplikację Klub Virgin Mobile. To jednak nie wszystko. Nowi klienci, którzy od dnia 1 grudnia br. wybiorą Virgin Mobile na kartę lub przeniosą swój numer od innego operatora, będą mogli włączyć aż 100 GB danych zupełnie za darmo. Dodatkowy pakiet jest do wykorzystania do końca marca 2021 r.



Orange Flex otwiera sklep... w aplikacji

Użytkownicy Orange Flex mogą już robić zakupy w sklepie uruchomionym w aplikacji. Sklep Flex oferuje smartfony, tablety i inne urządzenia Internetu Rzeczy, jak inteligentne opaski, oczyszczacz powietrza czy słuchawki. Zakupu można dokonać po aktywacji dowolnego Planu. Za produkty ze Sklepu Flex można zapłacić za pomocą karty płatniczej połączonej z kontem lub poprzez środki Flex doładowywane BLIK-iem. W Sklepie Flex można kupić **smartfony jak nowe**. Telefony, m.in. powystawowe modele pochodzące z salonów, są odnawiane przez profesjonalną firmę serwisową. Produkty te mają bardzo atrakcyjne ceny. Orange Flex daje im drugie życie. To element działań Orange, który chce przeciwdziałać zmianom klimatu i wspierać klientów w ich codziennych wyborach. Starsze, sprawne modele telefonów, które odkładamy do szuflady na „wieczne nieużywanie”, często mogą jeszcze długo pełnić swoją funkcję. Dlatego powinniśmy dostać szansę na drugie życie. Natomiast zużyte, niedziałające urządzenia są źródłem cennych i rzadkich minerałów, które można odzyskać i ponownie wprowadzić do obiegu. Niepotrzebne już telefony można przynieść do każdego salonu Orange, aby odsprzedać lub przekazać je do recyklingu.



Serwis dla starych i nowych

Operator sieci Plus wprowadził dla swoich klientów dwie nowe propozycje usług serwisowych – **Serwis Urządzenia SIM** i **Serwis Urządzenia Premium**. Serwis Urządzenia SIM to oferta, która umożliwia objęcie ochroną nieuszkodzonych, używanych telefonów, niezależnie czy pochodzą z sieci Plus, czy innego sklepu w kraju. To usługa serwisowa dla klientów Plusa, którzy już posiadają telefon i chcieliby zadbać o jego bezpieczeństwo. Serwis dostępny jest bez dodatkowych opłat w ramach wybranych ofert na okres 24 m-cy z abonamentem już od 40 zł/m-c, które gwarantują naprawę wszystkich uszkodzeń mechanicznych oraz usunięcie skutków zalania. Użytkownicy nowych usług mogą naprawić smartfon z zachowaniem gwarancji producenta, a także skorzystać z szybkiego serwisu urządzenia bez wychodzenia z domu. Serwis Urządzenia Premium to produkt zapewniający naprawę wszelkich uszkodzeń mechanicznych, priorytetowe naprawy i bezpłatne urządzenie zastępcze. Usługa dostępna jest w momencie zakupu sprzętu na raty w sieci Plus w ramach specjalnego planu z abonamentem w wysokości 20 zł/m-c. Serwis zapewnia 1 naprawę rocznie w maksymalnej kwocie równej wartości telefonu. W przypadku braku możliwości naprawy smartfona w ciągu 7 dni klient ma możliwość wymiany go na nowy. Operator umożliwia objęcie ochroną serwisową nie tylko smartfonów, ale również tabletów, smartwatchy, laptopów i telewizorów.

Europejska Federacja Chmur

25 państw członkowskich UE, w tym Polska, podpisało ministerialną deklarację dotyczącą rozwoju usług chmurowych dla sektora prywatnego oraz administracji publicznej. Deklaracja stanowi kluczowy element **Europejskiej Strategii Danych**. Sygnatariusze deklaracji, wśród nich **Marek Zagórski** – sekretarz stanu w Kancelarii Prezesa Rady Ministrów, będą współpracować na rzecz powstania **Europejskiej Federacji Chmur**.

Celem inicjatywy jest ukształtowanie bezpiecznych, energooszczędnych i interoperyacyjnych usług chmurowych nowej generacji. Powstanie też Europejski Podręcznik dla Usług Chmurowych (ang. Cloud Rulebook), tj. zestaw wspólnych, technicznych zasad, standardów oraz norm. Planowane jest także uruchomienie wspólnych europejskich platform ułatwiających nabywanie usług chmurowych. Inicjatywa Europejskiej Federacji Chmur będzie wspierana przez Komisję Europejską, której zadaniem jest zapewnienie jak najszerszej reprezentacji zainteresowanych podmiotów. Deklaracja przewiduje powstanie **Europejskiego Sojuszu na rzecz Danych Przemysłowych**



i **Usług Chmurowych**, czyli forum skupiającego przedstawicieli sektora prywatnego i publicznego. W jego ramach zebrane zostaną dotychczasowe doświadczenia i pomysły w obszarze usług chmurowych. Polski projekt **Wspólnej Infrastruktury Informatycznej Państwa (WIIP)** został wskazany jako jedna z wiodących inicjatyw krajowych dla administracji publicznej. Warto przypomnieć, że w Polsce

działa już **System Zapewniania Usług Chmurowych (ZUCH)** – to wsparcie wykorzystania rozwiązań chmurowych

w administracji publicznej. Portal służy do oferowania usług chmurowych przez dostawców komercyjnych – za jego pośrednictwem każdy urząd będzie mógł kupić wybrane usługi, takie jak narzędzia pracy grupowej, pakiet biurowy czy wirtualny serwer. ZUCH to proste rozwiązanie dostarczające zasady współpracy zgodnie z obowiązującym prawem. Opiera się na zapisach uchwały Rady Ministrów z dnia 11 września 2019 r. w sprawie inicjatywy „Wspólna Infrastruktura Informacyjna Państwa” (WIIP), jak również specustawy o przeciwdziałaniu COVID-19.

Rynek usług komórkowych

Jak wynika z danych **Urzędu Komunikacji Elektronicznej**, w ostatnich kilku latach następował systematyczny spadek liczby użytkowników telefonii komórkowej. Na koniec 2019 r. odnotowano jednak zmianę, łączna liczba aktywnych kart SIM wyniosła **52,2 mln**. Oznaczało to wzrost o 1,2 proc. w porównaniu z rokiem 2018. Według UKE od

kilku lat pozycję lidera pod względem liczby użytkowników telefonii ruchomej zajmował P4 (operator sieci Play). Jego udział w liczbie użytkowników w 2019 r. wyniósł 29 proc. Drugie miejsce przypadło Orange Polska (27,3 proc.). Trzecia pozycja należała do Polkomtela (21,3 proc.). Na czwartym miejscu znalazł się T-Mobile z udziałem na poziomie 18,9 proc.

UOKiK upomina i karze

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów sprawdza, czy najwięksi operatorzy komórkowi oddają konsumentom niewykorzystane pieniądze, gdy minie ważność konta na kartę. Do tej pory prezes UOKiK **Tomasz Chróstny** wydał decyzję w tej sprawie wobec spółki **Polkomtel**, na którą nałożył ponad 20

mln zł kary. Ponadto zobowiązał **T-Mobile** do zwrotu pieniędzy odbiorcom. Toczy się postępowanie wobec **Orange Polska**. Najnowsza decyzja prezesa Urzędu i jednocześnie druga zobowiązująca w tego typu sprawie dotyczy spółki **P4**, operatora sieci **Play**. We wzorcach umów usług przedpłaconych (pre-paid) P4 zastrzegало, że w przypadku utraty ważności konta niewykorzystana kwota lub jednostki rozliczeniowe zostają anulowane. Jedynym sposobem na to, aby zgromadzone pieniądze nie przepadły, było kolejne doładowanie przedłużające ważność konta. Jeśli konsument tego nie zrobił, bo np. zapomniał, a chciał zmienić operatora, tracił niewykorzystane środki.

Mogło go to zniechęcić do wyboru konkurencyjnej firmy, nawet jeśli otrzymał lepszą ofertę. Kwestia zwrotu niewykorzystanych środków z konta na kartę przy wyborze nowej firmy telekomunikacyjnej jest

już uregulowana na poziomie unijnym.

W grudniu 2018 r. wszedł w życie **Europejski Kodeks Łączności Elektro-**

nicznej. Jest w nim przepis, zgodnie z którym przy zmianie operatora dotychczasowi dostawcy usług pre-paid muszą na wniosek konsumenta zwrócić pozostałe na koncie środki. Unijne prawo musi zostać implementowane do polskiego. Prezes UOKiK zobowiązał P4 do wprowadzenia mechanizmu zwrotu pozostałych na koncie pre-paid pieniędzy. Ma to nastąpić w ciągu miesiąca od daty uprawomocnienia się decyzji. Do tego czasu spółka musi poinformować wszystkich klientów usług przedpłaconych o wprowadzeniu usługi zwrotu niewykorzystanych środków, przy czym osoby po 65. roku życia dowiedzą się o swoich nowych uprawnieniach z wiadomości SMS.



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Pomiar PEM w każdym mieście

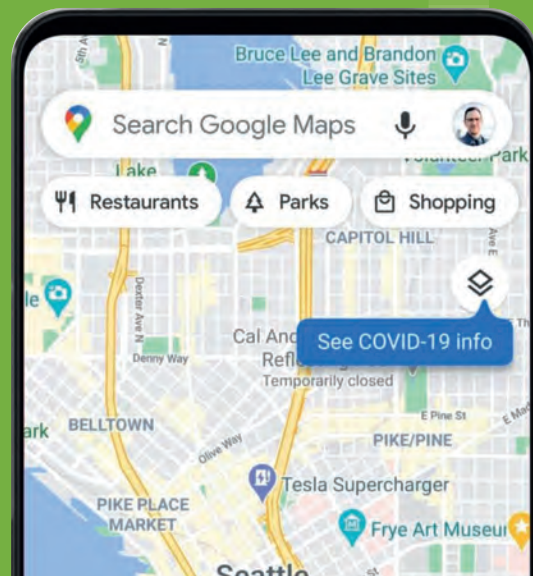
Od 2021 r. pomiary promieniowania elektromagnetycznego będą realizowane we wszystkich miastach i gminach wiejskich w Polsce – wynika z projektu rozporządzenia Ministerstwa Klimatu i Środowiska. Liczba punktów pomiarowych zależna będzie od liczby mieszkańców każdego z miast: do 20 tys. mieszkańców – 1 punkt pomiarowy; 20–50 tys. mieszkańców – 2 punkty; 50–100 tys. mieszkańców – 3; 100–200 tys. mieszkańców – 4; powyżej 200 tys. mieszkańców – 4 punkty



pomiarowe i 3 na każde rozpoczęte kolejne 100 tys. Monitorowaniem objęte zostaną również gminy wiejskie. Punkty pomiarowe będą w ich przypadku wyznaczane dla każdego województwa w cyklu czteroletnim. Każda gmina będzie miała jeden taki punkt. Sondy pomiarowe będą umieszczane 2 m nad poziomem terenu na dielektrycznym statywie, w odległości nie mniejszej niż 50 m od rzutu na powierzchnię terenu anten telekomunikacyjnych, radiolokacyjnych i radionawigacyjnych.

Google Maps z nakładką korona-wirusową

Google Maps wprowadził warstwę „Dane o COVID-19”, która na mapie pokazuje współczynnik zachorowań na wybranym terenie. Informacje o liczbie chorych w Polsce dotyczą zarówno kraju, jak i poszczególnych województw. War-



stwa jest dostępna tylko na smartfonach. Na mapie są wyświetlane nowe przypadki zachorowań na koronawirus z siedmiu ostatnich dni, przeliczone na 100 tys. osób. Obok współczynnika zachorowań wyświetla się etykieta wskazującą, czy liczba przypadków na danym terenie rośnie, czy spada. Mapa jest oznaczona kolorami, które wskazują miejsca z największą liczbą zachorowań. Dane, które wykorzystuje nakładka, pochodzą m.in. z Uniwersytetu Johnsa Hopkinsa, „New York Timesa” i Światowej Organizacji Zdrowia.

Pakiety usług IT dla biznesu

T-Mobile przygotował dla klientów biznesowych cztery pakiety, które – oferując potrzebne usługi i wsparcie – maksymalnie upraszczają cyfrowe funkcjonowanie firmy i stanowią rozwiązanie szeregu codziennych kłopotów większości organizacji. I tak – w ramach podstawowego wariantu **Bezpieczeństwo START** (za 10 zł/m-c netto) przedsiębiorcy otrzymają usługę **Zdalny IT Serwis** na trzy dowolne urządzenia, która umożliwi uzyskanie profes-

jonalnej pomocy technicznej od zespołu specjalistów, gdy laptop, smartfon czy router szwankują. Dodatkowo w zestawie znalazł się **Norton Security Online** (licencja na 3 urządzenia).

W pakiecie **Bezpieczeństwo EKSPERT** (20 zł/m-c netto) zamieszczono z kolei usługi **Zdalnego IT Serwisu** oraz **Norton Security Online** dla pięciu urządzeń. Dodatkowo klienci mogą liczyć na **Ubezpieczenie Urządzenia Basic**, chroniące przed skutkiem przypadkowego uszkodzenia wyświetlacza. Trzeci wariant, **Biznes START** (30 zł/m-c netto), oferuje powyższe trzy usługi (każdą dla 3 sprzętów) oraz **Microsoft 365 Business Basic**, umożliwiający wygodną i bezpieczną pracę w chmurze oraz bezproblemową komunikację. Dla firm poszukujących maksymalnie kompleksowego pakietu stworzono także wersję **Biznes EXPERT** w cenie 50 zł netto. W zestawie znalazły się wszystkie cztery usługi dla pięciu urządzeń.



Smartfonowa regeneracja w T-Mobile

T-Mobile wystartował ofertą „Smartfon regeneracja”, w ramach której daje telefonom drugie życie. Od 17 listopada br. operator odnawia, testuje, a następnie oferuje za symboliczną złotówkę w przystępnych cenowo abonamentach trzy modele telefonów marki **Apple**. Oferta „Smartfon regeneracja”, to część ekologicznych działań, realizowanych w ramach kampanii **WE CARE**. Urządzenia posiadają tylko nieznaczne ślady użytkowania. Modele są objęte 24-miesięczną gwarancją, mają nowe, oryginalne ładowarki i w większości posiadają nowe baterie. W ekoofercie dostępne są obecnie: **iPhone 6S** (w wersjach 32 i 64 GB), **iPhone 7** (32 GB) oraz **iPhone 8** (w wersjach 64 i 256 GB). Można je nabyć za złotówkę przy abonamencie z taryfą M w przypadku modeli 7 i 8, a w przypadku

iPhone'a 6S zarówno w M, jak i S. W taryfie M klienci otrzymują nielimitowane rozmowy i SMS-y oraz internet bez limitu gigabajtów. Smartfony za 1 zł dostępne są w abonamencie miesięcznym 85 zł (w przypadku iPhone'a 6S



32 GB w taryfie S, a w taryfie M – 95 zł). Abonament w przypadku iPhone'a 6S 64 GB w taryfie M to również 95 zł. Z kolei dla iPhone'a 7 to 105 zł, dla iPhone'a 8 (64 GB) – 135 zł, a dla iPhone'a 8 (256 GB) – 145 zł.

#Porozmawiajmy

Pandemia COVID-19 wpływa negatywnie na samopoczucie wielu z nas. Szczególnie w okresie okołoswiątecznym, gdy tęsknota za najbliższymi staje się wyjątkowo dotkliwa. W tej sytuacji pierwszą i najprostszą pomocą, jaką można komuś zaoferować, jest rozmowa. Aby ją ułatwić, **Facebook** wspólnie z **Fundacją Dajemy Dzieciom Siłę** oraz **Fundacją eKropka** zainicjował kampanię **#Porozmawiajmy**. Jej głównym elementem jest poradnik dla dorosłych i młodzieży, który tłumaczy, jak prowadzić rozmowę z osobą mogącą potrzebować wsparcia oraz jak zadbać o własną równowagę psychiczną. Jednak nie zawsze wiemy, jak zacząć dobrą i wspierającą rozmowę. Czy nie będzie to odebrane jako niegrzeczne? Czy w ogóle powinniśmy się odzywać, a jeżeli już postanowiliśmy porozmawiać, jak to robić, by dać poczucie zrozumienia i wsparcia? Na te pytania odpowiada porad-

nik stworzony przez psychologów i psychiatrów. Oprócz wskazówek co do prowadzenia rozmowy, poradnik zawiera również informacje o instytucjach i organizacjach, które udzielają profesjonalnej pomocy.



Inicjatywę **#Porozmawiajmy** wspierają influencerzy, którzy również uważają, że otwarcie się na szczerą rozmowę z bliską, zaufaną osobą jest pierwszym krokiem do lepszego samopoczucia psychicznego. To m.in.: Aleksandra Zebrowska, Krzysztof Gonciarz oraz Janina Bąk znana jako Janina Daily. Pełna treść poradnika dostępna jest na stronie www.porozmawiajmyfb.pl.

Nasze pismo jest miesięcznikiem branżowym związanym z polskim rynkiem mediów elektronicznych.

Skierowane jest głównie do najwyższej kadry menedżerskiej:

- operatorów telekomunikacyjnych,
- nadawców telewizyjnych,
- dystrybutorów,
- dostawców nowych technologii,
- operatorów platform cyfrowych.

Zapraszamy do prenumeraty w roku **2021** **TELEKABEL** & digital tv



Warunki prenumeraty

12 miesięcy – 148,50 zł
w tym 8% VAT

(11 wydań + dodatki specjalne)

Zamówienia lub potwierdzenia wpłat prosimy przysyłać pod naszym adresem e-mailowym: sekretariat@telekabel.pl.

Fakturę prześlemy listem poleconym.

www.telekabel.pl

Wpłat należy dokonywać na numer konta

Bank Millennium

9111602202-0000000028115974



W TYM NAJPIĘKNIEJSZYM
CZASIE W ROKU



WESOŁYCH ŚWIĄT

ŻYCZY WAM EKIPA
AXN



© 2020 Sony Pictures Television. All Rights Reserved.