

Konferencja PIKE 2020
Kontynuacja w burzliwych czasach

Jesień przed ekranem
Wirusowi wbrew

Raport CERT Polska:
Incydenty w sieci

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

ISSN 2299-9248

9/10 (205)

TELEKABEL & digital tv

NASTOLATEK. SZPIEG. BOHATER

ALEX RIDER

WTORKI O 22:00



TELEWIZJA PRAWDZIWYCH BOHATERÓW

© 2020 Sony Pictures Entertainment. All Rights Reserved.

axn.pl





NBCUniversal
INTERNATIONAL
NETWORKS

TOGETHER | TODAY | TOMORROW



sky news

3
ULICA

CNBC

KONTAKT:

Dystrybucja:

Joshua Virgona

M: +44 7823 520251

E: Joshua.virgona@nbcuni.com

Marketing:

Łukasz Wysocki

M: +44 73 8725 7958

E: Lukasz.Wysocki@nbcuni.com

Lokalny Agent:

Agnieszka Bem

M: +48 795311209

E: Agnieszka.Bem@program.media



Andrzej Konaszewski
Sekretarz Redakcji

Zmiany, zmiany, zmiany

Okazuje się, że nawet COVID nie jest w stanie zatrzymać tego co nieuchronne. Jesień 2020 okazuje się bowiem okresem zarówno zapowiadającym, jak i wprowadzającym zmiany bardziej lub mniej istotne w funkcjonowaniu szeroko pojętej branży telekomunikacyjnej i mediowej. Do zmian zdecydowanie istotnych trzeba zaliczyć restrukturyzacyjną rewolucję w funkcjonowaniu koncernu Discovery, obejmującą 140 rynków w Europie, na Bliskim Wschodzie i w Afryce. W jej wyniku m.in. posadę traci Piotr Korycki, prezes TVN Discovery, a nadzór nad polską częścią koncernu przejmuje Katarzyna Kieli, szefowa tego medialnego giganta na rynkach EMEA. Druga jesienna rewolucja to zapowiedź przejęcia spółki Play Communications przez Iliad Purple, spółkę

zależną Iliad, francuskiego dostawcy usług telekomunikacyjnych. Transakcja ta sprawi, że Iliad stanie się szóstym co do wielkości operatorem telekomunikacyjnym w Europie pod względem liczby abonentów telefonii mobilnej. Jesień 2020 to także, oprócz odejścia prezesa TVN, okres innych ciekawych zmian kadrowych. W fotelu prezesa UKE miejsce Marcina Cichego (po zawirowaniach związanych z aukcją na częstotliwości 5G) zajmuje Jacek Oko. Przy biurku Jean-François Fallachera, prezesa Orange Polska, od września urzęduje Julien Ducarroz, kierujący dotychczas Orange Moldova. Z kolei jego miejsce w Mołdawii zajął Mariusz Gaca, dotychczasowy wiceprezes Orange Polska. Wreszcie z zasiadania w Radzie Mediów Narodowych rezygnuje Grzegorz Podżorny, wybrany do niej z rekomendacji Kukiz '15. W jego ocenie bowiem zasadą działania Rady stał się chaos i bieżące partyjne potrzeby.

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

AXN



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**

**UTRZYMUJE
POZYCJĘ
LIDERA**

**NR 1
NA MUX8!**

Źródło: Nielsen, q3.2020, 16-49 All TV, kanały FTA



JESIEŃ NOWOŚCI W WP|telewizja



teletemat

Pandemiczny rollercoaster reklamowy
Andrzej Marciniak 8

kabelmix

Oferta biznesowa operatorów kablowych
Na miarę potrzeb i możliwości
Andrzej Konaszewski 16

„To Nas Dotyczy” 2020
Opr AK 25

Konferencja PIKE 2020
Kontynuacja w burzliwych czasach
Andrzej Marciniak 26

kabelmix – aktualności 30

telemix

Jesień przed ekranem
Wirusowi wbrew
Opr AK 38

Historie śledztwami pisane
„TELEKABEL & digital tv” rozmawia z Jolantą Kasperek,
producentką wykonawczą CBS Reality
oraz dyrektorką programową CBS Europa 50

Koniec pewnej historii
Andrzej Marciniak 52

wieści z platform 56

telemix – aktualności 58

warto zobaczyć

zapowiedzi AXN, AXN White,
AXN Black, AXN Spin 64

zapowiedzi Kino Polska TV 65

zapowiedzi Viasat History, Viasat Explorer,
Viasat Nature, Epic Drama 66

zapowiedzi FOX, FOX Comedy 68

zapowiedzi SCI FI, 13 Ulica, E! Entertainment 69

zapowiedzi HISTORY, HISTORY2,
CI Polsat, Lifetime 70

zapowiedzi Cartoon Network, Boomerang 72

zapowiedzi National Geographic,
National Geographic Wild, Nat Geo People 74

8



PANDEMICZNY ROLLERCOASTER REKLAMOWY

W pierwszym półroczu br. nakłady na reklamę telewizyjną zmniejszyły się o ponad 35 proc. Oczywiście, najgorszymi miesiącami były kwiecień i maj, ale dopiero w lipcu sytuacja w tym segmencie reklamy tak naprawdę zaczęła wracać do stanu sprzed wybuchu pandemii. Rzecz jednak w tym, że tradycyjnie miesiące wakacyjne to najtańsze okresy, jeśli chodzi o cenę reklam telewizyjnych. W tej sytuacji wszyscy z dużymi nadziejami czekają na jesień.

16



NA MIARĘ POTRZEB I MOŻLIWOŚCI

Oferowanie usług dla klientów biznesowych to z reguły domena dużych i średnich operatorów. Mniejsze firmy, jeśli już chcą się wyróżnić ofertą biznesową, proponują przeważnie bardziej zaawansowane pakiety telekomunikacyjne dla firm w porównaniu z ofertą dla klientów indywidualnych. Kablowi potentaci, obsługujący firmy segmentu SOHO (Small office/home office), do bogatszych rozwiązań pakietowych dodatkowo gwarantują np. sprawny serwis naprawczy w przypadku ewentualnej usterki, stały adres IP czy pakiety bezpieczeństwa na kilka stanowisk. Duże i średnie firmy mogą liczyć na niestandardowe rozwiązania, dopasowane do oczekiwań (oferta B2B).

o/o Chata i... chwała o/o

wrzesień/październik 2020



Piotr Gliński

„Uważam, że wyrazisty przekaz informacyjny w telewizji publicznej jest potrzebny dla milionów Polaków chociażby dlatego, żeby równoważyć kłamstwa, które często w niektórych mediach prywatnych dominują” – wypowiedź **Piotra Glińskiego**, wicepremiera i ministra kultury, dotycząca oceny stanu mediów publicznych.

Źródło: „Polskie Radio 24” – 1 października 2020 r.



Radosław Sikorski

„Nie mogę zapłacić za korzystanie z mediów, których nie słucham ani nie oglądam, gdyż nie pozwala mi na to klauzula sumienia. Dawne media publiczne zostały zawłaszczone przez klakierów jednej partii politycznej i służą utrzymaniu tej partii przy władzy, a nie misji, do której zostały powołane.” – odpowiedź **Radosława Sikorskiego**, europosła Koalicji Obywatelskiej z Kujawsko-Pomorskiego, do wydziału abonamentu RTV bydgoskiego oddziału Poczty Polskiej na upomnienie i żądanie zapłaty zaległego abonamentu za korzystanie z radia i publicznej telewizji.

Źródło: „Gazeta Wyborcza” Toruń – 2 października 2020 r.

zapowiedzi Planete+	75
zapowiedzi Polsat Film, Polsat Seriale, Polsat Cafe.....	76
zapowiedzi Telewizji WP	77
zapowiedzi CBS Reality	78
zapowiedzi Eleven Sports Network	80

telekomunikacja

Raport CERT Polska:

Incydenty w sieci

Opr. AK 82

I programistę da się zaskoczyć

Opr. AK 84

MŚP wkraczają w chmurę

Opr. AK 86

telekomunikacja – aktualności 88



50

KONIEC PEWNEJ HISTORII

SES/Astra pojawiła się w świadomości Polaków wraz z nastaniem ery DTH, czyli przesyłania programów telewizyjnych bezpośrednio do gospodarstw domowych za pośrednictwem satelity. To właśnie ta firma była pierwszym prywatnym (z pewnym udziałem środków publicznych Księstwa Luksemburga) operatorem satelitarnym w Europie. Pierwszy satelita Astra pojawił się na pozycji 19,2 st. wschód – stała się ona z czasem flagową pozycją tego operatora - 11 grudnia 1988 roku. I od tamtego czasu do Betzdorf, głównej siedziby firmy, zaczęli zjeżdżać wszyscy najważniejsi nadawcy telewizyjni z Europy.



84

I PROGRAMISTĘ DA SIĘ ZASKOCZYĆ

Choć większość ofert na rynku IT nie odbiega od standardowych zleceń, jakie na co dzień realizują programiści, zdarzają się przypadki, w których muszą wykazać się wyjątkową kreatywnością, elastycznością i umiejętnością dostosowania do, co najmniej, nietypowych warunków. Wygląda na to, że dobry programista musi być po prostu przygotowany na każdą sytuację, szczególnie że nawet te z pozoru błahе zlecenia bywają najtrudniejsze do rozwiązania.

Pandemiczny rollercoaster reklamowy

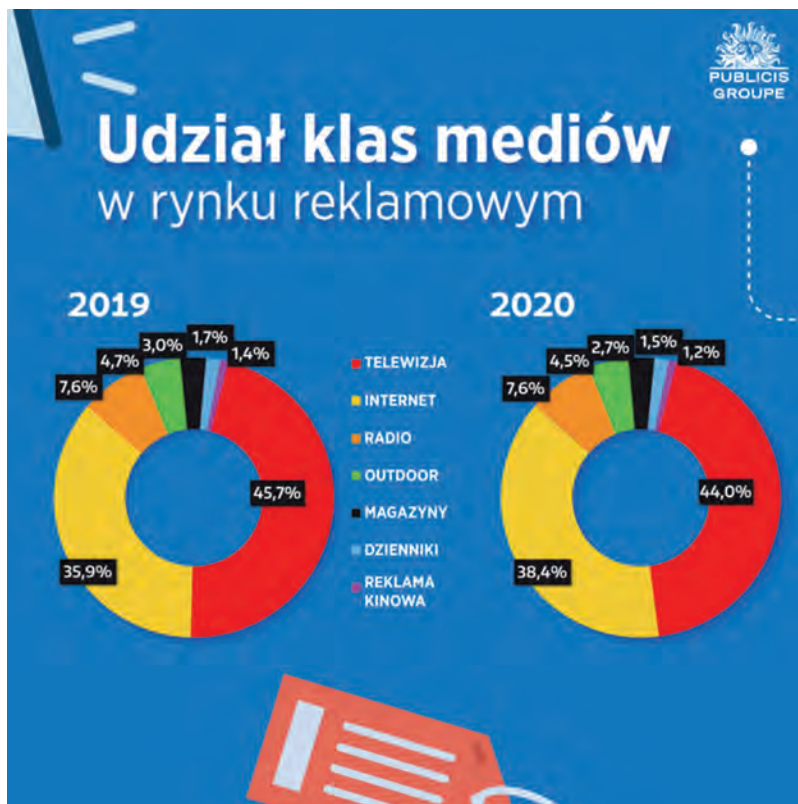


TEKST ANDRZEJ MARCINIAK

Według prognozy Publicis Group, polski rynek reklamowy zmaleje na koniec roku o 8,7 proc. Oznacza to, że jednak znacząco odbije się po dotkliwych stratach z pierwszego półrocza, spowodowanych pandemią.

Choć wspomniane dane dotyczą całego rynku reklamy, to zdaniem analityków, ponad połowa spadku rynku reklam przypadnie na telewizję. Łączna strata w tym przypadku może przekroczyć kwotę 450 mln zł. W pierwszym półroczu nakłady na reklamę telewizyjną zmniejszyły się o ponad 35 proc. Oczywiście, najgorszymi miesiącami były kwiecień i maj, ale dopiero w lipcu sytuacja w tym segmencie reklamy tak naprawdę zaczęła wracać do stanu sprzed wybuchu pandemii. Rzecz jednak w tym, że tradycyjnie miesiące wakacyjne to najtańsze okresy, jeśli chodzi o cenę reklam telewizyjnych. W tej sytuacji wszyscy z dużymi nadziejami czekają na jesień.

– Ostatnich sześć miesięcy było bardzo burzliwych dla całej branży reklamowej, w tym również dla telewizji, która niezmiennie na polskim rynku jest liderem w wydatkach reklamowych – przyznaje **Alicja Miklaszewska-Kowalczyk, GAD Annalect Domu Mediowego OMD**. – W styczniu oraz lutym obserwowaliśmy niższe oglądalności względem analogicznego okresu roku 2019, co było zgodne z trendem spadających oglądalności telewizyjnych, który notujemy w telewizji od kilkunastu lat. Sytuacja znacząco zmieniła się



wraz z lockdownem, kiedy to oglądalności stacji telewizyjnych rosły z każdym kolejnym tygodniem. Średni czas spędzany przed telewizorem (ATV w grupie 16–49) wzrósł w marcu o 9,5 proc., w kwietniu o 17 proc., zaś w maju o 7,5 proc. w porównaniu z analogicznymi miesiącami roku 2019. Od czerwca obserwujemy zaś pogłębiające się spadki oglą-

dalności w porównaniu z rokiem poprzednim (czerwiec – 1 proc., lipiec – 6,5 proc., sierpień – 8 proc.).

Stracona wiosna

Pod względem inwestycji reklamowych sytuacja była stabilna do marca włącznie, co było efektem rezerwowania kampanii z miesięcznym wyprzedzeniem. Dla-



tego też, wraz z wprowadzeniem przez rząd restrykcji związanych z pandemią, wszystkie

zaplanowane kampanie do końca marca zostały zrealizowane. Tym bardziej, że z punktu widzenia reklamodawców nie opłacało się rezygnować z zakontraktowanych kampanii marketingowych, bo to pociągałoby za sobą konieczność płaćenia kar umownych za anulowanie umów. To

sprawiło, że wydatki reklamowe do marca 2020 charakteryzowały się niewielkimi – można powiedzieć, inflacyjnymi – wzrostami względem roku 2019. Najtrudniejsza sytuacja miała miejsce w kwietniu i maju, kiedy to spadki na wydatkach cennikowych osiągnęły prawie 30 proc. i to w sytuacji zwiększonej oglądalności telewizji w tym okresie. Wszystko to sprawiło, że nadawcy nie byli w stanie zapełnić czasu reklamowego, co poprzednio zdarzyło się w czasie kryzysu w 2008 roku. To niekorzystne zjawisko było też, w dużej mierze, efektem niepewności dotyczącej realizacji rodzimych produkcji telewizyjnych, takich jak seriale,

które są bardzo mocnym punktem ramówek największych stacji telewizyjnych.

– Jeśli mówimy o tym, co miało istotny wpływ na rynek reklamy telewizyjnej w ostatnich miesiącach, to – poza samą pandemią – kolejnym czynnikiem była zmiana w panelu telemetrycznym, będącym walutą rozliczeniową pomiędzy stacjami a reklamodawcami – podkreśla

Alicja Miklaszewska-Kowalczyk. – Od czerwca firma Nielsen, realizująca badanie oglądalności telewizji, zwiększyła panel o 25 proc. (540 nowych gospodarstw domowych), co zdecydowanie ma również wpływ na kształtowanie się oglądalności poszczególnych stacji oraz programów.

Nadzieja przyszła w lipcu

Przełomem w kryzysie wywołanym pandemią okazał się lipiec, choć symptomy zmian pojawiły się już w czerwcu. Poluzowanie rządowych obostrzeń oraz czas wakacji miały oczywisty wpływ na zachowania konsumentów. Jak zauważa raport „Jak przeprowadzić markę przez czas kryzysu”

firmy Havas Media Group, w obliczu spadku poziomu inwestycji w reklamę, przy jednoczesnym wzroście poziomu oglądalności, stacje telewizyjne starały się wychodzić naprzeciw potrzebom reklamodawców. Działo się to nie przez proste obniżanie cen, a raczej przez oferowanie rozwiązań niestandardowych. W przypadku TVP było to np. wydłużenie czasu emisji spotów o 5 sekund. Analitycy przyznają, że sytuacja na rynku telewizyjnym w Polsce jest dość unormowana ze względu na oficjalne polityki cenowe publikowane na stronach biur reklamy. W czasie pandemii stacje trzymały się swoich polityk, a reklamodawcy, którzy nie zrezygnowali z działań mediowych, mogli realizować swoje kampanie z wykorzystaniem tańszej formy zakupu (pakiet), bez ryzyka braków zasobów. Od czerwca sytuacja uległa zmianie, ponieważ spadły wskaźniki oglądalności, zaś na rynek powróciły budżety marketingowe, co spowodowało, że czerwiec oraz miesiące wakacyjne były bardzo zatłoczone w telewizyjnych ramówkach, co też zwiększyło presję na zakup kampanii lub jej części w formie cennikowej. Opierając się wyłącznie na oficjalnych danych cennikowych, firma badawcza Kantar Media podała,



Alicja Miklaszewska-Kowalczyk

że w czerwcu wydatki na reklamę telewizyjną wyniosły 1,38 mld zł i były 8,7 proc. niższe niż przed rokiem. Nie wszyscy jednak tracili. Najwięcej na reklamach zarobił Polsat, ale zanotował on spadek wpływów o 11,5 proc. w porównaniu z czerwcem 2019. Z kolei TVN mógł się pochwalić wzrostem wpływów o 1,5 proc. i był jedną czterech stacji z grona dziesięciu największych i najchętniej oglądanych, które mogły wykazać wyższe wpływy reklamowe. Pozostałe to: TVN 24 (wzrost o 24,1 proc.), Stopklatka (+ 1 proc.) i TVP Seriale (+ 24,7 proc.).

Jedni wydawali, inni oszczędzali

W czasie pandemii nie w każdym segmencie można było zauważyć cięcie budżetów reklamowych. Najmocniejsze ograniczenia dotyczyły szeroko pojętej żywności (spadek o 24,2 proc.), finansów (mniej o 48,1 proc.) i motoryzacji (spadek o 38,6 proc.). – Oczywiście, trudno analizować to z perspektywy pojedynczych marek, bo reklamuje się ich w każdym miesiącu przynajmniej kilkaset – zaznacza **Joanna Nowakowska**, prowadząca **ScreenLovers**, serwis analizujący rynek TV i wideo. – Prawidłowości lepiej analizować na poziomie całych sektorów. W tym przypadku można stwierdzić, że wiele firm z branży finansowej i motoryzacyjnej w czasie lockdownu wyzerowało budżety na telewizyjną reklamę.

O ile mniej reklam produktów finansowych i motoryzacyjnych można zrozumieć, bo w dobie kryzysu to przecież dobra luksusowe, o tyle żywność jest czymś potrzebnym każdemu na co dzień. Stanowi także podstawę piramidy Masłowa, uznając potrzeby fizjologiczne (potrzeba jedzenia, snu, prokreacji) za najbardziej podstawowe. Można więc sądzić, że producenci żywności uznali, że w okresie



Joanna Nowakowska

pandemii będziemy właśnie kupowali głównie żywność i nie potrzebujemy do tego dodatkowych zachęt.

– Wśród największych reklamodawców telewizyjnych swoje wydatki w minionych miesiącach zwiększył Aflofarm (+81 proc.), Polpharma (+18 proc.), Kompania Piwowarska (+22 proc.), Reckitt Benckiser (+66 proc.), zaś spadki odnotowały tacy reklamodawcy jak: Lidl Polska (–12 proc.), US Pharmacia (–11 proc.), Ferrero (–28 proc.), Nestlé Polska (–24 proc.) – podkreśla **Alicja Miklaszewska** –

Liczba sprzedanych GRP* w grupie 16–49 lat. Dane porównują okres marzec–sierpień 2020 i 2019 r.

Sektor	2020	2019	zmiana
Produkty zdrowotne, leki	223550	212498	5%
Żywność	220164	256278	-14%
Sprzedaż	142842	147061	-3%
Środki osobistej pielęgnacji ciała	97896	112830	-13%
Rozrywka, kultura	86169	62832	37%
Telekomunikacja	82255	100826	-18%
Finanse	46229	81709	-43%
Domowe środki czystości	35563	25849	38%
Motoryzacja, transport	34181	59552	-43%
Produkty dla dzieci	26094	20002	30%
Wypożyczenie domu i biura	24835	33691	-26%
Marketing	15257	10586	44%
Usługi	14741	17092	-14%
Budownictwo	12985	10916	19%
Produkty dla zwierząt	10782	7538	43%
Rolnictwo, ogrodnictwo	6060	6487	-7%
Odzież, obuwie	4969	9222	-46%
Przemysł	973	131	643%
Inne	780	671	16%
Cały rynek	1086542	1175770	-8%

* GRP (Gross Rating Points) – wartość określająca siłę (skuteczność w dotarciu do klienta) kampanii reklamowej poprzez procentowy lub liczbowy wskaźnik oglądalności. Źródło: Nielsen

-Kowalczyk. Zastrzega jednak, że nie znając planowanych budżetów mediów tych gigantów, trudno wyrokować, czy zmiany w budżetach telewizyjnych były wynikiem zmiany strategii w obliczu COVID-u, czy też może wynikały z innych strategicznych decyzji podjętych jeszcze w czasach przed pandemią.

Między normalnością a niepewnością

Z pewnością lipiec był pierwszym miesiącem od wybuchu pandemii, w którym rynek reklamy zaczął realnie wracać do normalnej sytuacji. Praktycznie w każdej ogólnopolskiej stacji telewizyjnej bloki reklamowe wypełniano w całości, a potencjalnych reklamodawców zaczęła kusić niższa

#WŁĄCZEMOCJE



#RAZEM

TWORZYM Y ZGRANĄ
PACZKĘ



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

cena wynikająca z sezonu wakacyjnego. Analizując dane Nielsen, widać, że lipiec pod względem liczby kampanii reklamowych w głównych stacjach był niemalże taki sam jak rok wcześniej. Z kolei sierpień był miesiącem dużej niepewności, co wynikało zarówno z ponownego pogorszenia się sytuacji epidemicznej w kraju, jak i braku wytycznych np. co do rozpoczęcia roku szkolnego, czemu przecież zawsze towarzyszą duże kampanie reklamowe. Zarazem jednak w sierpniu wielu reklamodawców, wstrzymujących się wcześniej z wydatkami na kampanie, zdecydowało się na ich odmrożenie.

– W wakacje więc sytuacja niemal wróciła do normy, co oznacza, że budżety były tylko nieznacznie niższe niż rok wcześniej – twierdzi **Joanna Nowakowska**. – Z uwagi na duży spadek oglądalności kanałów z tzw. dużej czwórki, który zbiegł się w czasie z wakacyjnym spadkiem popularności telewizji w ogóle, kanały w lipcu i sierpniu borykały się z nadpopytem, a reklamodawcy z redukcjami kampanii. Wrzesień wygląda podobnie, a kolejne miesiące w dużej mierze zależą od sytuacji związanej z pandemią. Całe pierwsze półrocze 2020 roku rynek telewizyjny zakończył ok. 20 proc. spadkiem przychodów z reklam.

– Wśród największych reklamodawców telewizyjnych swoje wydatki w minionych miesiącach zwiększył Aflofarm (+81 proc.), Polpharma (+18 proc.), Kompania Piwowarska (+22 proc.), Reckitt Benckiser (+66 proc.), zaś spadki odnotowały tacy reklamodawcy jak: Lidl Polska (–12 proc.), US Pharmacia (–11 proc.), Ferrero (–28 proc.), Néstle Polska (–24 proc.)

Ciekawe wnioski płyną ze wspomnianego raportu Havas Media Group, w którym znalazła się m.in. analiza wpływu epidemii na rynek autorstwa firmy Good Rebels. Zdefiniowała ona trzy fazy przygotowania i aktywacji marek w mediach w czasie i po pandemii, zarówno na poziomie komercyjnym, jak i komunikacyjnym. Wskazano na „revenge spending”, czyli zwiększony popyt po okresie przymusowych wyrzeczeń. Wg badaczy, w obliczu zagrożenia życia ludzie są skłonni wydawać więcej pieniędzy na przyjemności. Na świecie „revenge spending” dotyczy marek luksusowych i marek premium. W Polsce zasięg zjawiska zależy będzie od głębokości kryzysu. Patrząc jednak na rosnącą liczbę reklam np.



Średni dzienny czas oglądania TV (w min) w wybranych grupach wiekowych w kolejnych miesiącach 2020 r.

	13–29	16–24	16–49	4+	50+
styczeń	105	83	206	278	414
luty	101	76	200	270	402
marzec	115	86	223	296	434
kwiecień	121	95	229	295	422
maj	99	74	200	265	387
czerwiec	86	70	169	232	347
lipiec	84	71	158	219	333
sierpień	82	65	156	220	336

źródło: Nielsen

samochodów, niektóre z marek wchodzi już w trzecią fazę „revenge spending”, w której ożywiają komunikację i media, generując głód konsumpcyjny. Czy to oznacza, że rynek reklamy telewizyjnej jesienią będzie funkcjonował już tak jak przed pandemią?

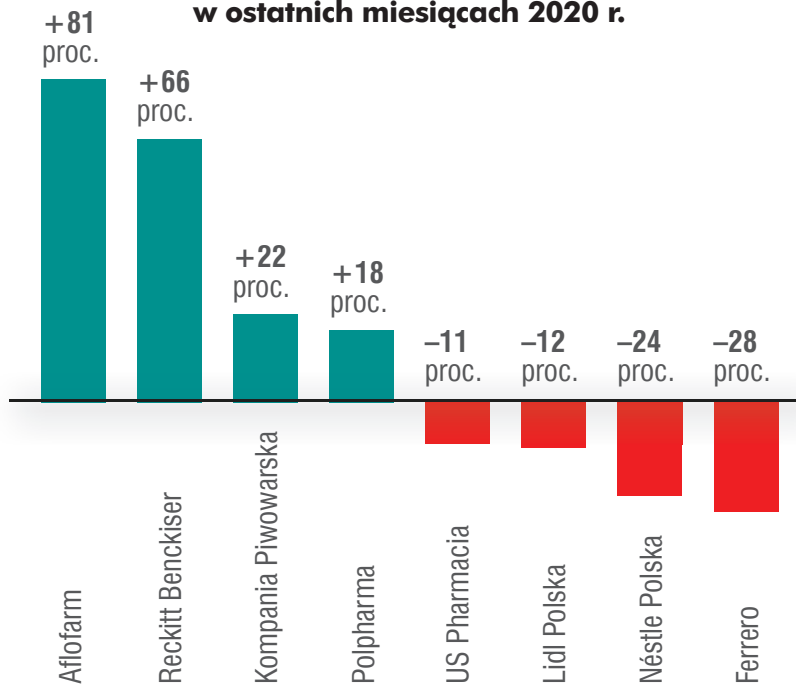
– Sceptycy przyszłości linearnej telewizji uważają, że najwięksi nadawcy, odchudzając ramówki i rezygnując z premier (co wynikało z ograniczeń produkcyjnych), przyspieszyli erozję swojego medium – zauważa **Joanna Nowakowska**. – Zamiast wykorzystać czas zwiększonej konsumpcji i zainwestować

w relacje z widzami, pokazali w owym czasie, że w telewizji tak naprawdę nie ma co oglądać. Czy te sceptyczne prognozy się sprawdzą, zobaczymy jesienią. Premierowe ramówki właśnie wystartowały i na anteny wróciły ich sztandarowe formaty, co zapewne sprawi, że widzowie powinni wrócić.

Warto przypomnieć w tym miejscu słowa Brada Adgate'a, światowej sławy eksperta rynku reklamowego, który uważa, że „w dobrych czasach powinno się reklamować, a kiedy czasy są trudne, reklamowanie się staje się koniecznością”. – Zdecydowanie należy spodziewać się jesienią kontynuacji sytuacji z lipca oraz sierpnia, czyli przewagi popytu nad podażą, dzięki powracającym budżetom reklamowym – twierdzi **Alicja Miklaszewska-Kowalczyk**.

– Wiele jednak zależy od sytuacji epidemicznej w kraju oraz decyzji rządowych, które, jak pokazał okres marca i kwietnia, potrafią drastycznie wpłynąć na sytuację całej branży mediowej. Podobne obawy głosi globalna agencja Zenith Media, szacująca, że rynek reklamy w Polsce może spaść w tym roku nawet o 14 proc, przy czym telewizja, jak i inne media cyfrowe, poniosą

Procentowe zmiany w wydatkach reklamowych największych reklamodawców w ostatnich miesiącach 2020 r.



stosunkowo mniejsze straty niż np. prasa czy outdoor. To pesymistyczny scenariusz. W wersji optymistycznej tendencja spadkowa ma zatrzymać się na 7,4 proc. Jednocześnie Zenith Media przewiduje, że obecne straty można będzie odrobić w 2021 roku, kiedy to rynek reklamowy

nakręcał choćby wielkie imprezy sportowe, z letnimi igrzyskami olimpijskimi i piłkarskimi mistrzostwami Europy. Oczywiście, o ile nie pojawi się np. nowe globalne zagrożenie, na które dzisiaj nie jesteśmy w stanie się przygotować, tak jak nie byliśmy gotowi na koronawirusa.



**Co wolno w filmie,
to nie w życiu**
#kinopolska

OGŁĄDAJ KULTOWE POLSKIE KOMEDIE



**Co wolno w filmie,
to nie w życiu**
#kinopolska

Na miarę potrzeb i możliwości

TEKST ANDRZEJ KONASZEWSKI

Usługi dla biznesu oraz instytucji świadczone przez operatorów sieci kablowych stanowią przeważnie ok. kilkunastu procent w przychodach tych firm. Znaczenie ich jednak z roku na rok rośnie.

Oferowanie usług dla klientów biznesowych to z reguły domena dużych i średnich operatorów. Mniejsze firmy, jeśli już chcą się wyróżnić ofertą biznesową, proponują przeważnie bardziej zaawansowane pakiety telekomunikacyjne dla firm w porównaniu z ofertą dla klientów indywidualnych. Kablowi potentaci, obsługujący firmy segmentu SOHO (Small office/home office), do bogatszych rozwiązań pakietowych dodatkowo gwarantują np. sprawny serwis naprawczy w przypadku ewentualnej usterki, stały adres IP czy pakiety bezpieczeństwa na kilka stanowisk. Duże i średnie firmy mogą liczyć na niestandardowe rozwiązania, dopasowane do oczekiwań (oferta B2B). Oferta biznesowa oczywiście nie ogranicza się jedynie do przedsiębiorstw czy instytucji nie związanych z telekomunikacją. Dość popularnymi usługami są m.in. dzierżawa ciemnych włókien światłowodowych czy kanalizacji teletechnicznej, usługi transmisji danych czy budowa sieci światłowodowych czy stacji czołowych na rzecz innych operatorów telko. Przekrój usług proponowanych przez operatorów kablowych klientom biznesowym i instytucjom jest bardzo duży. Począwszy od wspomnianych już ofert pakietów telekomunikacyjnych czy inwestycji w sieci, poprzez usługi Data Center,

telewizję hotelową, monitoring wizyjny, sprzedaż i dzierżawę sieci WiFi, aż po usługi nadzorcze i doradcze. To, z których usług firmy będą chciały lub mogły skorzystać, jest już sprawą indywidualną. Jak jednak zapewniają wszyscy operatorzy świadczący takie usługi – zawsze są one szyte na miarę potrzeb i możliwości.

UPC



Ildiko Bodon, VP B2B, UPC Polska
Jakimi najważniejszymi aspektami kieruje się UPC przy konstruowaniu oferty dla klientów biznesowych?

W UPC Biznes kluczowe jest dla nas wspieranie naszych klientów w rozwoju poprzez zaspokajanie ich najważniejszych potrzeb – dostarczanie stabilnego i bezpiecznego dostępu do internetu

w technologiach HFC, FTTH oraz symetrycznego i gwarantowanego światłowodu FiberOptic, a także oferty mobilnej lub komunikacji stacjonarnej poprzez Wirtualną Centralę i kompleksowej oferty telewizji biznesowo-hotelowej oraz do użytku prywatnego. Do tego dochodzą także usługi dodatkowe: m.in. stały adres IP, oprogramowanie Microsoft, oprogramowanie antywirusowe, AntyDDoS, IP VPN, LAN, Cisco Meraki czy Ubiquiti WiFi, Telekonferencje, dzierżawa infrastruktury, sprzedaż lub wynajem telewizji hotelowej. W połączeniu z najwyższą jakością obsługą na rynku pozwala nam to zaproponować klientom najkorzystniejszą ofertę, najlepiej dopasowaną do ich potrzeb, i wspierać ich w dalszym rozwoju. W tym ostatnim kontekście, chodzi nie tylko o ofertę ale także pomoc w rozwoju – dlatego w tym roku organizujemy już 7. Edycję programu Think Big, którego celem jest wspieranie i promowanie innowacyjnych przedsiębiorców, którzy z wykorzystaniem nowych technologii tworzą rozwiązania wspierające firmy, społeczności i obywateli w czasach pandemii. Program skierowany jest do



Ildiko Bodon

ZAMÓW NAJSZYBSZY INTERNET W POLSCE!



www.speedtest.pl

NAJSZYBSZA SIEĆ
OGÓLNOPOLSKA



NAJSZYBSZY INTERNET
DOMOWY W POLSCE

od **49⁹⁹** zł/mies.
cena z rabatami



 upc.pl

 813 813 813

Oferta od 49,99 zł Internet z usługą komórkową Start dla nowych Klientów. Karta SIM z abonamentem Start, szczegóły w cenniku. Dodatkowy pakiet danych 45 GB/mies przez czas trwania umowy. Opłaty instalacyjne i inne szczegóły w regulaminie w salonach, stronie [www](http://www.upc.pl) i u Przedstawicieli UPC. Zobowiązanie 24 mies. Ceny z rabatami za e-rachunek (5,01 zł) i zgodę marketingową (5,01 zł). Ookla® Speedtest Award za najszybszy domowy internet na podstawie danych od Ookla® of Speedtest Intelligence® za okres Q1-Q2 2020 r. Znak towarowy Ookla® używany za zgodą Licencjodawcy. Internet UPC najszybszy w rankingu ogólnym SpeedTest.pl za okres od stycznia do czerwca 2020 r. wśród sieci o zasięgu ogólnopolskim. 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. Opłata za połączenie wg cennika operatora sieci.

MASZ FIRMĘ? DOSTAJESZ WIĘCEJ!

Szybki internet, usługi tylko dla firm
i aż 60 dni na testowanie.



przedsiębiorców, którzy oferują rozwiązania pomagające małym i średnim firmom, a także indywidualnym przedsiębiorcom w pełni wykorzystać możliwości cyfrowe i rozwijać biznes w internecie, zwłaszcza w obliczu wyzwań spowodowanych pandemią COVID-19

Jakimi szczególnymi cechami wyróżnia się oferta przeznaczona dla klientów biznesowych Państwa Firmy?

Dla każdego klienta biznesowego dostępne są najwyższej jakości oferty internetu asymetrycznego z gwarancją jakości SLA 6, 12 lub 24h oraz Pakiet Bezpieczeństwa z pakietem antywirusowym F-Secure i usługą Internet Backup. Każda firma otrzymuje fakturę VAT, dedykowane wsparcie CallCenter, a nowi

klienci – możliwość testowania usług nawet do 60 dni i rezygnację bez kar umownych. Dla branży hotelowej mamy najlepszą na rynku ofertę telewizyjną z elastycznym wyborem pakietów oraz technologii dostarczenia sygnału. Dla wszystkich firm dostępne jest do zakupu oprogramowanie Microsoft, biznesowe skrzynki pocztowe i hosting domen.

Które z oferowanych pakietów usług biznesowych cieszą się największym zainteresowaniem klientów?

Zależy to oczywiście od segmentu klientów – w SOHO kluczowe są oferty zawierające bezpieczny internet, pakiet telewizji MAX oraz usługi mobilne z biznesowymi usługami dodanymi. Natomiast w wyższych segmentach SME i LE większe znaczenie mają

usługi komunikacyjne – Wirtualna Centrala/HPBX, IP VPN, dedykowane zabezpieczone łącze Fiber Optic albo łącze dzierżawione, w pełni zarządzalna telewizja hotelowa lub pełna infrastruktura z sieciami LAN/WiFi.



Vectra

Grupa Vectra obsługuje już ponad 10 tys klientów biznesowych. W specjalnej ofercie dopasowanej do potrzeb biznesu oferuje: stabilne, symetryczne łącza do

Vectra Biznes w liczbach



300
miast



ponad
12 400
km sieci



ponad
6800
km sieci światłowodowej



ponad
5600
km sieci szkieletowej



ponad
340
Gb/s peeringowego ruchu internetowego



ponad
75 000
TB transferu danych w peeringach miesięcznie



ponad
10 000
klientów biznesowych w grupie Vectra

internetu; kanał wirtualnej sieci prywatnej VPN udostępniany na zasobach sieciowych na wyłączność potrzeby klientów Vectry; wymianę ruchu IP przeznaczoną dla wszystkich podmiotów „Content Providers” dostarczających treści w internecie, a także dla dostawców usług ISP zapewniających dostęp do internetu; cyfrowe łącza telekomunikacyjne, takie jak telefonia cyfrowa PRA i BRA oraz wirtualne kanały w technologii SIP Trunk, jako rozwiązania dla klientów korzystających z central telefonicznych; transmisję danych (usługę umożliwiającą połączenie sieci komputerowych przedsiębiorstw oraz instytucji za pomocą kanałów komunikacyjnych); dostęp do internetu dla operatorów internetowych udostępniających zasoby na polskich oraz międzynarodowych punktach styków; telefonię IP – wirtualną centralę (technologia przesyłania dźwięku za pośrednictwem internetu pozwalająca na uzyskanie lepszej jakości połączeń oraz charakteryzująca się bogatą funkcjonalnością). W ramach rozwiązań indywidualnych operator oferuje m.in. rozwiązania takie jak: DDOS, centrale telefoniczne, dostarczenie oraz konfiguracja urządzeń sieciowych, projektowanie sieci bezprzewodowych oraz wewnętrznych, nadawanie kanałów telewizyjnych. Vectra zapewnia także przedsiębiorcom telekomunikacyjnym współkorzystanie lub dostęp do infrastruktury technicznej w zakresie kanalizacji kablowej oraz kanalizacji telekomunikacyjnej budynku, oraz do infrastruktury telekomunikacyjnej w zakresie kabli telekomunikacyjnych w budynkach wielorodzinnych, na zasadach równego traktowania oraz uczciwej i wolnej konkurencji.



TOYA

Jacek Kobierzycki, dyrektor generalny TOYA

Jesteśmy świadkami cyfrowej

Nowoczesne rozwiązania telekomunikacyjne dla firm i instytucji

- oferta pakietowa - **nowość!**
- usługi kompleksowe
- niestandardowe rozwiązania

WIECEJ ►

transformacji, która w zakresie biznesu jest obowiązkowa (wszechobecna), aby nadążyć za postępującą globalizacją i rozwojem. Firmy, które chcą się utrzymać na coraz bardziej wymagającym i konkurencyjnym rynku, muszą szybko dostosować się do nowych reguł. Jednym z głównych aspektów umożliwiających transformację są następujące czynniki: łączność ze światem,

bezpieczeństwa na kilka stanowisk. Takie rozwiązania pozwalają firmom prowadzić bezpiecznie i przewidywalnie swoją działalność. W telefonii do różnic należą dwie linie w pakiecie oraz podwyższone limity darmowych rozmów w najniższych pakietach. Dla klientów B2B, do których zaliczamy średnie i duże firmy, instytucje publiczne, przedsiębiorstwa wielooddziałowe na

Telefonia dla firm - oferta pakietowa

Pakiety:

- stacjonarne, dostosowane do potrzeb
- mobilne (karty SIM od 1zł)
- „Multilinia” ze smartfonami i tabletami

WIECEJ ►

zdalny dostęp do własnych zasobów (np. rozwiązania chmurowe), połączenia oddziałów, departamentów i siedzib w jedną rozległą sieć, bezpieczeństwo, ciągłość i niezawodność usług w zakresie telekomunikacji. Na rynku obserwujemy dwie grupy klientów biznesowych. Większe firmy, gdzie oferta wykracza poza standardowe rozwiązania, nazywane (ofertą B2B) oraz małe, których zadowalają standardowe rozwiązania pakietowe (oferta SOHO). Oferty pakietowe w zakresie internetu różnią się od ofert dla klientów indywidualnych, co wynika z potrzeb mniejszych firm. Mają przede wszystkim zdefiniowany parametr SLA (ang. Service level agreement), czyli gwarantowany czas naprawy ewentualnej usterki, ale także stały adres IP czy pakiety bezpie-

teren całego kraju oraz operatorów, oferty są niestandardowe, dopasowane do oczekiwań.

Co wyróżnia ofertę przeznaczoną dla klientów biznesowych w TOYA?

Aby sprostać wymaganiom rynku, wdrażać nowe technologie i być konkurencyjnym, należy posiadać wiedzę i odpowiednie narzędzia. TOYA jako lider w branży, wykorzystujący swoje blisko 30-letnie doświadczenie operatorskie, jest najlepszym partnerem dla wdrożenia pełnego portfolio usług teleinformatycznych dla każdego biznesu. Oprócz szybkiego, stabilnego i bezpiecznego internetu, proponujemy kompleksowe usługi telekomunikacyjne, budujemy sieci



Jacek Kobierzycki



inea

**WIEMY,
ŻE KAŻDA
FIRMA
MA SWOJE
WYMAGANIA.**

Obsługa 24/7
oraz pakiet
usług szytych
na miarę.

*Biznes wymaga
dobrego połączenia*

inea.biznes.pl

LAN, MAN oraz WAN, również dla firm wielooddziałowych oraz, co najważniejsze, potrafimy zintegrować usługi, dając w ten sposób podwaliny do transformacji cyfrowej. Ponadto dużą wagę przywiązujemy do bezpieczeństwa. Oferujemy, w zależności od potrzeb i charakteru firmy, proste lub zaawansowane narzędzia w postaci systemów antyspamowych i antywirusowych oraz pakiety bezpieczeństwa. TOYA w miastach, w których jest obecna ze swoimi usługami, ma gęstą infrastrukturę światłowodową. To zdecydowanie ułatwia oferowanie nowoczesnych usług. Ważnymi aspektami naszej oferty dla firm niezależnie od ich wielkości jest wykorzystanie istniejącej infrastruktury, łączy i punktów styku, oraz wykorzystanie posiadanej

wiedzy inżynierskiej. Dewizą jest ponadto elastyczność, szybkość działania i partnerskie podejście do klienta. Warto dodać, że TOYA rozszerzyła swoją ofertę B2B poza miasta, w których świadczy usługi telekomunikacyjne klientom indywidualnym. Od ponad dwóch lat mamy lokalne oddziały w większości polskich miast. W ramach grupy TOYA działa także firma S-Net z siedzibą w Krakowie, specjalizująca się w usługach w rejonie województwa małopolskiego. Wspólnie tworzymy rozbudowany węzeł telekomunikacyjny z własnym Data Center, z możliwością świadczenia kolokacji i usług hostingowych. Przewagą naszej oferty jest przede wszystkim kompleksowość oraz projektowe podejście z udziałem inżynierów, zarówno w zakresie usług, jak i zasięgu. Dzięki dobrze prosperującej współpracy

międzyoperatorskiej (kilkadziesiąt dedykowanych punktów styku) jesteśmy gotowi uruchomić rozległe (dedykowane klientowi) sieci WAN wraz z redundancją w warstwie łączącej.

Jakie usługi dla biznesu oferuje Firma oprócz tradycyjnych usług telekomunikacyjnych?

Oprócz tradycyjnych usług, tj. internetu, w tym symetrycznego oraz telefonii (analogowej, ISDN oraz cyfrowej SIP), oferujemy m.in.: internet dla operatorów rozliczany również wg 95 per-

tyła, jak i w modelu z dodatkowym pasmem na przyrost ruchu (burst); sprzedaż i dzierżawę central IP PABX; transmisję danych L2 (MAN, WAN) zarówno dla klientów biznesowych, jak i operatorów; budowanie i utrzymanie rozwiązań cloud computing, w tym chmur obliczeniowych dowolnego rodzaju (prywatne, publiczne, hybrydowe itd.); dzierżawę włókien; usługi monitoringu wizyjnego oraz termowizyjnego; sprzedaż i dzierżawę sieci WiFi; kompleksowe rozwiązania bezpieczeństwa sieciowego; usługi kolokacji oparte na własnym Data Center.

Które z oferowanych pakietów usług biznesowych cieszą się największym zainteresowaniem klientów?

W ramach oferty niestandardowej największym powodzeniem cieszą się usługi dostępu do internetu (60 proc. udziału) oraz transmisji danych (25 proc.). Na trzecim miejscu znajdują się usługi związane z głosem w ramach usług telefonii stacjonarnej.

Ilu klientów biznesowych korzysta z oferty Państwa Firmy?

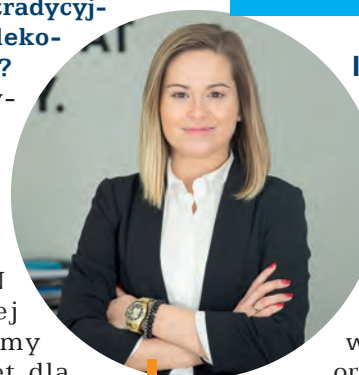
Łącznie z usług w obu sektorach B2B i SOHO korzysta już blisko 10 tys. firm w całej Polsce. Obroty stanowią już ok. 12 proc. łącznych przychodów.



INEA

**Karolina Pawlik,
PR manager,
INEA SA**

Tworząc ofertę produktową dla biznesu, kierujemy się połączeniem dwóch wymiarów: wysokiej jakości usług oraz bezpieczeństwa – zarówno sieciowego, jak i przetwarzania danych.



**Karolina
Pawlik**

Prestiżowy hotel z unikalnym
kompleksem hal konferencyjno-
-kongresowych

Producent lokalnego programu
o ponadregionalnym zasięgu



ZAUFANY PARTNER
W BIZNESIE,

NIE TYLKO
TELEKOMUNIKACYJNYM...

TOYASTUDIOS
toyastudios.pl

Postprodukcja dźwięku, polskie
wersje językowe filmów
i programów tv

 **WYTWÓRNIĄ**

Koncerty wielkich gwiazd
polskiej i światowej
sceny muzycznej

Jesteśmy w stanie zapewnić to przede wszystkim dzięki własnemu Data Center oraz nowoczesnej infrastrukturze światłowodowej, z wykorzystaniem której świadczymy nasze usługi. Tak skonstruowane portfolio produktów pozwala na zaspokojenie potrzeb każdego biznesu, począwszy od łączności światłowodowej, poprzez telefonię aż do wydajnego przetwarzania w chmurze i zintegrowanego backupu.

Co wyróżnia ofertę biznesową INEA?

Tym, co odróżnia nas od innych dostawców usług dla sektora biznesowego, jest to, że w INEA dajemy naszym klientom gwarancję działania usługi end-to-end. Jesteśmy nie tylko właścicielem infrastruktury światłowodowej, posiadamy również wspomniane wcześniej Data Center. Te dwa elementy dają nam zdecydowaną przewagę nad innymi podmiotami z branży, bo dzięki temu zapewniamy naszym klientom nie tylko działanie samej usługi, opartej na naszym Data Center, ale też łączność systemów ze światem zewnętrznym. W tym segmencie kierujemy się zasadą „biznes wymaga dobrego połączenia”, co przekłada się nie tylko na wysoką jakość naszych usług, ale też profesjonalne wsparcie ekspertów odpowiedzialnych za ten sektor naszej działalności. Tym, co wyróżnia nas na tle innych firm jest też indywidualne podejście do każdego klienta biznesowego. Oferujemy rozwiązania szyte na miarę, dobierając usługi nie tylko do potrzeb, ale też skali działalności naszych klientów. Wspieramy

zarówno małe, kilkusobowe firmy, jak i duże, międzynarodowe przedsiębiorstwa czy instytucje i do wszystkich podchodzimy tak samo profesjonalnie i z takim samym zaangażowaniem.

Poza tradycyjnymi usługami, w naszym portfolio znajdują się zaawansowane usługi bezpiecznej transmisji danych między lokalizacjami firmy, łącznie z IPVPN i VPLS, telefonia chmurowa oraz nowoczesna telewizja dla klientów biznesowych. Obecnie ofertę rozszerzamy również o inteligentny widemonitoring z zaawansowanymi algorytmami oceny obrazu i przechowywaniem nagrań w naszym DC. Tak jak wspominałam – oferujemy rozwiązania szyte na miarę, a jednym z nich jest np. bojowy wóz strażacki, będący zdalnym centrum dowodzenia. Nasi inżynierowie są w stanie przygotować każdy projekt zgodny z potrzebami. Zapewniamy kompleksową i konwergentną ofertę dla biznesu w każdym rozmiarze.

Jaki jest udział usług dla biznesu w łącznych przychodach Firmy?

Usługi dla biznesu oraz instytucji stanowią istotny udział w przychodach INEA i to, co nas najbardziej cieszy, to ich dynamiczny, kilkudziesięcioprocentowy wzrost rok do roku. Najwyższą dynamikę przychodów obserwujemy

w naszych usługach Data Center. Wyniki te są optymistyczne, bo kilkukrotnie wyższe niż te, które notujemy na rynku. Obecnie świadczymy usługi dla blisko 12 tys. firm i instytucji.

Sileman



Marcin Iskierka, dyrektor sprzedaży Rynku Klientów Biznesowych oraz członek zarządu Sileman Sp. z o.o.



Marcin Iskierka

Nasza oferta zawsze szyta jest na miarę potrzeb i możliwości klienta. Musi oczywiście uwzględniać również nasze koszty związane z dostarczeniem usługi. Staramy się dać klientowi więcej niż konkurencja w atrakcyjnej dla niego cenie.

Więcej to nie tylko więcej megabitów czy darmowych minut w przypadku telefonii, ale przede wszystkim doradztwo przy wyborze usług, aby jak najlepiej wspierały biznes klienta. A także pomoc we wdrożeniu usług w firmie klienta czy pomoc w doborze odpowiednich urządzeń. Szczególny nacisk kładziemy na wysoką jakość świadczonych usług oraz serwis. Poza tradycyjnymi usługami



oferujemy monitoring, backup danych, usługę informatyka na godziny, budowę sieci, dzierżawę urządzeń (centrale telefoniczne, UTMy, routery). Udział usług biznesowych w przychodach Sileman to 55 proc. Korzysta z nich już prawie 900 klientów.

ASTA-NET



ASTA-NET jest niekwestionowanym liderem w dziedzinie dostarczania pełnej palety usług telekomunikacyjnych w regionie piłskim, a nasza oferta cieszy się stale rosnącym zainteresowaniem klientów indywidualnych, jak i biznesowych. Wysoka jakość usług oraz profesjonalne standardy obsługi klienta sprawiły, że zaufały nam firmy z sektora B2B, zarówno duże firmy, jak i średnie przedsiębiorstwa oraz jednostki samorządu terytorialnego – informuje operator. Dla dużych firm usługi przygotowywane są na miarę ich potrzeb. Nowe technologie oraz specjalistyczne rozwiązania dają wiele możliwości indywidualnego przygotowania oferty zgodnie z oczekiwaniami klienta. ASTA-NET w ofercie ma m.in. usługę łącza symetrycznego, a wraz z nim gwarantuje stały publiczny adres IP. Dla biznesu jest to usługa niemal niezbędna, pozwalająca łączyć się zdalnie z firmą. Klient ma także gwarancję SLA (ang. Service Level Agreement – umowa dot. poziomu usług). W ramach SLA definiowane są parametry świadczonych usług w zależności od ich zakresu, w tym m.in.: gwarancja zachowania parametrów łącza; skrócenie czasu lokalizacji i usuwania usterki (2h na lokalizację usterki i 12h na jej usunięcie); dedykowana infolinia pomocy technicznej czynna w standardzie 365/12/24; profesjonalny opiekun biznesowy dopełniający formalności związanych z kontem abonenckim. ASTA-NET

oferuje też usługi Data Center pozwalające przedsiębiorcom wykreować własne środowisko IT bez kosztownych inwestycji w tradycyjne rozwiązania infrastrukturalne. W paście rozwiązań dla biznesu operatora znajdują się także m.in: monitoring wizyjny; usługi kolokacji i hostingu; pakiet udostępniania i zarządzania infrastrukturą IT zrealizowany w modelu chmury obliczeniowej (Cloud Computing) czy obsługa wideokonferencji. Firma oferuje również kompleksowe rozwiązania dla operatorów w ramach rynku hurtowego, w tym: dzierżawę włókien światłowodowych, transmisję danych Ethernet, dostęp do internetu czy transmisję danych Lambda.

Pomimo, że współpraca z klientami biznesowymi jest głównie domeną większych operatorów, to wielu także tych mniejszych, lokalnych dostawców potrójnej usługi stara się wychodzić z ofertą poza środowisko klientów indywidualnych.

Sat Film



„Za naszym pośrednictwem możesz zostać operatorem MVNO” – informuje **SatFilm** z Włocławka. Firma udostępnia interfejs MVNE z prostym i przejrzystym GUI przez www, zapewniającym możliwość pełnej obsługi karty SIM. Interfejs MVNE współpracuje z zewnętrznymi systemami klientów za pośrednictwem wbudowanego API. Dedykowane rozwiązanie pozwala na niezależne tworzenie ofert biznesowych dla własnych abonentów. Ponadto operator jest w stanie podjąć się prac z zakresu: wsparcia w teledystrybucji – obsługi łącza internetowych na potrzeby urządzeń; kolokacji i hostingu; monitoringu przy wykorzystaniu sieci mobilnych oraz monitoringu wizyjnego;

integracji sieci poprzez tworzenie VPN; integracji usług głosowych dla biznesu, wdrażanie usług typu WIRTUALNA CENTRALA oraz CallCenter; budowy sieci CATV (kompleksowe rozwiązania dla hoteli, szkół i innych obiektów, budowa kompletnych stacji czołowych, okablowanie poziome i strukturalne); budowy sieci światłowodowych; dzierżawy ciemnych włókien światłowodowych; bezprzewodowych i przewodowych systemów kontroli dostępu; usług telefonii na potrzeby obsługi urządzeń dźwigowych oraz usług związanych z funkcją „INTELIGENTNY DOM”.

Macrosat Barczewo



„Jeśli reprezentujesz firmę, instytucję lub samorząd, przygotowujemy dla Ciebie indywidualną ofertę dostosowaną do Twoich potrzeb” – zachęca do współpracy barczewski Macrosat. Operator poza usługami kierowanymi do osób indywidualnych (internet, telewizja, telefon) oferuje między innymi: transmisję danych opartą na firmowej sieci światłowodowej typu punkt-punkt i punkt-wielopunkt; łącza 1G/10G pomiędzy wskazaną lokalizacją a jednym z ogólnopolskich punktów wymiany ruchu (X-change); transmisję opartą na wykorzystaniu pojedynczej fali lub xWDM; dzierżawę (kanalizacji, ciemnych włókien, numeracji IP); dedykowane rozwiązania telefoniczne; instalację lokalnych systemów i odbiorników telewizji satelitarnej dla hoteli, pensjonatów itp. Ponadto, wszystkim chętnym operatorom, zarówno lokalnym, jak i ogólnopolskim, Macrosat udostępnia swoją sieć na potrzeby współpracy międzyoperatorskiej m.in. w modelu BSA lub LLU.



Szybkie, stabilne i symetryczne łącze dedykujemy naszym klientom biznesowym, którzy świadczą usługi o profilu telekomunikacyjnym – informuje operator **Beskid Media z Kęt k. Żywca**. Do świadczenia usług wykorzystujemy łącza światłowodowe o przepustowościach do 10Gb/s – zaznacza. Nasza sieć posiada wiele punktów styku z innymi operatorami. Dysponujemy możliwościami zestawienia transmisji po sieci szkieletowej Beskid Media do miast: Kęty, Andrychów, Wadowice, Bielsko-Biała, Katowice, Warszawa, Oświęcim. Dla klientów biznesowych spoza branży telekomunikacyjnej operator oferuje pakiety internetowe z telefonem do biur w wersji Biznes Standard i Biznes Premium dla bardziej wymagających. Z łączem 100 Mb/s i 300 minutami rozmów telefonicznych w cenie 139 zł/m-c netto firma gwarantuje: krótszy czas reakcji w przypadku awarii (24h), stały publiczny adres IP i wyższy priorytet w dostępie do łącza operatora. W przypadku wersji Premium, za dodatkową opłatą można

liczyć m.in. na: gwarancję jakości SLA; krótszy czas reakcji operatora w przypadku awarii (nawet do 4h); Dedykowanego Opiekuna Klienta; stały publiczny adres IP z możliwością rozszerzenia o dodatkowe adresy; dedykowany adres e-mail do całodobowego wsparcia technicznego. Ponadto Beskid Media oferuje usługi hostingowe (w cenie 25 zł/m-c netto), kolokacji oraz teleinformatyczne, w tym m.in.:

projektowanie, budowę i utrzymanie sieci światłowodowych oraz radiowych, usługi transmisji danych; budowę intranetów i ich obsługę; sprzedaż podzespołów komputerowych i sieciowych; doradztwo przy wyborze sprzętu; doradztwo w zakresie IT; serwis sprzętu telekomunikacyjnego oraz komputerowego.

Supermedia

„Już od 20 lat współpracujemy z największymi klientami z sektora publicznego i prywatnego na terenie Warszawy. Znamy i spełniamy wymagania specyficzne dla różnych branż. Dostarczamy kompleksowe rozwiązania telekomunikacyjne – między innymi: łącza dostępowe, usługi Data Center, budowa sieci, Telefonii VOIP. Nasze propozycje są zawsze dopasowane do potrzeb Twojej firmy. Jako członek grupy ZPR Media, jesteśmy stabilnym i pewnym partnerem, opierającym swoją działalność na najnowszych rozwiązaniach technologicznych oraz nowoczesnym sprzęcie najwyższej klasy. Zapewnimy Twojej firmie profesjonalne i sprawne wsparcie oraz serwis, na każdym

a także szereg narzędzi indywidualnie dopasowanych do oczekiwań instytucji. **Supermedia Smart View** jest z kolei usługą monitoringu wizyjnego CCTV opartą o wysokiej jakości kamery IP oraz wydajne, dedykowane rozwiązania systemowe Shinobi po stronie Supermedia. Przeznaczona jest dla klientów biznesowych (małe, średnie i duże przedsiębiorstwa) oraz pozostałych podmiotów gospodarczych (np. wspólnoty mieszkaniowe), które dostrzegają konieczność wideoweryfikacji zdarzeń. **Supermedia Business Cloud** jest usługą dostępną poprzez sieć internet i polegającą na magazynowaniu danych abonentów. Dedykowana jest małym, średnim i dużym przedsiębiorstwom, które wymagają szybkiego i bezpiecznego udostępniania danych zdefiniowanym grupom odbiorców. Usługa została oparta o profesjonalne zaplecze technologiczne Supermedia (Data Center) oraz oprogramowanie OS (desktop / mobile) przygotowane przez NextCloud. Firmom działającym w ramach sektora publicznego spółka rekomenduje: szerokopasmowy internet światłowodowy,

etapie trwania umowy” – czytamy w informatorze stołecznego operatora, spółki **Supermedia**. Wychodząc naprzeciw potrzebom firm, działających w branży kultury i oświaty, Supermedia stwarzają dedykowane rozwiązania informatyczne. Wśród proponowanych usług firma poleca m.in.: dzierżawę włókien światłowodowych, usługi transmisji danych, tworzenie sieci VPN, telefonii internetową VoIP,

tworzenie sieci VPN, szyfrowanie połączeń zapewniające bezpieczną i poufną transmisję danych, monitorowanie usług z zapisanym w umowie czasem reakcji, usunięcia awarii oraz maksymalnym czasem niedostępności usług, tworzenie dedykowanych, dostosowanych do charakteru branży stron www. Firma oferuje także dedykowane rozwiązania dla hoteli i biurów oraz współpracę międzyoperatorską.

„To Nas Dotyczy” 2020



TO NAS DOTYCZY
konkurs programów telewizji lokalnych

OPR. AK

Znani są zwycięzcy XVII edycji, organizowanego przez Polską Izbę Komunikacji Elektronicznej, **Konkursu Programów Telewizji Lokalnych – „To Nas Dotyczy” 2020**. Wyniki zostały ogłoszone 2 października br. podczas przeprowadzonej on line, jesiennej konferencji PIKE. Wręczenie statuetek **Kryształowego Ekranu** nastąpi na uroczystej Gali w czasie **Ogólnopolskiej Konferencji Operatorów Komunikacji Elektronicznej i Forum Telewizji Lokalnych w 2021 roku**.

W tym roku materiały telewizyjne ubiegały się o Nagrody w następujących kategoriach: „Moja Mała Ojczyzna”, „News”, „Zwyczajnie niezwykajni” i „Społecznie wrażliwi”.

18 telewizji lokalnych nadających swoje programy w sieciach kablowych operatorów zrzeszonych w PIKE, nadesłało **105 materiałów** filmowych, w tym w kategorii: „Moja Mała Ojczyzna” – 33; „News” – 31; „Zwyczajnie niezwykajni” – 24 i „Społecznie wrażliwi” – 17.

Oceny materiałów nadesłanych na Konkurs dokonała Komisja Programowa w składzie: **Halina Godecka** (Fundacja Akademii Mediów), **Juliusz Marek** (Stowarzyszenie Polskie Telewizje Lokalne i Regionalne), **Ewa Michalska** – Dyrektor Konkursu (PIKE). Materiały zakwalifikowane do następnego etapu Konkursu zostały przekazane do ostatecznej oceny Jury pod przewodnictwem **Krzysztofa Grabowskiego** – producenta filmowego i telewizyjnego. W skład Jury weszli ponadto: **Agnieszka Wąsowska** (dyrektor Departamentu Monitoringu KRRIT), **Jerzy Krzysztof Czerwiecki** (dziennikarz i producent radiowy i telewizyjny) oraz **Artur Majer** (adiunkt, Państwowa Wyższa Szkoła Filmowa, Telewizyjna i Teatralna).

W pierwszym etapie swojej pracy Jury wyłoniło po trzy nominowane materiały filmowe do Nagrody Głównej w każdej kategorii. W drugim etapie wybrało spośród nominowanych po jednym Laureacie w każdej kategorii, który otrzyma „Kryształowy Ekran”.

Kategoria „Moja Mała Ojczyzna” została objęta honorowym patronatem **Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji**, która jest również fundatorem 3 nagród pieniężnych w tej kategorii: za I miejsce – 6 tys. zł, II miejsce – 4 tys. zł i III miejsce – 3 tys. zł.

Kategoria: „Moja Mała Ojczyzna”

Nominacje do Kryształowego Ekranu uzyskały następujące audycje:
1. „**Złe duchy opanowały gminę Linia**” – Twoja Telewizja Morska Wejherowo, autorzy: Mieszko Weltrowski, Monika Wejer, Damian Klechowicz

2. „**Koronawirus. Walka z chińskim potworem**” – Telewizja TOYA Łódź, autor: Tomasz Bogotębski
3. „**Zgierski wehikuł czasu**” – Telewizja TOYA Łódź, autor: Kamila Basińska

Zwyciężyła Twoja Telewizja Morska z Wejherowa. II i III miejsce przypadło Telewizji TOYA.

Kategoria: „News”

Nominacje uzyskały audycje:

1. „**Pełnia życia**” – Telewizja TOYA Łódź, autor: Kamila Basińska
2. „**Bezinteresowna pomoc na A4**” – Telewizja TVT ze Zgorzelca, autor: Wojciech Szczerba

3. „**Pomoc dla Romów**” – Telewizja WTK Poznań,

autor: Emil Górny

Zwyciężyła Telewizja TOYA.

Kategoria: „Zwyczajnie niezwykajni”

Nominowani to:

1. „**Aniołowie mali**” – Chrzanowska TV Lokalna, autor: Marcin Cezar

2. „**Wykuci w ogniu**” – Telewizja Obiektów Krosno, autor: Bogdan Miszczak

3. „**Animalsi – interwencje**” – Telewizja WTK Poznań, autor: Jan Józefowski

Zwyciężyła Telewizja Obiektów Krosno.

Kategoria: „Społecznie wrażliwi”

Nominacje otrzymali

1. „**Korona Jaworzno**” – Telewizja dla Ciebie.tv z Jaworzna, autor: Elżbieta Bigas

2. „**Mordercy bez zlecenia**” – Telewizja Elbląska, autor: Jacek Żukowski

3. „**Komputer**” – Telewizja Olsztyn, autorzy: Marta Stelmeszyńska i Eugeniusz Domański

Zwyciężyła Telewizja Olsztyn.

Głównymi nagrodami w Konkursie są statuetki **Kryształowego Ekranu**. Stacje telewizyjne, które zwyciężyły w swoich kategoriach, otrzymują również nagrody pieniężne. Pierwsze miejsca w kategoriach: „News”, „Zwyczajnie niezwykajni” i „Społecznie wrażliwi” również zostają nagrodzone sumami pieniężnymi w wysokości 5 tys. zł. Nagrody te fundowała Polska Izba Komunikacji Elektronicznej.





Konferencja PIKE 2020

Kontynuacja w burzliwych czasach

TEKST ANDRZEJ MARCINIAK

Gdy wiosną organizatorzy Konferencji PIKE 2020 wymyślali dla niej hasło przewodnie „Nowy świat – nowe wyzwania” nawet nie przypuszczali, jak bardzo stanie się ono prorocze. I nie tylko dlatego, że pandemia wywróciła życie wielu z nas do góry nogami.

Termin i miejsce konferencji zmieniano kilka razy, by w końcu zdecydować o przeprowadzeniu jej w trybie online. To pierwszy taki przypadek w historii branży operatorów sieci kablowych w Polsce. Obyło się więc bez tradycyjnego przecięcia kabla, uroczystych kolacji i biznesowych spotkań przeciągających się często do rana. Okazało się jednak, że w nowej formule również można stworzyć atrakcyjny i bogaty program paneli dyskusyjnych i prezentacji.

Co wolno operatorowi?

Nawiązując do hasła konferencji, niezwykle aktualne staje się dzisiaj precyzyjne określenie relacji

między nadawcami i operatorami. Jak stwierdził **Wojciech Szymczak z Kancelarii Prawnej Media**, w obecnym stanie prawnym umowa licencyjna sprowadza się w dużej mierze do zobowiązania operatora do emisji danego programu nadawcy, w określonym pakiecie i zapewnieniu mu konkretnego miejsca na liście kanałów. Na dodatek trwa obecnie dyskusja nad nowelizacją ustawy o radiofonii i telewizji, w której miałyby się znaleźć zapisy zmuszające nadawców i operatorów do udostępniania swoich programów na zasadzie à la carte. – To może budzić niepokój operatorów, bo abonenci w takiej sytuacji kupowaliby dużo mniej

programów niż obecnie – stwierdził W. Szymczak. – Konieczne będzie dostosowanie cen, co sprawi, że niektóre kanały mogłyby w ogóle nie zaistnieć w świadomości odbiorców. Z jednej strony operatorzy nie chcą być zmuszani przez nadawców do kupowania pakietów programów, ale z drugiej obawiają się, że sugerowane zmiany mogą pozbawić ich sporej części dochodów. Dlatego też dyskusja o nowych regulacjach powinna być niezwykle wyważona. Pandemia uwidoczniła też istotny problem zależności między ofertą programową a ceną poszczególnych kanałów. Dotyczy to szczególnie stacji sportowych, które



Uczestnicy panelu „Czy operatorzy są nadal potrzebni nadawcom?”

przez kilka miesięcy karmiły widzów jedynie powtórkami, choć zazwyczaj kanały te zaliczane są do grupy premium, za które zarówno operatorzy, jak i abonenci płacą więcej. Zmiana oferty, wymuszona wprowadzaniem przez pandemię, nie znalazła jednak odzwierciedlenia w obniżeniu ceny stacji sportowych. – To jest nieakceptowalne – dodał Wojciech Szymczak. Nawiązał też do konieczności zrównania wszystkich operatorów w zakresie opłat licencyjnych dla nadawców oraz rozważenia możliwości prowadzenia rozliczeń w polskiej walucie, bo obecnie ryzyko kursowe przerzucone jest w całości na operatorów.

KRRiT lobbystą?

Niezwykle ważnym problemem na konferencji stała się sprawa interpretacji archaicznej już zasady must carry, obejmującej w Polsce 7 kanałów telewizyjnych. Rozwój nowych usług i serwisów bazujących na przekazie internetowym całkowicie zmienia dotychczasowe podejście do sposobu udostępniania programów telewizyjnych i szeroko rozumianego kontentu wideo. Obecnie nadawcy udzielają licencji na rozprowadzanie swych kanałów w sieciach kablowych bądź na platformach satelitarnych. Zapisy obowiązującej ustawy nie dotyczą jednak internetu, co sprzyja powstawaniu konfliktów. Naczelny Sąd Administracyjny oraz praktyka Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji idą w kierunku udzielania ogólnej licencji, obejmującej także internet. I brak zgody nadawcy w tym zakresie przestał być wiążący dla opera-

tora. Powinien on jednak uzyskać zgodę w zakresie praw autorskich i pokrewnych od organizacji zarządzających tymi prawami. Ważnym problemem jest jednak ustalenie, czy w przypadku kanałów must carry można mówić o ich reemisji w internecie. Wojciech Szymczak przypomniał, że Parlament Europejski stanął na stanowisku, że uprawnionym nie przysługuje prawo do wynagrodzenia w przypadku dalszej eksploatacji danego programu.

– stwierdził J. Kurski. – KRRiT staje się lobbystą pewnej grupy firm, które chcą zrobić biznes kosztem operatorów inwestujących w sieć oraz nadawców inwestujących w tworzenie programów. Programy dostarczane w modelu FTA, z punktu widzenia nadawców, zarabiają na sobie przez sprzedaż czasu reklamowego. Współpraca nadawców z operatorami powinna być oparta na modelu revenue share.

Zdaniem prezesa TVP, podstawą rynku telewizyjnego są prawa autorskie, które nie są uwzględniane w narzucanej interpretacji zasady must carry. Uważa on, że brak praw do dystrybucji określonych materiałów wideo w sieci spowodowałby konieczność tzw. blackoutowania nawet kilkudziesięciu procent pozycji, co byłoby dla widza nie do przyjęcia. Tymczasem przyszłością jest podążanie za widzem, podobnie jak to się dzieje w internecie. – Telewizja długo jeszcze będzie zapewniała coś, czego w internecie nie można dostać – zauważa Jacek Kurski.



Prezentacja prof. Janusza Czapińskiego

Z działaniami KRRiT nie zgadza się **Jacek Kurski, prezes TVP**, który w specjalnym wystąpieniu nawiązał do żądań Polsat i TVN, domagających się prawa do umieszczenia na własnych platformach OTT programów TVP 1, TVP2 i TVP Info. Polsat i TVN powołują się przy tym na stanowisko KRRiT. – Interpretacja zasady must carry must offer przez KRRiT prowadzi nie tyle do zapewnienia widzom różnorodnej oferty kanałów telewizyjnych, ile do budowy biznesu nowych podmiotów, stających się konkurencją dla nadawców i operatorów kablowych

– To wielkie wydarzenia rozrywkowe i sportowe oraz koncerty live i dostęp do wysokiej kultury. Czas, w jakim telewizja potrafi wygenerować kilkunastomilionowe zasięgi, jest jej niewątpliwą zaletą i przewagą. I nie jest to do osiągnięcia w internecie.

Bez sieci ani rusz

Nie ulega wątpliwości, że pandemia koronawirusa, z którą od kilku miesięcy walczy cały świat, zmieniła nasze życie i relacje biznesowe. Mówił o tym **prof. Janusz Czapiński z Uniwersytetu**

Warszawskiego. Przytoczył m.in. dane z raportu Fundacji Gatesów, z których wynika, że np. w USA ochrona zdrowia cofnęła się o 25 lat. Ale nie można mówić wyłącznie o negatywnych skutkach. Rozwijającym się trendem stała się praca zdalna, na którą chciałoby przejść nawet 70 proc. Polaków. Profesor zwrócił też uwagę na zmiany w zakresie konsumpcji mediów (większe zainteresowanie serwisami streamingowymi), a także na gwałtowny wzrost zapotrzebowania na gry komputerowe. Ten rodzaj aktywności zaliczył w USA wzrost aż o 75 proc. w porównaniu z okresem sprzed pandemii.

Życie online wymaga jednak budowy nowych i rozbudowy już istniejących sieci, co podkreślił w swej prezentacji **Jacek Wiśniewski, prezes zarządu Nexery,** operatora hurtowego, realizującego inwestycje w rejonach często zapomnianych przez innych. Przypomniał, że w Polsce ponad 5 mln gospodarstw domowych ma dostęp do sieci światłowodowej, co stawia nas na dalekim miejscu w europejskim rankingu. Niepokoić musi też fakt, że aż 19 proc. Polaków nie może korzystać z pracy zdalnej z powodu braku wystarczającej infrastruktury, a ponad 3 tys. miejscowości wciąż pozbawionych jest dostępu do sieci. I to w sytuacji, gdy drastycznie rośnie liczba osób zakażonych COVID-19 oraz przybywa obszarów uznanych za żółte i czerwone strefy. To zmusza wiele osób do szybkiego przestawienia się na życie online. W coraz większym stopniu problem dotyczy osób starszych, zaliczanych do grupy ryzyka w związku z COVID-19, czy dzieci i młodzieży, przechodzących szybką edukację w zakresie nauczania online. – Wszyscy dostrzegają, że dostęp do internetu staje się coraz ważniejszy – podkreśla J. Wiśniewski. – Prawie 50 proc. użytkowników rozważa zwiększenie dotychczasowej przepustowości internetu, który przestaje dostarczać nam jedynie rozrywki, a staje się w coraz większym stopniu miejscem pracy i nauki. Rozwój sieci szerokopas-

owych jest koniecznością i wciąż jeszcze dużo jest do zrobienia w tym zakresie.

Walka o czas widza

Tradycyjnie już na każdej konferencji PIKE zainteresowanie wzbudzają panele z udziałem przedstawicieli najważniejszych nadawców. Nie inaczej było zapewne i tym razem. Zachętą okazało się już trochę prowokacyjne pytanie: czy operatorzy są nadal potrzebni nadawcom? Uczestnicy dyskusji podkreślali, że w zmieniającym się świecie mediów elektronicznych zarówno nadawcy, jak i operatorzy znajdują się po tej samej stronie.

podążać w stronę modelu szwedzkiego, gdzie młodzi ludzie oglądają telewizję linearną zaledwie przez pół godziny dziennie, kierując swe zainteresowanie głównie w stronę serwisów OTT. Pandemia może przyspieszyć ten proces. Trzeba jednak pamiętać, że tradycyjna telewizja przyciąga głównie osoby po 40. roku życia. To narzuca określoną politykę produkcji kontentu pod kątem określonych grup wiekowych. Ważną informację przekazał **Artur Przybysz, członek zarządu CANAL+**, który zapewnił, że program 4K tego nadawcy będzie wkrótce udostępniany także operatorom kablowym. To zapewne



Uczestnicy Śniadania Liderów Telekomunikacji

I muszą współpracować zwłaszcza w obliczu zagrożenia, jakim jest wejście na rynek światowych gigantów oferujących atrakcyjny kontent. Wszyscy konkurują o czas widza, bo to przekłada się w dalszej kolejności na dochody. Zdaniem **Doroty Żurkowskiej-Bytner, członka zarządu TVN Grupa Discovery,** oglądalność telewizji linearnej jest na stabilnym poziomie, co wynika z tego, że jest ona swoistym „wypełniaczem codzienności”, gdzie szuka się informacji, wsparcia, porad, itp. W tej roli serwisy OTT nie zastąpią telewizji, a jedynie ją uzupełniają. To sprawia, że obecnie Polak spędza przed ekranem ok. 6 godzin dziennie, licząc łącznie oglądanie telewizji i oferty OTT. To będzie się jednak zmieniać i, jak zauważył **Marcin Skabara, dyrektor ds. produkcji oryginalnej TVP,** być może w przyszłości będziemy

ucieszy wielu kibiców w kontekście wielkiej imprezy piłkarskiej, jaką w przyszłym roku mają być finały EURO 2021.

Kilka ciekawych spostrzeżeń padło w dyskusji o przyszłości rynku medialnego w obliczu nowych wyzwań. Okazało się, że pandemia nie podkopała pozycji większości nadawców, choć odczuwają oni mniejsze wpływy z rynku reklam. **Dariusz Dąbski, prezes zarządu Telewizji Puls,** przyznał nawet, że minione miesiące pomogły stacji zbudować silniejszą pozycję rynkową, do czego przyczyniła się trafiona oferta programowa, skierowana w dużej mierze w stronę najmłodszych. Do najważniejszych wyzwań zaliczono przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjnej dotyczącej przejścia na nowy standard transmisji cyfrowej telewizji naziemnej,

jakim będzie DVB-T2. Wiedza na ten temat jest niewystarczająca i wielu konsumentów może zostać zaskoczonych zmianami, gdy okaże się, że niedawno kupiony telewizor nie zapewni możliwości odbioru kanałów naziemnych bez dodatkowego urządzenia. **Bogusław Kisielewski, prezes Kino Polska SA**, dodał, że problem może sprawić też inne kodowanie dźwięku w przekazie naziemnym.

5G, RDP, DAI

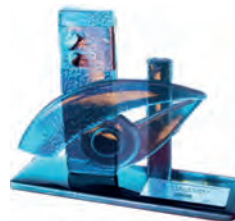
Na konferencji PIKE nie mogło zabraknąć dyskusji o rozwoju najnowszych technologii, związanych zarówno z transmisją danych, jak i planowanymi zmianami w panelu telemetrycznym. Technologia 5G poświęcone zostało „Śniadanie Liderów Telekomunikacji”, którego uczestnicy wskazywali na potrzebę szybszego wprowadzania koniecznych zmian legislacyjnych, dostosowanych do potrzeb rozwijającego się rynku oraz konieczność współpracy przy budowie infrastruktury nadawczej.

Dyskutowano też o budowie panelu RPD (Return Path Data), który wykorzystywać ma dane zwrotne z dekodowników blisko 300 operatorów telewizji kablowych. Ma to pomóc, zgodnie z założeniami KRRiT, stworzyć nowy panel telemetryczny, o czym mówi się już od dłuższego czasu. Rzecz jednak w tym, że nie wszyscy uczestnicy rynku są do tego przekonani i wcale nie uważają, że konieczny jest jeden pomiar

Laureaci Tytanowego Oka

W czasie konferencji PIKE 2020 rozstrzygnięto XV edycję Festiwalu Kanałów Tematycznych o nagrodę Tytanowego Oka.

Nagrody wręczone zostaną laureatom w czasie planowanej na czerwiec 2021 roku, w Zakopanem, Ogólnopolskiej Konferencji i Wystawy PIKE 2021. Statuetki przyznano w trzech kategoriach.



W kategorii „Wydarzenie roku” nominacje otrzymali:

- **STUDIOMED TV** – pierwsza polska stacja telewizyjna o zdrowiu i medycynie
 - **TVP** – Konkurs Piosenki Eurowizji dla Dzieci
 - **TVN Grupa Discovery** – cykl programów wspierających widzów w czasie pandemii (Pomagajmy sobie, Korki TV, Otwarte okna, Uwaga! Koronawirus)
- Zwycięzcą została TVN Grupa Discovery**

W kategorii „Polska produkcja telewizyjna” nominacje otrzymali:

- **Disney** – za produkcję „Korpo-racja” dla National Geographic
- **Polsat** – za produkcję „Ultraliga Mistrzostwa Polski”
- **Sekielski Brothers** – za dokument „Zabawa w chowanego”

Zwycięzcą został Disney

W kategorii „Współpraca z operatorami” statuetką Tytanowego Oka uhonorowano **Disneya**.

uwzględniający korzystających z telewizji, internetu i radia. Wątpliwości dotyczą też systemu DAI, dającego możliwość dynamicznego zmieniania reklam telewizyjnych, profilując je – podobnie jak to jest w internecie – pod kątem konkretnego odbiorcy. Do rozwiązania jest jednak wiele kwestii, zarówno technologicznych, jak i finansowych, bo na razie nic nie wskazuje na to, że wprowadzenie DAI mogłoby zwiększyć także przychody operatorów.

Kadencja kontynuacji

Nowa sytuacja wymogła na PIKE zmianę dotychczasowych zasad wyboru swych statutowych władz. Także w tym przypadku Walne Zgromadzenie Członków odbyło się online. Po raz kolejny funkcję prezesa powierzono na następne trzy lata **Jerzemu Straszewskiemu**, który stwierdził, że nowa kadencja przebiegać będzie pod znakiem kontynuacji. Dodał, że środowisko operatorów w pełni zdało egzamin w czasach pandemii i jest doskonale przygotowane do nowych wyzwań. – Bez naszych sieci nie byłaby możliwa zdalna nauka, szybkie przekazywanie informacji władz czy funkcjonowanie lokalnych mediów, pełniących ważną misję publiczną – stwierdził Jerzy Straszewski.

Pierwsza online’owa konferencja PIKE przeszła już do historii, ale wielu uczestników ma nadzieję, że jeszcze będzie normalnie i za kilka miesięcy możliwy będzie powrót do tradycyjnej formuły takich spotkań. Chyba, że to, co jest teraz, stanie się już naszą nową normalnością...



Jerzy Straszewski prowadzący dyskusję Nasze sprawy – nic o nas bez nas

Dogrywka prawie roztrzygnięta

NASK ogłosił wyniki postępowania dogrywkowego na podłączenie szkół do **Ogólnopolskiej Sieci Edukacyjnej (OSE)**, które dotyczyły obszarów objętych projektami **1.1 POPC** i początkowo rozpisane było na 682 szkół podzielonych na 37 paczek. W trakcie postępowania **NASK** wyłączył jedną paczkę w woj. podkarpackim z 9 placówkami, jak i niektóre pojedyncze szkoły i zostało 671 placówek – informuje serwis telko.in. Ostatecznie zlecenia na podłączenie szkół podzielonych na 36 paczek rozdzielone zostały na siedmiu operatorów. Postępowanie na 9 paczek wygrała **INEA**, w ramach których podłączy 167 placówek. **Tauronowi** przypadnie do podłączenia 7 paczek ze szkołami i doprowadzi łącznie do 75 placówek. Jednak zdecydowanie większą od Tauronu liczbę placówek do podłączenia – bo aż 166 – będzie miała firma **Światłowid** z Jarosławia, która dostała zlecenie na 3 paczki (wszystkie w woj. podkarpackim). **Orange** wygrał postępowanie na 2 paczki (w woj. zachodniopomorskim oraz na Dolnym Śląsku – powiaty złotoryjski i lwówecki), ale opiekujące w sumie tylko na 3 placówki. Pozostali operatorzy dostaną zlecenia na jedną paczkę szkół. **Nexera** na 21 placówek na Mazowszu, **Zicom** – 7 szkół w Małopolsce, **Nette** – przyłączy dwie szkoły w woj. lubelskim i **Derkom** – 3 placówki w okolicach Zamościa. W sumie więc wybranych siedmiu operatorów podłączy 444 placówki. Na 11 paczek postępowanie zostało unieważnione.

Wyrazy szczerego współczucia

Zbigniewowi Gawrońskiemu
z powodu śmierci brata

Andrzeja

składają: zespół miesięcznika TELEKABEL & digital tv
oraz przyjaciele z Fundacji PROTELKO

Multimedia po rocznym bilansie

614,4 mln zł przychodów, o 1,3 proc. więcej niż rok wcześniej, miały w 2019 r. **Multimedia Polska**. Przejęty w końcu stycznia br. przez **Vectrę** operator kablowy ubiegły rok zakończył ze **136 mln zł straty netto**, o blisko 41 mln zł wyższą niż rok wcześniej. W końcu ub.r. MMP świadczyły łącznie ponad **1,6 mln usług** (o ponad 23 tys. mniej niż w 2019 r.), w tym nieco ponad **940 tys. usług wideo** (wzrost

mln zł w 2018 r. do **614,4 mln zł** w 2019 r. Wzrost ten związany był przede wszystkim ze wzrostem przychodów z segmentu telewizji o 17,9 mln zł, tj. 4,5 proc., przychodów z segmentu szerokopasmowego dostępu do internetu o 1,7 mln zł, tj. 1,3 proc., z segmentu telefonii o 2,9 mln zł, tj. 5,7 proc., przy jednoczesnym spadku pozostałych przychodów o 14,7 mln zł, tj. 48,2 proc.

Udział poszczególnych grup przychodów w przychodach ogółem

	2018 r.	2019 r.	Zmiana
Telewizja	65,3%	67,3%	+2 pp
Internet	21,2%	21,2%	–
Telefonia	8,5%	8,9%	0,4 pp
Pozostałe	5,0%	2,6%	–2,4 pp

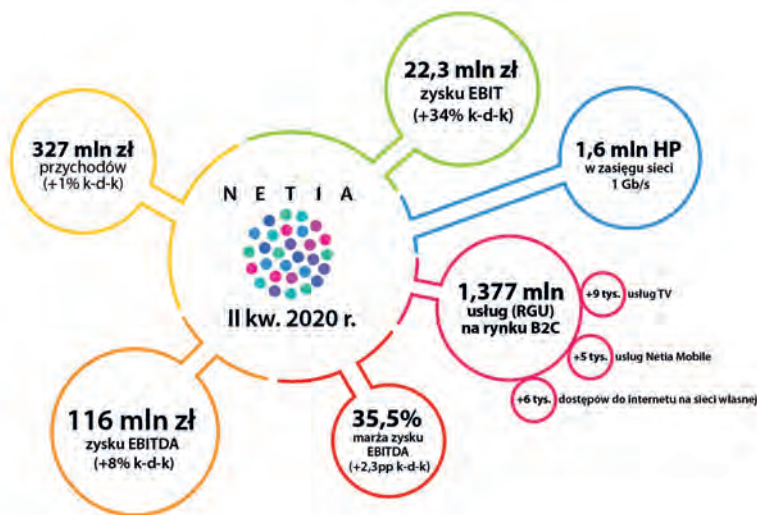
o 125), blisko **485 tys. usług szerokopasmowego dostępu do internetu** (spadek o niemal 13 tys.) i ok. **203 tys. usług telefonicznych** (spadek o ponad 10 tys.). Spółka miała **695,3 tys. abonentów**, z których 304,6 tys. korzystało z dwóch usług, a 102,2 tys. z trzech i więcej usług. Struktura przychodów spółki obejmuje przychody z usług telewizji, internetu, telefonii i pozostałe przychody. Przychody ze sprzedaży wzrosły o 7,9 mln zł, tj. 1,3 proc., z 606,5

Operator odnotował stratę brutto na sprzedaży. Jego koszty działalności podstawowej wzrosły bowiem w ub.r. o ponad 6 proc. do ponad 622 mln zł. Najsilniej zwiększyły się koszty amortyzacji (o niemal 42 mln zł do 241,4 mln zł) i wynagrodzeń (o blisko 22 mln zł do 83,5 mln zł). W ub.r. na inwestycje MMP wydały ponad 174 mln zł, czyli o blisko 14 proc. więcej niż rok wcześniej. Większość nakładów poniesiono na rozbudowę, modernizację i utrzymanie sieci.

Dalsza poprawa wyników

Grupa Netia opublikowała wyniki finansowe i operacyjne za II kw. br. W tym okresie osiągnęła **przychody w wysokości 327 mln zł**, czyli o 1 proc. wyższe niż w I kw. br. i o ok. 1 mln zł wyższe od tych osiągniętych w II kw. 2019 r. **Zysk EBITDA** (od tego roku liczony i prezentowany już wyłączenie wg MSSF 16) w II kw. br. wyniósł **116 mln zł**, co oznacza wzrost o 8 proc. w stosunku do I kw. br. i wzrost o 2 proc. w porównaniu z tym

lat, w którym organicznie wzrosła łączna liczba usług (RGU), przypisanych do segmentu B2C Grupy Netia (**1,377 mln**) i zatrzymany został organiczny spadek liczby usług szerokopasmowych. Na koniec czerwca br. Spółka na rynku B2C obsługiwała **563 tys. usług dostępu do internetu** (dodanych zostało 6 tys. usług w sieci własnej i tyle samo ubyło w sieci obcej, tj. BSA i LLU w sieci Orange Polska). W efekcie już 74



samym okresem 2019 r. **Marża zysku EBITDA wzrosła do 35,5 proc.** (+2,3 pp w stosunku do I kw. 2020 r., +0,4 pp r-d-r). Natomiast **zysk EBITDA** wyniósł **22,3 mln zł** (marża 6,8 proc.), co oznacza wzrost o ok. 34 proc. w stosunku do poprzedniego kwartału (16,6 mln zł) i ok. 10-proc. poprawę w porównaniu z tym samym okresem ub.r. Przychody wygenerowane w segmencie B2B wyniosły 183 mln zł (+2 proc. k-d-k i +5 proc. r-d-r). Na wzrost przychodów w segmencie B2Błożyły się przede wszystkim zaawansowane usługi ICT z linii NetiaNext oraz wpływy z hurtowego zakańczania połączeń. Przychody przypisane do segmentu B2C wyniosły w II kw. br. 139 mln zł (bez zmian k-d-k, -4 proc. r-d-r). Drugi kwartał 2020 r. był pierwszym od wielu

proc. usług dostępu do internetu świadczonych było w sieciach własnych Grupy Netia (+1 proc. k-d-k, +5 proc. r-d-r). Do **401 tys.** (-12 tys., w tym ok. 10 tys. w sieci obcej) spadła na koniec II kw. br. liczba **usług głosowych**. Na koniec czerwca 2020 r. liczba **usług telewizyjnych**, przypisanych do segmentu operacyjnego B2C wyniosła **258 tys.**, co oznacza dalszy wzrost o kolejne 9 tys. **W ciągu roku liczba usług TV wzrosła o 17 proc.** Grupa Netia kontynuowała też trend wzrostowy w zakresie usług mobilnych (+ 5 tys. k-d-k, łącznie **155 tys. aktywnych subskrypcji Netia Mobile** w obszarze B2C). W ciągu roku liczba usług mobilnych wzrosła o 7 proc. Wskaźnik ARPU dla B2C utrzymuje się na stałym poziomie **55 zł miesięcznie**.

Netia buduje nowe Data Center

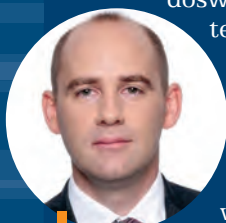
Netia systematycznie umacnia swoją pozycję na rynku zaawansowanych rozwiązań ICT, dla których bazą są nowoczesne centra danych (Data Center – DC). Po przejęciu na przełomie roku dużego DC w Krakowie i komercyjnym sukcesie na południu Polski, kolejnym krokiem ekspansji operatora jest nowa inwestycja w centrum kraju. W jej ramach Netia inwe-



tuje ok. **79 mln zł** w wielofunkcyjny obiekt, w którym powstaje m.in. **ponad 1 tys. m² powierzchni serwerowej** (4 komory, pozwalające na kolokowanie blisko 520 szaf rack) i **ponad 1,4 tys. m² nowoczesnych powierzchni biurowych**. Obiekt znajduje się w **Jawczycach**, zaledwie 10 km od centrum Warszawy z bardzo dogodnym dojazdem, a jednocześnie w bezpiecznej odległości od jakichkolwiek czynników ryzyka, tj. stacje paliw, linie kolejowe itp. Zostanie oddany do użytku na początku 2021 r. Mocną stroną nowego DC – oprócz możliwości świadczenia na najwyższym poziomie sztan-dardowych usług z linii **NetiaNext**, w tym zwłaszcza typu **data center as a service** (usługi kolokacji, serwerów dedykowanych) i **chmurowych** (m.in. wirtualne data center na bazie technologii VMware) – jest duża dostępność powierzchni biurowej, z przeznaczeniem na biura zapasowe lub miejsca pracy dla specjalistów IT w systemie tzw. hot desk'ów.

Przemysław Żur w zarządzie UPC

Do zespołu zarządzającego **UPC Polska** dołączył **Przemysław Żur**, obejmując stanowisko **VP sales & care**. Odpowiedzialny będzie za obszar sprzedaży i obsługi klienta. P. Żur posiada bogate doświadczenie na rynku



Przemysław Żur

telekomunikacyjnym zarówno w Polsce, jak i w Europie, Azji oraz Australii. W ciągu ostatnich 10 lat, podczas pracy w firmie konsultingowej Kearney, zaangażowany był w ponad 40 procesów doradczych, związanych między innymi z fuzjami, przekształceniami na dużą skalę, programami nakierowanymi na wzmocnienie sprzedaży oraz tworzeniem nowych modeli operacyjnych. P. Żur zastąpił Jarosława Pijanowskiego, który w grudniu ub. roku odszedł ze spółki.

Poleć usługi BTK Gawex

Bydgoska Telewizja Kablowa Gawex wystartowała z promocją „**Poleć usługi BTK Gawex**”. Promocja skierowana jest do klientów indywidualnych operatora i polega na poleceniu oferty tej sieci innym osobom, które podpiszą umowę terminową na usługi BTK. Osoby, które przystąpią do promocji (polecający i nowi klienci), otrzymają prezenty – miesiąc usług BTK Gawex, jakie mają zapisane w swoich umowach, bezpłatnie. Osobą polecającą można być wielokrotnie.

Pandemia nie zaszkodziła

W II kw. 2020 r. **UPC Polska** potwierdziło jakość swojej sieci i pozycję lidera szybkości internetu, pozyskując **4,3 tys.** nowych abonentów oraz **13,6 tys.** subskrypcji cyfrowych. W ujęciu rok do roku, UPC zyskało **26,2 tys.** klientów i **80,3 tys.** subskrypcji cyfrowych, zwiększając bazę klientów do **1 mln 494 tys.**, a usług cyfrowych do **3 mln 198 tys.**

Najważniejsze wydarzenia w II kwartale:

- Kontynuacja programu **#actin-gwithcare** wspierającego klientów, pracowników i społeczności w czasie pandemii COVID 19, zapewnia-

Liczba abonentów telewizji wzrosła w ujęciu kwartalnym o **11,3 tys.** do **1 mln 287 tys. subskrypcji**. Liczba użytkowników platformy **Horizon**, w porównaniu z poprzednim kwartałem, wzrosła o **6,9 tys.** do **750,2 tys.**, co oznacza wyższy wynik o **55,2 tys.** rok do roku. Dodatkowo, użytkownicy platformy **Horizon Go** otrzymali kolejną funkcję poprawiającą komfort korzystania z bogatej oferty rozrywki telewizyjnej – przeniesienie treści z aplikacji **Horizon Go** bezpośrednio na urządzenia obsługujące rozwiązania **Chromecast** i **Airplay**. – Pomimo bezpre-



jąc nieprzerwany dostęp do usług oraz dodatkowe benefity

- Wprowadzenie internetu **1 Gb/s** do 3 nowych miast, poszerzając zasięg gigabitowej prędkości do ponad 2,5 mln gospodarstw domowych w 62 miastach

- Potwierdzenie pozycji najszybszej internetowej sieci ogólnopolskiej w I półroczu br.

- Wzrost bazy klientów usług komórkowych o 6 tys. do **22,2 tys. abonentów**

- Nowe innowacje produktowe – rozwiązania **Chromecast** i **Airplay** w aplikacji **Horizon Go**

- Rozszerzenie zasięgu sieci UPC o 20,9 tys. nowych domostw do łącznie **3 mln 583 tys.** gospodarstw domowych.

cedensowych wyzwań związanych z COVID19, w II kwartale 2020 roku nadal zdobywaliśmy zaufanie klientów i mocno poprawiliśmy kluczowe wskaźniki biznesowe, co przełożyło się na 2 lata nieprzerwanego wzrostu UPC Polska. Jestem dumny z wyjątkowego zaangażowania zespołu w zapewnienie klientom bezpieczeństwa i najwyższej jakości cyfrowych usług, w tym niezawodnego dostępu do internetu. Będziemy nadal zwiększać zasięg marki UPC, stale podnosząc satysfakcję korzystania z naszych cyfrowych usług milionom obecnych i nowych klientów w całym kraju – powiedział **Robert Redeleanu**, CEO UPC Poland.

Think Big po raz siódmy

UPC Polska razem z partnerami, w tym Fundacją Polskiego Funduszu Rozwoju, UPC Biznes i Fundacją Digital Poland, nagrodi przedsiębiorców i innowatorów społecznych, którzy z wykorzystaniem nowych technologii tworzą rozwiązania wspierające firmy, społeczności i obywateli w czasach pandemii.

Hasłem 7. edycji programu Think Big jest Think Digital. Oficjalny patronat nad programem objęły Ministerstwo Rozwoju i Mini-

sterstwo Cyfryzacji. Zwycięzcy Think Big: Think Digital otrzymają szansę na pilotażowe wdrożenie swoich rozwiązań lub na ich rozwój, a także wsparcie marketingowe i możliwość networkingu w gronie uznanych partnerów programu. Pula nagród finansowych wynosi 100 tys. zł. Nagrody zostaną przyznane w trzech kategoriach: Think Digital – innowacyjne rozwiązania, które pomagają małym i średnim firmom, a także indywidualnym przedsiębiorcom w pełni wykorzystać możliwości cyfrowego świata, szczególnie w nowej, post-pandemicznej rzeczywistości; Think Social – rozwiązania non-profit, które przy użyciu nowych

technologii, wspierają osoby indywidualne i społeczeństwo, pomagając walczyć z wykluczeniem; Think Transformation – najbardziej spektakularne przyspieszenia cyfrowej transformacji w korporacjach, generujące znaczny wzrost. Zgłoszenia były przyjmowane do 4 września br. W ramach pierwszego

etapu, Jury wyłoni 18 rozwiązań (12 z kategorii Think Digital i 6 z kategorii Think Social). Następnie, do końca października br.

odbędzie się faza półfinałowa, w efekcie której zostanie wybranych 9 najlepszych projektów (6 z kategorii Think Digital i 3 z kategorii Think Social), które wezmą udział w finałach programu. Zwycięzcy kategorii Think Digital i Think Social otrzymają po 50 tys. zł oraz szansę na pilotażowe wdrożenie/rozwój swojego rozwiązania we współpracy z UPC Polska lub innym partnerem programu. UPC Polska, wspólnie z Fundacją Digital Poland, w kategorii Think Transformation przyzna również nagrodę korporacji, która odznaczyła się najbardziej spektakularnym przyspieszeniem transformacji cyfrowej.



Nowe smartfony w ofercie UPC Polska

Klienci UPC Polska zyskali możliwość zakupu nowych modeli smartfonów – Samsung Galaxy M21 oraz Galaxy

A41 z atrakcyjnymi rabatami oraz w 24 ratach 0 proc. W ostatnich miesiącach w ofercie operatora pojawiły się także smartfony Samsung Galaxy A51 oraz Galaxy A71. Rozwiązania komórkowe od UPC Polska to nie tylko nowoczesne smartfony, lecz również atrakcyj-



ne plany taryfowe SMART, COMFORT oraz VIP. Wszystkie pakiety oferują nie-limitowane połączenia krajowe, wiadomości SMS oraz MMS oraz usługę

roamingu. Wraz z pakietem SMART klienci otrzymają ponadto 10 GB danych internetowych, a w ramach trwającej obecnie promocji pakiety COMFORT oraz VIP to kolejno 50 lub 100 GB danych miesięcznie do końca roku.

UPC zmieni praktyki

Prezes UOKiK Tomasz Chrósty zakwestionował szereg praktyk w związku z zawieraniem lub zmianą przez UPC Polska warunków umów podczas rozmowy telefonicznej konsumenta z operatorem albo skorzystania z oferty przez stronę internetową. Wśród nich m.in.: nieudzielanie konsumentom podczas rozmów telefonicznych informacji o możliwości rezygnacji z umowy w ciągu 14 dni; niepotwierdzanie zmian w trakcie rozmowy telefonicznej warunków konsumentom, którzy nie wyrazili zgody na przesłanie dokumentów w formie elektronicznej; uznawanie, że konsument podczas rozmowy telefonicznej skutecznie zmienił warunki umowy, mimo że ten nie potwierdził tego UPC na papierze lub innym trwałym nośniku. Prezes Urzędu wydał decyzję, w której zobowiązał UPC do zmiany tych praktyk. Poza tym operator proponuje różne usługi osobom, które składały reklamacje od 25 grudnia 2014 r. Osoby, które kontynuują umowę, będą mogły przykładowo: aktywować określoną ofertę telefonii mobilnej świadczonej przez UPC Polska lub podwyższyć parametry dostępu do internetu albo korzystać ze wskazanego kanału sportowego. Usługi te będą świadczone konsumentom nieodpłatnie na okres dwóch lub trzech okresów rozliczeniowych. Osoby, które nie są już abonentami spółki, będą mogły otrzymać kilkadziesiąt zł (20 lub 30) albo zawrzeć nową umowę na korzystniejszych warunkach finansowych, które będą obowiązywać przez dwa lub trzy miesiące.

Internet godny polecenia

Najnowsza kampania spółki PROMAX oparta została na autentycznych opiniach klientów korzystających z usług firmy. W ramach akcji pod hasłem „Internet godny polecenia” zgromadzono opinie klientów znalezione dzięki narzędziom do monitoringu mediów społecznościowych. – Start kampanii to zwieńczenie

idei, która zrodziła się dużo wcześniej. Ważnym jest tutaj jednak, by podkreślić, że w żaden sposób nie sugerowaliśmy naszym abonentom, że mamy zamiar wykorzystać publikowane przez nich treści. Dzięki temu mieliśmy pewność, że uda nam się zgromadzić prawdziwe, autentyczne i przede wszystkim spontaniczne opinie abonentów na temat usług firmy. Z autorami wybranych ocen kontaktowaliśmy się w prywatnej korespondencji nie zdradzając publicznie naszych zamiarów. – mówi **Marta Krzyżanowska, kierownik działu marketingu PROMAX.** – Opinie naszych abonentów są dla nas cennym źródłem informacji na temat jakości świadczonych usług. Nieustannie śledzimy publikowane przez nich informacje, starając się na bieżąco odpowiadać na zgłaszane w nich potrzeby, rady lub sugestie – dodaje **Karolina Okrój, dyrektor generalny PROMAX.**

Kampanii towarzyszą działania outdoorowe oparte na grafikach przedstawiających treści znalezionych w sieci opinii oraz nośniki elektroniczne – reklama w mediach społecznościowych, sieciach reklamowych, teksty sponsorowane itd.

PROMAX coraz bardziej „eko”

Wielkopolski operator światłowodowej sieci kablowej konsekwentnie realizuje proekologiczną politykę funkcjonowania firmy. Do zrealizowanych dotychczas inwestycji dołączyła niedawno kolejna – **farma fotowoltaiczna.** To spektakularne przedsięwzięcie przypieczętowało obrany przez przedsiębiorstwo kierunek społecznie odpowiedzialnego biznesu, którego celem jest minimalizowanie śladu węglowego generowanego przez działalność operacyjną.

– Ekologia to bardzo ważny element naszej działalności. Uważam, że skoro mamy możliwości i istnieje odpowiednia technologia, to wręcz naszym obowiązkiem jest korzystanie z najnowocześniejszych rozwiązań. Działamy lokalnie, więc w każdy możliwy sposób staramy się udowadniać naszą troskę o społeczność południowej Wielkopolski – mówi **Wiesław Okrój, właściciel PROMAX.** Farma solarna o mocy 1,5 MW, składająca się z 4500 sztuk paneli, zlokalizowana została w bezpośrednim sąsiedztwie wybu-



Farma fotowoltaiczna

dowanych we wcześniejszych latach elektrowni wiatrowych. Warto również dodać, że bieżące funkcjonowanie firmy wspiera stale zwiększająca się flota elektrycznych aut służbowych oraz panele fotowoltaiczne znajdujące się na dachach głównej siedziby – te z kolei odpowiedzialne są za produkcję blisko 100 kW energii.

W słoneczny dzień wyprodukowana energia wystarcza na pokrycie zapotrzebowania w energię całej firmy. W okresie jesienno-zimowym za komfort termiczny pracowników odpowiadają nowoczesne i ekologiczne systemy dostarczania ciepła.



Elektryczna flota samochodowa

Przedłużenie umowy

Gdynska Vectra przedłużyła umowę o współpracy z kanałami Sportklub i Fightklub. Nowe porozumienie podpisane zostało na cztery lata i obowiązywać będzie do 2024 r. Oferta programowa Sportklubu to przede wszystkim europejska koszykówka

i przekrój najciekawszych serii wyścigów samochodowych z całego świata. Kibice basketu na antenie stacji znaleźć mogą liczne transmisje z hiszpańskiej ACB, tureckiej BSL i niemieckiej Bundesligi. Fightklub to z kolei boks i MMA.



Vectra z usługami Smart i nowym logo

Vectra rozpoczęła jesienną kampanię, w której łączy zalety telewizji tradycyjnej, internetowych serwisów rozrywkowych, VOD oraz aplikacji dostępnych w Google Play. Tematem przewodnim kampanii jest hasło „**Pierwsza internetowa telewizja kablowa**”. – Rok 2020 to dla Grupy Vectra kamień milowy. Jesteśmy obecnie największym operatorem telewizji kablowej w Polsce. Nasze ambicje realizujemy również w obszarze świadczonych usług – od 1 października br., jako pierwszy operator kablowy w Polsce i jeden z niewielu w Europie, oferujemy naszym klientom dekoder w standardzie 4K oparty o Android TV. W ten sposób połączyliśmy świat tradycyjnej telewizji z przebogatym w multimedialne treści światem



Tomasz Żurański

do atrakcyjnego kontentu i rozrywki, nie tylko w domu, ale również poza nim – wszędzie tam, gdzie jest internet – mówi **Tomasz Żurański, prezes zarządu Vectra SA**. Jesienna kampania Vectry promuje dwie nowe usługi: **TV Smart** – dostępną dla każdego, niezależnie od zasięgu Grupy Vectra i tego, kto jest dostawcą internetu – oraz **Smart Multiroom**, przeznaczoną dla klientów korzystających już z usług telewizji

cyfrowej operatora. Oferowany wraz z usługą TV Smart dekoder Android TV umożliwia dostęp do tradycyjnych kanałów telewizyjnych – w tym również w standardzie 4K, bogatej biblioteki VOD, usług streamingowych, muzycznych oraz tysięcy innych aplikacji, usług i serwisów dostępnych w sklepie Google Play, w tym



internetu. Wyrazem tego, jak się zmieniamy i jacy chcemy być w przyszłości, jest nasze nowe logo. Wsłuchując się w głos klientów, pragniemy wspólnie tworzyć rozwiązania wygodne i proste w obsłudze z dostępem

wielu gier, którymi steruje się za pomocą pilota lub akcesoryjnego pada. Z kolei abonenci telewizji cyfrowej, decydując się na Smart Multiroom, będą mogli skorzystać z dekodera Android TV, podłączając go do drugiego lub trzeciego posiadanego w domu telewizora. Tym samym, dzięki usłudze, funkcje Smart będą dostępne również w odbiornikach starszej generacji, umożliwiając dostęp do blisko 200 kanałów, różnorodnych aplikacji, serwisów OTT i innych funkcji dekodera bez konieczności wymiany telewizora.



Nowy dekoder z pilotem

Internet dla studenta w TOYA

– Obecna sytuacja związana z pandemią dobitnie pokazuje, jak ważny dla nas wszystkich jest dostęp do internetu. W minionym okresie, w związku z lockdownem, mogliśmy się przekonać, że szybki i stabilny internet stacjonarny jest najlepszy do zdalnej pracy, nauki oraz komunikacji. Wychodząc naprzeciw tym oczekiwaniom, TOYA przygotowała ofertę dla studentów na nadchodzący rok akademicki – mówi **Jacek Kobierzycki, dyrektor generalny TOYA**. Podstawowe zasady promocji „**Internet Studencki 2020**” to: niskie ceny oraz elastyczność okresu umowy na **7 do 9 m-cy**, z możliwością jej kontynuacji lub zawieszenia na okres wakacji, na tych samych warunkach. Promocyjne ceny obowiązują przez cały czas trwania umowy, a aktywacja usługi kosztuje jedynie **19,90 zł**. W ofercie znajdują się trzy pakiety internetu: **50/25 Mb/s** w cenie **45,90 zł/m-c**; **300/30** w cenie **55,90 zł/m-c** oraz **600/50** za **65,90 zł/m-c**. W cenie każdego z podanych pakietów zawarte jest szybkie, dwuzakresowe **WiFi (2,4 GHz/5 GHz)**. Ponadto wszyscy studenci korzystający z promocji otrzymują kartę zniżkową do łódzkiego klubu Wytwórnia, na wybrane wydarzenia kulturalne. Dodatkowo w promocji studenci mogą zamówić dwa warianty telefonii komórkowej z nielimitowanymi rozmowami i SMS-ami oraz pakietami internetu. Usługa z internetem **3 GB** kosztuje **18 zł/m-c.**, a **15 GB** – **28 zł/m-c**. Dla zainteresowanych dostępne są także pakiety telewizyjne w obniżonych cenach.

Lipka będzie zadowolona

W gminie Lipka w woj. wielkopolskim, pilski operator **Asta-Net** przeprowadza inwestycję, dzięki której dostęp do szybkiego internetu i telewizji kablowej będą mieli mieszkańcy Scholastykowa, Łąkiego czy



Kiełpina – informuje regionalny portal zlotowski.pl. – Aby inwestycja mogła dojść do skutku i aby nasi mieszkańcy mogli skorzystać z możliwości posiadania dobrej jakości internetu, obniżyliśmy inwestorowi koszty wynajęcia metra

kwadratowego pasa drogowego do 20 groszy. Nam także zależy na pełnym dołączeniu gminy do najnowszych technologii i likwidowaniu białych

plam – mówi wójt Lipki **Przemysław Kurdzieko**. W wyniku realizacji projektu światłowodowego dotowanego przez Unię Europejską, pilska firma wybuduje sieć dostępu do internetu szerokopasmowego o łącznej długości ponad 800 kilometrów. Obejmie zasięgiem ponad 17,2 tys. gospodarstw domowych. Zakończenie projektu przewidziane jest na 30 września tego roku. Gmina Lipka została przez operatora wskazana jako obszar wykluczony cyfrowo, stąd propozycja budowy tutaj sieci.

Internet Union rośnie i odświeża

Wrocławski operator ISP, spółka **Internet Union SA**, ogłosiła wyniki operacyjne za dwa kwartały 2020 r. W tym okresie firma osiągnęła przychody na poziomie ok. **5,3 mln zł**, w porównaniu z ok. 4,6 mln zł rok wcześniej. Spółka odnotowa-

ła znaczny wzrost zysku netto w porównaniu z pierwszą połową 2019 r. z ok. **261 tys. zł** do ok. **1,2 mln zł**. Rok do roku spadły koszty operacyjne z 4,4 mln zł do **4,1 mln zł**. Zysk operacyjny wzrósł z poziomu 472 tys. zł do poziomu 1,3 mln zł. W omawianym okresie miało miejsce przejście kontroli nad **Rede sp. z o.o.** W ujęciu skonsolidowanym



INTERNET UNION

Grupa wygenerowała przychody na poziomie blisko **5,8 mln zł** i zysk netto w wysokości **1,3 mln zł**.

Równocześnie prowadzone były intensywne działania marketingowe. Rozpoczęto pracę nad odświeżeniem marki: zmiana strony internetowej dla

marki **MOICO** (pod którą sprzedaje usługi klientom indywidualnym), aktualizacja chatbota, oferty handlowej oraz języka komunikacji. Przygotowano również strategię komunikacji, która będzie wdrażana zgodnie z zaplanowanym harmonogramem. Finał prowadzonych prac zaplanowany jest na drugą połowę III kw. 2020 r.

Nowa aktualizacja FRITZ!OS 7.20

Jest już dostępna nowa aktualizacja **FRITZ!OS 7.20**, która oferuje ponad **100 nowych, bezpłatnych funkcji dla produktów FRITZ!**. Użytkownicy otrzymują zwiększoną wydajność, w tym szybką sieć Wi-Fi o topologii mesh, szybkie połączenia VPN i wyższą przepustowość przy korzystaniu z dysku sieciowego. Ponadto dostępne są nowe funkcje ułatwiające korzystanie z inteligentnej sieci smart home, telefonii i aparatu FRITZ!Fon. Nowe standardy szyfrowania WPA3 zapewniają zwiększone bezpieczeństwo. Obsługa nowych standardów połączeń telefonicznych oraz zapytań DNS z wykorzystaniem TLS (rozwiązywanie adresów domen przez połączenia TCP szyfrowane za pomocą TLS) zapewnia jeszcze

większą ochronę. FRITZ!OS 7.20 jest udostępniony już dziś dla routera FRITZ!Box 7590, a w następnej kolejności pojawiają się wersje dla wzmacniacza FRITZ!Repeater 2400. Aktualizacje dla innych urządzeń



FRITZ! będą pojawiać się sukcesywnie w ciągu najbliższych kilku tygodni. Użytkownicy otrzymują nowy system FRITZ!OS automatycznie lub za pomocą jednego kliknięcia w interfejsie użytkownika FRITZ!Box.

Współpraca Nexera – Uninet

Nexera, hurtowy operator telekomunikacyjny rozwijający sieć dostępową o wysokiej przepustowości, zakupił infrastrukturę światłowodową od świętokrzyskiego operatora potrójnej usługi – Uninet ze Skarżyska-Kamiennej. W wyniku podpisania

ważnej, dotychczasowi abonenci nadal będą mogli korzystać z usług telekomunikacyjnych oferowanych przez Uninet. Nexera realizuje projekt budowy światłowodowej sieci dostępowej w Programie Operacyjnym Polska Cyfrowa. Operator ma jednak



Od lewej: Michał Wiśniewski, prezes firmy Uninet, i Paweł Biarda, członek zarządu ds. Sprzedaży i Rozwoju Biznesu w firmie Nexera

większe plany i chce dać klientom dużą swobodę wyboru ofert różnych dostawców internetu. Transakcja została zrealizowana w korzystnym dla obu stron modelu sprzedaży. Nexera poszerzyła zasięg swojej infrastruktury sieciowej, a Uni-

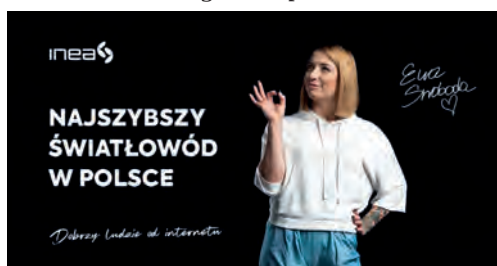
net będzie mógł skoncentrować się na rozwoju sprzedaży usług detalicznych jako swoim głównym obszarze działalności biznesowej.

nej umowy infrastruktura Nexera została rozszerzona o ponad 200 km sieci światłowodowej, w której zasięgu znajduje się blisko 18 tys. gospodarstw domowych. Co

INEA pędzi światłowodem

INEA została zwycięzcą **pierwszego rankingu światłowodowego Speedtest.pl**, osiągając średni wynik pobierania na poziomie **185,62 Mb/s**. Na uwagę zasługuje także średnia prędkość wysyłania – wynikiem **209,54 Mb/s** operator zdeklasował innych konkurentów. INEA już od ponad 3 lat realizuje strategię „Dobrzy ludzie od Internetu”, w ramach której koncentruje się na dotarciu z technologią światłowodową do jak największej liczby odbiorców. Oferta INEA skupia się na internecie światłowodowym o wysokich przepustowościach,

a flagowym produktem w ofercie operatora jest internet symetryczny o przepustowości 1 Gb/s, z którego korzysta obecnie około



40 tys. klientów. INEA nieprzerwanie od października 2017 r. zwycięża w rankingu miesięcznym dostawców najszybszego internetu w Polsce wg Speedtest.pl.

Koszty rosły szybciej niż przychody

W roku 2019 przychody netto ze sprzedaży spółki **INEA SA** wzrosły o **5,3 proc.** (nominalnie o **16,6 mln zł**) w porównaniu z poprzednim rokiem przy wzroście kosztów działalności operacyjnej o **12,1 proc.** (nominalnie o **31,5 mln zł**) – wynika z rocznego



sprawozdania z działalności operatora. Łączna wartość osiągniętych przychodów w 2019 r. wyniosła **328,6 mln zł**, w tym 327,9 mln zł stanowiły przychody netto ze sprzedaży usług. Największy udział w strukturze przychodów ze sprzedaży usług mają przychody z **usługi telewizji – 46,1 proc.**, następnie **internetu** (bez internetu mobilnego) – **28,6 proc.** oraz przychody osiągnięte ze sprzedaży usług dedykowanych klientom biznesowym – **18,3 proc.** Usługa **telefonii stacjonarnej** odpowiadała za **3,2 proc.** ogółu zrealizowanych przychodów, a **usług mobilnych** za **1,1 proc.** Koszty operacyjne spółki INEA w 2019 r. wzrosły w porównaniu z rokiem poprzednim i miały większą dynamikę od dynamiki wzrostu przychodów netto ze sprzedaży. Nominalnie wartość poniesionych kosztów wyniosła **291,8 mln zł** i była o 31,5 mln zł (12,1proc.) większa niż w roku poprzednim. Operator wypracował **25,5 mln zł zysku operacyjnego** (w 2018 r. – 46,7 mln zł) i miał **15,2 mln zł straty netto** (rok wcześniej – 12,2 mln zł).

Wirusowi wbrew

OPR. AK FOT. ARCHIWUM

Pomimo tegorocznych COVID-owych problemów z organizacją produkcji nowych programów i seriali przez nadawców telewizyjnych, oferty tychże na jesienne wieczory są zupełnie przyzwoite. Z całkiem nowych formatów zrezygnował tylko Polsat. TVN Discovery i TVP stanęły jednak na wysokości zadania i niejako na przekór koronawirusowym ograniczeniom, postanowiły zaszerwować telewidzom po kilka totalnych nowości.

TVN Discovery Polska

Kanał TVN proponuje osiem nowych formatów. Pojawiają się także kontynuacje lubianych przez widzów show. TVN7 i TTV również rozpoczęły jesień ze zróżnicowaną ramówką. Na liście premier pojawiły się:

„**Totalne remonty Szelałagowskiej**”. Tym razem najpopularniejsza w kraju projektantka wnętrz przeprowadzi spektakularne remonty, które odmieniają życie bohaterów programu. Poznamy dziesięć niezwykłych osób, które na co dzień poświęcają się dla innych. Metamorfoza domu lub mieszkania będzie prezentem od ich bliskich. Emisja: od 5 października, w poniedziałki o godz. 21.30).

„**LEGO Masters**”. Turniej, w którym uczestnicy (6 par) będą

tworzyć z klocków LEGO spektakularne miniatury budynków, pojazdów i miejsc, skomplikowane mechanizmy oraz całe miasta. Będzie to sprawdzian – ich zdolności, kreatywności, wyobraźni i umiejętności technicznych. Triumfator otrzyma tytuł Mistrza LEGO, wycieczkę do LEGOLANDU i nagrodę w wysokości 100 tysięcy złotych. Gospodarzem programu będzie **Marcin Prokop**. Emisja: od 14 listopada, w soboty o godz. 20.00. „**Tacy sami**”. Program, w którym zobaczymy poruszające historie ludzi szczególnie dotkniętych przez los oraz osób, które zdecydowały się im bezinteresownie pomóc. Co tydzień (od 5 października, w poniedziałki o godz. 22.30) widzowie będą świadkami spotkania dwóch – pochodzących

z diametralnie różnych światów – rodzin. Członkowie tych lepiej sytuowanych podzielą się swoim doświadczeniem i wiedzą, tym w gorszej sytuacji życiowej pomogą stanąć na nogi i uwierzyć w siebie. Widzowie zobaczą, jak dobro zmienia rzeczywistość i przekonają się, że pomagając innym, pomagamy też sobie!

„**Rozwód – walka o wszystko**”. Codzienny program scripted reality (od października). W każdym odcinku zobaczymy historię jednej pary i kulisy jej burzliwego rozvodu. Małżonkowie chcą się rozstać, ale mają zupełnie odmienny pogląd na sposób, w jaki to zrobić. Stosują więc różne chwytły – głównie te poniżej pasa. Jak zatem wyjść z pojedynku sądowego cało? Na te pytania odpowiedzą eksperci – autentyczni prawnicy specjalizujący się w sprawach rozwodowych oraz psychologowie, mediatorzy i doradcy finansowi, którzy śledzą w studio historie par.

„**Kosmiczny Wykop**”. Kreskówka, w której głównym bohaterem jest piłkarska gwiazda – Robert Lewandowski. Akcja dzieje się w kosmosie, gdzie w odległej o milion lat świetlnych galaktyce, na sztucznej asteroidzie Spaceball, odbywają się międzygwiazdne mistrzostwa w futbolu. Sportowiec dostaje misję stworzenia nowej drużyny i poprowadzenia jej do zwycięstwa podczas roz-



„LEGO Masters”



„Królestwo kobiet”

grywek Galaktycznej Ligi. Emisje: w niedzielę o godz. 13.30

„**Królestwo kobiet**”. Serial komediowy, w którym pięć piękna przejmuję kontrolę. Cztery różne kobiety łączą przewrotny los – przez jednego mężczyznę wpadają w sam środek kryminalnej intrygi. Zdane tylko na siebie, będą musiały stawić czoło światu. Miłość, przyjaźń, zbrodnia, wielkie pieniądze i duża dawka ostrego humoru. Reżyserami serii są Maciej Bochniak i Michał Gazda. W obsadzie zobaczymy

m.in.: **Krystynę Jandę, Gabriele Muskałę, Karolinę Gruszkę, Aleksandrę Adamską**. Emisje: od 18 października, w niedzielę o godz. 21.30

„**BrzydUla**”. Po 10 latach, w październiku br., ten kultowy serial wraca na ekrany w nowej odsłonie. Tytułowa Ula jest nie tylko 10 lat starsza i bardziej doświadczona, ale ma też dużo więcej do stracenia – męża i dzieci. Czy w pogoni za szczęściem nie zapomni o tym, co najważniejsze? Serial będzie emitowany w kana-

łach TVN i TVN7 oraz dostępny w Playerze. W obsadzie m.in.: **Julia Kamińska, Filip Bobek i Małgorzata Socha**.

„**Usta usta**”. Kolejny powrót na ekrany. Produkcja w przełomowy sposób opowiada o życiowych dylematach trzech par. Serial zadebiutował na antenie TVN 10 lat temu i doczekał się 3 sezonów. Głównych bohaterów, mimo wielu różnic, łączy prawdziwa przyjaźń. Choć życie każdego poszło w innym kierunku, są zgraną paczką, rozumieją się w pół słowa, potrafią razem śmiać się i wspierać, kiedy trzeba. Wśród aktorów zobaczymy m.in.: **Pawła Wilczaka, Wojciecha Meczaldowskiego, Magdalene Popławską, Sonię Bohosiewicz, Marcina Perchucia**. Emisje: w niedzielę o godz. 21.30

„**Szadz**”. Po udanej premierze w serwisie Player.pl, ten kryminalny serial, od 13 października, we wtorki o godz. 21.30, zagości na antenie TVN. Mroczna historia seryjnego mordercy i uwikłanej w śledztwo komisarz, na podstawie powieści Igora Brejdyganta, to nietypowe połączenie thrillera



„Usta usta”

i kryminału z wyjątkowymi kreacjami aktorskimi **Macieja Stuhra i Aleksandry Popławskiej**.

Poza jesiennymi nowościami widzowie TVN zobaczą dziewiątą edycję największego modowego show „**Top Model**”, a także m.in. nowe odcinki programów: „**Kuchenne rewolucje**”, „**Masterchef**”, „**Kuba Wojewódzki**”, „**Milionerzy**”, „**Kobieta na krańcu świata**”, „**Na Wspólnej**”.

TVN 7

Nowe propozycje dla jesiennej widowni przygotowała także **Siódemka**. Oprócz wspomnianego już powrotu, po 10 latach, „**BrzydUli**” kanał proponuje nowy format – „**Kto odmówi pannie młodej?**” (oryg. „**Marry me now**”). W roli prowadzącej wystąpi **Małgorzata Ohme**. Każdy odcinek to historia odważnej kobiety, która bierze los w swoje ręce, prosząc wybranka, żeby się z nią ożenił. Nie zabraknie także kolejnej edycji „**Hotelu Paradise**”. W rajskim hotelu na magicznej wyspie Bali kilkunastu singli podejmie niebezpieczną grę. Stawką są miłość i pieniądze. Z nowymi odcinkami powrócą także „**Zakochani po uszy**”, „**19+**” oraz „**Szkoła**”. **TTV** Na antenie TTV pojawi się jesienią kilka nowych, oryginalnych formatów o tematyce obyczajowej:



„**It's My Life! To Moje Życie**”

„**It's My Life! To Moje Życie**”. Piątka młodych ludzi zdecydowała się zamieszkać razem w wynajmowanym mieszkaniu w Krakowie. Nie znali się i nigdy wcześniej się nie widzieli. We



„**Dom weselny**”

wspólnej kamienicy musieli dzielić ze sobą nie tylko kuchnię, łazienkę, ale też rachunki. Każdy uczestnik dostał jednorazowe wsparcie finansowe (kwotę odpowiadającą pensji minimalnej). Na start mieli do zapłacenia czynsz i kaucję za wynajem mieszkania. Tylko od nich zależało, czy się dogadają i jak podzielią się kosztami. Czy bohaterom „**It's My Life! To Moje Życie**” uda się miękko wyładować w dorosłości, dowiemy się we wtorki o godz. 22.00

„**Usłyszcie nas!**”. Na scenie staną niepokorne i kolorowe indywidualności, a ich szalone performance przetestują naszą otwartość i ciekawość na innego człowieka. W sześciu odcinkach uczestnicy zaprezentują intrygujące, a czasem kontrowersyjne występy przed czwórką życzliwych im i bezstronnych mentorów. **Emisja: od 18 października, w niedzielę, godz. 22.15.**

„**Defacto Bosacka**”. W niedzielę o godz. 20.05 zobaczymy **Katarzynę Bosacką** w roli prowadzącej. Popularna dziennikarka pojawi się po raz pierwszy w stałym programie na antenie telewizji naziemnej. Program „**DeFacto Bosacka**” odkryje, w jaki sposób możemy na co dzień poprawić jakość swojego życia.

„**Dom weselny**”. Od poniedziałku do piątku o godz. 16.00 możemy oglądać nowy serial paradokumentalny opowiadający perypetie Oliwii i Marka prowadzących tytułowy „**Dom weselny**”. Oliwia to zawodowa wedding plannerka. Razem z mężem, Markiem, postanowili przejąć podupadający

hotel, w którym zrealizowali swoje marzenie – stworzenie domu weselnego.

„**Fobie**”. Fobia to silny lęk, który dezorganizuje życie i utrudnia codzienne funkcjonowanie. Na świecie istnieje ponad 700 rodzajów fobii, a ostatnio dołączyła do nich nowa – strach przed koronawirusem. W każdym odcinku nowego formatu TTV, psychologowie spróbują zdiagnozować problemy bohaterów. Poznają ich historie i odkrywają głęboko skrywane tajemnice. **Emisja: od 27 października, we wtorki, godz. 22.00**

Telewizja Polsat

W jesiennej ofercie Telewizji Polsat próżno szukać nowości. Nadawca postawił na kontynuację znanych sprawdzonych formatów.

Po kilkumiesięcznej przerwie na parkiet wracają gwiazdy i tancerze, by wziąć udział, w przerwanej wiosną br. po dwóch odcinkach, **XI edycji „Dancing with the stars. Taniec z Gwiazdami”**. W jury niezmiennie zasiadają: **Iwona Pavlović, Andrzej Grabowski i Michał Malitowski**, program poprowadzą **Paulina Sykut-Jeżyna i Krzysztof Ibisz**. **Emisja 13. sezonu show „Twoja Twarz Brzmi Znamo”** także rozpoczęła się wczesną wiosną, a zakończy... późną jesienią! Uczestnicy pokazali już, że stać ich na wiele i pandemia nie zgasiła w nich motywacji. W 13. edycji show (soboty, godz. 22.05) sceniczne metamorfozy w najbardziej znane gwiazdy muzyczne oceniają: **Małgorzata Walewska,**



„Twoja Twarz Brzmi Znajomo”

Kacper Kuszewski, Katarzyna Skrzynecka i zwycięzca 12. edycji, **Adam Strycharczuk**. Program prowadzą niezmiennie: **Piotr Gąsowski** i **Maciej Dowbor**.

Na antenę Polsatu oraz serwisu ipla.tv powróciła „**Love Island. Wyspa miłości**”. Codziennie o godz. 22.05 (oprócz sobót) możemy śledzić płomienne romanse, przyjaźnie, układy, zdrady, dramaty, morze śmiechu i wylanych łez młodych, wysportowanych i atrakcyjnych singli w hiszpańskiej willi. Drugą edycję gorącego reality tv show ponownie prowadzi **Karolina Gilon** – modelka i prezenterka telewizyjna.

Wraca także 2. sezon przebojowego show „**Ninja Warrior Polska**” (we wtorki, godz. 20.05). Aby zdobyć tytuł polskiego Ninja i nagrodę w wysokości 150 tys. złotych, uczestnicy mają do

pokonania wyjątkowo trudny tor – 32 przeszkody na odcinku 150 metrów. Podczas pierwszej polskiej edycji emitowanej w Polsacie jesienią 2019 roku, nie było zwycięzcy. Tytuł polskiego Ninja nie został zatem zdobyty. Czy w kolejnej edycji show uda się to zmienić? Zmagania uczestników komentują ponownie: dziennikarz i komentator Polsat Sport **Jerzy Mielewski** oraz zawodnik MMA **Łukasz „Juras” Jurkowski**. Do teamu dołączyła także **Karolina Gilon**.

W ramówce jesiennej Polsat przygotował podwójną dawkę śmiechu. Lubiane przez widzów programy kabaretowe pojawią się na antenie nie tylko, tradycyjnie w niedziele, ale również w środy. Dodatkowo, nadawca proponuje aż trzy zupełnie różne formuły programów kabaretowych:

„**Kabaret na dobry wieczór.**

Paranienormalni Show”. Z okazji jubileuszu 15-lecia Paranienormalni zapraszają widzów na specjalny cykl programów z udziałem najlepszych polskich kabaretów i zaproszonych gwiazd. Każdy odcinek prowadzi gość specjalny (w środy, godz. 21.00);

„**Kabaret na żywo. Klinika Skeczów Męczących**” to nowa odsłona cyklu kabaretowego w Telewizji Polsat. Program połączy wszystko to, co niezbędne w dobrej rozrywce: kabaret, muzykę, ciekawych gości, niecodzienne rozmowy i mnóstwo niespodzianek. A wszystko to za sprawą prowadzących – Kabaretu Skeczów Męczących i zaproszonych przez nich gwiazd;



„Kabaret na dobry wieczór. Paranienormalni Show”

„**Kabaret na żywo. Przystanek Radość**”. Ulubieńcy kabaretowej publiczności ponownie zabiorą widzów do niewielkiej miejscowości Radość, a dokładnie na słynny przystanek PKS, wokół którego toczy się życie mieszkańców. Tam spotkamy nowoczesną sołtyskę **Ewę Błachnio**, jej asystenta **Michała Wójcika** i starego, ceniącego tradycję sołtysa **Krzysztofa Hanke**. Nie zabraknie **Sławomira** w roli komendanta Straży Pożarnej i jego żony **Kajry**. (w niedziele o godz. 20.00). W jesiennej ofercie Telewizji Polsat nie zabraknie także kontynuacji znanych już widzom seriali, takich jak: „**Przyjaciółki**” (16. sezon) z **Małgorzatą Sochą**, **Anitą Sokołowską**, **Joanną Liszowską**, **Magdaleną Stuzińską-Brauer** i **Agnieszką Sienkiewicz** w tytułowych rolach. Emisja w czwartki, godz. 21.10; „**Pierwsza Miłość**”



„Ninja Warrior Polska”

Find me in PARIS



19:30

PONIEDZIAŁEK - PIĄTEK

Disney
CHANNEL

SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI: Marlena Pasowski
marlena.pasowski@disney.com
607 14 71 44

Łukasz Charczuk
lukasz.charczuk@disney.com
722 10 00 51



FOX HELSTROM

PREMIERA 9 LISTOPADA

DWA ODCINKI | PONIEDZIAŁEK 22:00 | 23:00

Edyta Górka
edyta.gorska@disney.com
609 29 00 51

Bartosz Popiel
bartosz.popiel@disney.com
600 09 90 42

(od poniedziałku do piątku o godz. 18.00), w którym główna bohaterka Marysia (**Aneta Zając**) i Michał (**Wojciech Blach**) będą walczyć o życie ich śmiertelnie chorej córki; „**Gliniarze**” (9. sezon) z nowopowstałym Centralnym Biurem Policji, a w nim wielkimi zmianami kadrowymi. Od poniedziałku do piątku, godz. 17.00. Jesienią, oprócz nowych odcinków znanych seriali, **Polsat**, w specjalnym sobotnim serialowym paśmie o godz. 20.00, zaprezentuje premierowo trzy mikroseriale, nakręcone na podstawie kinowych hitów: „**Solid Gold**”, „**Mayday**” i „**Bad Boy**”. W głównych rolach 5-odcinkowego serialu pt. „**Bez skrupułów**”, na podstawie filmu „Solid Gold”, zobaczymy m.in. **Martę Nieradkiewicz**, **Janusza Gajosa**, **Andrzeja Seweryna** i **Danutę Stenkę**. To budząca skrajne emocje historia powiązań polityczno-biznesowych, z oficerami CBŚ w tle. „**Bad Boy**” to 4-odcinkowy serial Patryka Vegi nie tylko dla fanów piłki nożnej, chcących poznać ciemną stronę sportu. W pierwszoplanowych rolach zobaczymy **Antka Królikowskiego**, **Macieja Stuhra**, **Andrzeja Grabowskiego**, **Małgorzatę Kożuchowską** i **Katarzynę Zawadzka**. **Polsat** wyemituje też cztery odcinki serialowej adaptacji sztuki „**Mayday**”. **Piotr Adamczyk** gra mężczyznę, który prowadzi podwójne życie. Ma dwie żony i żadną z kobiet nie wie o istnieniu drugiej. W głównych rolach żeńskich występują **Anna Dereszowska** i **Weronika Książkiewicz**.



„Ludzie i bogowie”

TVP 1

Telewizyjna Jedynka jesienią pokaże trzy nowości: serial „Ludzie i bogowie”, program „Motel Polska” oraz paradokument „Kasta”

„**Ludzie i bogowie**”. Serial w reżyserii **Bodo Koxa** ukazuje działania oddziału o kryptonimie „Pazur” działającego w czasie II wojny światowej w Warszawie w strukturach kontrwywiadu Komendy Głównej Związku Walki Zbrojnej AK. Jego pierwowzorem był słynny oddział bojowy kontrwywiadu o kryptonimie „Wapienik”, który powstał w 1941 roku, a jednym z jego głównych zadań była likwidacja osób skazanych wyrokami sądów podziemnych. Wydarzenia, o których mowa w serialu, zainspirowane zostały prawdziwymi akcjami bojowymi, o których głośno było w okupowanej Warszawie. Głównymi bohaterami serialu są dwaj przyjaciele: **Leszek Zaręba**, ps. „Onyks” (**Jacek Knap**) i **Tadeusz Korzeniewski** ps. „Dager” (**Dawid Dziarkowski**). Emisja: w niedzielę, godz. 20.15.

„**Motel Polska**”. Program reality o tematyce polityczno-społecznej emitowany we wtorek o godz. 21.00. Gospodarzem jest **Jacek Łęski**, który wraz z gośćmi będzie komentował wydarzenia polityczne, społeczne i kulturalne. Bohaterami programu będą zarówno osoby znane i lubiane, jak i zwykli ludzie z poczuciem humoru, zdrowym rozsądkiem i ciekawością świata.

„**Kasta**” Serial paradokumentalny o ludziach pokrzywdzonych

przez „system”, tytułową kastę, czyli układy pomiędzy sędziami, prokuratorami i biznesmenami. Każdy odcinek opowiada historię człowieka, który nie poddaje się niesprawiedliwemu wyrokowi sądu i walczy o sprawiedliwość. W tym celu zgłasza się do kancelarii „**Wolski i wspólnicy**” z nadzieją, że adwokaci pomogą mu w trudnej, często beznadziejnej, sytuacji. Emisja: w październiku, od poniedziałku do piątku, godz. 18.30



„Anything goes. Ale jazda!”

Widzowie Jedynki jesienią zobaczą również nowe odcinki znanych produkcji. Będą to takie seriale jak: „**Klan**”, „**Korona królów**”, „**Leśniczówka**”, „**Ojciec Mateusz**” i „**Komisarz Alex**”, a także programy: „**Rolnik szuka żony**”, „**Jaka to melodia?**”, cykl „**Świat bez fikcji**” czy **Teatr Telewizji**.

TVP 2

Dwójka startuje w jesień z pięcioma nowościami o charakterze rozrywkowym. Najważniejszą z nich jest show...

...„**Anything goes. Ale jazda!**”. To polska edycja formatu „**Anthing goes**”, który pochodzi z portfolio EndemolShine. Formuła programu polega na tym, że celebryci i komici śpiewają, tańczą i wykonują skecze oparte na konkretnych wyzwaniach, aby rozśmieszyć widzów. Cechą charakterystyczną projektu jest fakt, że jest realizowany na pochylonym planie pod kątem 22,5 stopni. Show prowadzi aktorka



„Przyjaciele na zawsze”

i prezenterka **Elżbieta Romanowska**. W programie wystąpią m.in.: **Tomasz Karolak**, **Anna Dereszowska**, **Adam Zdrójkowski**, **Aleksandra Szwed**, **Mikołaj Roznerski**, **Maria Dejmek**, **Joanna Jędrzejczyk**. Emisje: w piątki, godz. 20.45.

„**Uzdrowisko**”. Serial, którego akcja toczy się w prywatnym ośrodku uzdrowiskowym. Jego bohaterami są członkowie personelu medycznego i administracyjnego sanatorium. Ich perypetie splatają się z historiami pensjonariuszy ośrodka, dla których pobyt w uzdrowisku to przede wszystkim okazja do oderwania się od życia codziennego i doświadczenia nowych emocji. W telenoweli wystąpią m.in: **Artur Kocięcki**, **Małgorzata Sadowska**, **Aldona Orman**, **Magdalena Waligórska**, **Bartosz Buława**, **Ryszard Kluge**.

Emisje: od poniedziałku do piątku o godz. 19.00.

„**Ameryka da się lubić**”. Show nawiązujące do znanego programu „Europa da się lubić”. Amerykanie mieszkający w Polsce w dowcipny sposób zmierzają się ze stereotypami o Stanach Zjednoczonych i jej mieszkańcach. Gospodynią programu jest **Ida Nowakowska-Herndon**, która przez kilka lat mieszkała w USA. Prowadząca zaprosi do każdego odcinka czterech mieszkających w Polsce i mówiących po polsku Amerykanów oraz polskie gwiazdy. Gośćmi programu będą m.in.: **Edyta Górniak**, **Marcin Gortat**, **Andrzej Piaseczny**, **Tomasz Karolak**. Program emitowany będzie w soboty o godz. 20.00 – tuż przed „The Voice of Poland 11”.

„**Przyjaciele na zawsze**”. Emitowany w niedzielę o godz. 16.20 teleturniej, w którym gwiazdy przeniosą widzów do czasów swojego dzieciństwa. W każdym odcinku gwiazda i bohater programu wraca do rodzinnej miejscowości, gdzie odwiedza przyjaciół z dzieciństwa i bliskie sobie miejsca: dom, podwórko, podstawówkę, klub sportowy czy dom kultury. Celebryta organizuje grupę najbliższych przyjaciół z dawnych lat i razem

jadą do studia Telewizji Polskiej, by zagrać o nagrody pieniężne na wybrany, charytatywny cel. Do wygrania będzie 35 tys. zł. W programie wystąpią m.in.: sportowcy **Dariusz Michalczewski** i **Joanna Jędrzejczyk**, wokaliści – **Piotr Kupicha** i **Tomasz Szczepanik** z zespołu Pectus oraz tancerz, **Marcin Hakiel** i satyryk, **Marcin Daniec**. Gospodarzem teleturnieju będzie **Łukasz Nowicki**. „**Smaki świata po polsku**”. Program kulinarny. Gospodarze cyklu – **Ola Nguyen** i **Robert El Gendy** – będą podróżować po Polsce w celu odkrywania kuchni, kultury i codzienności mniejszości etnicznych i narodowych, które zamieszkują Polskę. Program pokaże, że nawet nie opuszczając granic Polski można zakosztować orientального smaku, a Polacy to naród tolerancyjny i ciekawy świata. Emisja: w niedzielę, godz. 11.15

Oprócz nowości, także w Dwójce zobaczymy kontynuacje sprawdzonych już i cenionych przez widzów pozycji, m.in. seriali: „**O mnie się nie martw**”, „**Barwy szczęścia**”, „**M jak miłość**”, „**Na dobre i na złe**” i „**Na Sygnale**”, a także programów: „**The Voice of Poland**”, „**Szansa na sukces. Eurowizja Junior**” czy „**Szansa na sukces. Opole 2021**”.



„Ameryka da się lubić”

Jesień na platformach VOD

Tegoroczny pandemiczny sezon spowodował, że więcej czasu spędzamy przed ekranami telewizorów czy innych ekranów pozwalających na oglądanie nie tylko linearnych przekazów. Zatem o widownię starają się dbać zarówno nadawcy telewizyjni, jak i platformy VOD. Stąd na jesień także one przygotowały wiele ciekawych nowości filmowych i serialowych.

HBO GO

Od września br. w ofercie tego popularnego serwisu znajdziemy m.in. nowy serial SF wyprodukowany przez **Ridleya Scotta**



„Tacy właśnie jesteśmy”



„Wychowane przez wilki”

„Wychowane przez wilki”, opowiadający o dwóch androidach, których zadaniem jest wychowywanie ludzkich dzieci na tajemniczej, dziewiczej planecie. Inną nowością czekającą na użytkowników będzie serial HBO, którego twórcą jest nominowany do Oscara **Luca Guadagnino**. „Tacy właśnie jesteśmy” to opowieść o dorastaniu dwójki amerykańskich nastolatków w bazie wojskowej USA we Włoszech. Kolejną

premiera jest pełen tajemnic miniserial „Dzień trzeci” z **Judem Law** oraz **Naomie Harris** w rolach głównych. Produkcja ta składa się z dwóch części: „Lato”, w której poznamy losy Sama, oraz „Zima”, śledzącej losy Helen. Dla miłośników historii kryminalnych przygotowana została również premiera miniserialu z **Davidem Tennantem** w roli głównej. „Des” przedstawia historię seryjnego mordercy chłopców i młodych mężczyzn, który został złapany po tym, jak jego sąsiedzi zaczęli zgłaszać problemy z zatykającą się kanalizacją. Wśród nowości jesiennych znajdują się też dwie produkcje **HBO Europe**. Jedną z nich będzie ekranizacja powieści Fernando Aramburu „Patria”,

czyli tocząca się na przestrzeni przeszło trzydziestu lat opowieść osadzona w Kraju Basków. Kolejną natomiast będzie „Scena 0” – sześć uznanych sztuk teatralnych przeniesionych na ekran przez czołowych hiszpańskich filmowców. Z kolejnymi sezonami powrócą do serwisu HBO GO także takie produkcje, jak: „Turbulencje”, czyli obyczajowa opowieść o pasażerach, którzy po wylądowaniu dowiadują się, że ich z pozoru kilkugodzinny lot tak naprawdę trwał ponad pięć lat, oraz „Trzy dni Kondora” – serial sensacyjny podążający za młodym analitykiem CIA, który po tym, jak odkrywa, że cały jego zespół został zamordowany, sam staje się celem i zostaje wystawiony



„Trzy dni Kondora”



„Od nowa”

na prawdziwą próbę. Z ostatnim sezonem wróci też serial **„Blindspot: Mapa zbrodni”**. Jesienią nie zabraknie w HBO GO także nowych propozycji filmowych. Fani kina akcji będą mogli spędzić czas w towarzystwie **Willa Smitha i Martina Lawrence’a**, którzy wracają w kolejnej części kinowego hitu o agentach do zadań specjalnych **„Bad Boys For Life”**. Innymi nowymi tytułami będą też **„Anna”**, czyli najnowszy film **Luca Bessona** o odnoszącej sukcesy modelce, która jest tajną agentką KGB, oraz **„Rambo: Ostatnia krew”**, w którym **Sylvester Stallone** po raz kolejny musi zmierzyć się z trudnym zadaniem.

Kolejną premierą będzie film z **Melissą McCarthy**, **Tiffany Haddish** oraz **Elisabeth Moss** w rolach głównych – **„Królowe zbrodni”**. Przedstawi on historię kilku kobiet, żon gangsterów odsiadujących wyroki więzienia, które pod koniec lat siedemdziesiątych zaczynają terroryzować nowojorską dzielnicę Hell’s Kitchen. Fani serialu **„Euforia”** będą mogli natomiast zobaczyć **Barbie Ferreira** w kolejnej roli, tym razem w filmie **„Test na przyjaźń”**, opowiadającym o ambitnej siedemnastolatce, która musi zmierzyć się z trudną decyzją, kiedy niespodziewanie odkrywa, że jest w ciąży. A na widzów, którzy będą mieli ochotę na odrobinę śmiechu,

czekać będzie premiera nowego komediowego projektu HBO **„Elity z wybrzeża”**, który w satyryczny sposób przedstawi współczesne historie bohaterów utrzymujących dystans społeczny. Zobaczymy w nim m.in. **Bette Midler**, **Sarah Paulson** czy **Issę Rae**.

Powyższe wybrane propozycje dostępne są w HBO GO już od września br. Z kolei w październiku i listopadzie planowane są premiery takich produkcji jak: **„Od nowa”** – serial z **Nicole Kidman** oraz **Hugh Grantem**, opowiadający o tym, że nic nigdy nie jest takie jak wygląda, oraz **„Miasto niedźwiedzia”** – adaptacja głośnej powieści **Fredrika Backmana** o tym samym tytule. Będzie też sporo nowych europejskich filmów dokumentalnych, a wśród nich m.in. **„Lekcja miłości”** – poruszający polski film o odwadze poszukiwania prawdziwej miłości i o tym, że w każdym wieku jest dobry czas na to, żeby być szczęśliwym. Jeszcze w tym roku będzie miał swoją premierę także pokazywany na festiwalu w Wenecji serial **„30 srebrników”**.

Netflix

Serwis regularnie powiększa swoją bazę filmów i seriali, dzięki czemu jest niekwestionowanym liderem na rynku VOD. W najbliższych miesiącach znowu czeka nas wysyp nowości. Zapowiedzia-



„Wybory Paytona Hobarta”



„Życie z samym sobą”

no aż 50 serialowych premier. Wśród godnych uwagi znajduje się m.in. nowy serial **Ryana Murphy’ego, Brada Falchucka i Iana Brendana** - „Wybory Paytona Hobarta”. Opowiada o młodym licealiście, który w bardzo poważny sposób traktuje wybór na przewodniczącego swojej szkoły. Opowieść w humorystyczny sposób obnaża tajniki kampanii wyborczych, podbijając komizm sytuacji poprzez fakt, że stawka toczy się o władzę w liceum. „**Raising Dion**” to mieszanka kina familijnego z science fiction, o małym chłopcu, który pewnego dnia zaczyna okazywać szczególne nadprzyrodzone zdolności. Innym

godnym polecenia „jesiennym” serialem Netfliksa jest „**Życie z samym sobą**”. Mężczyzna po czterdziestce jest tak niezadowolony ze swojego życia, że postanawia poddać się specyficznej nowej operacji – regeneracji DNA. Sęk tkwi w tym, że w wyniku pobytu w klinice, po świecie biegają dwie wersje tej samej osoby. „**Daybreak**” jest nowym młodzieżowym serialem bazującym na powieści graficznej „Daybreak” autorstwa Briana Ralpa o świecie przyszłości, w którym w wyniku katastrofy nuklearnej, wszyscy dorośli zmienili się w krwiożercze zombie. „**W cieniu Księżyca**” to intrygujący thriller z elementami

SF. Policjant z Filadelfii ma obsesję na punkcie nieuchwytnego seryjnego mordercy, którego działania zdają się być powiązane z fazami Księżyca. Inny film, „**W wysokiej trawie**” jest adaptacją horroru autorstwa **Stephena Kinga** i jego syna **Joe Hilla**, którzy wspólnie stworzyli opowieść z dreszczem, rozgrywającą się w polu pełnym naprawdę wysokiej trawy. Grupa bohaterów wchodzi w chaszcze, a następnie całkowicie traci poczucie upływu czasu. „**Pralnia**” to komedia sensacyjna Stevena Soderbergha, bazująca na „prawdziwych przekrętach” i opowiadająca losy pewnej kobiety, która pragnie zemścić się na firmie prawniczej, która w wyniku nieczystych działań przejęła większość jej majątku po śmierci męża. Doborowa obsada (m.in. Meryl Streep i Gary Oldman).

Player.pl

Jesienią kolekcja serwisu poszerza się o ponad 1100 godzin nowych treści z rodziny **Discovery**, w szczególności z kanałów: **Discovery Channel, TLC** i **ID**. Znajdą się tu zarówno najlepsze polskie tytuły – m.in.: „**Złomowisko.PL**”, „**Przystanek Bieszczady**”, „**Operacja Lot**”, jak i zagraniczne hity: „**Gorączka złota**”, „**Bimbrownicy**”, „**Klan z Alaski**” czy „**Randka w łóżku**”.



„Żywioty Saszy – Ogień”

Player pokaże zarówno premierowe sezony programów z rodziny Discovery, jak i starsze serie. W ślad za nimi dojdą też najpopularniejsze propozycje ze stacji **Animal Planet i Discovery Science**. Jesienny Player, to także nowe propozycje serialowe, a wśród nich „**Żywioty Saszy – Ogień**”. Jest to najnowsza produkcja **Player Original**, której scenariusz powstał na podstawie bestsellerowej powieści „Lampiony” autorstwa **Katarzyny Bondy**. Na przestrzeni siedmiu odcinków widzowie będą śledzić zagadkę kryminalną, w której centrum znajdzie się główna bohaterka, profilerka kryminalna – Sasza Załuska (**Magdalena Bocvarska**). Przydzielona do grupy policjantów, spróbuje zapobiec serii podpałów łódzkich kamienic oraz uporać się z własną, niełatwą przeszłością. Corocznie w Polsce znika bez śladu około 20 tys. ludzi. Kolejna nowa produkcja – „**Nieobecni**” to inspirowane sprawami najgłośniejszych zaginięć w naszym kraju wciągające połączenie serialu obyczajowego z wątkiem śledczym. Zobaczmy tu m.in.: **Justynę Wasilewską, Piotra Głowackiego, Izabelę Kunę, Annę Dymną, Grzegorza Damięckiego**. Fani przygód niepokornej pani mecenas Joanny Chyłki doczekają się jesienią już trzeciego sezonu tego niezwykle popularnego serialu z **Magdaleną Cielecką** w roli głównej – „**Chyłka – Rewizja**”. Tym razem po zwolnieniu z kancelarii Żelazny & McVay, bezkompromisowa prawniczka będzie musiała zmierzyć się z nową rzeczywistością. To niełatwe zadanie dodatkowo utrudni fakt, że zostanie wciągnięta w sprawę okrutnego morderstwa... Player to idealne rozwiązanie dla tych, którzy nie mogą się doczekać premierowych odcinków swoich ulubionych produkcji TVN i Discovery. Tylko w serwisie widzowie zobaczą najgorętsze nowości tej jesieni na siedem dni przed ich emisją w telewizji. W tej formule dostępne będą m.in. nowości serialowe takie jak: „**Królestwo kobiet**”, „**Usta Usta**” czy „**BrzydUla**”.

CANAL+ telewizja przez internet

Jesienna oferta rozrywkowa od **CANAL+ telewizja przez internet** to przede wszystkim trzymające w napięciu serie i hity kinowe. Wśród nowości oferowanych już od września znajduje się jeden z najciekawszych debiutów rodzimego kina ostatnich lat – „**Supernova**”, nagrodzona jako najlepszy pełnometrażowy film zagraniczny na zakończonym 20 sierpnia 2020 roku 16. Międzynarodowym Festiwalu Filmowym w Monterrey (Ficmonterrey) w Meksyku. „Supernova” to historia zdarzenia, które odcisnęło swoje piętno na wielu ludziach. A wszystko to będzie mieć miejsce na jednej z wiejskich dróg. I jak to często bywa, tragedia wydarzy się nagle,

licznego można będzie znaleźć m.in. seriale „**Z krwi i kości**” z Imeldą Staunton, „**Wyznanie**” z Martinem Freemanem, „**Targowisko próżności**”, niepokazywany na antenie TVP trzeci sezon historycznej produkcji „**Wiktoria**” z Jenną Coleman, szeroki wybór ekranizacji Jane Austen: „**Opactwo Northanger**” z Felicity Jones, „**Emmę**”, „**Mansfield Park**” z Billie Piper i „**Wichrowe wzgórza**” z Tomem Hardym i jego żoną Charlotte Riley. Swoich premier doczekają się także filmy dokumentalne – koprodukcje TVP: „**Powiedz tak lub nie**” – o kontakcie z leżącym w śpiączce chłopcem, „**Papcio Chmiel**” – o postaci Henryka Jerzego Chmielewskiego, twórcy m.in. serii przygód Tytusa, Romka i A'Tomka, „**Wieloryb**



„Supernova”

nieoczekiwanie, niczym tornado bądź wybuch Supernowej zmiecie wszystko co stare i da początek nowemu. Ponadto, w ofercie serwisu znajdują się między innymi: „**Sala samobójców. Hejter**” Jana Komasy, mocne kino w postaci „**John Wick 3**” z legendarnym Keanu Reevesem czy prawdziwy pokaz kunsztu aktorskiego w wykonaniu duetu Christiana Bale’a i Matta Damona w „**Le Mans ‘66**”.

TVP VOD

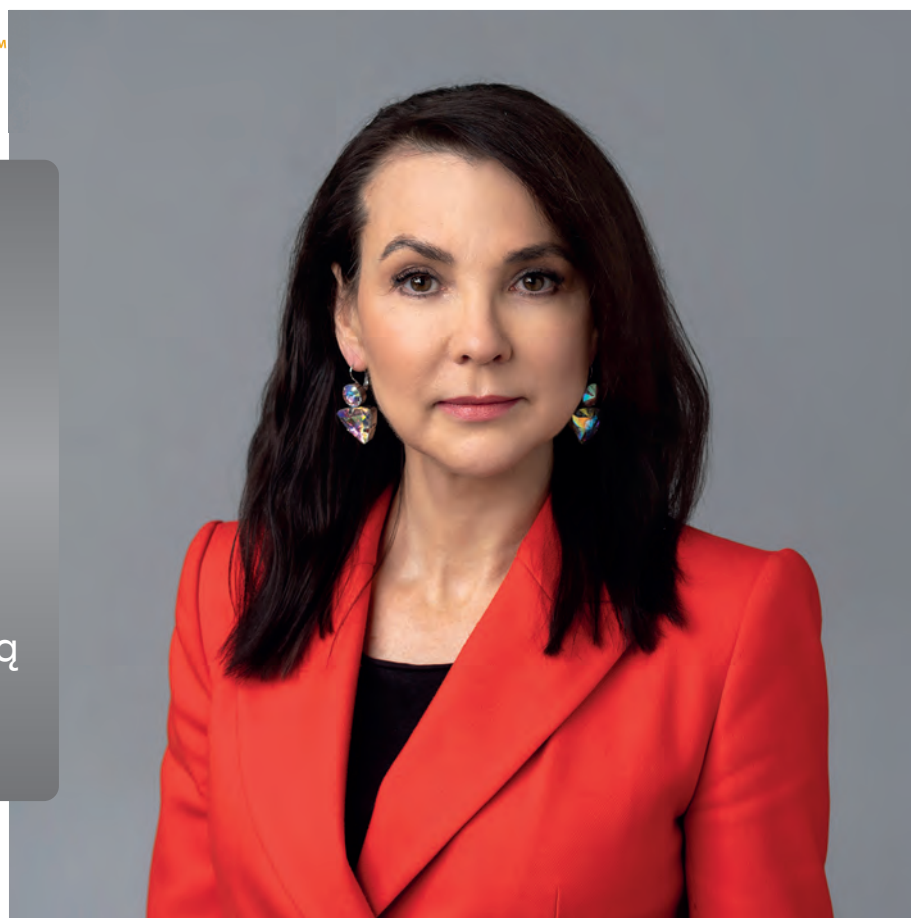
Wśród jesiennych nowości serwisu VOD nadawcy pub-

licznego można będzie znaleźć m.in. seriale „**Z krwi i kości**” z Imeldą Staunton, „**Wyznanie**” z Martinem Freemanem, „**Targowisko próżności**”, niepokazywany na antenie TVP trzeci sezon historycznej produkcji „**Wiktoria**” z Jenną Coleman, szeroki wybór ekranizacji Jane Austen: „**Opactwo Northanger**” z Felicity Jones, „**Emmę**”, „**Mansfield Park**” z Billie Piper i „**Wichrowe wzgórza**” z Tomem Hardym i jego żoną Charlotte Riley. Swoich premier doczekają się także filmy dokumentalne – koprodukcje TVP: „**Powiedz tak lub nie**” – o kontakcie z leżącym w śpiączce chłopcem, „**Papcio Chmiel**” – o postaci Henryka Jerzego Chmielewskiego, twórcy m.in. serii przygód Tytusa, Romka i A'Tomka, „**Wieloryb**

Historie śledztwami pisane

CBS reality™

„TELEKABEL
& digital tv”
rozmawia
z **Jolantą
Kaspark,**
producentką
wykonawczą
CBS Reality
oraz dyrektorką
programową
CBS Europa



Tej jesieni na kanale CBS Reality pojawią się dwie nowe polskie produkcje własne. Co w nich zobaczymy?

To dwa bardzo różne programy, ale z obu jesteśmy tak samo dumni. Dokument „**Dzieci siostry Bernadetty**” ukazuje dwa powiązane ze sobą śledztwa – odkrycia dokonane podczas pierwszego z nich zmusiły śledczych do wszczęcia kolejnego. Punktem wyjścia było zaginięcie ośmioletka. Winnym okazał się dawny wychowanek ośrodka wychowawczego siostr boromeuszek w Zabrze. Dzięki jego zeznaniom prawda o tym, co działo się za murami placówki, wyszła na jaw. W programie docieramy do dziś już dorosłych, byłych pod-

opiecznych siostr i sprawdzamy, jak przeżyte traumy wpłynęły na ich dalsze losy. Z kolei seria „**Kryminalne akta inspektor Biskupskiej**” przedstawia głośne sprawy z lat 90., przy których pracowała nasza charyzmatyczna gospodyni – Grażyna Biskupska. Przepracowała w policji ponad 20 lat, ma na swoim koncie dowodzenie wydziałami walczącymi z terrorem. W programie wraca do tamtych czasów i przeprowadza nas przez wszystkie etapy śledztw.

Obie serie zostały wyprodukowane przez polskie firmy: Crew4u production i ATM Grupa. Jak wyglądała praca w wymagającym okresie pandemii?

Na pewno było trudniej niż zwykle. Przez lockdown dostęp do akt sądowych był ograniczony. Na planach musiała pracować mniejsza liczba osób niż zwykle, trzeba się więc było dzielić czynnościami. Nasi partnerzy byli z jednej strony bardzo zdeterminowani, z drugiej zaś elastyczni i kreatywni, tak by znaleźć i wykorzystać każdą szansę do pracy.

W „Dzieciach siostry Bernadetty” poruszacie bardzo delikatne kwestie. Jak podeszliście do tego tematu i skąd wziął się na niego pomysł?

Przy produkcjach własnych zawsze staramy się unikać sensacji, podchodzić z szacunkiem do ofiar i ich bliskich. Realizacja



Kadr z filmu „Dzieci siostry Bernadetty”

dokumentu wymagała od naszych bohaterów powrotu do traum z dzieciństwa, więc podstawą było wypracowanie wzajemnego zaufania. W zbudowaniu odpowiedniej atmosfery bardzo pomogła reżyserka, Kinga Płachecka. Ma w sobie wiele empatii niezbędnej, aby rozmówcy czuli się komfortowo. Autorem pomysłu na program jest z kolei Michał Trocki z Crew4u, który wpadł na niego w trakcie dokumentowania serii zaginięć dzieci na Śląsku.

Uznaliśmy, że to historia, która powinna być opowiedziana.

Druga premiera tej jesieni, czyli „Kryminalne akta inspektor Biskupskiej”, to seria, której gospodynią jest jedna z najbardziej znanych polskich policjantek. Jak wypadła w nowej roli?

Grażyna Biskupska to policjantka z krwi i kości. Wyjątkowa postać i profesjonalistka w każdym calu. Kamera ją kocha. Chyba najbardziej ujmujące jest to, jak wraca

do swoich wspomnień – widać, że przeżywa na nowo wszystko, o czym opowiada. Jej sugestie przy pracy nad serią były bardzo pomocne, dzięki nim udało nam się pozyskać wyjątkowych gości.

Które z głośnych spraw kryminalnych pojawiają się w serii?

Mamy pięć godzinnych odcinków, każdy poświęcony innej sprawie. Grażyna Biskupska przybliży nam śledztwo w sprawie zabójstwa maturzysty, przy którym odegrała jedną z kluczowych ról. Opowiada też m.in. o dochodzeniu w sprawie „Wampira z Ochoty” czy rozpracowania słynnej grupy przestępczej z Żoliborza.

To już kolejne polskie produkcje w Waszym portfolio po „Zawód: profiler” i „DNA polskich zbrodni”. Czy planujecie kolejne?

Celem naszej strategii jest pokazywanie historii, które nasi widzowie chcą oglądać, a więc opowiadających o lokalnych sprawach. Cieszymy się, że te produkcje dołączają do naszego portfolio i że w gronie naszych gospodarzy jest teraz sama Grażyna Biskupska. Na pewno nie chcemy zatrzymywać się tutaj.



„Kryminalne akta inspektor Biskupskiej”

Koniec pewnej historii

TEKST ANDRZEJ MARCINIAK FOT. SES/ASTRA – MATERIAŁY PRASOWE

Trochę bez echa przeszła informacja o zamknięciu, pod koniec maja, przez SES/Astra swojego biura w Warszawie. Warto przy tej okazji przypomnieć kilka faktów, które miały wpływ na kształtowanie się satelitarnego rynku telewizyjnego w Polsce.

Wspomniana decyzja była efektem pogarszającej się sytuacji operatora satelitarnego SES. Oprócz warszawskiego biura zamknięto także siedziby firmy w Brukseli, Londynie, Zurychu i na wyspie Man. Planowane jest również zwolnienie dużej grupy pracowników. Trudno się temu dziwić, skoro w ciągu minionych pięciu lat giełdowa wycena SES/Astra zmniejszyła się aż o ponad 80 proc.

SES/Astra pojawiła się w świadomości Polaków wraz z nastaniem ery DTH, czyli przesyłania programów telewizyjnych bezpośrednio do gospodarstw domowych za pośrednictwem satelity. Do odbioru potrzebna była niewielka antena i set-top-box. To właśnie ta firma była pierw-

szym prywatnym (z pewnym udziałem środków publicznych Księstwa Luksemburga) operatorem satelitarnym w Europie. Pierwszy satelita Astra pojawił się na pozycji 19,2 st. wschód – stała się ona z czasem flagową pozycją tego operatora – 11 grudnia 1988 roku. I od tamtego czasu do Betzdorf, głównej siedziby firmy, zaczęli zjeżdżali wszyscy najważniejsi nadawcy telewizyjni z Europy, a ludzie instalowali na swoich dachach i balkonach anteny do odbioru satelitarnych przekazów. Tym bardziej, że większość programów była niekodowana. Można było, bez żadnych opłat, odbierać np.: Sky One, Sky News, Screensport, Eurosport, MTV, Teleclub, The Children's Channel czy RTL.

Niechciany Polsat

– Na początku lat 90. W Betzdorf zjawiał się także Zygmunt Solorz, twórca i właściciel Polsatu, który chciał nadawać także z Astry. Spotkał się jednak z odmową, co miało znaczący wpływ na rynek odbioru satelitarnego w Polsce. – Astra wówczas koncentrowała się głównie na bogatych rynkach krajów zachodnich i nie była mentalnie przygotowana do rozszerzenia działalności na Europę Wschodnią i Środkową – wspomina **Krzysztof Surgowt, pierwszy prezes Astra Polska Sp. z o.o., a obecnie prezes Veriori SA.** – Pamiętajmy, że było to jeszcze na długo przed wejściem naszego kraju do Unii Europejskiej. Dlatego też patrzono na nasz rynek



z dużą rezerwą, tym bardziej, że bogatych klientów z Zachodu nie brakowało. W efekcie więc Zygmunt Solorz usłyszał, że na Astrze nie ma miejsca dla Polsatu, poczuł się urażony i udał się do Paryża, gdzie uzyskał zgodę na satelitarny przekaz swojego programu z Eutelsatu. Gdyby potraktowano go inaczej w Betzdorf, to zapewne dzisiaj wszystkie polskie platformy satelitarne nadawałyby z pozycji 19,2 st. Wschód – dodaje.



Krzysztof Surgowt

Musiało upłynąć jeszcze kilka lat, by SES/Astra zdecydowała otworzyć się na polski rynek. Dużą zasługę w tym miał dr Gernot Busch, twórca potęgi firmy w Niemczech. To on, wspólnie z Krzysztofem Surgowtem, przyczynił się do otwarcia w 1998 roku polskiej spółki luksemburskiego operatora. Prezesem został Krzysztof Surgowt, który związany był wcześniej z firmą Multichoice. Wielkim sukcesem było ściągnięcie na Astrę Wizji TV, pierwszej cyfrowej satelitarnej platformy telewizyjnej w Polsce. Szefowie Wizji TV zastosowali ciekawy wybieg, polegający na tym, że wystąpili do SES/Astra jako firma brytyjska z siedzibą w Maidstone (właścicielem była amerykańska At Entertainment), co przełamało w dużej mierze psychologiczne opory szefostwa z Betzdorf. Wizja TV zadebiutowała 18 września 1998 roku. Był to pierwszy przypadek, że platformę cyfrową dla danego kraju tworzył w całości podmiot zagraniczny, który nadawał spoza obszaru kraju, będącego celem odbioru programów.

Dotkliwa porażka

Start Wizji TV dał Astrze nadzieję na rozwój satelitarnego biznesu w Polsce. Tym bardziej, że platforma od razu wynajęła trzy transpondery i dynamicznie parła do przodu, rozpoczynając praktycznie erę płatnej telewizji z prawdziwego zdarzenia, nie

tylko zresztą w naszym kraju. Przez cztery lata toczyła mordczy bój z konkurencyjną platformą CANAL+, nadającą swe programy z Hot Birda (13 st. wschód). Choć miała więcej abonentów od konkurenta, to brak w ofercie głównych polskich kanałów (TVP, TVN, Polsat) sprawił, że ostatecznie doszło do fuzji obu platform. – Wszyscy zadawali sobie wówczas pytanie, czy nowa platforma znajdzie się na Astrze, czy na Hot Birdzie- wspomina K.

największy wpływ miał ówczesny prezes Eutelsata, Giuliano Beretta. Prawdopodobnie przedstawił on CANAL+ niezwykle korzystną ofertę, która skłoniła Francuzów do pozostania na Hot Birdzie. Być może chodziło o możliwość wycofania przez CANAL+ swoich transponderów, skierowanych na Włochy, za które płacił on bardzo dużo, a które nie były mu potrzebne. Mogło chodzić nawet o kilkadziesiąt milionów euro. Nikt jednak tej wersji nie chce oficjalnie potwierdzić. Dla polskiego biura SES/Astra nowa sytuacja oznaczała konieczność szukania kolejnych klientów. – Zaczęła się rozpaczliwa walka



Surgowt. – Do ostatniej chwili faworytem byliśmy my, ale na finiszu negocjacji górą okazał się Eutelsat. Nie ukrywam, że byliśmy niezwykle rozgoryczeni porażką, która oznaczała, że z polskich nadawców na Astrze została jedynie Telewizja Niepokalanów i Telewizja Trwam. Wiele wskazuje na to, że na wycofanie się Wizji TV z Astry

o każdego nadawcę – mówi **Krzysztof Surgowt.** – Eutelsat miał wtedy druzgocącą przewagę, którą w pewnym stopniu mogło zniwelować jedynie utworzenie platformy satelitarnej TVP. Udało się do tego pomysłu przekonać ówczesne władze TVP i za kadencji prezesa Piotra Farfała podjęto wstępną decyzję, otwierającą możliwość powstania takiej plat-



formy. TVP miała oferować swoje podstawowe kanały za darmo i z czasem rozwijać stacje płatne. Sądzę, że gdyby udało się to zrobić, to dzisiaj publiczny nadawca byłby w dużo bardziej komfortowej sytuacji i nie musiałaby być na łasce CANAL+ i Cyfrowego Polsatu. Ostatecznie jednak projekt został zablokowany z powodów polityczno-biznesowych.

To ostatecznie pozbawiło SES/Astra złudzeń co do zbudowania w Polsce silnej pozycji na rynku telewizji satelitarnej. – Mielśmy pecha – podsumowuje **Krzysztof Surgowt**. – Gdyby inaczej potoczyły się wydarzenia w 2002 roku, to dziś wszyscy oglądalibyśmy telewizję za pośrednictwem satelitów Astry.

Jak wygrać z internetem?

Ostatnie kilkanaście lat nie były już tak burzliwe, a wobec niepowodzenia na polskim rynku, warszawskie biuro SES/Astra zaczęło obsługiwać także inne kraje naszego regionu, gdzie firma mogła liczyć na większe sukcesy. Nie ulega jednak wątpliwości, że dziś satelitarny biznes musi

...wobec niepowodzenia na polskim rynku, warszawskie biuro SES/Astra zaczęło obsługiwać także inne kraje naszego regionu, gdzie firma mogła liczyć na większe sukcesy. Nie ulega jednak wątpliwości, że dziś satelitarny biznes musi zmagać się z potężnym konkurentem, jakim stał się internet.

zmagać się z potężnym konkurentem, jakim stał się internet.

– To raczej rodzaj alternatywy, którą operatorzy satelitarni dostrzegają i starają się być obecni na tym polu – uważa **Marcin Ornass-Kubacki, ostatni szef Astra CEE w Warszawie**. – Niemniej tradycyjne platformy DTH są nadal dominujące i minie jeszcze dużo czasu nim platformy streamingowe

będą w stanie zbudować porównywalną bazę abonencką. Poza tym, poziom przychodów w kontekście platform streamingowych jest nieporównywalnie niższy. Dobrym przykładem jest tu Rumunia, gdzie niektórzy operatorzy telekomunikacyjni wystartowali w tym samym czasie z obydwoma serwisami i okazało się, że DTH rośnie zdecydowanie szybciej niż alternatywne serwisy dostępu treści wideo.

Presja na wynajem nowych transponderów na satelitach znacząco jednak spadła, a klienci starają się głównie racjonalizować koszty, przechodzić na nowe technologie (MPEG-4, HEVC) i nie rozszerzać pojemności satelitarnych, jeśli nie jest to absolutnie konieczne.

Równocześnie uatrakcyjnijają swoje oferty wprowadzając przekazy 4K, elastyczne cenniki dla odbiorców indywidualnych itp. Tradycyjne platformy satelitarne nadal mają duże możliwości rozwoju, ale raczej tam, gdzie rynek medialny wciąż ma duży potencjał. Chodzi tu np. o kraje bałkańskie, państwa dawnego Związku Radzieckiego czy Afrykę. Zdaniem **M. Ornass-Kubackiego**, polski widz jest raczej konserwatywny, więc satelitarny przekaz treści pozostanie dominujący. – Wystarczy pojeździć po Polsce, by przekonać się, jak gigantyczna liczba anten satelitarnych „zdobi” dachy, balkony i elewacje domów – dodaje. – Operatorzy budują skutecznie drugi filar swoich usług, wprowadzając obok serwisów DTH, również usługi streamingowe. Porównując jednak przychody, musi upłynąć jeszcze dużo czasu, by te drugie stały się priorytetem.

Choć SES/Astra zamknęła swoje biuro w Warszawie, to nie zamierza jednak wycofywać się z polskiego rynku. Problem w tym, że niewiele już na nim znaczy, a ponadto wisi nad nią widmo wycofania się własnych akcjonariuszy, co oznaczałoby definitywny koniec pięknej satelitarnej historii.



Marcin Ornass-Kubacki

Cyfrowy Polsat stabilnie



OPR. AK

Grupa Cyfrowy Polsat, mimo wprowadzonego wiośnią w kraju stanu epidemii, zakończyła II kw. br. ze stabilnymi wynikami, zgodnymi z oczekiwaniami rynku. Sprawnie dostosowała działalność operacyjną spółek do panującej sytuacji oraz przekazała około 30 mln zł na wsparcie społeczeństwa i służby zdrowia.

Wśród najważniejszych wydarzeń znalazły się m.in.: szybka finalizacja zakupu **Inte-ria.pl**, rozpoczęcie działalności na rynku fotowoltaiki pod nową marką **ESOLEO** oraz kontynuacja budowy nowoczesnej sieci **5G w unikatowym paśmie 2,6 GHz TDD**. **Przychody Grupy** wyniosły **2,86 mld zł**, skorygowana **EBITDA** przekroczyła **1 mld zł**, a **zysk netto** wzrósł do poziomu **291 mln zł**.

Najważniejsze dane operacyjne (bez Grupy Netia) za II kw. 2020 r.:

- Liczba **klentów usług multiplay** wzrosła o 130 tys. (7 proc.) r/r do **2,028 mln**, co stanowi 36 proc. bazy klientów kontraktowych; Do **6,19 mln** wzrosła liczba usług posiadanych przez tę grupę klientów; Obniżka wskaźnika **churn** do poziomu wynoszącego **6,4 proc.** w skali roku.
- Dynamiczny **przyrost liczby usług kontraktowych** – o **528 tys.** r/r do ok. **15 mln**, a stanowią one **85,6 proc.** wszystkich świadczonych usług.
- Stabilna baza **5,6 mln klientów kontraktowych**; Wzrost wskaźnika nasycenia usługami przypadającymi na klienta – o 4,7 proc. r/r, a każdy z nich posiadał średnio **2,68** usługi z portfolio Grupy; Średni przychód od klienta kontraktowego (**ARPU**) **wzrósł o 3,7 proc. r/r** i wyniósł **86,5 zł**.
- Baza prepaid na poziomie ponad **2,5 mln** z rosnącym **ARPU** w wysokości **21,4 zł**.
- Kanały **Grupy Telewizji Polsat** pozostawały w czołówce rynku oglądalności w grupie komercyjnej, osiągając w II kw. wynik 23 proc. i 23,1 proc. w I półroczu br.
- **Przychody Grupy Telewizji Polsat** z reklamy telewizyjnej i sponsoringu w II kw. wyniosły **213 mln zł**, w efekcie czego udział Grupy w rynku reklamy TV wzrósł r/r do poziomu **27,4 proc.**, a w I półroczu odpowiednio **475 mln** i **27,7 proc.**

Dane operacyjne segmentu usług świadczonych dla klientów indywidualnych i biznesowych

	II kw. 2020	II kw. 2019	Zmiana %
Łączna liczba RGU w tys. (kontraktowe + przedpłacone)	17 504	17 059	+2,6%
USŁUGI KONTRAKTOWE			
Łączna liczba RGU w tys., w tym:	14 979	14 452	+3,6%
Płatna telewizja, w tym:	5 001	5 059	-1,1%
Multiroom	1 197	1 174	+2,0%
Telefonia komórkowa	8 189	7 598	+7,8%
Internet	1 790	1 795	-0,3%
Liczba klientów kontraktowych w tys., w tym:	5 587	5 653	-1,2%
klienci ofert multiplay	2 028	1 898	+7,0 %
USŁUGI PRZEDPŁACONE			
Łączna liczba RGU w tys., w tym:	2 525	2 607	-3,1%
Płatna telewizja	93	87	+6,9%
Telefonia komórkowa	2 364	2 418	-2,2%
Internet	68	102	-33,3%

Wyniki finansowe Grupy Cyfrowy Polsat

mln zł	II kw. 2020	II kw. 2019	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2 863	2 923	-2,1%
EBITDA skorygowana ¹	1 002	1 076	-6,9%
Marża EBITDA skorygowana	35,0%	37,0%	-2,0 p.p.

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

Wyniki finansowe segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej

mln zł	II kw. 2020	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	412	-108 -21%
EBITDA skorygowana ¹	122	-39 -24%
Marża EBITDA skorygowana	29,7%	-1,4 p.p. -

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

Słoneczny prąd od Grupy Polsat

Grupa Polsat startuje z ofertą fotowoltaiki. Instalacje fotowoltaiczne będą oferowane pod nową marką **ESOLEO** przez firmę **Alledo z Grupy Polsat**, która posiada wieloletnie doświadczenie na rynku fotowoltaicznym w Polsce. Oferta ESOLEO będzie dostępna na terenie całej Polski w ponad tysiącu punktów sprzedaży i obsługi klienta Plusa i Cyfrowego Polsatu. Każdy, kto zdecyduje się na wybór ESOLEO, będzie mógł produkować swój własny prąd i obniżyć rachunki za prąd nawet o 95 proc. Oferta obejmuje kompleksowe rozwiązanie w zakresie instalacji



fotowoltaicznych: Szybki montaż i najwyższej jakości komponenty; Ubezpieczenie na 3 lata w cenie; Internet LTE od Plusa do monitoringu na 3 lata w cenie; 15 lat wsparcia technicznego. Całość inwestycji realizowana jest „pod klucz” łącznie z przygotowaniem za klienta niezbędnych dokumentów oraz zgłoszeniem do sieci energetycznej. W ramach współpracy z ESOLEO, klient może otrzymać kredyt na inwestycję w ramach specjalnych ofert banków. Każdy może też skorzystać z 5 tys. zł dotacji z rządowego programu **Mój Prąd** – prowadzonego przez Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej – przeznaczony na zakup instalacji fotowoltaicznej o mocy od 2 do 10 kWp.

Będzie nowa platforma?

TVN i Cyfrowy Polsat złożyły w lipcu br. wnioski do Komisji Europejskiej ws. stworzenia wspólnej platformy VoD. Inicjatywę ogłaszano już w październiku ub. roku, dopiero teraz udało się jednak skompletować wszystkie niezbędne dokumenty – dowiedział się portal Wirtualnemedia.pl. Nie podano, pod jaką marką będzie działała platforma, ani na kiedy planowany jest jej start, jednak wiadomo, że miałyby ona

być niezależna finansowo. TVN Discovery i Cyfrowy Polsat zapowiedzieli, że w serwisie będą dostępne polskie filmy, seriale, dokumenty, programy rozrywkowe i transmisje sportowe. Będą to treści od obu nadawców, a także kupione od zewnętrznych producentów i dystrybutorów oraz produkcje własne realizowane przez nowy podmiot. W komunikacie giełdowym Cyfrowy Polsat

poinformował, że obaj nadawcy zapewnią wspólnemu podmiotowi po maksymalnie 30 mln zł początkowego finansowania. Spółkę założył Cyfrowy Polsat, a po uzyskaniu zgody regulatora Discovery ma przejąć 50 proc. jej udziałów. Jak wynika z opisu



koncentracji zgłoszonej do KE, spółka chce oferować usługi wideo w Polsce i innych państwach członkowskich. Komisja Europejska (podobnie jak UOKiK) jest uprawniona do badania rynkowych skutków fuzji i przejęć. Oprócz wspólnej platformy, nadal mają działać obecne platformy czyli Player.pl (należący do TVN Discovery) i Ipla (własność Cyfrowego Polsatu).

Rekordowa dywidenda

Cyfrowy Polsat wypłaci 639,5 mln zł dywidendy co daje 1 zł na akcję, zdecydowało Walne zgromadzenie platformy. To rekordowa dywidenda w historii firmy. Spółka zapewnia, że taka dywidenda „nie zaburza koncepcji dalszego rozwoju Grupy, umożliwiając równocześnie kontynuację sukcesywnego jej oddłużania”. Na dywidendę trafi cały zysk netto firmy z ub.r. wynoszący 586,8 mln zł oraz 52,7 mln zł z kapitału zapasowego. Dzień dywidendy został wyznaczony na 15 października br., a jej wypła-

ta nastąpi w dwóch transzach. Pierwsza transza w kwocie 223,8 mln zł (0,35 zł na akcję) zostanie wypłacona 22 października, a druga transza w kwocie 415,7 mln zł (0,65 zł na akcję) trafi do akcjonariuszy 11 stycznia 2021 r. Większościowym akcjonariuszem Cyfrowego Polsatu jest Zygmunt Solorz, ma walory stanowiące 57,34 proc. kapitału firmy i 65,97 proc. głosów na jej walnym zgromadzeniu. Przy kwocie dywidendy wynoszącej 639,55 mln zł **Z. Solorz otrzyma 366,71 mln zł.**

Nowa dyrektorka w CANAL+ Polska

Do zespołu **CANAL+ Polska** dołączyła **Anna Różalska** obejmując stanowisko **dyrektora produkcji oryginalnych i koprodukcji CANAL+**. Zastąpiła na tym stanowisku Annę Limbach-Uryn, która łączyła pozycję wiceprezesa Kino Świat i dyrektora produkcji oryginalnych CANAL+. A. Różalska odpowiada za realizację strategii programowej dla produkcji oryginalnych CANAL+ Polska oraz całłościowy nadzór nad procesem produkcyjnym, w tym m.in. negocjację kon-



Anna Różalska

traktów programowych i kontrolę dystrybucji treści własnych. Jest również odpowiedzialna za koordynację projektów wspierających produkcję treści oryginalnych w ramach programu CANAL+ Series LAB oraz pozyskiwanie i rozwój projektów programowych we współpracy z Grupą CANAL+ (Vivendi SE) oraz M7 (część Grupy CANAL+). A. Różalska pracowała do tej pory jako producentka filmowa oraz talent manager polskich i europejskich twórców filmowych. Jest współzałożycielką powstałej w 2015 r. agencji Match&Spark.

Satelitarna Ukraina

Izraelski operator łączności satelitarnej **Spacecom** wraz z **Narodową Agencją Kosmiczną Ukrainy (GKAU)** planują budowę wspólnego satelity telekomunikacyjnego – informuje SATKurier. Nowy satelita będzie przeznaczony dla ukraińskiego rynku telewizji satelitarnej i komunikacji. Zostanie wyniesiony na pozycję orbitalną 4°W. Pojawienie się nowego satelity na tej pozycji pozwoli zwiększyć liczbę transmitowanych kanałów. Zwłaszcza na tle tego, że nie doszło do wyniesienia pierwszego, ukraińskiego satelity Lybid, który miał być umieszczony na 48°E.

REKLAMA



NOWA OFERTA Z NOWYMI PAKIETAMI!

ULUBIONE KANAŁY W JEDNYM PAKIECIE



KANAŁY NICKELODEON I CINEMAX DOSTĘPNE PRZEZ PIERWSZE 24 MIESIĄCE UMOWY.



30
zł/mies.

Promocja dla nowych Klientów telewizji satelitarnej i telewizji kablowej IPTV przy umowach z pakietem M z okresem podstawowym na 24 okresy rozliczeniowe, w którym cena wynosi 30 zł/mies. Szczegóły w Warunkach Oferty, Regulaminie Promocji i Regulaminie, dostępnych u Sprzedawców i na www.cyfrowypolsat.pl.
„Życie, śpiewać”. © 2020 Home Box Office Inc. Wszelkie prawa zastrzeżone.

Najlepsza siatkówka wraca do Polsatu

Telewizja Polsat nabyła na wyłączność prawa do transmitowania meczów siatkarskiej Ligi Mistrzów, Pucharu CEV oraz Challenge Cup kobiet i mężczyzn. Umowa została zawarta na pięć sezonów począwszy od rozgrywek 2020/21 do



sezonu 2024/25 włącznie. W tegorocznej edycji Champions League zapewniony udział ma już pięć polskich zespołów. Dołączyć mogą do nich dwa kolejne, wyłonione w rundach wstępnych. Umowa na transmitowanie rozgrywek została zawarta za pośrednictwem firmy Infront, wyłącznego agenta sprzedaży praw CEV, należącej do Wanda Sports Group. – Cieszę się, że najlepsza klubowa europejska siatkówka wraca do swojej telewizyjnej ojczyzny w Polsce. Mogę zapewnić, że najbliższe 5 lat to transmisje najlepszej siatkówki w najlepszej jakości i technologii – powiedział Stanisław Janowski, Prezes Zarządu Telewizji Polsat. Przez dwa ostatnie lata Ligę Mistrzów i wszystkie inne rozgrywki pucharowe siatkarek i siatkarzy transmitował CANAL+.

Polsat Sport kończy 20 lat

Już od dwóch dekad **Polsat Sport** dostarcza kibicom niezapomnianych emocji związanych z najważniejszymi wydarzeniami sportowymi w Polsce i na świecie. Stacja jest też synonimem najszerzej oferty programowej spośród wszystkich kanałów sportowych w naszym kraju. Bezpośrednim impulsem do powstania Polsatu Sport było

częstsze technologie produkcji telewizyjnej w rękach doświadczonych dziennikarzy i pomysłowych realizatorów stanowią doskonałe połączenie sportowej rozrywki, edukacji i publicystyki. Obecnie Polsat Sport to rodzina aż sześciu kanałów telewizyjnych. Równoległe z Polsatem Sport, Polsatem Sport Extra, Polsatem Sport News



pozyskanie przez Telewizję Polsat praw do transmisji elitarniej **Ligi Mistrzów UEFA** oraz **piłkarskich Mistrzostw Świata w Korei i Japonii**. Przełamanie monopolu publicznego nadawcy na pokazywanie meczów reprezentacji Polski oznaczało zupełnie nową jakość transmisji sportowych oraz otwarcie zawodu komentatora dla wielu utalentowanych dziennikarzy. Obok piłki nożnej fundamentami, na których Polsat Sport budował swoją tożsamość, były **siatkówka, boks i MMA**. Istotną rolę w historii kanału odgrywają też **koszykówka, żużel, Formuła 1, tenis, łyżwiarstwo i kolarstwo**.

Jednak to właśnie triumwirat futbolu, siatkówki i sportów walki uczynił z Polsatu Sport jeden najchętniej oglądanych kanałów sportowych w Polsce. Polsat Sport stale wyznacza trendy i kierunki rozwoju produkcji telewizyjnej. Od 2007 r. nadaje w systemie High Definition, wykorzystując pierwsze w Polsce wozy transmisyjne dedykowane tej technologii. Stacja stworzyła własny kanon relacji meczów siatkarskich, który doceniły europejskie oraz światowe władze tej dyscypliny. Najnowo-

i Polsatem Sport Fight funkcjonują dwie anteny z segmentu premium, które w całości są dedykowane najlepszym piłkarskim rozgrywkom świata: **Lidze Mistrzów i Lidze Europy UEFA**. W ciągu dwóch dekad kanały te wyemitowały setki tysięcy godzin transmisji, z czego wiele na żywo. Polsat Sport prężnie działa także w internecie. Od 2013 r. pod jego marką funkcjonuje multimedialny portal, stanowiący źródło wysokiej jakości aktualnych informacji sportowych z kraju i ze świata. – Dziś Polsat Sport na pewno jest czymś więcej niż tylko grupą kanałów telewizyjnych. To marka, która wpływa na projekty

sportowe i jest szanowana wśród międzynarodowych federacji, takich jak FIFA, UEFA, FIVB czy CEV. Jesteśmy często zapraszani do konsultacji różnych projektów, nie tylko w kategorii stacji telewizyjnej, ale także instytucji, która ma doświadczenie organizacyjne. Myślę, że

przez te dwie dekady wykonaliśmy kawał roboty misyjnej i istotnie wpłynęliśmy na rozwój polskiego sportu, podnosząc rangę dyscyplin które transmitujemy – ocenia **Marian Kmita, dyrektor ds. sportu w Telewizji Polsat**.



Marian Kmita

Discovery

– restrukturyzacja

Od września br. Discovery wprowadza nową strukturę organizacyjną w regionie EMEA, obejmującym 140 rynków w Europie, na Bliskim Wschodzie i w Afryce. Restrukturyzacja ma na celu wprowadzenie prostszej i bardziej efektywnej struktury, która umożliwi szybsze reagowanie na zmieniające się potrzeby widzów, zwłaszcza na dynamicznie rozwijającym się rynku VOD. – Intensywnie rozwijamy naszą ofertę w ramach modelu D2C w regionie EMEA. Każdego dnia docieramy do milionów widzów poprzez kanały telewizyjne i platformy OTT. Naszą ambicją jest, aby programy były łatwo dostępne o każdej porze dnia i na każdym urządzeniu, na jakim nasi widzowie będą chcieli je oglądać. Nowa struktura organizacyjna pozwoli nam na szybsze reagowanie na te potrzeby, poprzez wykorzystanie w pełni know-how i skali Discovery w regionie. – powiedziała **Katarzyna Kieli, prezes i dyrektor zarządzająca EMEA** Konsolidacja w ramach makroregionów umożliwi znacznie



Katarzyna Kieli

sprawniejszy przepływ informacji w Discovery EMEA.

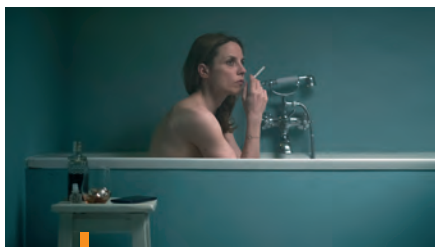
Połączone zostaną między innymi regiony Wielkiej Brytanii i Skandynawii, kraje niemieckojęzyczne będą zarządzane łącznie z krajami Beneluxu, a Francja łącznie z Hiszpanią i Portugalią. Utworzone zostanie nowe stanowisko,

które połączy kierowanie zespołem kanałów paneuropejskich z zarządzaniem rynkami Europy Centralnej, Rosją, Bliskim Wschodem i Afryką. Polska będzie zarządzana jako niezależny rynek. W związku ze zmianami organizacyjnymi z Discovery odejdzie kilku szefów dotychczasowych regionów. Ze swojego stanowiska odejdzie też m.in. **Piotr Korycki, prezes TVN SA.** **Katarzyna Kieli, w ramach swojego stanowiska regionalnego, będzie nadzorowała operacje w Polsce.**

Z końcem października br. z zespołu zarządzającego TVN Discovery Polska odchodzą także **Maciej Maciejowski** (nadzorował obszar internetowy) i **Tomasz Marszał** (odpowiadał za marketing).

Nowy serial Sony i Polsatu

Sony Pictures Television (SPT) Networks Central Europe w Polsce rozpoczęło w lipcu br. zdjęcia do nowego serialu kryminalnego, będącego adaptacją powieści



Kadr z serialu „Rysa”

Igora Brejdyganta „Rysa” oraz jej kontynuacji – „Układ”. W roli głównej (policjantki z wydziału zabójstw – Moniki Brzozowskiej) zobaczymy **Julię Kijowską.** SPT Networks CE realizuje projekt we współpracy z **Polsatem.** „Rysa” i jej kontynuacja „Układ”, to thriller polityczny, który wciągnie widzów w mroczny świat układów, zależności i tajemnic. Serial wyreżyserują: **Maciej Migas** oraz **Leszek Dawid.** Scenarzystą wiodącym jest autor powieści – **Igor Brejdygant.**

Grupa TVN z dobrym zyskiem

Grupa kapitałowa TVN SA w 2019 r. uzyskała **2,07 mld zł przychodów i 540,6 mln zł zysku netto** (wobec 157,7 mln zł straty rok wcześniej). Z cytowanego przez serwis PRESS, skonsolidowanego sprawozdania finansowego zamieszczonego w Krajowym Rejestrze Sądowym wynika, że przychody grupy względem 2018 roku zwiększyły się o 5 proc. Przychody związane z reklamami (reklama i spon-



soring) wyniosły **1,66 mld zł** i były o 2,7 proc. wyższe niż rok wcześniej. Z kolei przychody abonamentowe, czyli od operatorów płatnej telewizji i z subskrypcji VOD, urosły o 9,3 proc., do **254,5 mln zł.** Przychody od Grupy Discovery (głównie ze sprzedaży praw programowych i z tytułu świadczenia usług wsparcia, technicznych i marketingowych) wyniosły **108,2 mln zł** (wzrost o 70,4 proc.). Koszty działalności operacyjnej wyniosły 1,44 mld zł (wzrost o 6,7 proc.). Najwięcej, bo 593,2 mln zł (wzrost o 1,7 proc.), przeznaczono na amortyzację i utratę wartości kapitalizowanych kosztów produkcji własnej, koprodukcji i koprodukcji filmowej. Wynagrodzenia i świadczenia dla pracowników pochłonęły 219 mln zł (wzrost o 12,8 proc.). Znacznie spadły koszty nadawania programów telewizyjnych – o 77,6 proc. do 12,6 mln zł.

00
Wskazanie

VIACOMCBS

ViacomCBS uruchomi usługę SVoD

ViacomCBS wkracza na rynek premium SVoD z nową usługą, która ma się pojawić w pierwszym kwartale 2021 r. na trzech „rynkach priorytetowych”. W ofercie znajdują się hity filmowe i klasyka, filmy dla dzieci, seriale fabularne premium, komedie i rozrywka oraz dokumen-

ty. Nowa usługa SVoD zostanie uruchomiona najpierw w Australii, Ameryce Łacińskiej i krajach skandynawskich. Będzie skierowana do odbiorców w każdym wieku i obejmie ekskluzywne i biblioteczne treści pochodzące z portfolio marek ViacomCBS. Na platformie będzie można zobaczyć premierowe seriale i programy pochodzące z Showtime, np. **science fiction „Halo”** czy **„American Rust”**, a także **„Guilty Party”** i **„The Harper House”** z CBS All Access, usługi transmisji strumieniowej premium w USA. Wdrożenie będzie przebiegać równolegle z ciągłym rozszerzaniem bezpłatnej, zawierającej reklamy usługi przesyłania strumieniowego ViacomCBS – Pluto TV. Ta platforma streamingowa zadebiutowała niedawno w hiszpańskojęzycznych krajach Ameryki Łacińskiej po wcześniejszych premierach w Wielkiej Brytanii i Niemczech. Debiut w Brazylii i Hiszpanii planowany jest do końca 2020 r., a we Francji i Włoszech w 2021 r.

Sekielski Brothers Studio

Marek i Tomasz Sekielscy zapowiadają powołanie **Sekielski Brothers Studio**. Ma się zajmować tworzeniem podcastów, wywiadów, programów publicystycznych, reportaży i filmów dokumentalnych. „Wsparcie, jakiego udzieliliście naszym niezależnym produkcjom dokumentalnym, i Wasze pozytywne reakcje na naszą twórczość, zainspirowały nas do podjęcia próby stworzenia nowego medium – niezależnego od polityków i finansowych grup nacisku” – tłumaczą powody powstania Sekielski Brothers Studio i zainicjowanie zbiórki funduszy na Patronite.pl. „W czasie, gdy przedstawiciele rządzącej partii zapowiadają «dekoncentrację» i «repolonizację» mediów krytycznych wobec rządu i gdy tzw. media publiczne stały się tubą propagandową jednej opcji politycznej, niezwykle ważne stało się budowanie własnych, niezależnych mediów społecznych” – dodają. Pomysłodawcy zaplanowali cykliczną emisję programów wideo. W publicystyce będą to **„Sekielski Sunday Night Live”** (format znany z Facebooka, teraz na żywo również na YouTube, w nowym studiu i w nowej oprawie), **„Sekielscy w ringu”** (comiesięczny program dla Patronów), **„Bracia Sekielscy kontra internetowi trolle i głu-**

pota polskich elit”. Przewidziane są również trzy cykle wywiadów – **„Sekielski o nałogach”** (rozmowy Marka Sekielskiego z ludźmi, którzy walczą z uzależnieniami), **„Sekielski na zdrowie”** (cykl Marka Sekielskiego o szeroko pojętym zdrowym życiu), **„Sekielski online”**



Bracia Sekielscy

(cykl rozmów Tomasza Sekielskiego o polityce). Planowane są także: program interwencyjno-śledczy **„Raport Sekielskiego”** (ma bazować na informacjach od Patronów), serial dokumentalny **„12 wyzwań Sekielskiego”** (o walce Tomasza Sekielskiego z jego otyłością). Wszystkie audycje i wywiady ukazywać się mają również w formie audio. Patroni mają także otrzymywać cykliczne raporty mailowe lub w formie postów na Patronite. Obecnie wsparcie miesięczne przez patronów wynosi ok 59 tys. zł miesięcznie.

Wystartował 4fun Kids

Kanał muzyczny nadający ponadczasowe przeboje **4fun Gold** z początkiem września zmienił się w **4fun Kids**. Nadawcą kanału jest spółka **4fun TV**. Według zapowiedzi 4fun Kids ma być muzyczną telewizją dostarczającą najmłodszym zabawy, edukacji i ruchu, a ich opiekunom – relaksu. Stacja adresowana będzie do dzieci i ich



rodziców w wieku 20–49 lat. Dotychczas 4fun Gold nadawał między godz. 11.00 a 17.00 pasmo „Przeboje dla dzieci w 4fun Gold”. Blok dla najmłodszych widzów jest również w ramówce 4fun Dance. 4fun Media zamierzała uruchomić kanał 4fun Kids już w 2018 r., ale wówczas wycofano się z tego pomysłu.

Powstanie „Chyłka – Inwigilacja”

Serwis **Player**, należący do **TVN Discovery Polska**, szykuje ekranizację kolejnego tomu z cyklu powieści o mecenas Joannie Chyłce, autorstwa **Remigiusza Mroza** – wynika z informacji serwisu **Press.pl**. Będzie to ekranizacja tomu „**Inwigilacja**”.



Magdalena Cielecka

Rolę Joanny Chyłki gra **Magdalena Cielecka**. Jesienią w **Playerze** ma się znaleźć trzeci sezon „**Chyłki**” – „**Chyłka – Rewizja**”, a także serial „**Nieobecni**”, którego twórcy inspirowali się historiami najgłośniejszych zaginięć

w ostatnich latach w Polsce. **Player** na ten rok szykuje także serial „**Żywyłoty Saszy – Ogień**”, ekranizację jednego z tomów powieści **Katarzyny Bondy** z cyklu „**Cztery żywyłoty Saszy Załuskiej**”.

UOKiK kontra nadawcy

Prezes UOKiK Tomasz Chróstny wszczął postępowanie wyjaśniające, w którym przyjrzy się relacjom pomiędzy nadawcami a operatorami, w szczególności telewizji kablowych i platform cyfrowych. Do **UOKiK** napływają skargi operatorów telewizyjnych, na sposób sprzedaży programów przez nadawców. Wszczęć postępowania poprzedziły spotkania



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

i konsultacje z różnymi podmiotami działającymi na rynku. Operatorzy zwracali uwagę, że nie mają możliwości wyboru pojedynczych programów lub ich zakup jest ekonomicznie nieopłacalny i stąd muszą nabywać je w pakietach także wówczas, gdy ich skład programowy jest nieatrakcyjny dla klientów. Oznacza to, że wyboru w konsekwencji może być pozbawiony także konsument, czyli widz. Urząd sprawdzi m.in. strukturę rynku, w tym to, czy nadawcy nie dyskryminują konkurencyjnych operatorów, a także

czy nie wykorzystują swojej pozycji dominującej na rynku reklamy. Zbada, jaki wpływ na przychody z reklam osiągane przez nadawców ma sprzedawanie przez nich paczek programów oraz na ile pakietyzacja może ograniczać dostęp do rynku mniejszym nadawcom.

Prawo antymonopolowe zabrania zachowań naruszających konkurencję – rynkowym

dominantom nie wolno między innymi stosować sprzedaży związanej lub nierówno, dyskryminacyjnie, traktować swoich kontrahentów. Postępowanie wyjaśniające prowadzone jest w sprawie, nie przeciwko konkretnym przedsiębiorcom. Jeśli jednak na podstawie zebranych informacji okaże się, że nadawcy naruszają prawo, wówczas zostaną postawione im zarzuty dotyczące stosowania praktyk ograniczających konkurencję. Grozi za to kara do 10 proc. rocznego obrotu przedsiębiorcy.

Siódemka dołącza do BIG4?

TVN7 – wraz z **TVN**, **Polsatem**, **TVP1** i **TVP2** – współtworzy nową czołówkę kanałów ogólnopolskich – **BIG5**. W komercyjnej grupie docelowej widzów w wieku 16–49 udział stacji w okresie marzec–czerwiec 2020 wyniósł **4,9 proc.** w prime time. Wiosną i latem tego roku stacja odnotowała dwucyfrowy wzrost oglądalności (średnich udziałów i ratingów)

7

SIÓDEMKA TWORZY BIG 5

gów) w kluczowych pasmach. Pogłębioną analizę wyników oglądalności stacji i jej najważniejszych pozycji programowych zawiera opublikowany przez **Biuro Reklamy TVN Media** raport podsumowujący wyniki największych stacji ogólnopolskich. Przedstawiono w nim dane telemetryczne wzbogacone o perspektywę przedstawicieli rynku mediów i reklamy: domu mediowego **Mediabrand**s, agencji badawczej **Nielsen**, kierownictwa stacji **TVN7** oraz **Biura Reklamy TVN Media**. – Tej wiosny **TVN7** odniósł największy sukces na rynku telewizyjnym w Polsce. Dokonaliśmy niemożliwego i przekroczyliśmy 5 proc. udziału w grupie komercyjnej jako jedyna stacja spoza dotychczasowej Wielkiej Czwórki. Osiągnęliśmy najwyższe wyniki oglądalności w historii stacji, pozycjonując się w gronie kanałów o największym zasięgu i widowni, budując mocną pozycję wśród młodszych grup widzów – mówi **Katarzyna Mazurkiewicz**, dyrektor programowa **TVN7**.

RMN bez Podzornego

Z zasiadania w **Radzie Mediów Narodowych** zrezygnował **Grzegorz Podzorny**, wybrany do niej z rekomendacji Kukiz '15. O rezygnacji poinformował w liście do prezydenta Andrzeja Dudy. – Gdy przed czterema laty zostałem powołany przez Pana Prezydenta w skład Rady, czułem się z jednej strony zaszczycony, iż dostaję szansę zrobienia czegoś pozytywnego dla mediów



Grzegorz Podzorny

publicznych, w których zaczynałem swoją ścieżkę zawodową, z drugiej strony zaś byłem pełen obaw, jak RMN będzie działać w praktyce. Po początkowej zgodzie na wprowadzenie pewnych cywilizowanych ram funkcjonowania Rady, czyli uchwaleniu regulaminu RMN, stopniowo zasadą działania Rady stawał się chaos i bieżące partyjne potrzeby – stwierdził Podzorny. Dodał, że Rada Mediów Narodowych nie dyskutowała nad zgłaszanymi projektami, a on i Juliusz Braun (wskazany do Rady przez Platformę Obywatelską) byli uważani za „listki figowe” mające świadczyć o pluralizmie RMN. – Nie oczekiwałem, że wszyscy członkowie RMN będą akceptowali każdy mój pomysł, pogląd i opinię. Nie oczekiwałem, że każdą moją propozycję będą popierali w głosowaniach. Ale oczekiwałem partnerskiej dyskusji, a przede wszystkim przestrzegania elementarnych zasad dobrego wychowania i wzajemnego szacunku. Nie doczekałem się, a teraz straciłem wiarę, że kiedykolwiek tego się doczekam – napisał.

Stary, nowy prezes TVP

Rada Mediów Narodowych ponownie powołała w sierpniu br. **Jacka Kurskiego na prezesa Telewizji Polskiej**. Za kandydaturą J. Kurskiego było troje członków RMN, jednocześnie polityków PiS: Krzysztof Czabański, Elżbieta Kruk i Joanna Lichocka. Przeciw jego powołaniu zagłosowali Juliusz Braun (trafił do RMN z rekomendacji PO) i Grzegorz Podzorny (z rekomendacji Kukiz '15). J. Kurski został



Jacek Kurski

wybrany na dokończenie czteroletniej kadencji rozpoczętej w październiku 2016 r. Poza J. Kurskim w zarządzie TVP zasiada **Mateusz Matyszkowicz**. Przed ponowną nominacją kandydat przez prawie 30 minut opowiadał członkom Rady o swoich planach. Zapowiedział złagodzenie walki politycznej na antenach TVP, a także nowe kanały tematyczne, m.in. **TVP Kobieta i TVP Nauka**.

Zmiany w zarządzie Grupy Interia

Telewizja Polsat oficjalnie przejęła **Grupę Interia** od **Bauer Media Group**. W związku z przejęciem do zarządu spółki dołączył **Adam Nowe**, pełniący tę samą funkcję w zarządzie Telewizji Polsat. W zarządzie Interii zasiadają także bez zmian: **Artur Potocki**

(prezes), **Radosław Kucko**, **Paweł Chwaleba** i **Piotr Lisowski**. Spółka podjęła również decyzję o powołaniu rady nadzorczej, w skład której wejdą **Zygmunt Solorz** (przewodniczący), a także **Tobias Solorz**, **Piotr Żak**, **Maciej Stec** i **Stanisław Janowski**.



Suwalszczyzna z LRT Lituanica



Litewski kanał **LRT Lituanica**, skierowany do Litwinów mieszkających poza ojczystym krajem, od sierpnia dostępny jest w ramach naziemnej telewizji cyfrowej w północno-wschodniej Polsce. Aby go odbierać wystarczy standardowa antena – taka, jak dla MUX-1, MUX-2 i MUX-3 – skierowana na Radiowo-Telewizyjne Centrum Nadawcze na Krzemianusze. Mniejszość litewska w Polsce w 2011 r. – według przeprowadzonego wówczas Narodowego Spisu Powszechnego – liczyła 7376 osób. Niemal dwie trzecie z nich to mieszkańcy woje-

wództwa podlaskiego. Największy odsetek Litwinów był w gminach Puńsk, Sejny i Szypliszki. Polska telewizja w Wilnie dostępna jest już od trzech dekad. Początkowo była to Jedynka bądź Dwójka retransmitowana z Krzemianuszy, a od połowy lat dziewięćdziesiątych Telewizja Polonia. Do 2012 r. była to emisja analogowa, obecnie – cyfrowa, ogólnokrajowa. W południowych regionach Litwy jest też nadawany polski multipleks zawierający programy TVP Wilno, TVP Polonia, TVP Info, TVP Historia, Power TV i Nuta.TV.

Rebranding w MWE

Spółka **MWE** Michała Winnickiego kupiła **NTL Radomsko od TVN Discovery Polska** we wrześniu 2019 r. Nowy właściciel postanowił teraz zmienić nazwę



kanału na **TVC**. Jednocześnie nadawca kanału, czyli spółka **NTL Radomsko**, zmieniła nazwę na **MWE Broadcast**. Jest ona również operatorem lokalnego multiplexu naziemnej telewizji cyfrowej – MUX L3 odbieranego w Radomsku, Tomaszowie Mazowieckim, Częstochowie i Łodzi. – Chcemy jasno zakomunikować widzom, że ten kanał to nie tylko Radomsko, ale centrum województwa łódzkiego, centrum

Polski, stąd nazwa **TVC** nawiązująca do telewizji z centrum Polski – wyjaśnia M. Winnicki. Z kolei kanał **TVR** zmieni nazwę na **Home TV**, a jego nadawca Nova Media na **MWE Media**. W uzasadnieniu wniosku do KRRiT o zmianę nazwy programu spółka **MWE Media** podała, że nazwa **TVR** odnosiła się jeszcze do czasów

dawnej Telewizji Rolniczej, ale w obecnych czasach izolacji i epidemii koronawirusa dużo bardziej charakter programu oddawać będzie nazwa **Home TV**, odnosząca się do przebywania w domu. Wnioskodawca zakłada, że nowa nazwa przyczyni się do wzrostu popularności i oglądalności programu w aktualnych, trudniejszych czasach. Do zmiany nazwy **TVR** na **Home TV** miałyby dojść jesienią br.

Przezroczysty telewizor

W 10. rocznicę powstania marki, chiński producent **Xiaomi** zaprezentował telewizor **Xiaomi Mi TV LUX Transparent Edition**. To pierwszy model przezroczystego telewizora, który został opracowany do masowej sprzedaży. **Xiaomi** zaprezentował swoją innowację za cenę około 49999 juań (26 770 zł). Od 16 sierpnia br. **Xiaomi Mi TV LUX**



Transparent Edition można już kupić w Chinach, ale niestety nie uruchomiono sprzedaży dla reszty świata. Ultracienki 5,7 mm telewizor ma 55-calowy przezroczysty wyświetlacz OLED. To specjalny panel, który wspiera różne nowe technologie, w tym Dolby Vision i oferuje szeroki kąt widzenia (do 178 stopni). Nie zabrakło także obsługi Dolby Atmos i dźwięku

DTS. Dzięki rozdzielczości 4K UHD z HDR10+ i 120 Hz model jest dobrze przygotowany do obsługi pełnych 93 proc. spektrum

kolorów DCI-P3. Czterordzeniowy procesor MediaTek MT9650 wraz z 3 GB pamięci RAM i 32 GB przestrzeni dyskowej jest wbudowany w podstawę. Jak podaje producent, **Xiaomi Mi TV LUX Transparent Edition** to nie tylko telewizor do użytku prywatnego, może być również używany w galeriach, muzeach, domach towarowych czy teatrach.

Nowości



Telemedycyna przeżywa swój wielki triumf w okresie pandemii, ale i ograniczenia; szczepienia przeciwko grypie i pneumokokom tej jesieni powinny być obowiązkiem nas wszystkich; COVID manifestuje coraz to inne późne powikłania, także u osób, które przeszły infekcję bezobjawowo. To niektóre z wniosków po spotkaniu **Rady Programowej STUDIOMED TV**, w skład której wchodzi wybitni eksperci – doktorzy i profesorowie wielu specjalizacji medycznych. Kanał dociera przede wszystkim do widzów zainteresowanych zdrowiem i medycyną, dlatego stawia na programy merytoryczne i ważne z punktu widzenia edukacji zdrowotnej Polaków. Od września na antenie **STUDIOMED TV** pojawiły się nowe cykle programów o charakterze poradnikowym. „**Zdrowe dzieciaki**” (emisje: **poniedziałek–piątek, godz. 11.25**.) – seria poświęcona rehabilitacji oraz zdrowiu dzieci. Prezentowane będą porady ekspertów pokazujące aspekty prawidłowej postawy i rehabilitacji dzieci. W serialu można znaleźć informacje, np. w jaki sposób powinno się nosić plecak, jak siedzieć przy biurku. Ponadto praktyczne porady, jak bawiąc się monitorować prawidłowy rozwój oraz ukształtowanie dziecka. Kolejną premierą jest seria „**Przez żołądek do zdrowia**” (emisje: **godz. 15.40 i 23.00**). Istotne tematy to prewencja oraz alimentacja – w programie poruszane będą tematy prowadzenia zdrowego trybu życia i prawidłowego odżywiania. 12 ochotników zgłosiło się do programu i przez okres 6 miesięcy przeszło metamorfozę zdrowotną.



Tamte dni, tamte noce

Nominowana do Oscara historia romansu rozgrywającego się w scenerii wakacyjnych Włoch 1983 roku. Elio (**Timothée Chalamet**), dojrzały jak na swój wiek siedemnastolatek, spędza wakacje w rodzinnej willi. Czas beztrzęsio upływa mu na graniu muzyki klasycznej, czytaniu i flirtowaniu ze swoją przyjaciółką,

Marzią (**Esther Garrel**). Pewnego dnia w domu pojawia się Oliver (**Armie Hammer**) – czarujący amerykański doktorant, który ma pomagać ojcu Elio, wybitnemu profesorowi. Pośród skąpanych w słońcu, zachwycających krajobrazów Elio i Oliver odkrywają uderzające do głowy piękno budzącego się między nimi uczucia i pożądaną, które na zawsze odmieni ich życie.

PREMIERA: 10 PAŹDZIERNIKA, GODZ. 20.00



Absentia (sezon 3.)

Historia agentki FBI Emily Byrne (**Stana Katic**), która podczas pościgu za seryjnym mordercą w Bostonie znika bez śladu, a policja uznaje ją za zmarłą. Sześć lat później zostaje odnaleziona w lesie. Nie pamięta, co



się z nią działo przez poprzednie lata. Nowy sezon rozpoczyna się trzy miesiące po dramatycznych wydarzeniach z drugiej serii, gdy Emily zbliża się do końca okresu

zawieszenia w służbie w FBI. Jej spokój burzy jedna ze spraw kryminalnych Nicka Duranda (**Patrick Heusinger**), bezpośrednio dotykająca rodzinę Emily. Bliscy agentki stają w obliczu śmiertelnego zagrożenia. Emily musi wyruszyć w daleką podróż, która wystawi ją na niebezpieczną próbę.

PREMIERA: 29 PAŹDZIERNIKA, GODZ. 22.00; EMISJE: OD PONIEDZIAŁKU DO PIĄTKU O GODZ. 22.00



Poza czasem (sezon 2.)

W tym serialu bezwzględny przestępca, Garcia Flynn (**Goran Visnjic**) kradnie wehikuł czasu, aby zmienić przeszłość i zniszczyć Amerykę. W pogoń za nim

ruszają żołnierz Wyatt (**Matt Lanter**), naukowiec Rufus (**Malcolm Barrett**) i profesor historii Lucy (**Abigail Spencer**). Wykorzystując prototyp skradzionej maszyny podróżują w czasie, aby zatrzymać nadchodzącą apokalipsę. W drugim sezonie trójka bohaterów znajdzie się na francuskich polach bitwy w czasie I Wojny Światowej i zrekrutuje do pomocy samą Marię Skłodowską-Curie.



PREMIERA: 4 PAŹDZIERNIKA, GODZ. 14.35; EMISJE: W NIEDZIELE, GODZ. 14.35



Amerykańscy bogowie (sezon 2.)

Serial na podstawie powieści Neila Gaimana o tym samym tytule. Głównym bohaterem produkcji jest Cień – mężczyzna skazany na sześć lat więzienia za obrabowanie

kasyna. Na kilka dni przed wyjściem na wolność dowiaduje się, że jego ukochana żona zginęła w wypadku samochodowym.



W samolocie, którym leci na pogrzeb Laury, Cień poznaje tajemniczego pana Wednesdaya. Losy obu mężczyzn splatają się: Cień odkrywa, że Wednesday jest inkarnacją Odyna (boga panteonu nordyckiego), a ludzką postać przybrały także bóstwa innych kultur i religii. Bohater zostaje wciągnięty w konflikt pomiędzy starymi a nowymi bogami.

PREMIERA: 19 PAŹDZIERNIKA, GODZ. 21.00; EMISJE: OD PONIEDZIAŁKU DO PIĄTKU O GODZ. 22.00

Co wolno w filmie, to nie w życiu

Kanał Kino Polska, który od lat promuje polskie kino i polskich aktorów, rozpoczął kampanię swojej jesiennej ramówki pt. „Co wolno w filmie, to nie w życiu”, w ramach której zwraca uwagę na różnice między filmem a rzeczywistością i zachęca do posługiwania się językiem wolnym od stereo-



„Dzień Świra”

typów i nienawiści. Zaproszone do współpracy gwiazdy polskiego filmu – Katarzyna Figura, Cezary Pazura i Michał Miłowicz – razem z Kino Polska podkreślają, że brak tolerancji, obraźliwe stereotypy i niegrzeczne sformułowania mogą być bardzo zabawne, ale tylko na ekranie.

Polskie komedie pełne są zapadających w pamięć cytatów, sformułowań dosadnych, często wulgarnych i obraźliwych, które czasem powtarzamy. Jednak polskie kino



„Miś”

kolejnych pokoleń, zawierają jednak w sobie sporą dawkę niepoprawności politycznej, a takie teksty,



„Ajlawju”



KULTOWE POLSKIE KOMEDIE
SPRAWDŹ COWOLNOWFILMIE.PL

CO WOLNO W FILMIE,
TO NIE W ŻYCIU

jak „To jest moja żona, lafirynda”, „Dupeczki, jazda, roznosić drinki”, „No i co ty, w mordę p... bambusie” czy „Cycki se usmaż” mogą dziś wywołać konsternację u niejednego widza. Dlatego w kampanii Kino Polska zestawia głośne, najbardziej niepoprawne politycznie sceny i cytaty z wymienionych wyżej filmów z aktualnym komentarzem występujących w nich aktorów.

Kampania „Co wolno w filmie, to nie w życiu” rozpoczęła się 18 września i obejmuje przede wszystkim media internetowe (YouTube, Facebook, Instagram, portale ogólnotematyczne i filmowe, np. Filmweb), współpracę z popularnym aktorem Miśkiem Koterskim oraz influencerem Krzysztofem Gonciarzem i youtuberami Sfilmowani. Spoty reklamowe są emitowane również na antenie Kino Polska. Za opracowanie strategii i koncepcji kreatywnej kampanii, a także za przygotowanie materiałów graficznych oraz postprodukcję spotów odpowiada agencja Digital Kingdom. Spoty wyprodukowało studio produkcyjne Papaya Films, a za planowanie i zakup mediów odpowiadają dom mediowy RL Media oraz dział marketingu Kino Polska TV SA.

EMISJE PAŹDZIERNIKOWE:

„PORANEK KOJOTA”

– 12 PAŹDZIERNIKA,

GODZ. 20.00;

„MIŚ” – 24 PAŹDZIERNIKA,

GODZ. 17.35;

„AJLAWJU” – 28 PAŹDZIERNIKA,

GODZ. 23.55,

„DZIEŃ ŚWIRA”

– 30 PAŹDZIERNIKA,

GODZ. 22.25



Australijskie megametro

DOKUMENT/ REALITY TV/
PODRÓŻE, 2020

Sydney to miasto stale zakorkowane, a tymczasem australijska metropolia powiększa się o 100 tysięcy mieszkańców rocznie! Jedynym rozwiązaniem jest supernowoczes-



ne metro. W tej filmowanej przez pięć lat serii zobaczymy, jak przebiega realizacja najnowocześniejszego w historii Australii systemu transportu publicznego. To w pełni

zautomatyzowane metro porusza się bez maszynistów i nie ma rozkładu jazdy, a pociąg pojawia się na stacji co kilka minut. Budowa tak zaawansowanego technologicznie systemu transportu jest dla inżynierów wielkim wyzwaniem. Jednym z najtrudniejszych zadań jest konstrukcja futurystycznego centrum kontroli. Ten ogromny obiekt zasila energia słoneczna z nowej elektrowni.

PREMIERA: 21 PAŹDZIERNIKA, GODZ. 22.00



Odkodowane tajemnice

DOKUMENT/ HISTORIA/
TECHNOLOGIE, 2019

Ta seria programów dokumentalnych w bardzo szczegółowy sposób analizuje największe, ale wciąż nie-

rozwiązane tajemnice z historii Stanów Zjednoczonych. Na podstawie najnowszych dowodów i z pomocą nowatorskich technologii poszukamy prawdy w legendarnych już dziś opowieściach o Strefie 51 czy procesach czarownic z Salem. Śledztwa prowadzi była żołnierka



US Navy, a obecnie prywatny detektyw Jennifer Marshall. Razem z towarzyszami jej ekspertami podejmuje próbę ostatecznego rozwiązania tych historycznych zagadek.

EMISJA: OD 5 PAŹDZIERNIKA, W DNI POWSZEDNIE, GODZ. 19.40



Ocalić niedźwiadki (sezon 3.)

DOKUMENT/ PRZYRODA/
ZWIERZĘTA, 2019

Zapraszamy na spotkania z mieszkańcami jedynej w Kanadzie schroniska dla osieroconych niedźwiadków i innych zwierzątek. W tej trzeciej już serii programów do schroniska trafią nowe misie

z różnego rodzaju obrażeniami i problemami. Zobaczymy też zwierzęta z zeszłego sezonu, które wkrótce wrócą na wolność. Angelika, Peter, Tanja i ich wolontariusze jak zwykle mają mnóstwo pracy. Muszą zajmować się chorymi niedźwiadkami i cielaczkami oraz jednocześnie zapanować nad zadziornymi misiami, które wykorzystają każdą okazję, aby uciec!

EMISJA: OD 12 PAŹDZIERNIKA, W DNI POWSZEDNIE, GODZ. 19.30



Fotograf śmierci

SERIAL KRYMINALNY, 2020, REŻ: JOHN MORTON, IMOGEN MURPHY, OBSADA: MICHAEL SMILEY, EILEEN O'HIGGINS, KERR LOGAN, AIDAN O'HARE

Dublin, 1880 rok. Aparaty fotograficzne stają się coraz tańsze i w całym kraju jak grzyby po deszczu wyrastają studia fotograficzne. Jednak fotografia pośmiertna, czyli

portrety zmarłych ludzi, powoli zanika. Słynny fotograf zmarłych Brock Blennerhasset próbuje jednak ożywić swoją działalność. Niedawno miał wypadek i zmuszony jest skorzystać z pomocy swojej bratanicy Nancy Vickers i nowego asystenta Conalla Molloya. Choć początek współpracy tej trójki nie wróżył



dobrze, biznes zaczyna się rozwijać. Wkrótce jednak okazuje się, że na tym niszowym rynku działa ktoś złowrogi i śmiertelnie niebezpieczny. Prowadzący śledztwo detektyw Frederick Regan podejrzewa, że zabójca zarabia na zdjęciach zmarłych ludzi. Kiedy liczba zgonów zaczyna niebezpiecznie wzrastać, Blennerhasset, Molloy i Vickers muszą powstrzymać mordercę, który nie tylko chce zniszczyć im biznes, ale także zrujnować życie.

PREMIERA: 16 PAŹDZIERNIKA, GODZ. 21.30



Fotografia to zabójczy biznes

Nowy serial

Fotograf śmierci

Premiera 21 października 21:30

epicdrama.pl | [/EpicDramaPL](https://www.facebook.com/EpicDramaPL)

CANAL+
PLATFORMA

69



49

multiMedia

147/306



Kaon/Horizon 224
Mediabox 499

vectra

306

FOX

Maratony „Gwiezdných wojen”

„Gwiezdne wojny” to bez wątpienia jedna z najbardziej rozpoznawalnych serii filmowych na świecie. Historia, która wydarzyła się dawno, dawno temu w odległej galaktyce, wychowała pokolenia wiernych fanów i na zawsze zmieniła oblicze kina i (pop)kultury. Dla wszystkich fanów „Gwiezdných wojen” oraz dla tych (nielicznych wyjątków), którzy nie mieli jeszcze



okazji zobaczyć kultowej sagi, FOX przygotował dwie soboty w odległej galaktyce. Niech moc będzie z Wami!

EMISJE 10 PAŹDZIERNIKA:

„NOWA NADZIEJA”,
GODZ. 17.00; „IMPERIUM
KONTRATAKUJE”, **GODZ. 19.20;**
„POWRÓT JEDI”, **GODZ. 21.40**

EMISJE 17 PAŹDZIERNIKA:

„MROczne WIDMO”,
GODZ. 17.00;
„ATAK KLONÓW”, **GODZ. 19.35;**
„ZEMSTA SITHÓW”, **GODZ. 22.15**

Chicago Med (sezon 5.)

To już piąty sezon opowiadającego o losach bohaterów lekarzy z Wietrznego Miasta popularnego serialu autorstwa zdobywcy nagrody Emmy Dicka Wolfa. Czym tym razem zaskoczą nas pracownicy szpitala w centrum Chicago? Po dramatycznych wydarzeniach z ostatniego odcinka czwartego sezonu, w którym to dr Natalie



Manning (Torrey DeVitto) ucierpiała w wypadku samochodowym, dowiadujemy się, że cierpi ona na amnezję będącą skutkiem doznanego urazu głowy. Tymczasem dr Will Halstead (Nick Gehlfuss) również nie jest w najlepszej formie. Mimo że nie ma obrażeń fizycznych, obwinia się za wypadek, w którym ucierpiała dr Manning. W piątym sezonie wszyscy główni bohaterowie borykają się z dużymi problemami i zmianami w życiu. W serialu występują ponadto m.in.: Norma, Yaya DaCosta, Marlyne Barrett, Colin Donnell, Brian Tee, Oliver Platt oraz Dominic Rains
PREMIERA: 21 PAŹDZIERNIKA, GODZ. 21.05 (DWA ODCINKI);
EMISJE: W ŚRODY, GODZ. 21.05

FOXcomedy

Simpsonowie (sezon 31.)

Najpopularniejszy animowany serial na świecie powraca z trzydziestym pierwszym sezonem, który ponownie rozśmiesza do łez. Kultowa animacja, opowiadająca o losach rodziny Simpsonów, przyciąga widzów od wielu lat i podobno trafnie przewiduje przyszłość. Czym



tym razem zaskoczą nas Homer, Marge, Bart, Lisa i Maggie? Już w pierwszym odcinku nowego sezonu Bart i Homer zostaną gwiazdami social mediów i na własnej skórze poczują, jak to jest być celebrytą. W międzyczasie Lisa walczy z nowymi szkolnymi zasadami zostawiania po lekcjach za karę. Oprócz tego w kolejnych odcinkach zobaczymy m.in. parodię Stranger Things, robota-klona Marge i nowy, kontrowersyjny biznes Homera. Simpsonowie znani są z gościnnej gwiazdorskiej obsady. W trzydziestym pierwszym sezonie pojawiły się znane głosy, m.in.: Johna Mulaney, Michaela Rapaporta, Jasona Momoa czy Jane Goodall.

PREMIERA: 5 PAŹDZIERNIKA, GODZ. 18.30 (4 ODCINKI);
EMISJE: OD PONIEDZIAŁKU DO PIĄTKU O GODZ. 18.30

Spoza układu

Serial animowany współtworzony przez autorów popularnego serialu „Rick i Morty”, Justina Roilan-

da i Mike’a McMahana. Serial skupia się na losach czwórki kosmitów, którzy po tym, jak ich planeta ulega zniszczeniu, szukają schronienia na Ziemi. Korvo (Justin Roiland) oraz Yumyluck (Sean Giambrone) nie są prze-



konani do życia na tej nowej, nieco dziwnej i bardzo zaśmieczonej planecie. Terry (Thomas Middleditch) i Jesse (Mary Mack) natomiast są zachwyceni ludźmi, telewizją oraz śmieciowym jedzeniem. Misją niebanalnej rodziny kosmitów jest ochrona żyjącego komputera — najmłodszego członka grupy.

PREMIERA: 9 PAŹDZIERNIKA, GODZ. 22.00 (2 ODCINKI)



Chicago Justice

13 Ulica zaprasza na kolejny serial, którego akcja toczy się w „wietrznym mieście”, a jego producentem jest zdobywca Emmy, **Dick Wolf**, odpowiedzialny również za sukces „Chicago Fire” i „Chicago Med.”. Fabuła koncentruje się na działaniach pracowników okręgowego biura prokuratora. Ekipie zdolnych śledczych przewodzą Peter Stone (**Philip Winchester**) i jego szef

Mark Jeffries (**Carl Weathers**), a wśród jej członków jest też znajoma twarz detektywa Antonia Dawsona (**Jon Seda**). Jak się okazuje, chcąc zadośćuczynić sprawiedliwości, muszą nie tylko stawiać czoło przestępcom i ich obrońcom, ale też lokalnym politykom.

PREMIERA: 3 PAŹDZIERNIKA OD GODZ. 21.00 (DWA ODCINKI); EMISJE: W SOBOTY, GODZ. 21.00

Chicago P.D. (sezon 3. i 4.)

Trzeci i czwarty sezon wciągającego serialu policyjnego poświęconego pracy policjantów z dwóch różnych sekcji komisarjatu 21 – mundurowych ze służby patrolowej i detektywów z wydziału wywiadowczego. Tym ostatnim dowodzi szorstki, ale bardzo oddany swojej służbie sierżant Hank Voight (**Jason Beghe**). Każdy z odcinków opowiada o prowadzonych przez



ekipę Voighta sprawach, nie pomijając wątków osobistych bohaterów, którzy muszą pogodzić życie rodzinne ze stresującą i niebezpieczną pracą.

PREMIERA: SEZON 3. – 5 PAŹDZIERNIKA, GODZ. 22.00; SEZON 4. – 26 PAŹDZIERNIKA, GODZ. 22.00; EMISJE: OD PONIEDZIAŁKU DO CZWARTKU, GODZ. 22.00,



SCI FI

Noc oczyszczenia (sezon 2.)

SCI FI wznowia emisję mrocznego serialu, przedstawiającego obraz alternatywnej Ameryki, gdzie mieszkańcy walczą o przetrwanie corocznej nocy

oczyszczenia, podczas której przestępstwa stają się legalne. W drugim sezonie dowiemy się, jak ta jedna noc wpłynęła na życie czworga bohaterów, których losy przeplatają się ze sobą przez kolejny rok. Czeka ich trudne wybory, zaskakujące sytuacje i nieodwracalne decyzje obarczone przykrymi konsekwencjami. Jak sobie poradzą zanim nadejdzie kolejna noc oczyszczenia?

EMISJA: OD 19 PAŹDZIERNIKA, W PONIEDZIAŁKI, GODZ. 21.00



Ekipa Bradshaw

Serial, w którym fani legendarnego quarterbacka, a także telewizyjnego komentatora i sprawozdawcy sportowego, **Terry'ego Bradshawa**, mają okazję poznać go prywatnie. Były futbolista niegdyś okrzyknięty „najwspaniał-



szym w historii” teraz spełnia się w roli najwspanialszego taty. Otoczony przez kobiety – żonę i trzy

córki – Terry pomaga swojej rodzinie pokonywać życiowe meandry, a czyni to w przezbawny sposób. Wyjątkowa okazja, by zobaczyć Terry'ego Bradshawa, jakiego nie znacie!

EMISJE: W NIEDZIELE, GODZ. 22.00

warto zobaczyć



Generał, który nienawidził wojny

Trzyczęściowy serial opowiadający niesamowitą, bardzo amerykańską historię prostego człowieka, który



przewyciężając ogromne trudności, sięga po najwyższe zaszczyty i dwu-

krotnie ratuje kraj. Fabularyzowane rekonstrukcje wydarzeń, komentarze ekspertów i pięknie odrestaurowane archiwalne obrazy tworzą spójną, fascynującą opowieść o bohaterze, który dwukrotnie przeprowadził Stany Zjednoczone przez czasy największej próby – wojnę secesyjną i rekonstrukcję.

**EMISJA: OD 31 PAŹDZIERNIKA,
OD SOBOTY DO PONIEDZIAŁKU
O GODZ. 21.00**



Z archiwum strachu

Jak się okazuje, historie dotyczące zjawisk nadprzyrodzonych w ogóle się nie starzeją, a nowoczesne techniki produkcji filmowej, np. twórcze wykorzystanie nagrań z kamer przemysłowych, amator-

skich filmów czy zdjęć w podczerwieni, pozwalają je upodobnić do współczesnych horrorów w rodzaju „Blair Witch Project” czy „Paranormal Activity”. Autorzy programu prowadzą nas w miejsca wyjątkowe i owiane tajemnicą, takie jak Alcatraz, pole bitwy pod Gettysburgiem, „Promenada Diableła” w Oklahomie albo otwarte w 1876 roku więzienie stanowe w Wirginii Zachodniej, które uchodzi za najbardziej nawiedzone w Ameryce.



**EMISJA: OD 27 PAŹDZIERNIKA,
WE WTORKI, GODZ. 22.00**



Niewidzialne: stop przemocy



Co 40 sekund jakaś kobieta w Polsce doświadcza przemocy. Atak najczęściej przychodzi ze strony kogoś, kogo dobrze znają. Formy przemocy są różne: fizyczna, seksualna, psychiczna i ekonomiczna. Niektórym udaje się wyrwać z koszmaru. Jak to zrobić? Cztery bohaterki, które skorzystały z pomocy Centrum Praw Kobiet, opowiedziały swoje historie w niezwykłym programie dokumentalnym „Niewidzialne: stop przemocy”. Ich opowieści wysłuchała prowadząca programu Katarzyna Grochola, która w swoim dorob-

ku literackim i scenariuszowym wielokrotnie prezentowała bolesną prawdę o przemocy domowej. Świadczenia ofiar przemocy ukazują, że przemoc wobec kobiet często jest niewidzialna, ukryta w czterech ścianach domu często trwa latami. Wiele z nich boi lub wstydzi się mówić o swoim problemie. Nie wiedzą, gdzie szukać pomocy. Katarzyna Grochola pomaga swoim rozmówczyniom otworzyć się i ukazać prawdę o tym, co je spotkało.

**EMISJE: OD 9 PAŹDZIERNIKA,
W PIATKI, GODZ. 22.00**



Małżeństwo warte miliony

Program śledzi losy sześciu par planujących zalegalizowanie swoich związków. Problem w tym, że zakochani pochodzą z dwóch różnych światów. Przeciętni ludzie nagle trafiają



do środowiska bogaczy, pełnego luksusu, ekstrawaganckich doświadczeń i egzotycznych podróży. Na pozór takie życie wydaje się spełnieniem marzeń, ale rzeczywistość weryfikuje ten pogląd. W drodze do ołtarza obie strony muszą pójść na kompromis, by pogodzić dzielące ich różnice i odnaleźć się w kompletnie nowym otoczeniu.

**EMISJA: OD 7 PAŹDZIERNIKA,
W ŚRODY, GODZ. 21.00**

MISTRZOWIE KRYMINAŁU | PRAWDZIWE ZBRODNIE



NOWY SEZON

OPOWIEŃ CI O ZBRODNI

CRIME+
INVESTIGATION
POLSAT

PIĄTKI 22:00
OD 6 LISTOPADA

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

Ben 10 kontra Wszechświat

Ben 10 i jego paczka powracają w kolejnym filmie pełnometrażowym! Tym razem bohater wyrusza w kosmos, by ratować świat przed zniszczeniem. W najnowszej produkcji ważą się losy całej ludzkości, a emocje sięgają zenitu! Podczas gdy Ben Tennyson mierzy się ze swoją przeszłością i udaje się w międzygalaktyczną podróż, dziadek Max i kuzynka Gwen zostają na Ziemi, by zyskać trochę czasu i zapewnić bezpieczeństwo jej mieszkańcom. Powrót z przestworzy okaże się jednak bardzo trudny – czy chłopakowi uda się wykonać swoje zadanie na czas i powrócić, by pomóc rodzinie?

**PREMIERA: 10 PAŹDZIERNIKA,
GODZ. 12.00**



Kicia Rożek (sezon 3.)

Urocza i waleczna Kicia Rożek jak zawsze dba o spokój i doskonały nastrój mieszkańców swojego



magicznego królestwa. W trzecim sezonie czekają na nią kolejne wyzwania! Tym razem podczas pokazu fajerwerków zostaje uwięziona z Mistrzem Smutasem w zamku i niespodziewanie orientuje się, że jej towarzysz próbuje zepsuć to spektakularne święto. Czy uda się jej dowiedzieć dlaczego i uratuje doskonałą zabawę? Tymczasem Orłodyl łamie sobie rękę i próbuje ukryć przed przyjaciółmi ten wypadek. Księżę Piesio Rożek z kolei chce nauczyć się, jak być „cool” – wszyscy przyjaciele chcą mu zatem udzielić ważnych wskazówek.

**PREMIERA: 12 PAŹDZIERNIKA,
GODZ. 17.30; EMISJA:
OD PONIEDZIAŁKU DO PIĄTKU
O GODZ. 17.30**

Mao Mao i bohaterowie czystego serca

Mao Mao ma w planach zostać legendarnym superbohaterem. Koci samuraj musi jednak najpierw zdobyć jeszcze sporo wiedzy i doświadczenia. Jedno jest pewne – nie brak mu zapału! W nowych odcinkach Nietoperka i Borsukowaty zbijają ukochany kubek Szeryfa Doliny Czystego Serca. Mao Mao będzie ich w związku z tym wydarzeniem obdarzać chłodnym milczeniem. W innym z odcinków urocza Nietoperka postanowi udowodnić, że jest samodzielna – wszystko przez to, że jej tata uważa, że przyjaźń z Mao Mao i kolejne, ekscytujące przygody są dla niej



niebezpieczne. Okazuje się też, że główny bohater wcale nie jest zupełnie nieustraszony i panicznie boi się... marionetek.

**PREMIERA: 19 PAŹDZIERNIKA,
GODZ. 14.50; EMISJA:
OD PONIEDZIAŁKU DO PIĄTKU
O GODZ. 14.50**



Scooby-Doo i... zgadnij kto?

Październik to idealny czas na to, by odpowiednio przygotować się na Halloween! Strachliwy pies Scooby-Doo wraz z paczką młodych detektywów z pewnością będzie w tej kwestii wyjątkowo pomocny! Tej jesieni

widzowie Boomeranga spędzą z tymi bohaterami aż 4 godziny każdego dnia! W specjalnym maratonie znajdują się nowe odcinki „Scooby-Doo i... zgadnij



kto?”, a także filmy opowiadające przygody Daphne, Freda, Welmy, Kudłatego oraz ich wiernego czworonożnego kompana. Dodatkowo dzieciaki przypomną sobie ulubione momenty z „Wyluzuj, Scooby-Doo!”.

**PREMIERA MARATONU
„STRASZNIE ŚMIESZNE
POPOŁUDNIE
ZE SCOOBYM”:
10 PAŹDZIERNIKA,
GODZ. 13.00;
EMISJA: CODZIENNE
OD GODZ. 13.00**



WarnerMedia™

NOWY CYKL DLA NAJMŁODSZYCH



PLAC ZABAW BOOMERANGA

CODZIENNIE O 17:00

DYSTRYBUCJA W POLSCE:

Marta Książek

marta.ksiazek@turner.com

tel. +48 503 539 279



Boomerang TM & © 2020 Cartoon Network. A WarnerMedia Company. All Rights Reserved.



Ekspresowe budowle

W tym programie gigantyczne konstrukcje mogą powstać nawet przez jedną noc, wzniesione w rekordowym tempie przy koordynacji setek



inżynierów, budowlanców i robotników. W wyjątkowej serii zobaczymy proces powstawania najbardziej zadziwiających budowli naszej ery. W każdym odcinku profesjonalna ekipa budowniczych prowadzi wyścig z czasem, realizując pozornie niemożliwe do zrealizowania projekty – czy to 14-piętrowy apartamentowiec, który musi powstać w dwa miesiące, czy zbudowanie w 5 godzin tunelu w poprzek magistrali kolejowej. Czy wszystko pójdzie zgodnie z planem? Czy poja-

wią się nieoczekiwane trudności? Jedno jest pewne – ani na chwilę nie zabranie tu emocji!

PREMIERY: OD 7 PAŹDZIERNIKA, W ŚRODY, GODZ. 21.00

Nowoczesne manufaktury

To będzie niezwykła podróż z pasjonatką kunsztu rzemieślniczego Franceską Chiorando. Odwiedzimy miejsca, w których powstają wyroby znanych marek, m.in. legendarne wzmacniacze lampowe Marshall czy kultowe skutery Vespa. Dowiemy



się, czy w XXI wieku do produkcji znanych na całym świecie rzeczy wciąż wykorzystuje się tradycyjne narzędzia i surowce? Ta podróż z Franceską ukaże nam świat nieprzemijającego piękna tradycyjnego wzornictwa przemysłowego.

PREMIERY: OD 7 PAŹDZIERNIKA, W ŚRODY, GODZ. 22.00



Wyprawa na dno

W tej fascynującej serii zejdziemy głęboko pod taflę mórz i oceanów, by dotrzeć do ukrytych na dnie wraków – okrętów, które padły ofiarą piratów lub niewyjaśnionych katastrof. Dzięki wykorzystaniu najnowszej technologii, m.in. obrazowania wirtualnego, zobaczymy także zatopione miasto w delcie Nilu. Polskich widzów w szczególności zaciekawi odcinek, w którym naukowcy zajmą się tajemniczym wrakiem galeonu „Mars”, leżącym od 450 lat na dnie Bałtyku. Choć odnaleziono go kilka lat temu, badacze trzymają jego dokładną lokalizację w ścisłej tajemnicy. Czy dlatego, że skrywa niewyobrażalne bogactwa?

PREMIERY: OD 8 PAŹDZIERNIKA, W CZWARTKI, GODZ. 22.00



WILD Sekrety ZOO

Poznajemy od podszewki jeden z największych ogrodów zoologicznych w Stanach Zjednoczonych – Columbus Zoo and Aquarium, w którym 2000 pracowników opiekuje się dziesięcioma tysią-

cami zwierząt. Opiekunowie dają z siebie wszystko, by zarówno ich podopieczni, jak i odwiedzający czuli się komfortowo. W każdym odcinku przytaczamy zabawne i wzruszające historie o zwierzętach i o ludziach, którzy o nie dbają.

PREMIERY: OD 19 PAŹDZIERNIKA, W PONIEDZIAŁKI OD GODZ. 18.00



DR T. – weterynarz z Teksasu

Doktor Lauren Thielen postanowiła porzucić słoneczną Florydę i wrócić do rodzinnego Teksasu.



Teraz leczy egzotyczne zwierzęta w klinice, położonej obok jednego z największych szpitali weterynaryjnych w stanie. Wszyscy pacjenci w potrzebie – od emu po jeże – znajdują pomoc u sympatycznej dr T., którą przez całą dobę wspiera personel oddziału ratunkowego.

PREMIERY: OD 14 PAŹDZIERNIKA, W ŚRODY, GODZ. 18.00

Supernatura

DOKUMENT, FRANCJA, 2018

Biomimetyka, czyli naśladowanie przyrody w technologii. 5-odcinkowa seria o tym, jak twór-



cze naśladowanie przyrody nie tylko może pomóc w naszym życiu, ale może pomóc Ziemi, którą sami zniszczyliśmy. O tym, jak flora i fauna na Ziemi przez setki milionów lat wykształciły niesamowite mechanizmy, by przerwać, oraz niezwykle organy i narządy, których dotąd nie wymyśliła nawet najbardziej zaawansowana ludzka technologia.

PREMIERA: 3 PAŹDZIERNIKA, GODZ. 16.00; EMISJE: SOBOTA-NIEDZIELA, GODZ. 16.00

Sapiens – nowy początek

DOKUMENT, FRANCJA, 2020

W 1961 roku w pewnej jaskini w Maroku odkryto szczątki czaszki. Po długich analizach okazało się, że to szczątki praczłowieka sprzed 300 tysięcy lat, co tym



samym przesunęło znane nam granice homo sapiens o 100 tysięcy lat. I postawiło nowe pytania. Czy na pewno człowiek pochodzi z Afryki Środkowej? Jak wędrował po kontynencie? Jak dostał się do Azji i Europy. Archeologiczne śledztwo o naszych prapradziadkach.

PREMIERA: 5 PAŹDZIERNIKA, GODZ. 22.00

Polska z góry. Zamki, dworki, pałace

DOKUMENT, POLSKA, 2020

W Polsce znajduje się kilka tysięcy zamków, pałaców i dwor-



ków. Warto zboczyć z utartych szlaków, by odkryć te często przepiękne, a nie zawsze znane szerzej budowle. Poznać tajemnice skrywane w ich murach oraz posłuchać arcyciekawych historii, których były świadkami. Dodatkowym atutem serii, obok urzekających zdjęć, jest scenariusz autorstwa Sławomira Kopra, autora książek historycznych i publicysty.

EMISJE: W PONIEDZIAŁKI, GODZ. 18.30

Na tropie tajemnic (sezon 2.)

DOKUMENT, USA, 2019

Kontynuacja serii z Zacharym Quinto o niewytłumaczalnych zjawiskach. Quinto porusza się



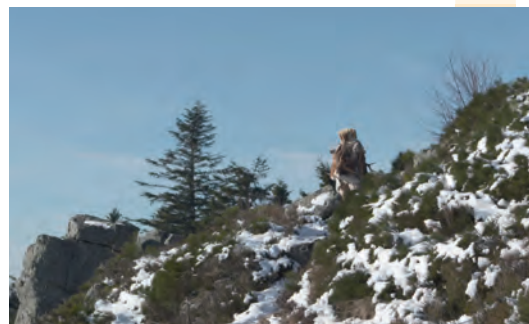
pomiędzy powszechnymi mitami a twardymi naukowymi faktami. Prowadzący doszukuje się prawdy w każdej kolejnej historii oraz z pomocą naukowców i naocznych świadków stara się wyjaśnić to, co do tej pory uznawane było za paranormalne.

EMISJE: W ŚRODY, GODZ. 22.00

Spotkanie z Neandertalczykiem

DOKUMENT, FRANCJA/ANGLIA, 2019

Na podstawie ostatnich odkryć archeologicznych na terenie Francji, Anglii i wyspy Jersey, próba pełniejszej odpowiedzi na



pytanie: jak żyli neandertalczyki – przez 200 tysięcy lat rdzenni mieszkańcy Europy, którzy jako łowcy i koczownicy poznali wszystkie zakątki naszego kontynentu i dostosowanie się do wszystkich możliwych warunków klimatycznych.

PREMIERA: 19 PAŹDZIERNIKA, GODZ. 22.00



W sobotnie wieczory na antenie Polsat Film będzie gościł kapitan Jack Sparrow z drużyną. Począwszy od 3 października, godz. 19.00, stacja zaprezentuje kolejno wszystkie filmy z przebojowego cyklu: „Piraci z Karaibów”. Serię zainauguruje obraz...

Piraci z Karaibów: Klątwa Czarnej Perły

PRZYGODOWY, USA, 2003, REŻ. GORE VERBINSKI, OBSADA:



JOHNNY DEPP, GEOFFREY RUSH, ORLANDO BLOOM, KEIRA KNIGHTLEY

Akcja rozgrywa się na Karaibach w XVIII wieku. Jack Sparrow – czarująco zawadiacki kapitan pirackiego statku „Czarna perła” – został zdradzony i porzucony na samotnej wyspie. Załogę podburzył jego pierwszy oficer, niejaki Barbossa. „Czarna Perła” to najszybszy okręt na całym Morzu Karaibskim. Wbrew

oczekiwaniom zdrajców, Sparrow umknął śmierci, poprzysiął zemstę na Barbossie i postanowił za wszelką cenę odzyskać swój ukochany statek. Film uzyskał 5 nominacji do Oscarów: dla najlepszego aktora pierwszoplanowego (Johnny Depp), za najlepszą charakterystykę, najlepsze efekty specjalne, najlepszy dźwięk i najlepszy montaż dźwięku.

W KOLEJNE SOBOTY ZOBACZYMY: „PIRACI Z KARAIBÓW: SKRZYNIA UMARŁAKA” (2006), „PIRACI Z KARAIBÓW: NA KRAŃCU ŚWIATA” (2007), „PIRACI Z KARAIBÓW: NA NIEZNANYCH WODACH” (2011), „PIRACI Z KARAIBÓW: ZEMSTA SALAZARA” (2017)



Ultraviolet (sezon 2.)

KRYMINALNY, POLSKA, 2019, REŻ: BARTOSZ PROKOPOWICZ, ŁUKASZ KOŚMICKI, ANNA JADOWSKA,



OBSADA: MARTA NIERADKIEWICZ, SEBASTIAN FABIJAŃSKI, PIOTR STRAMOWSKI, MAREK KALITA, BARTŁOMIEJ TOPA, MAGDALENA CZERWIŃSKA

Serial kryminalny, w którym tajemnice i niewyjaśnione przez policję sprawy rozwiązuje tytułowa grupa o nazwie Ultraviolet, działająca w sieci i wykorzystująca do tego siłę nowych technologii. W najnowszej, drugiej serii „Ultravioletu” główna bohaterka, Ola Serafin musi zmierzyć się z niebezpieczeństwem, zagrażającym jej rodzinie, co sprawia, że jej zaangażowanie w śledztwa staje się bardzo osobiste. W przebojowym, 1. sezonie trzydziestoletnia

Ola dołączyła do grupy Ultraviolet, bo osobiste problemy zmusiły ją do opuszczenia Londynu i powrotu do rodzinnej Łodzi. Przez internet poznała grupę ludzi, rozwiązujących sprawy, których nie jest w stanie wyjaśnić policja. Grupa Ultraviolet składa się m.in. z: blogerek, pracownika lotniska, hakera i mężczyzn do towarzystwa. Ten niecodzienny zespół w każdym odcinku wykorzystuje swoje umiejętności zdobywania informacji do rozwiązywania kolejnych kryminalnych zagadek.

PREMIERA: 17 PAŹDZIERNIKA, GODZ. 21.00; EMISJE: W SOBOTY, OD GODZ. 21.00 (PO CZTERY ODCINKI)



Beauty Express – Mistrzynie Makijażu

Śledzisz trendy makijażowe? Potrafisz godzinami oglądać internetowe tutoriale, a potem eksperymentować przed lustrem? Jesteś mistrzynią pędzelka i potrafisz zrobić genialny make

up? A może ciekawi Cię, jak robią to inni? „Beauty Express – Mistrzynie Makijażu” to program w sam raz dla Ciebie! W każdym odcinku zobaczymy zmagania czterech uczestniczek w konkretnym temacie. Może będzie to makijaż tancerek samby w Rio? Prace kandydatek ocenią **Ewa Gil** – makijażystka gwiazd, instruktorka wizażu, **Monika Miller** – influencerka beauty oraz **Lucas Adelon Lembas** znany z genialnych metamorfoz makijażowo-fryzjerskich – jeden



z najbardziej popularnych w Polsce Drag Queen.

EMISJE: W CZWARTKI, GODZ. 21.00

Nowe życie starych domów (sezon 3.)

Niezastąpiony Justin Stamper i jego niezłomny zespół renowatorów polują w Orlando na Florydzie na zniszczone i opuszczone



domy, często przywołujące na myśl posiadłości z horrorów. To właśnie takie budynki chcą kupić za nieduże pieniądze i „ożywić” swoimi nadprzyrodzonymi siłami. Przekonamy się, czy zyskają na tak ryzykownej inwestycji. Widzowie jak zwykle odnajdą tu mnóstwo inspiracji, które ułatwią im remont własnych domów.

EMISJA: OD 19 WRZEŚNIA, W KAŻDĄ SOBOTĘ O GODZ. 13.00

Tajemnice ludzkości

Trzymająca w napięciu opowieść o tym, jak dwanaście zaskakujących sił ukształtowało ludzką cywilizację i pomogło człowiekowi uczynić go tym, kim jest współcześnie. W ramach serii odbędziemy fascynującą podróż przez różne epoki, by



pokazać, jak owe uniwersalne siły łączą całą ludzkość. Poprzez historie, które dzieją się na całym świecie, odkryjemy niezwykle powiązania, przy okazji ujawniając sekretną historię nas wszystkich.

EMISJA: OD 21 WRZEŚNIA, W KAŻDY PONIEDZIAŁEK O GODZ. 20.00

Zaskakujące metamorfozy

Najlepsze specjalistki w swoim fachu wyruszają w podróż po Ameryce w specjalnie przygotowanej do metamorfoz ciężarówce. W każdym odcinku Nicole i Emily przybywają



do różnych miejscowości w kraju z misją dokonania zmian w stylu ubierania się mieszkańców. Przy okazji możemy poznać lokalną kulturę i dominujące trendy. Kto odważy się wsiąść do modowej ciężarówki? Czy nowy styl odmieni czyjeś życie? Przekonamy się, oglądając program „Zaskakujące metamorfozy”.

EMISJA: OD 25 WRZEŚNIA, W KAŻDY PIĄTEK O GODZ. 21.00

Wymarzone suknie ślubne

W kolorowym zakątku Chicago dwa sklepy ślubne prowadzą bezwzględną walkę o możliwość ubrania przyszłej panny młodej w jej najważniejszym dniu. David prowadzi odnoszący sukcesy salon. Właściciela wspiera zespół składający się z młodych mężczyzn. Konkurentką Davida po drugiej stronie ulicy jest Shelly, jego była szefowa. Ta wyjątkowa rywalizacja będzie bogata w mnóstwo pojedynków o klientów i pieniądze.



Najważniejsze jednak, że finalnie zarówno David, jak i Shelly mają na sercu marzenia i cele związane z wyjątkowym dniem każdej kobiety. Wielkie emocje gwarantowane!
EMISJA: OD 2 PAŹDZIERNIKA, W KAŻDY PIĄTEK O GODZ. 20.00

Igrzyska tytanów

Dwayne Johnson, amerykański wrestler, aktor i futbolista, znany też pod swoim pseudonimem ringowym jako The Rock, w programie „Igrzyska tytanów” motywuje publikę do pokazania swojego sportowego potencjału. W każdym odcinku pretendenci do



miana Tytana wkraczają na epicką arenę, aby rywalizować w wyczerpujących wyzwaniach, które sprawdzają fizyczne, psychiczne i emocjonalne przygotowanie do pokonywania własnych granic. Ci z największym hartem ducha mają szansę wzbogacić się o nagrodę w wysokości 100 tys. USD.

EMISJA: OD 4. PAŹDZIERNIKA, W NIEDZIELE, GODZ. 20.00



CBSoreality™

Dzieci Siostry Bernadetty

Program dokumentalny produkcji CBS Reality – opowiada o dwóch historiach, które wstrząsnęły całą Polską. Dwuczęściowy dokument otwiera sprawa zaginięcia ośmioletniego Mateusza z Rybnika, które przyczyniło się do odkrycia mrocznej tajemnicy ośrodka wychowawczego sióstr boromeuszek w Zabrze. O jego zabójstwo oskarżony został jeden z byłych wychowanków ośrodka, który w trakcie zeznań opowiedział o swych doświadczeniach z dzieciństwa. Byli podopieczni Specjalnego Ośrodka Wychowawczego w Zabrze prowadzonego przez Zgromadzenie Sióstr Miłosierdzia św. Karola Boromeusza, którego dyrektorką była siostra Bernadetta, doświadczyli w nim fizycznej i psychicznej przemocy z rąk sióstr i współwychowanków. W programie ze szczegółami opowiadają o tym, co przeżyli za murami placówki oraz jaki to miało wpływ na ich dalsze losy. Program powstał na podstawie akt sądowych i archiwów policyjnych. Na potrzeby realizacji dokumentu przeprowadzono wiele długich rozmów z wychowankami, ich rodzinami, psychologami oraz ekspertami zaangażowanymi w sprawę, a autorzy programu dotarli również do rodziców małego Mateusza. Dokument szuka odpowiedzi na pytania dotyczące traum z dzieciństwa i tego, czy można sobie z nimi w dorosłym życiu poradzić, czy może lepiej

próbować o nich zapomnieć i żyć dalej? A może dawne ofiary mogą stać się tylko oprawcami?

**PREMIERA: PONIEDZIAŁEK,
26 PAŹDZIERNIKA,
GODZ. 22.00 (CZĘŚĆ 1);
WTOREK, 27 PAŹDZIERNIKA,
GODZ. 22.00 (CZĘŚĆ 2)**

Kryminalne akta inspektor Biskupskiej

Pięciocyfrowa seria produkcji CBS Reality opowiada o pięciu słynnych sprawach kryminalnych

widza przez meandry policyjnych śledztw. Inspektor G. Biskupska przepracowała w policji ponad 20 lat. Kierowała m.in. Wydziałem do Walki z Terrorem Kryminalnym Komendy Stołecznej Policji oraz Wydziałem do Zwalczania Aktów Terroru CBS Komendy Głównej Policji. Nadzorowała największe policyjne akcje w Warszawie, w tym rozpracowanie gangu żoliborskiego i wykrycie sprawców głośnego zabójstwa maturzysty porwanego z Lasku Młocińskiego. W każdym z pięciu odcinków serii była policjantka wraca do śledztw, które stały się częścią jej życia i mocno zapadły w jej pamięć. Rozmawia z kolegami, ekspertami policyjnymi, którzy brali udział w ich rozwikłaniu. Wśród nich są policjanci operacyjni, dochodzeniowcy, technicy kryminalni, biegli czy policyjny psycholog. Większość z nich, razem z Grażyną Biskupską, stanowiła zespół, który zajmował się tymi najtrudniejszymi, najgroźniejszymi i brutalnymi sprawami. Ten serial to opowieść o pracy profesjonalistów, którzy robią wszystko, żeby



z lat 90., do których rozwiązania przyczyniła się inspektor **Grażyna Biskupska** – najsłynniejsza kobieta oficer polskiej służby mundurowej. Sama Grażyna Biskupska występuje w roli gospodyni programu oraz głównej ekspertki i przeprowadza

znaleźć sprawcę, zebrać obciążające go dowody i doprowadzić przed oblicze sądu, aby sprawiedliwości stało się zadość.

**EMISJE: W PONIEDZIAŁKI,
OD 2 DO 30 LISTOPADA
O GODZ. 22.00**

HISTORIA ZŁA,
KTÓRE WYDARZYŁO SIĘ
W ZABRZU

DWUODCINKOWY
DOKUMENT
KRYMINALNY

DZIECI SIOSTRY BERNADETTY

26 - 27 października 22:00

CBS reality

AMC NETWORKS™ | UK
INTERNATIONAL



SUNDANCE TV

CBS europa

CBS reality



ELEVEN SPORTS 1

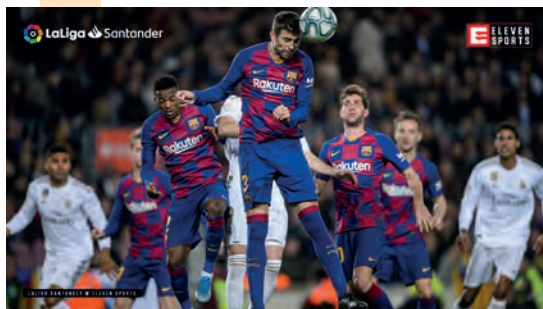
ELEVEN SPORTS 2

ELEVEN SPORTS 3

ELEVEN SPORTS 4

LALIGA SANTANDER

W październiku uwaga kibiców na całym świecie będzie skupiać się na prestiżowym starciu piłkarskich gigantów **FC Barcelona – Real Madryt (25 października)**. W bijącym rekordy oglądalności



El Clásico wezmą udział największe gwiazdy futbolu, m.in. Lionel Messi, Antoine Griezmann i Gerard Piqué w barwach Barcy oraz Karim Benzema, Eden Hazard i Sergio Ramos po stronie Królewskich. Na słynnym Camp Nou gospodarze postarają się o rewanż za ostatnią, marcową porażkę z Realem, która była przełomowym momentem poprzedniego sezonu zakończono go zdobyciem mistrzostwa Hiszpanii przez ekipę ze stolicy. Z kolei celem podopiecznych trenera Zinedine'a Zidane'a będzie pierwsza od prawie pięciu lat ligowa wygrana na wyjeździe z odwiecznym rywalem. Niezależnie od tego, kto okaże się lepszy, fani futbolu mogą szykować się na wielkie emocje, bo mecze Barcelony z Realem to gwarancja najwyższego poziomu, popisów

technicznych i strzeleckich oraz zaciętej walki od pierwszej do ostatniej minuty.

BUNDESLIGA

Broniący mistrzostwa Niemiec **Bayern Monachium** w swoim najważniejszym październikowym meczu zmierzy się z mającą duże



aspiracje **Herthą BSC (4 października)**. Ozdobą starcia na Allianz Arena będzie pojedynek **Roberta Lewandowskiego** w barwach gospodarzy z **Krzysztofem Piątkiem** w szeregach gości. „Lewy” to niekwestionowany lider Bawarczyków i zdaniem większości ekspertów najlepszy obecnie napastnik na świecie. Z kolei Piątek to zawodnik o dużym potencjale, który jednak nadal musi udowadniać swoją wartość. Występ przeciwko Bayernowi w Monachium, gdzie będzie obserwowany przez fachowców i kibiców z całego świata, będzie świetną ku temu okazją. Gospodarze, choć będą faworytem, muszą mieć się na baczności, bo w ostatnim spotkaniu z Herthą przed własną publicznością zaledwie zremisowali 2:2. Czy tym razem udowodnią swoją wyższość? A może goście ponownie sprawią niespodziankę?

2020 FIA FORMULA ONE WORLD CHAMPIONSHIP

W październiku fanów motorsportu czekają aż trzy ekscytujące weekendy z Formułą 1. Najpierw na słynnym niemieckim Nürburgring odbędzie się **Grand Prix Eifel (9–11 października)**. Następnie najszybsi kierowcy świata przeniosą się w okolice nadmorskiego Portimão, gdzie

zaplanowano pierwsze od 1996 roku **Grand Prix Portugalii (23–25 października)**, a pod koniec miesiąca spotkają się na legendarnym torze Imola podczas **Grand Prix Emilii-Romanii (31 października – 1 listopada)**. Faworytem zmagania będzie wielka gwiazda F1, Lewis Hamilton, który walczy o swój siódmy tytuł mistrza świata i śrubuje historyczny wynik pod względem liczby wygranych wyścigów. Jego plany spróbuje pokrzyżować grupa pościgowa, na czele której znajdują się Max Verstappen i Valtteri Bottas. Wiele do powiedzenia powinni mieć również młodzi, ambitni zawodnicy, m.in. Charles Leclerc, Lance Stroll, Alexander Albon i Lando Norris.

DTM (Deutsche Tourenwagen Masters)

Rywalizacja w prestiżowej serii DTM wchodzi w decydującą fazę, a cztery październikowe wyścigi na torze Zolder 10–11 października (dwa wyścigi) i 17–18 października (dwa wyścigi)



będą mieć kluczowe znaczenie w wyłonieniu mistrza tegorocznego cyklu. Niezwykle zacięta końcówka sezonu to efekt wysokiej formy prezentowanej przez trzech kierowców: Nico Müllera, Robina Frijnsa i broniącego tytułu René Rasta. Różnice punktowe między nimi są niewielkie, więc kibice mogą zacierać ręce na ekscytujące zawody i walkę o końcowy triumf do ostatnich metrów. W Zolder kolejne starty w DTM zaliczy **Robert Kubica**, który w tym roku zadebiutował w tej wymagającej serii.

NOWY SEZON WIELKICH LIG W ELEVEN SPORTS!



ZAPYTAJ O KANAŁ ELEVEN SPORTS 1 W JAKOŚCI 4K

DYSTRYBUCJA: Artur Grobel | Distribution Director ☎ 603 977 308 ✉ artur.grobel@elevensports.com

Incydenty w sieci

OPR. AK

Oszustwa, kradzież danych i wyłudzenie pieniędzy to najczęstsze incydenty w sieci, zgłoszone w 2019 roku do CERT Polska w NASK. Z kolei instytucje były nękane przez ataki mające na celu wymuszenie okupu. Specjalistów niepokoi też plaga e-maili wywołujących fałszywe alarmy bombowe.

Najczęściej występującym typem ataku był **phishing**, czyli niebezpieczna próba wyłudzenia loginu i hasła do jakiejś ważnej usługi, np. konta bankowego, poczty elektronicznej lub portalu społecznościowego. Ten rodzaj incydentu był najczęściej raportowany do CERT Polska w 2019 roku i stanowił ok. **54,2 proc. wszystkich zgłoszeń**. Przestępcy wzięli ostatnio na cel zwłaszcza nasze profile na portalach społecznościowych. Atakujący publikowali posty zawierające informację o porwaniu bądź uprowadzeniu dziecka wraz z adresem do strony internetowej, na którym dostępne było nagranie z zająścia. Chcąc obejrzeć nagranie, użytkownik zmuszony był do potwierdzenia ukończenia 18. roku życia, uwierzytelniając się poprzez konto na Facebooku. W ten sposób atakujący otrzymywał dostęp do profilu, który następnie wykorzystywali do kolejnych oszustw. Na przejmowaniu konta na Facebooku można, niestety, sporo zarobić, dzięki **oszustwu „na BLIK-a”**. Złodziej loguje się na cudze konto i do wszystkich znajomych wysła prośbę o bardzo pilną pożyczkę. Tłumaczy, że znalazł się w trudnej sytuacji i pomógłby mu pożyczanie pieniędzy przez podanie kodu BLIK. Jeśli ktoś się na to nabierze i poda kod, a następnie zatwierdzi wypłatę w aplikacji mobilnej, to pieniądze zostają wypłacone z bankomatu i przestępca znika. Drugim popularnym atakiem phishingowym w 2019

roku było podszywanie się pod operatora szybkich płatności PayU oraz DotPay.

Blokada dla okupu

Ransomware – rodzaj wirusa komputerowego, który szyfruje pliki na zaatakowanym komputerze i w praktyce blokuje jego działanie. Przestępcy żądają okupu za

zespół CERT Polska. Zdarza się, że zaszyfrowane dane udaje się odzyskać dzięki deszyfratorom, stworzonym przez ekspertów ds. cyberbezpieczeństwa. Ale często jedynym sposobem jest odzyskanie danych z kopii zapasowej. Dla małych firm i instytucji odpowiednie utrzymywanie kopii zapasowej może stanowić zbyt



wydanie klucza do odszyfrowania danych. Stąd nazwa, pochodząca od słowa ransom (ang. okup). „W 2019 roku obsłużyliśmy 26 incydentów związanych z infekcją ransomware. Aż 7 z nich dotyczyło urzędu gminy lub powiatu, 6 dotyczyło szpitali i klinik, a pozostałe innych sektorów. Zmienia się przy tym model biznesowy przestępców – coraz częściej domagają się okupu nie tylko za odszyfrowanie danych, ale także za ich nieujawnianie” – informuje

duży koszt, więc bywa że tracą dane bezpowrotnie. – Ofiarami tego rodzaju ataków w ostatnim czasie były m.in. samorządy. Działanie cyberprzestępców może mieć bardzo niebezpieczne skutki, np. uniemożliwiać realizację usług dla obywateli. Dlatego zainicjowaliśmy i prowadzimy kampanię „Cyberbezpieczny samorząd” – mówi **minister cyfryzacji Marek Zagórski**, pełnomocnik rządu ds. cyberbezpieczeństwa. – Jej celem jest podniesienie świadomości

urzędników na temat cyberzagrożeń i przekazanie im informacji o skutecznych metodach obrony przed różnego rodzaju atakami w internecie – dodaje.

Bomba w szkole

W 2019 roku zmorą okazały się fałszywe alarmy bombowe. Były one wysyłane drogą mailową przez bliżej niezidentyfikowanych sprawców. Celem ataków były m.in. urzędy, prokuratury, sądy, przedszkola, szkoły, uczelnie, szpitale, centra handlowe, media czy transport publiczny. Jeden z takich ataków został przeprowadzony na początku maja 2019 roku w związku z odbywającymi się wówczas egzaminami maturalnymi. Według Centralnej Komisji Egzaminacyjnej, tylko w dniu 7 maja 663 szkoły zgłosiły fakt otrzymania drogą mailową informacji o podłożeniu ładunku wybuchowego na terenie szkoły. W 481 szkołach, po sprawdzeniu przez służby, egzamin rozpoczął się zgodnie z harmonogramem. W 181 szkołach egzamin rozpoczął się z opóźnieniem, zaś w jednej placówce egzamin się nie odbył. Skala zakłóceń była efektem działalności anonimowego forum internetowego, w którym podawane były instrukcje dla zainteresowanych „bomberów”, pokazujące krok po kroku, jak skorzystać z pozwalającej zachować anonimowość bramki pocztowej w sieci TOR. „Z kontekstu pojawiających się wpisów wynikało, że kilka osób zaangażowało się w przygotowanie i przeprowadzenie ataków. Tworzono przykładowe szablony maili, instrukcje, jak zdobywać adresy szkół, w tym gotowe listy do pobrania, oraz informacje, jak anonimowo rozsyłać maile” – piszą autorzy raportu CERT Polska. W skali roku można mówić o setkach, jeśli nie tysiącach odnotowanych incydentów.

Fałszywe sklepy

W ostatnich latach odnotowano prawie trzykrotny wzrost incydentów związanych z fałszywymi sklepami internetowymi. Pokazny wzrost zgłaszanych CERT tego typu spraw ma związek nie tylko

z nasileniem się zjawiska, ale także z rosnącą świadomością wśród obywateli. Scenariusz tego typu oszustw składa się z kilku elementów. Przestępcy rejestrują domenę, konfigurują oprogramowanie sklepu wraz z odpowiednią szatą graficzną, przygotowują atrakcyjną bazę produktów i przeprowadzają często szeroko zakrojone kampanie promujące. Oszuści przyjmują pieniądze za towar, którego nie posiadają, a także nie mają zamiaru wysłać.

powinniśmy bezpośrednio przelać odpowiednią kwotę. Konta te są dostarczane przez tzw. słupów w celu ukrycia rzeczywistego przepływu gotówki. Inną, równie popularną w 2019 roku metodą były fałszywe bramki płatności, których używano w celu kradzieży danych logowania do bankowości, a także wyludzeniu kodów dwuskładnikowego uwierzytelniania. Przestępcy w logiczny sposób połączyli pomysł fałszywego sklepu wraz z fałszywą bramką,



W przypadku zakupów w takim sklepie, po wybraniu produktów i podaniu danych osobowych, zwyczajowo zostajemy przeniesieni na stronę płatności. W obecnych czasach przyjętym standardem jest możliwość wybrania więcej niż jednego sposobu płatności – np. przy użyciu karty płatniczej, szybkim przelewem lub za pośrednictwem serwisów transakcyjnych typu Dotpay lub PayU. Przestępcy jednak z reguły na tym etapie podają nam jedną, przygotowaną przez nich metodę. Często jest to numer konta bankowego, na które

prowadząc zwabione ofiary przez cały łańcuch oszustwa. W 2019 roku po raz pierwszy zaobserwowano również nowy scenariusz, w którym fałszywy sklep zintegrowany był z rzeczywistym oryginalnym mechanizmem płatności dostarczonym przez jednego z operatorów – PayU. Przestępcy nie zdecydowali się jednak na wykorzystanie usługi w celu przekazania im pieniędzy bezpośrednio, jak robią to legalnie działający przedsiębiorcy. Zamiast tego użyli prostej sztuczki. Oszust wykonywał równolegle z ofiarą zakupy na identyczną kwotę w innym – jak najbardziej realnym – sklepie. Wybierał płatność przez PayU, a następnie przekazywał ofercie link przy użyciu systemu zintegrowanego z fałszywym sklepem. Klikając w link ofiara była przekierowana do poprawnej bramki płatności. Nieświadomie opłacała jednak zamówienie dokonane przez przestępcę w legalnym sklepie. W ten sposób przestępcy starają się oczywiście mylić tropy.

I programistę da się zaskoczyć

OPR. AK

Jak wytłumaczyć klientowi, że biały jest naprawdę biały? Do czego służy czerwony przycisk? I czy w epoce, w której nowoczesne technologie opanowały już niemal każdy zakątek naszego życia, programistę da się w ogóle jeszcze czymś zaskoczyć? Okazuje się, że tak. Przykłady nietypowych zleceń w branży IT zebrała szkoła programowania online Kodilla.com.



na to, że dobry programista musi być po prostu przygotowany na każdą sytuację, szczególnie że nawet te z pozoru błahе zlecenia bywają najtrudniejsze do rozwiązania.

Handlowe „sztuczki”

Wydawałoby się, że sklep internetowy powinien być przede wszystkim czytelny, prosty w obsłudze i przyjazny użytkownikowi. Niestety, nie każdy właściciel kieruje się tymi założeniami. – Pracowałem kiedyś przy sklepie internetowym, w którym można było nie zauważyć, że... coś się kupiło – wspomina

Przemysław Waleszczyński, senior software developer z kilkunastoletnim doświadczeniem. – Po prostu w wirtualnym koszyku już w momencie wejścia na stronę sklepu znajdowały się promocyjne produkty. Innym, niezrozumiałym pomysłem było zaprojektowanie przycisku „Nie kupuję” na podstronach z ofertą produktów na sprzedaż. – Ten przycisk nie miał żadnej funkcjonalności, ale mimo tego bardzo ciężko było przekonać autora wizji, że umieszczanie go na stronie jest bezcelowe – opowiada Przemysław.

Z pogranicza prawa

– Rocznie rozliczamy ponad 5 tysięcy zleceń dla programistów, wśród których czasem zdarzają się prawdziwe „kwiatki” – ujawnia Robert Włodarek z serwisu Useme.com, platformy kojarzącej freelancerów z klientami. Takim przykładem może być zlecenie, w którym klient chciał „odzyskać” hasło do jednego z komunikatorów. – Dokładnie brzmiało to tak: „zlecę złamanie hasła na GG, ponieważ go nie pamiętam”. Pierwsze zdziwienie – ktoś jeszcze korzysta z Gadu Gadu? I choć mogło to być nawet interesujące zadanie, niestety musieliśmy to zlecenie zamknąć. Nasi prawnicy uznali, że ma charakter działania niezgodnego z prawem. Łamanie haseł brzmi w praktyce tak, jak hakowanie czyjegoś konta – opowiada Włodarek. Opowieści z pogranicza prawa zresztą nie brakuje. Od zwykłego naciągactwa, przez wykorzystywanie nieuwagi, po mechanizmy, które w razie kontroli mogą wyczyścić serwery i nadpisać dane na dyskach losowymi znakami. – Pamiętam, jak robiliśmy dla jednego z klientów aplikację do zarządzania czasem i zadaniami pracownikami. Zażyczył sobie, by stworzyć dla niego narzędzie na smartwatcha. To miało być coś w rodzaju „czerwonego przycisku”, po którego naciśnięciu kasowany byłby cały portal, łącz-

Choć większość ofert na rynku IT nie odbiega od standardowych zleceń, jakie na co dzień realizują programiści, zdarzają się przypadki, w których muszą wykazać się wyjątkową kreatywnością, elastycznością i umiejętnością dostosowania do, co najmniej, nietypowych warunków. Wygląda

nie z bazą danych, które się tam znajdowały – wspomina Jakub, który pracuje jako web developer.

Kiedy biały jest naprawdę biały?

Obok umiejętności technicznych, wśród kwalifikacji, które muszą posiadać współcześni specjaliści branży IT, coraz częściej wymienia się także drugą grupę cech. To tak zwane kompetencje miękkie, które coraz częściej zaczynają być traktowane na równi z tymi twardymi, tj. znajomością konkretnej technologii. – Mieliśmy raz sytuację z klientem, który się z nami kłócił, że biały nie jest biały i mamy to poprawić... Po ciężkich bataliach okazało się, że miał źle skonfigurowany ekran – relacjonuje Jakub. Innym razem powstała aplikacja mobilna dla klubu sportowego, do której został stworzony panel admina. Można było z niego wysyłać wiadomości do każdego, kto miał tę apkę zainstalowaną. Tym razem problem pojawił się z zupełnie niespodziewanej strony.

– Prezes klubu zaczął testować nową aplikację, ale przez przypadek użył do tego panelu produkcyjnego. Efektem tej pomyłki było wysłanie szeregu nietypowych komunikatów, takich jak na przykład: „lubię placki”. Wśród wiadomości znalazł się nawet jeden niecenzuralny wpis. Była o to straszna afera. Dobrze, że mieliśmy logi i wyszło na jaw, kto jest sprawcą – opowiada Jakub. Magdalena Rogóż, ekspertka ds. rynku IT ze szkoły programowania Kodilla.com, komentując takie sytuacje mówi, że to dowód, jak wszechstronni muszą być programiści. Jak podkreśla, kariera w branży IT to ewolucja, podczas której zdobywa się kolejne umiejętności techniczne, ale nie tylko. – Programiści uczą się nie tylko kodowania, składni danego języka, jego logiki. Dziś przede wszystkim ćwiczą lub wyrabiają w sobie takie cechy, jak cierpliwość, umiejętność radzenia sobie ze stresem czy wypracowywania kompromisów. Takie umiejętności można posiadać, ale w ich naukę i szlifowanie trzeba włożyć jesz-

cze więcej czasu i wysiłku niż w naukę samego kodu – przyznaje Magdalena.

Roboty wchodzą pod strzechy

Co prawda z technicznego punktu widzenia nie ma większej różnicy, jakie będzie przeznaczenie zamówionego kodu, jednak wśród zleceń dla specjalistów IT szczególnie cenione są te najbardziej przyszłościowe. – W korporacjach czy software house'ach można pracować w zespołach projektujących rozwiązania dla inteligentnych domów czy bezobsługowych sklepów. Jednak także działającym na własny rachunek freelancerom trafiają się zlecenia, które może w tej chwili wydają się nietypo-

Inna zlecona aplikacja miała dokonać upgrade'u robota-pojazdu zaprogramowanego na stałą prędkość. Freelancer miał go zmodyfikować tak, aby za pomocą umieszczonego w smartfonie żyroskopu można było sterować prędkością: małe wychylenie – mała prędkość, duże wychylenie – duża prędkość.

Zabawne oczekiwania? W IT takich nie ma

– A dla mnie nie ma czegoś takiego jak „zabawne” czy „nietypowe” oczekiwanie klienta. Oczekiwanie to oczekiwanie. Już dawno nie pracuję z klientami, którzy są „zabawni” – komentuje z kolei Marek, który jest project managerem. – Pracuję raczej ze



we, ale w istocie uwidaczniają nowe trendy w tej branży. Chodzi o coraz częściej pojawiający się wątek cybernetyzacji. Coś, co niedawno wydawało się science fiction, teraz staje się powszechne – mówi Robert Włodarek. Jak dodaje, takim przykładem może być zlecenie polegające na stworzeniu algorytmu do kierowania grupą robotów. – Roboty miały wykonywać proste czynności, na przykład dojechać do zadanego punktu. W efekcie stworzono algorytm, który nie tylko uruchamiały maszyny, ale przede wszystkim nimi sterował – ustalał, który robot rusza jako pierwszy, który ma przepuszczać innego, np. w wąskim korytarzu, lub jak mają się ominąć, gdy znajdują się na trasie kolizyjnej – opowiada.

zdecydowanymi i ogarniętymi biznesowo ludźmi, którzy we współpracy mogą być ciężsi i mniej wykształceni technologicznie, ale wciąż to są ich potrzeby, a ja jako dostawca muszę na te potrzeby odpowiedzieć. Magdalena Rogóż z Kodilla.com podkreśla natomiast, że zleciodawcom, którzy stawiają na nowe technologie, zależy na specjalistach, którzy lepiej od nich potrafią ocenić wybrane scenariusze, dobrać optymalne rozwiązania i narzędzia. – Dla ekspertów od IT nie ma ani zabawnych, ani dziwnych zleceń. Nie ma zadań łatwych czy trudnych. Są za to wyzwania i problemy do rozwiązania, które stanowią prawdziwą esencję pracy w tej branży – podsumowuje.

MŚP wkraczają w chmurę

OPR. AK

Z raportu Deloitte, ICAN Institute i Google Cloud wynika, że 31 proc. polskich firm korzysta już z usług chmurowych. Wśród MŚP odsetek ten jest nieco mniejszy, ale pandemia koronawirusa znacznie przyspieszyła proces ich przejścia do chmury. Według Deloitte, tylko 26 proc. badanych firm zadeklarowało gotowość do powrotu do pracy w dawnym, biurowym wymiarze. Chmura może okazać się więc największym wygranym pandemii.

COVID-19 oraz wprowadzony lockdown spowodował konieczność przestawienia się wielu firm na tryb pracy zdalnej. W widoczny sposób przełożyło się to na wzrost zainteresowania rozwiązaniami chmurowymi w każdym sektorze, w tym także wśród MŚP. „Mniejsze podmioty rozumieją nie tylko korzyści wynikające z dostarczanych usług chmurowych, które mogą poprawiać efektywność pracy oraz usprawniają komunikację między pracownikami, ale teraz częściej dostrzegają, że chmura może być łatwo osiągalna także dla nich, a nie tylko dla największych firm. Olbrzymią popularnością cieszą się wszelkie rozwiązania chmurowe wspierające pracę zdalną. Najlepszym przykładem usługi, która ma wysoki potencjał, jest Microsoft Teams. Sprawia ona, że komunikacja między pracownikami w czasie pandemii stała się dużo łatwiejsza, a dla części firm w ogóle możliwa do utrzymania. Oczywiście, aplikacje służące do komunikacji to tylko czubek góry lodowej możliwości, które daje nam chmura.

Warto jednak zaznaczyć, że biznes, który do tej pory prowadzony był w tradycyjnym modelu – zastosował jako pierwsze właśnie narzędzia do efektywnego porozumiewania się z pracownikami oraz nadzoru ich pracy w domu” – mówi **Grzegorz Przebieracz, chief IT solutions architect w ITBoom Sp. z o.o.,**



polskiej firmie technologicznej, zajmującej się cyfrową transformacją przedsiębiorstw. Wśród MŚP około 20–30 proc. korzysta obecnie z usług chmurowych. Jednak w dobie pandemii coraz więcej firm decyduje się na wdrożenie rozwiązań zapewniających ciągłość działalności. Nowe narzędzia są doceniane, ponieważ wpływają na wzrost efektywności pracy, rozwój i modernizację przedsiębiorstwa. Rozwiązaniem, które szczególnie sprawdza się w przypadku MŚP, jest PaaS, które nie wymaga



Grzegorz Przebieracz

zaangażowania znacznych środków inwestycyjnych. „Model działania MŚP jest zazwyczaj bardziej elastyczny i PaaS dobrze przystaje do ich potrzeb. Szczegółne zainteresowanie usługami PaaS można zauważyć wśród MŚP,

które decydują się na wprowadzenie pracy zdalnej ze względu na brak konieczności inwestowania

we własną infrastrukturę oraz dostarczenie gotowych rozwiązań, szeregu możliwości analiz biznesowych czy zarządzania bazami danych. MŚP najczęściej decydują się na uruchomienie środowiska informatycznego w chmurze publicznej. Pozwala ono ograniczyć lub całkowicie wyeliminować koszty związane z utrzymaniem swojej lokalnej infrastruktury. Podejście to

daje im także dostęp do szerokiej gamy usług bez konieczności poniesienia dodatkowych nakładów wejścia w konkretne, specjalistyczne rozwiązanie” – wyjaśnia G. Przebieracz. Praca integratorów i specjalistów jest więc nie do przecenienia. Nawet z punktu widzenia dużych podmiotów, ważna jest odpowiednia obsługa klienta i wdrożenie rozwiązań w taki sposób, aby przedsiębiorcy aktywnie z nich korzystali. W tym aspekcie lokalni integratorzy sprawdzają się o wiele lepiej. Są bardziej skoncentrowani na obsłudze i indywidualnym podejściu do klienta. Takie podmioty mogą dostarczać rozwiązania atrakcyjniejsze pod względem kosztów, przy jednoczesnym zachowaniu jak najwyższej jakości i profesjonalnej obsługi. Dodatkowo mogą zaoferować usługi w 100 proc. dopasowane do indywidualnych potrzeb klientów, którzy nie potrzebują rozbudowanych, skomplikowanych rozwiązań.



TELESTE
Networks Sp.z o.o.



ZMIENIAMY SIĘ DLA WAS!

[SPRAWDŹ SZCZEGÓŁY]



Video Broadband Solutions
TELESTE



www.vsp.teleste.pl

eSIM dostępny w T-Mobile

Od sierpnia br. **T-Mobile Polska** rozszerzył swoją ofertę o **eSIM**, a więc możliwość uruchomienia usług operatora w urządzeniu bez konieczności umieszczenia w nim fizycznej karty. Klienci, którzy zdecydują się na skorzystanie z tej opcji, otrzymają na swoją skrzynkę e-mail wiadomość zawierającą kod QR, po zeskanowaniu którego smartfon sam pobierze z serwera operatora informacje niezbędne do aktywacji eSIM w urządzeniu i rejestracji w sieci. Rozwiązanie to zostało w T-Mobile



zaoferowane na początku odbiorcom korporacyjnym, którzy mogą wykorzystać je do masowej aktywacji usług mobilnych w aparatach zakupionych u operatora. Usługa wirtualnej karty SIM będzie przez operatora rozwijana w kolejnych miesiącach o takie funkcjonalności jak możliwość posiadania tego samego numeru telefonu na kilku urządzeniach oraz zdalne zarządzanie kartami z poziomu portalu obsługowego. W kolejnych krokach operator planuje także wprowadzenie eSIM do ofert dla mniejszych firm oraz odbiorców indywidualnych. Obecnie z eSIM w T-Mobile mogą skorzystać posiadacze dostępnych w ofercie operatora urządzeń, takich jak: iPhone, iPad (modele od 2017 r.) i Samsung Galaxy serii 20.

Konsekwentny wzrost

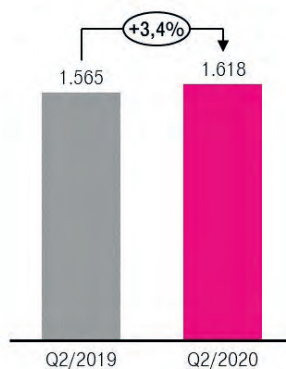
W drugim kwartale 2020 r. T-Mobile Polska odnotował:

- **całkowite przychody 1,618 mld zł** – wzrost o 3,4 proc. w porównaniu z II kw. 2019;
- **wzrost o 6,3 proc.** przychodów z **usług mobilnych**, z 990 mln do **1,052 mld zł**;
- wzrost EBITDA AL o 1,9 proc. r/r do 435 mln zł;
- wzrost bazy klientów kontraktowych o 186 tys. r/r;
- poprawę wszystkich kluczowych czynników operacyjnych i finansowych zarówno w segmencie prywatnym, jak i biznesowym;
- **uruchomienie 5G** pod koniec kwartału;
- spadek wskaźnika rezygnacji z kontraktów do poziomu 0,6 proc. – najniższego w historii firmy.

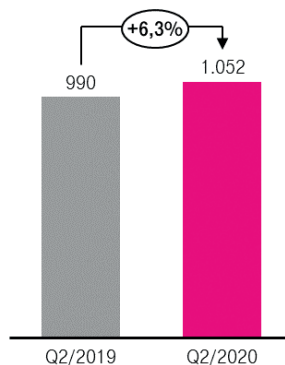
T-Mobile osiągnął wzrost sprzedaży we wszystkich segmentach rynku biznesowego. Rosnące zapotrzebowanie na pracę zdalną i rozwiązania cyfrowe spowodowały wzrost popytu na produkty z obszaru łączności i pracy zdalnej. T-Mobile przyłączył się do działań pomocowych w tym obszarze, zapewniając firmom bezpłatne licencje na oprogramowanie biurowe

i rozwiązania telekonferencyjne. W segmencie korporacyjnym w II kw. T-Mobile Polska odnotował wzrost przychodów zarówno z usług łączności mobilnej, jak i stacjonarnych. Na to drugie znaczący pozytywny wpływ miało poszerzenie zasięgu własnej sieci światłowodowej. W II kw. 2020 r. w segmencie małych i średnich firm wprowadzono 5G do ofert MagentaBIZNES, przy jednoczesnym odświeżeniu planów taryfo-

Przychody (PLN mln)



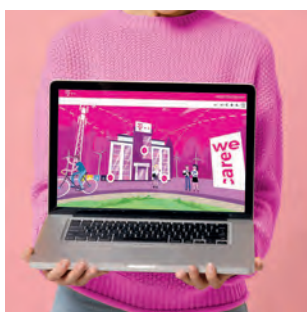
Przychody z usług mobilnych (PLN mln)



wych. W analizowanym okresie penetracja bazy B2B planami MagentaBIZNES znacznie wzrosła. Jednocześnie współczynnik churn spadł do nowego rekordu – niskiego poziomu. Położenie przez operatora silnego nacisku na rozwój cyfrowych kanałów sprzedaży w tym segmencie przyniosło efekty w okresie lockdownu – wielkość sprzedaży online w II kw. rok do roku wzrosła dwukrotnie. T-Mobile poszerzył również zasięg swojej oferty światłowodowej w oparciu o sieci partnerów infrastrukturalnych. W efekcie spółka odnotowała wzrost zarówno przychodów, jak i liczby klientów także w sektorze małych i średnich firm.

Raport z odpowiedzialności

T-Mobile Polska opublikował raport społecznej odpowiedzialności biznesu. Firma wielokrotnie nagradzana za swoje odpowiedzialne działania w tym roku po raz pierwszy wydała pełne podsumowanie działań podjętych w 2019 r. Raport przedstawia zaangażowanie firmy w rozwój zrównoważonego biznesu. Najważniejsze w tym zakresie są rozwiązania zawarte w „Strategii odpowiedzialnego biznesu 2020–2025” oraz strategii **WE CARE**. Raport jest jednocześnie zobowiązaniem do podejmowania w przyszłości kolejnych inicjatyw, by realizować cele



odpowiedzialnej społecznie organizacji. Jego istotnym elementem jest przedstawienie mapy najważniejszych działań i inicjatyw firmy w technologii VR. – Zrównoważony rozwój wpisany jest w strategię zarówno T-Mobile Polska, jak i całej grupy Deutsche Telekom. Odpowiedzialna firma troszczy się o klimat, planetę, miejsce, w którym żyjemy, ale też o człowieka, który jest jego nierozdzielalnym elementem. Takie przedsiębiorstwo dba o to,

aby każdy z nas żył w lepszym i bardziej przyjaznym środowisku. Trzeba jednak patrzeć na to zagadnienie szeroko, podejmując szereg ważnych aktywności, które łączą realizację działań CR ze strategią biznesową, ale także stawiać sobie ambitne cele na przyszłość. W naszym raporcie odpowiedzialnego biznesu pokazujemy szerokie spektrum

działań podejmowanych przez T-Mobile na rzecz całego otoczenia naszej firmy – komentuje **Andreas Maierhofer, CEO T-Mobile Polska**. Struktura raportu opiera się na filarach strategii **WE CARE** oraz zawiera

kluczowe informacje nt. modelu zarządzania w firmie, działań podejmowanych na rzecz bezpieczeństwa w internecie, edukacji dzieci, odpowiedzialności wobec pracowników, wspierania różnorodności, wolontariatu pracowniczego, etyki i compliance oraz zaangażowania społecznego. Istotnym elementem raportu jest prezentacja działań na rzecz środowiska naturalnego. Raport w wersji elektronicznej dostępny jest na stronie www.raport-t-mobile-polska.pl.

30. rocznica domeny .pl

30 lipca br. przypadała **30. rocznica ustanowienia domeny krajowej .pl**. W 1990 r. **IANA**, organizacja zarządzająca wówczas domenami najwyższego poziomu, dokonała wpisu oznaczenia „.pl” dla domeny krajowej przypisanej administracyjnie do Polski. Pierwszymi domenami w .pl były domeny **edu.pl** związane ze środowiskiem akademickim, a ich obsługa została



powierzona Zespołowi Koordynacyjnemu **NASK**, działającemu w ramach Uniwersytetu Warszawskiego. W 1993 r. utworzony został **NASK** – jednostka badawczo-rozwojowa, który od tej chwili prowadził rejestr nazw w domenie .pl. Obecnie w Rejestrze domeny .pl jest prawie 2,5 mln nazw, które obsługiwane są na rzecz 1,07 mln abonentów.

Pierwsze sankcje za cyberataki

Unia Europejska zdecydowała o nałożeniu pierwszych w historii sankcji na osoby i podmioty stojące za cyberatakami na Wspólnotę i jej państwa członkowskie. **Rada UE** podjęła w Brukseli decyzję o nałożeniu sankcji na sześć osób i trzy podmioty odpowiedzialne za różne cyberataki lub w nie zaangażowane. Obejmują one m.in. odpowiedzialnych za próbę cyberataku na **Organizację ds. Zakazu Broni Chemicznej (OPCW)** z 2017 r. Jak wynika z informacji podanych przez holenderski rząd (OPCW ma siedzibę w Hadze), za atakiem hakerskim stał rosyjski wywiad wojskowy **GRU**. Atak został przerwany przez holenderskie służby specjalne we współpracy z brytyjskimi. Sankcjami objęto czterech funkcjonariuszy **GRU** oraz Główny Ośrodek Specjalnych Technologii **GRU**. Dodatkowo, za inne ataki na państwa członkowskie UE, restrykcje zostały nałożone na dwóch obywateli Chin, jedną firmę chińską oraz jedną północnokoreańską. Sankcje obejmują zakaz podróżowania na terytorium UE i zamrożenie aktywów. Ponadto osobom i podmiotom z UE zabrania się udostępniania funduszy wymienionym jednostkom. Ramy prawne sankcji związanych z cyberatakami zostały przyjęte w maju 2019 r. Sankcje mają funkcję odstrasżającą i zniechęcającą, nie oznaczają przypisania odpowiedzialności danemu państwu, a raczej wywodzącej się z niego instytucji.

Play Internet Stacjonarny

Play wprowadził promocyjne warunki oferty internetu stacjonarnego. Od teraz, każdy nowy klient będzie mógł skorzystać z internetu domowego w niezmiennej cenie 35 zł/m-c, bez konieczności podpisywania długotrwałych umów. Nie wiąże się to z dodatkowymi opłatami, każdy nowy klient otrzymuje taką możliwość całkowicie za darmo w każdej z dostępnych ofert internetowych. Co więcej, by skorzystać z oferty, nie trzeba posiadać numeru w Play.Co



najważniejsze, Play Internet Stacjonarny działa niezależnie od obciążenia sieci komórkowej czy pogody za oknem, oferując stałą prędkość przesyłania danych i brak zakłóceń. Play Internet Stacjonarny dostępny jest w trzech pakietach, już od 35 zł/m-c w ofercie z prędkością 150 Mb/s. Kolejne z nich to 300 Mb/s za 45 zł oraz 600 Mb/s za 55 zł/m-c. Każdy, kto zdecyduje się na usługę, otrzyma również nowoczesny router Wi-Fi, dzięki któremu bezprzewodowo podłączy do sieci wszystkie swoje urządzenia. Dodatkowo, nowi użytkownicy Play Internet Stacjonarny w każdej z ofert otrzymają również możliwość rozszerzenia usług o telewizję PLAY NOW TV z najnowszym BOXEM już od 10 zł/m-c, z dostępem do 50 kanałów oraz programów rozrywkowych, informacyjnych i ogólnych. Osoby, które wybiorą ofertę z Internetem 600 Mb/s, będą mogły cieszyć się dostępem do kanałów HBO oraz biblioteki filmów i seriali HBO GO przez 6 m-cy za darmo.

Wyższe przychody, niższy zysk

Wyniki za II kw. i pierwsze półrocze 2020 r. w sieci Play prezentują się następująco:

W II kw. **przychody operacyjne** osiągnęły **1,755 mld zł** (-0,2 proc. r/r), a w pierwszych sześciu miesiącach roku – **3,499 mld zł** (+1,6 proc. r/r);

Skorygowana **EBITDA** osiągnęła w II kw. **630 mln zł** (-2,2 proc. r/r) dzięki poprawie marży na usługach o 36 mln zł r/r, zneutralizowanej niższą o 24 mln zł r/r marżą na sprzedaży towarów oraz wyższymi o 26 mln zł r/r kosztami ogólnymi, administracyjnymi i pozostałymi. Po 6 m-cach 2020 r. skorygowana EBITDA wyniosła **1,237 mld zł** (+1,4 proc. r/r).

Zysk netto w II kw. spadł do **238 mln zł** (-6,4 proc. r/r) oraz do **445 mln zł** w pierwszej połowie roku (-4,7 proc. r/r), odzwierciedlając

częstotliwości 5G w paśmie C, co spowodowało przesunięcie inwestycji 5G w tym paśmie;

Stabilna baza **raportowanych abonentów** rok do roku na poziomie **15 mln**;

Średnie **ARPU** za pierwsze półrocze wzrosło do poziomu **34,3 zł** (+4,1 proc. r/r), natomiast **ARPU kontraktowe** – do poziomu **39,7 zł** (+3,5 proc.). **Wskaźnik rezygnacji** spadł do **0,70 proc.** z 0,73 proc. w I poł. 2019 r.;

Na koniec czerwca br. działało **8,225 tys.** stacji bazowych (+11,4 proc. r/r), w I poł. roku uruchomiono 357 nowych stacji bazowych (260 w II kw.). Zasięg **4G LTE** osiągnął 99,0 proc. populacji kraju (+0,9pp r/r) natomiast na koniec czerwca 42 proc. stacji bazowych zostało uaktualnionych do standardu **5G**

Podsumowanie finansowe i operacyjne (w mln zł)

	II kwartał		Zmiana	I półrocze		Zmiana
	2019 r.	2020 r.		2019 r.	2020 r.	
Przychody operacyjne	1759	1755	- 0,2%	3445	3499	1,6%
Zysk EBITDA	640	623	- 2,7%	1214	1227	1,1%
Skorygowana EBITDA	644	630	- 2,2%	1221	1237	1,4%
Zysk netto	254	238	- 6,4%	467	445	- 4,7%
Całkowita liczba klientów raportowanych	15,006	14,984	- 0,1%	15,006	14,984	- 0,1%
Aktywni klienci ogółem	12,510	12,446	- 0,5%	12,510	12,446	- 0,5%

przede wszystkim wyższą amortyzację;

Gotówkowe nakłady inwestycyjne w II kw. wyniosły **145 mln zł** (-26,3 proc. r/r) oraz **302 mln zł** w I poł. roku (-30,6 proc. r/r), przy czym spadek rok do roku związany był z opóźnieniem, a następnie odwołaniem aukcji

Ready, zapewniając zasięg dla 54,7 proc. populacji kraju. **5G Legacy** jest dostępne w 58 miastach obejmujących 12,9 proc. populacji. W ramach rozbudowy światłowodowej sieci dosyłowej podłączono do niej 145 nowych stacji bazowych w pierwszej połowie 2020 r.

Iliad przejmie Play?

We wrześniu br. francuska **Grupa Iliad** złożyła ofertę przejęcia **100 proc. akcji spółki Play Communications SA (PCSA)**, właściciela 100 proc. udziałów w **P4 Sp. z o.o. (Play)**. W ramach powyższej oferty Iliad zawarł wiążące porozumienie z dwoma głównymi udziałowcami PCSA, zapewniające przejęcie pakietu kontrolnego PCSA wynoszącego **40,2%**

proc. akcji. Złożona oferta zapewni Iliad większościowy udział miejsc w Radzie Dyrektorów PCSA. Bazując na nie-

zależnej opinii J.P. Morgan, Rada Dyrektorów PCSA zaakceptowała cenę zaoferowaną przez Iliad oraz jednogłośnie zagłosowała za jej przyjęciem (Iliad oferuje 39 zł za akcję Play. Tym samym łączny kapitał spółki wyceniła na **2,2 mld euro**). **Złożona oferta będzie wymagała teraz jedynie zgody Komisji Europejskiej.** Grupa Iliad, zatrudniając 11 tys. pracowników oraz posiadając 26 mln klientów we Francji

i Włoszech, jest wyróżniającym się operatorem w Europie. – Play i Iliad mają wiele wspólnego. Obie firmy weszły na ustabilizowane rynki telekomunikacji jako nowe podmioty kwestionując status quo, wprowadzając innowacyjne i proste oferty, które były w najlepszym interesie klientów. Dlatego też połączenie sił obu firm jest logicznym bizneso-

wo ruchem. Po dokonaniu tej transakcji Play wkracza w nowy rozdział. Dokonania zespołu Play na rynku usług mobilnych

są doskonałym fundamentem do dalszego rozwoju, w szczególności w segmencie stacjonarnych usług szerokopasmowych i ultraszybkich usług szerokopasmowych, co do których Iliad wniesie swoje doświadczenie. Cieszymy się, że Iliad wkracza na polski rynek – powiedział **Thomas Reynaud, prezes zarządu Grupy Iliad**, komentując ofertę przejęcia pakietu kontrolnego.



iliad
GROUP

PLAY NOW TV BOX z nową ofertą

Operator rozwija swoją telewizję, wprowadzając nową ofertę obejmującą dodatkowe pakiety w cenie abonamentu. Klienci mogą wybrać jeden z dwóch wariantów: Ofertę podstawową za **10 zł/m-c** obejmującą ponad 50 kanałów w tym Fox, National Geographic, History, Disney Channel, Comedy Central, Paramount Channel, TNT, Nicktoons z możliwością aktywacji dodatkowych pakietów: **Sport** (kanały Eleven Sports), **Kids** (bogate portfolio kanałów dziecięcych), **Extra** (AXN, Kino Polska, BBC Brit, 13 Ulica, BBC First i ponad 20 innych) oraz **News** (z TVN24) w dowolnym momencie i na dowolny okres; Ofertę rozszerzoną za **35**

zł/m-c dającą dostęp do ponad 100 kanałów, w tym także do treści z pakietów dodatkowych: **Kids, Sport, Extra i News.** Ten wariant daje 30 zł oszczędności miesięcznie w porównaniu z aktywacją wszystkich pakietów na warunkach ogólnych. Wszyscy użytkownicy **PLAY NOW TV** mogą skorzystać z dodatkowego bonusu, czyli 6 m-cy dostępu do **Amazon Prime Video od Play.** Klienci, którzy zdecydują się na jedną z ofert telewizyjnych **PLAY NOW TV BOX** wraz z umową na Play Internet Stacjonarny lub Play Internet, otrzymają dodatkowo 6 m-cy **HBO GO** w prezencie w ofercie podstawowej i aż 12 m-cy **HBO GO** w ofercie rozszerzonej.

Play sfinalizował zakup VMP

Spółka P4, operator sieci Play i spółka zależna od Play Communications SA, zawarła w dniu 6 sierpnia br. Przyrzeczoną Umowę Nabycia Udziałów dotyczącą nabycia 100 proc. udziałów w Virgin Mobile Polska Sp.



z o.o. od jej wspólników i głównych inwestorów, w tym Delta Partners Emerging Markets TMT Growth Fund II L.P. oraz Dirlango Trading & Investments Limited. Było to możliwe po spełnieniu wszystkich warunków zawieszających z umowy przedwstępnej, w tym uzyskaniu zgody antymonopolowej Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Virgin Mobile Polska, marka obecna na rynku od 2012 r., będzie kontynuowała swoją działalność w ramach grupy Play Communications SA. Cena nabycia 100 procent udziałów w VMP została ustalona na **13,4 mln euro (59 mln zł).** Transakcja została sfinansowana ze środków własnych oraz w oparciu o dostępne dla Play finansowanie zewnętrzne.

CC200 od Konftela

Szwedzka marka **Konftel**, producent pierwszego telefonu konferencyjnego i lider w dziedzinie rozwiązań audio, zaprezentował rozwiązanie wideokonferencyjne



ne zawierające w sobie kodek wideo, szeroką kamerę 4k, oferującą rozdzielczość wideo Full HD i 4 wbudowane mikrofony. **CC200** to urządzenie dedykowane do małych sal spotkań lub do domowego biura. Działanie urządzenia opiera się na połączeniu SIP/H.323 oraz współpracy z uniwersalnymi systemami i usługami wideo dostępnymi dla **Android**, jak **Zoom** lub **Teams**. Oko kamery dostrzega wszystko, co dzieje się w polu widzenia 102°, a w razie potrzeby skorzysta z pięciokrotnego cyfrowego powiększenia. Za



Konftel CC200 video-terminal SIP H.323 – dystrybutor Kontel

jakość dźwięku odpowiada znana z poprzednich rozwiązań Konftel technologia OmniSound, na której bazują wbudowane w urządzenie mikrofony zbierające dźwięk w pomieszczeniu. CC200 jest w pełni samodzielnym rozwiązaniem, niemniej producent przewidział możliwość podłączenia dodatkowego, zewnętrznego zestawu głośno mówiącego za pomocą złącza USB lub bezprzewodowo, aby zwiększyć zasięg zbierania głosu. Autoryzowanym dystrybutorem rozwiązań Konftel w Polsce jest firma **KONTEL**.

Nowy prezes Orange Polska

Od 1 września br. **Julien Ducarroz** kieruje **Orange Polska**. J. Ducarroz przez ostatnie 4 lata kierował **Orange Moldova**, największym operatorem konwergentnym na tamtejszym rynku. Z usług firmy korzysta ponad 2,6 mln użytkowników. Wcześniej, od 2007 r., był związany z Orange Romania. Dołączył do firmy jako dyrektor strategii, a od maja 2009 do maja 2016 r. kierował sprzedażą, marketingiem oraz komunikacją marketingową jako Chief Commer-



Julien Ducarroz



Mariusz Gaca

cial Officer. Decyzją Rady Nadzorczej do zarządu dołączył też **Jacek Kunicki**, od marca 2020 r. kierujący finansami firmy. J. Kunicki jest związany z Orange Polska od 2003 r. W tym czasie odpowiadał m.in. za relacje inwestorskie operatora. Od 2014 r. był szefem kontrolingu finansowego Orange w Polsce. Z kolei **Mariusz Gaca**, wiceprezes Orange Polska, przyjął propozycję **Grupy Orange** objęcia od 1 listopada br. funkcji prezesa zarządu **Orange Moldova**.

Orange zadowolony z wyników

Przychody **Orange Polska** w II kw. wzrosły o 2,5 proc., a rentowność operacyjna **EBITDAaL** o 10 proc. w porównaniu z tym samym okresem ubiegłego roku. W II kw. przybyło **44 tys.** użytkowników **Orange Światłowodu**. W sumie z internetu do nawet 1 Gb/s korzysta już **608 tys.** klientów. Dzięki realizowanym inwestycjom od kwietnia do czerwca br. sieć światłowodowa dotarła do kolejnych 209 tys. mieszkań i domów. W sumie w zasięgu jest już **4,6 mln gospodarstw domowych**

w całym kraju. W II kw. łączna liczba klientów korzystających z szerokopasmowego dostępu w różnych technologiach wzrosła o **22 tys.**, czyli o 2 proc. r/r, co było najlepszym wynikiem od 6 kwartałów. W II kw. przybyły **162 tys.** klientów mobilnych usług abonamentowych, w tym **65 tys.** klientów usług głosowych. Rośnie także liczba rodzin korzystających z pakietów **Orange Love** – na koniec czerwca było ich już ponad **1,4 mln**, czyli 8 proc. więcej niż na koniec II kw. ub. roku.

Podsumowanie finansowe i operacyjne (w mln zł)

Kluczowe wskaźniki	II kwartał		Zmiana	I półrocze		Zmiana
	2020 r.	2019 r.		2020 r.	2019 r.	
Przychody	2 828	2 759	2,5%	5 632	5 537	1,7%
EBITDAaL	728	662	10,0%	1401	1297	8,0%
Zysk operacyjny	109	139	-21,6%	197	213	-7,5%
Zysk netto	52	52	-6,4%	14	47	-70,2%
Ekonomiczne nakłady inwestycyjne	476	497	-4,2%	819	948	-13,6%

Million abonentów Telewizji Orange

85%

klientów posiada
telewizję w ramach
Orange Love

343 tys.

klientów korzysta
z dekodерów 4K

127 tys.

klientów posiada
Multinagrywarkę



Projekt Mobilny Listonosz

Ponad 20 tys. nowych table-
tów trafiło już w ręce listono-
szy Poczty Polskiej. To efekt
realizacji części umowy podpi-
sanej w grudniu 2019 r. mię-
dzy Poczta Polska, Integrated
Solutions i Orange Polska.
Jej wartość sięga ponad 116
mln zł w ciągu 3 lat. Obecnie
Poczta dostarcza średnio mie-
sięcznie około 5 mln przesyłek
z elektronicznym potwierdze-
niem odbioru (EPO) dla sądów,

prokuratur
oraz innych
instytucji
i firm, które
wołają elektro-
niczną formę
potwierdzenia.
Umowa
przewiduje

nie tylko zakup nowoczesnego
sprzętu z zestawem akce-
soriów, ale również zapew-
nia Poczcie Polskiej pełen
dostęp do pakietu usług ser-
wisowych, transmisji danych
i licencji. Jest to największy
tego typu program wdroże-
niowy w Europie w ostatnich
latach. – Cieszę się, że może-
my dziś mówić o przeprowa-
dzonym z sukcesem wdroże-
niu usługi Mobilny Listonosz
dla Poczty Polskiej, która od
lat należy do grona naszych
kluczowych Klientów. Był to
dla nas największy projekt
sprzedażowy w ostatnim roku.
Kompleksowa oferta Orange
oraz Integrated Solutions
pozwala nam realizować tak
duże projekty, które z jednej
strony wspierają procesy
digitalizacji firmy, a z drugiej
poprawiają cyfrowe doświad-
czenia Klientów. Bardzo cie-
szymy się z tego wdrożenia
i z tak dobrej współpracy
z Poczta Polska – mówi **Boże-
na Leśniewska, wiceprezes
zarządu Orange Polska ds.
rynku biznesowego.**

Jacek Ocho prezesem UKE

Nowym prezesem **Urzędu Komu-
nikacji Elektronicznej** został
Jacek Ocho. Na to stanowi-
sko wskazał go premier
Mateusz Morawie-
cki, a Sejm poparł
jego kandydaturę.
Dr. inż. Jacek Ocho
jest absolwentem
i pracownikiem
Wydziału Elek-
troniki Politech-
niki Wrocławskiej
i dyrektorem Wrocław-
skiego Centrum Sieciowo-
-Superkomputerowego,
gdzie prowadził zajęcia
m.in. z zakresu cyberbezpieczeń-
stwa. W swojej karierze związany
był również z przedsiębiorstwami
komercyjnymi jak: Telefon



Jacek
Ocho

Lokalna, Avista Media, Telefon
Dialog. J. Ocho ma też na koncie
współpracę z telewizją kablową
Tele Video Media, która
była częścią grupy
ATM. Odpowiadał
tam za wdrażanie
telewizji interak-
tywnej. Poprzedni
prezes UKE, Marcin
Cichy, został odwo-
łany ze stanowiska
po aferze związanej
z aukcjami technologii
5G. Konflikt na linii
rząd – UKE wybuchł po
tym, jak Urząd ogłosił
rozpoczęcie aukcji częstotliwości
5G, a następnie zawiesił je ze
względu na pandemię koronawirusa
i niepewną sytuację.

Rynek telko 2019

**Urząd Komunikacji Elektro-
nicznej** opublikował raport na
temat stanu rynku telekomu-
nikacyjnego w Polsce w 2019
r. Wynika z niego m.in., że:
w ub. roku wartość tego rynku
wyniosła 39,6 mld zł. Oznacza to
wzrost o 0,4 mld zł w stosunku
do roku 2018. O 4 pp. wzrosła
penetracja usługami internetu
stacjonarnego w przeliczeniu na
gospodarstwa domowe i wyniosła
54,8 proc. Już 75 proc. gospo-
darstw domowych w Polsce ma
dostęp do internetu stacjonar-
nego o prędkości co najmniej
30 Mb/s – to roczny wzrost
o 3,4 pp. Jednocześnie udział
łączy stacjonarnych o szybkości
co najmniej 100 Mb/s wyniósł
w 2019 r. 50,4% w ogólnej liczbie
łączy internetowych, czyli był
o prawie 8 pp. wyższy niż rok
wcześniej. Z roku na rok wzrasta
też w naszym kraju długość linii
światłowodowych. W zeszłym
roku odnotowano 1,5-procen-
towy przyrost długości sieci
w porównaniu z 2018 r. W 2019

r. zwiększyło się nasycenie rynku
telekomunikacyjnego usługami
związanymi. Co prawda liczba
użytkowników w porównaniu
z 2018 r. nieznacznie zmalała, ale
jednocześnie wartość rynku tych
usług osiągnęła poziom 9,53 mld
zł, czyli o około 12 proc. więcej
niż rok wcześniej. Pokazuje to,
że użytkownicy zaczęli pełniej
korzystać z dostępnych pakietów.
W ostatnich kilku latach nastę-
pował systematyczny spadek
liczby użytkowników telefonii
komórkowej, ale w ubiegłym roku
trend ten się odwrócił – na koniec
2019 r. łączna liczba aktywnych
kart SIM wyniosła 52,2 mln, czyli
1,16 proc. więcej niż w 2018 r.
Wzrosła również penetracja tymi
usługami, która wyniosła niemal
136 proc. Z roku na rok maleje
natomiast wartość rynku oraz
liczba użytkowników telefonii
stacjonarnej. Maleją także koszty
korzystania z tej usługi, a ceny
tych usług w Polsce są jednymi
z najniższych wśród państw Unii
Europejskiej.

Konferencja odwołana!!!

Zawiadamiamy, że ze względu na panującą pandemię
COVID-19, postanowiliśmy odwołać

11. OGÓLNOPOLSKIE FORUM OPERATORÓW TELEKOMUNIKACYJNYCH **FORTELI**

Patrząc optymistycznie w przyszłość zakładamy,
że spotkamy się ponownie,
jak zwykle w końcu marca 2021 r.



Więcej szczegółów wkrótce na www.fortel.org.pl

CANAL+

PREMIERA 6 LISTOPADA

KRÓL

NOWY SERIAL CANAL+

CANAL+ ORIGINAL

DYSTRYBUCJA:

Rafał
Wilczewski
605 456 460

Marcin
Czechowicz
603 234 233

Katarzyna
Łagodzińska
513 111 776

MARKETING:

Katarzyna
Popławska
791 906 969