

KABELMIX

2 w 1, czyli kablówka
w spółdzielni

TELEMIX

Chcemy być
numerem 1

TELEKOMUNIKACJA

Z głową
w chmurach?

marzec 2021 cena 14,99 zł (w tym 8% VAT) 5 euro

ISSN 2299-9248

3 (208)

TELEKABEL & digital tv

Najbardziej
kobieca
premiera tej wiosny

TVP
Kobieta
Taka jak Ty

REKLAMA



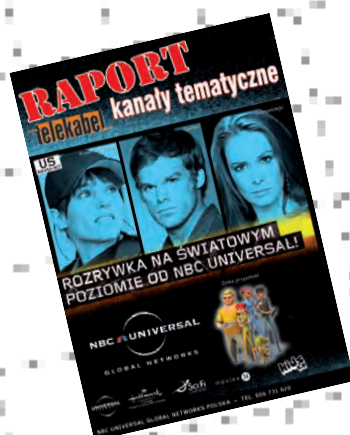
TELEWIZJA CYFROWA • TELEKOMUNIKACJA • NOWE TECHNOLOGIE • PRAWO I BIZNES

Wydanie kwietniowe

– z dodatkiem specjalnym

„RAPORT – kanały tematyczne”

- podsumowanie polskiego rynku telewizyjnego w 2020 roku
- wyniki oglądalności stacji tematycznych w Polsce
- firmy dystrybucyjne, rynek reklamowy
- dane teleadresowe, kontakty
- opinie ekspertów



2021



2021

TELEKABEL
& digital tv

www.telekabel.pl
sekretariat@telekabel.pl
tel. (+48 22) 628 90 83

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

Kanałobranie



Andrzej Konaszewski
po. Redaktora Naczelnego

D o jednej z niewielu branż, na które nie ma specjalnego wpływu obecna sytuacja kryzysowa związana z pandemią, można zdecydowanie zaliczyć branżę telewizyjną. Widać to chociażby na przykładzie Telewizji Publicznej, która już w ub. roku postanowiła nabrać programowego rozpędu. Według uchwalonej i przekazanej do KRRiTV Karty Powinności Telewizji Polskiej SA na lata 2020–2024, TVP zaplanowała tworzyć i rozpowszechniać nowe wyspecjalizowane kanały. Zgodnie z tymi założeniami 8 marca br. jako prezent z okazji Dnia Kobiet, został uruchomiony na MUX 8 (w miejsce TVP Rozrywka) lifestyle'owy kanał **TVP Kobieta**. Wywiad z jego szefową – Iwoną Bocian-Zaciewską, prezentujemy w tym numerze. Rok 2022 ma przynieść start kanału **TVP Nauka**, pod rządami Roberta Szaja, popularyzatora wiedzy o Mikołaju Koperniku, a w dalszej kolejności **TVP Muzyka**. Nowe kanały mają zmieścić się na multiplexach NTC, dzięki planowanej kompre-

sji sygnału po reformingu. To jednak nie jedyne zmiany programowe na medialnym rynku. Z ofertą tureckich seriali wystąpiła Grupa Kino Polska TV, wprowadzając do portfolio kanał **DIZI**, emitujący zarówno produkcje obyczajowe, romantyczne, jak i kryminały znad Bosforu. Po nieudanej próbie powrotu na MUX 1, stacji ATM Rozrywka (po wygaśnięciu koncesji), z przychylności KRRiT skorzystał Michał Winnicki, uzyskując koncesję na swój nowy kanał **Silver TV**. Kanał przeznaczony dla osób powyżej 50. roku życia, prawdopodobnie będzie jednak musiał zmienić nazwę. Beata Borucka, influencerka prowadząca w sieci format – Silver TV – pierwsza interaktywna telewizja 50+, zgłosiła nazwę „Silver TV” jako znak towarowy do Urzędu Patentowego. Zmiany czekają również kanały tematyczne z portfolio CANAL+ Polska. W tym przypadku chodzi o rebranding Domo+, który ma zmienić nazwę na **CANAL+ Domo** i Kuchnia+ na **CANAL+ Kuchnia**. Ma to na celu lepszą ekspozycję marki CANAL+, która powszechnie kojarzy się z treściami premium.

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

PO. REDAKTORA NACZELNEGO

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

TVP



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

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

CANAL+

PREMIERA 26 MARCA

KLANGOR

NOWY SERIAL CANAL+

© MATERIAŁY PROMOCYJNE CANAL+ POLSKA S.A. 2021

DYSTRYBUCJA:

Rafał
Wilczewski
605 456 460

Marcin
Czechowicz
603 234 233

Katarzyna
Łagodzińska
512 111 776

MARKETING:

Aleksandra
Sokołowska
513 111 645

teletemat

13. Forum Gospodarcze TIME
Mariaż cyfryzacji z „zielonym ładem”
Andrzej Marciniak 8

kabelmix

- 2 w 1, czyli kablówka w spółdzielni
Andrzej Marciniak 12
- kabelmix – aktualności 14

telemix

- Chcemy być numerem 1
z Iwoną Bocian-Zaciewską, dyrektorką
kanału TVP Kobieta,
rozmawia Andrzej Marciniak 20
- Przedstawienie musi trwać!
Opr AK 24
- Doroczne badanie „Establishment Survey”
Telewizor „odkleja się” od telewizji
Nielsen 28
- wieści z platform 30
- telemix – aktualności 32

warto zobaczyć

- zapowiedzi AXN 38
- zapowiedzi Planete+ 39
- zapowiedzi 13 Ulica, SCI FI, E! Entertainment 40
- zapowiedzi FOX, FOX Comedy 41
- zapowiedzi National Geographic,
National Geographic Wild, Nat Geo People 42
- zapowiedzi Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat
History, Polsat Viasat Nature, Epic Drama 43
- zapowiedzi Kino Polska, Filmbox Premium,
Stopklatka 44
- zapowiedzi BBC Brit, BBC Earth, BBC Lifestyle ... 45
- zapowiedzi Eleven Sports 46

telekomunikacja

- Amazon vs Allegro
e-commerce-owe starcie roku
Karol Tak 48

8



13. FORUM GOSPODARCZE TIME MARIAŻ CYFRYZACJI Z „ZIELONYM ŁADEM”

Najbliższe lata znacząco zmieniają obecne priorytety polityki gospodarczej całej Unii Europejskiej. Już teraz realizowana jest polityka podwójnej transformacji, której celem jest szybszy rozwój przedsiębiorstw cyfrowych, ale przy uwzględnieniu wymogów stawianych przez ekologiczny „zielony ład”. Co to oznacza to Polski i czy jesteśmy gotowi do dopasowania ekosystemu prawnego do potrzeb zmieniającej się gospodarki?

12



2 W 1, CZYLI KABŁÓWKA W SPÓŁDZIELNI

Pod koniec lat 80. ubiegłego wieku wiele przedsiębiorczych osób, często z grona instalatorów AZART i elektroników, zainteresowało się możliwością zaoferowania ludziom dostępu do zachodnich programów telewizyjnych. W pierwszych latach rozwoju „kablówek” w Polsce największym polem rywalizacji były spółdzielcze bloki. Kto pierwszy dogadał się z władzami spółdzielni, ten tworzył minisiec, blokując dostęp innym.

o/o Chata i... chwała o/o

marzec 2021



Krystyna Pawłowicz

„Kto ogląda TVN to wiadomo bez badań, że jest głupi...” – napisała na Twitterze **Krystyna Pawłowicz**. Jej wpis zacytował na swoim profilu dziennikarz „Rzeczpospolitej” Jacek Nizinkiewicz, dodając krótki komentarz: „Sędzia TK”. K. Pawłowicz odpowiedziała – „Jako sędzia pozostaję też obywatelem i zachowuję prawo oceny zjawisk. Nagonki, kłamstwa czy dezinformowanie to cecha tej politycznej stacji. Szczuciem na wybrane osoby wywołuje agresję wielu swych widzów. Kto temu szczuciu i kłamstwom tvn ulega jest głupi. Pan też temu szczuciu ulega”.

Źródło: Twitter – 15 marca 2021 r

Badania konsumenckie UKE 2020*

Raczej pozytywnie

Opr. AK 50

Reguła 3-2-1

Rick Vanover 54

Krajobraz cyberzagrożeń

Opr. AK 56

„Idea podatku od reklam w wydaniu polskiego rządu znacząco odbiega od pomysłu uniwersalnego podatku cyfrowego. Po pierwsze dlatego, że polski projekt to działanie na poziomie lokalnym, więc trudno wyobrazić sobie narzędzia jego egzekucji wobec międzynarodowych korporacji. Po drugie, podatek cyfrowy dyskutowany w gronie 37 krajów członkowskich OECD dotyczyłby właśnie ich, tymczasem u nas przyjęto dziesięciokrotnie niższy próg przychodowy” – mówi **Teresa Wierzbowska**, prezes Związku Pracodawców Prywatnych Mediów Lewiatan.

Źródło: „Polityka” – 10 marca 2021 r.

Polski biznes potrzebuje rozwiązań chmurowych bardziej niż iedokolwiek przedtem

Z głową w chmurach?

Adam Wojtkowski 58

Przyspiesza transformacja cyfrowa

Opr. AK 60

telekomunikacja – aktualności 62

TVP
Kobieta

20

amazon

48

allegro

CHCEMY BYĆ NUMEREM 1

– Jesteśmy telewizją misyjną i zakładamy, że kanał nie musi na siebie zarabiać. To nie jest na pewno naszym podstawowym celem. Mogę powiedzieć jednak, że jest bardzo duże zainteresowanie sponsorów naszą ofertą, co pozwala sądzić, że po dwóch latach od startu uda się nam osiągnąć rentowność – mówi **Iwona Bocian-Zaciewska**, dyrektorka kanału **TVP Kobieta**.

AMAZON VS ALLEGRO E-COMMERCE-OWE STARCIE ROKU

Decyzja Amazona o rozpoczęciu działalności w Polsce, jak również wejście Allegro na giełdę – to bez wątpienia najważniejsze ruchy na polskim rynku e-commerce ostatnich lat. Wygląda na to, że obie firmy dobrze przygotowały się do walki zarówno o klientów, jak i sprzedających. Jedno jest pewne – przed nami ciekawy okres rywalizacji o rynek nad Wisłą – warto obserwować rozwiązania implementowane przez konkurencyjne podmioty w walce o klienta.



13. Forum Gospodarcze TIME

Mariaż cyfryzacji z „zielonym ładem”



TEKST ANDRZEJ MARCINIAK

Gospodarka sieciowa, rozwój 5G, przemysł 4.0, cyfrowy system finansowy i sztuczna inteligencja – to cztery obszary tematyczne, wokół których toczyły się dyskusje podczas 13. Forum Gospodarczego TIME. Pandemia sprawiła, że po raz pierwszy wydarzenie to odbyło się w formule online.

Najbliższe lata znacząco zmieniają obecne priorytety polityki gospodarczej całej Unii Europejskiej. Już teraz realizowana jest polityka podwójnej transformacji, której celem jest szybszy rozwój przedsiębiorstw cyfrowych, ale przy uwzględnieniu wymogów stawianych przez ekologiczny „zielony ład”. Co to oznacza dla Polski i czy jesteśmy gotowi do dopasowania ekosystemu prawnego do potrzeb zmieniającej się

gospodarki? Zwłaszcza teraz, gdy wciąż zmagamy się z pandemią, której skutki odczuwać będziemy jeszcze przez długi czas.

– Pandemia zmieniła diametralnie wiele obszarów życia społecznego i gospodarczego, ale cyfryzacja przynosi nadzieję na lepsze jutro i jest szansą na przetrwanie, na powrót do normalności i przyspieszony rozwój – stwierdził **premier Mateusz Morawiecki**, otwierając Forum.

Propozycją rządu jest Krajowy Plan Odbudowy (KPO), którego realizacja możliwa będzie głównie z wykorzystaniem środków z europejskiego Funduszu Odbudowy. Jednym z jego priorytetów jest skokowy wzrost wydatków na cyfryzację kraju. I to branża ICT (technologii informacyjno-komunikacyjnych) ma odegrać kluczową rolę w modernizacji wielu dziedzin naszej gospodarki i życia społecznego. Rząd zapla-

nowań wydatki, których wielkość liczona jest w miliardach euro. Premier ma nadzieję, że środki te zostaną uruchomione możliwie jak najszybciej.

„Zielony ład” zamiast „białych plam”

Czas pandemii dobitnie pokazał znaczenie telekomunikacji dla naszego codziennego życia, edukacji czy gospodarki. Bez powszechnych i szybkich łączy internetowych trudno dzisiaj wyobrazić sobie normalne funkcjonowanie społeczeństwa. Dlatego też znaczące miejsce w wydatkach z KPO zajmuje nowy Program Operacyjny Polska Cyfrowa. Zakłada on budowę nowych sieci światłowodów, co ma przyczynić się do likwi-

się **Jarosław Tworóg, wiceprezes KIGEiT**, który zauważył, że obecny model demokracji przedstawicielskiej wyczerpuje swój potencjał i jesteśmy w trakcie poszukiwania nowego, sprawniejszego systemu. **Wiele wskazuje na to, że już niebawem w przemyśle i rolnictwie pracować będzie zaledwie 5–10 proc. społeczeństwa. Pozostali znajdą zatrudnienie w innych zawodach, części których nawet nie potrafimy jeszcze nazwać.** To pokazuje, że epoka przemysłowa, w dotychczasowym rozumieniu, przechodzi do historii. Świat staje przed nowymi wyzwaniami, czego przykładem jest implementacja „zielonego ład”, zaplanowana na najbliższe 30

tych, w Polsce wciąż borykamy się z problemem wykluczenia cyfrowego. Wg danych GUS, w 2020 roku dostęp do internetu szerokopasmowego w Polsce miało 90,4 proc. gospodarstw domowych, a do ok. 3 tys. miejscowości w ogóle on nie dociera, przewodowo czy bezprzewodowo. Z kolei dane Urzędu Komunikacji Elektronicznej sugerują, że co czwarte gospodarstwo domowe w kraju (3,8 mln) nie ma dostępu do łącza internetowego na miarę współczesnych potrzeb (o prędkości minimum 30 Mb/s). Jak to zmienić w sytuacji istniejących barier prawnych, organizacyjnych i administracyjnych?

– Pojawiły się deklaracje, że środki z KPO pozwolą wypełnić „białe plamy”, ale wciąż nie wiemy, w jaki sposób i na jakich zasadach fundusze te będą dzielone na poziomie krajowym – stwierdził **Andrzej Abramczuk, prezes Netii**. Dodał też, że Netia, która do tej pory nie korzystała z pieniędzy w ramach POPC, nie wyklucza zaangażowania się tym razem. Oczekuje jednak uproszczenia procedur biurowych.

Cezary Albrecht, członek zarządu T-Mobile, zwrócił uwagę na efektywność wydatkowania środków unijnych. A to może zostać osiągnięte przez przyznawanie dofinansowania podmiotom, które mają know-how i doświadczenie w realizacji projektów związanych z budową sieci szerokopasmowych. Dodał, że instytucje odpowiedzialne za rozdział funduszy powinny dokładnie przeanalizować dotychczasowe efekty działań poszczególnych beneficjentów.

Podobne poglądy wyraził **Paweł Kuriata, członek zarządu Play**, dla którego nowa perspektywa daje szansę na to, że nacisk zostanie położony właśnie na efektywność. – Głównym celem, o którym słyszymy od dawna, jest niewystarczający dostęp do szerokopasmowego internetu. W przeszłości technologie mobilne nie spełniały tej przesłanki. To się jednak zmienia. Technologie mobilne są predystynowane do



dacji „białych plam”. Natomiast priorytetem w rejonie „szarych plam” jest zwiększenie możliwości dostępu do szybkiego internetu, dzięki czemu zyska jakość świadczonych usług drogą online. Mówił o tym m.in. **Rafał Sukiennik, dyrektor Departamentu Rozwoju Cyfrowego w Ministerstwie Funduszy i Polityki Regionalnej**, który stwierdził, że ok. 20 proc. funduszy KPO trafi do projektów cyfrowych. – Będziemy finansować nowoczesną infrastrukturę, pozwalającą na uruchamianie nowych usług, które przekształcą wiele sektorów gospodarki w erę IoT. Mimo ciągłej poprawy wciąż plasujemy się wśród krajów z niskim poziomem cyfryzacji i penetracji usług – przyznał R. Sukiennik.

O diagnozę obecnej sytuacji i prognozy na przyszłość pokusił

lat. – Myślę, że dopiero w trzeciej dekadzie realizować będziemy koncepcję nieemisyjnej, całkowicie zrównoważonej gospodarki sieciowej o obiegu zamkniętym, która zacznie chronić środowisko i zasoby naturalne – zauważył J. Tworóg. – Najważniejszym ekosystemem dla Polski, który powinniśmy modernizować, jest ekosystem energetyczny, bo to napędzi koniunkturę i uzasadni inwestycje w cyfryzację.

Wielka kasa, a co z efektami?

Na część pieniędzy z KPO liczą firmy inwestujące w budowę i rozwój sieci szerokopasmowych. Jak przypominał **Wojciech Dziomdziora, radca prawny Nexery** i prowadzący panel dyskusyjny poświęcony wspomnianej tema-

tę, by zaspokajać popyt. Dają one realny dostęp do łącz szersokopasmowych.

Problem efektywności pojawiał się w wystąpieniach pozostałych uczestników panelu. **Nikodem Bończa-Tomaszewski, prezes Exatela** ocenił, że środki z POPC 1.1 nie były najlepiej rozdzielane, o czym świadczy fakt pomijania często wniosków małych i średnich operatorów, najlepiej zorientowanych w sytuacji lokalnych rynków. Jego zdaniem, zapewnieniem dostępu do szerokopasmowego internetu poza obszarami wielkich miast powinni zajmować się głównie lokalni operatorzy. Exatel złożył trzy projekty do KPO na kwotę 5,5 mld zł. Pierwszy z nich dotyczy budowy światłowodu łączącego Polskę i USA. Firma chce też postawić ponad 300 masztów mających służyć technologii 5G. Miałyby one powstać w tzw. terenach trudnych.

rodzaju partnerstw. Dlatego też Orange rozwija własny projekt w tym zakresie, niezależnie od tego, czy firma otrzyma fundusze unijne – zapewnił M. Nowohoński.

Na wzrost trudności realizacji telekomunikacyjnych inwestycji zwróciła uwagę także **Marta Wojciechowska, członek zarządu INEA**. Reprezentowana przez nią firma przeprowadziła symulację kosztów doprowadzenia łącz światłowodowych do każdego gospodarstwa domowego w miejscowości liczącej 3,5 tys. mieszkańców i położonej w centralnej Polsce. – Okazało się, że średnia długość przyłącza to 190 metrów. Dofinansowanie nie czyni takiej inwestycji opłacalną. Dlatego musimy zacząć rozmawiać o większych ułatwieniach i zachętach dla operatorów. Kłopot sprawia również niestabilność obowiązujących regulacji. I bez rozwiązania tych problemów nie

jak najlepiej przygotowane, by okazały się w pełni efektywne. Dlatego tak ważne jest dokładne określenie zasad rozdziału i wykorzystania wspomnianych pieniędzy, jeszcze zanim trafią one do beneficjentów.

W panelu wybrzmiały głosy dużych operatorów. Nie wiadomo więc, czy z ich opiniami zgadzają się też mniejsi gracze rynkowi. O tym, jaki ostateczny kształt przebieże Krajowy Plan Odbudowy i na jakich szczegółowych zasadach będzie on realizowany, dowiemy się, gdy zakończy się okres konsultacji. Im szybciej to się stanie, tym lepiej. Pozwoli to bowiem przyspieszyć proces gigantycznej modernizacji kraju, zbliżając nas do osiągnięcia celów zapisanych w strategii Unii Europejskiej.

Telewizje czasu pandemii

Duże zainteresowanie wzbudziła dyskusja o przyszłości polskiego rynku medialnego. Tym bardziej, że od dłuższego czasu powraca temat stosowania zasady must carry/must offer w zderzeniu z nowymi technologiami czy rozpoczęcie procesu refarmingu. Jak się jednak należało spodziewać, uczestnicy panelu sporo miejsca w swych wypowiedziach poświęcili wpływowi pandemii na telewizyjny biznes. Miniony rok przyniósł bowiem znaczący spadek wpływów reklamowych, istotną zmianę nawyków konsumentów mediów i wzrost zainteresowania ofertą platform streamingowych,

zwłaszcza tych o charakterze globalnym.

– Sytuacja pandemiczna nie zmieniła tylko telewizji, ale przyspieszyła wiele zmian społecznych – stwierdziła **Dorota Żurkowska-Bytner, członek zarządu TVN Discovery Polska**. – Rośnie zapotrzebowanie na telewizję i kontent na żądanie, co wpływa na rozwijanie przez nadawców produktów cyfrowych. Widzimy też ogromną potrzebę

Maciej Nowohoński, członek zarządu Orange Polska, stwierdził, że obecnie ok. 60 proc. gospodarstw domowych w naszym kraju ma już dostęp do stacjonarnego internetu. To wciąż znacznie mniej poniżej średniej unijnej, określanej na poziomie 80 proc. – Problem w tym, że do zagospodarowania została trudniejsza połowa, co ma wpływ na wzrost ryzyka takich inwestycji, realizowanych w formie różnego

poradzić sobie z nierównościami społecznymi oraz wykluczeniem cyfrowym – podkreśliła mówczyni.

Z kolei **Jacek Wiśniewski, prezes Nexery**, przypomniał, że poprzednie perspektywy finansowe preferowały dostęp światłowodowy, obecnie zaś Polska planuje mocne zaangażowanie się w rozwój 5G. I choć zarówno KPO, jak i środki z budżetu UE są bardzo duże, to konieczne inwestycje muszą być

widzów poszukiwania informacji i rozrywki. Miniony rok stanowił poważne wyzwanie operacyjne, bo jako grupa medialna chcieliśmy zaistnieć w różnego rodzaju akcjach wspierających widzów, przedsiębiorców czy środowisko medyczne. Problemem dla nadawców stały się ograniczenia wynikające z pandemii. Dotknęły one głównie produkcję kontentu, co zmusiło nas do przesunięcia terminów realizacji różnych przedsięwzięć. Sądzę jednak, że jako branża stanęliśmy na wysokości zadania.

Zgodziła się z tym **Beata Dymacz, CEO TV Puls**, która dostrzegła, że jedną z korzyści pandemii był nie tylko wzrost oglądalności telewizji, ale także to, że przed odbiorcami gromadziły się, w znacznie większym stopniu niż wcześniej, całe rodziny poszukujące kontentu o charakterze familijnym. Jej zdaniem, trend ten zostanie utrzymany. Z kolei **Jacek Oko, prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej**, zwrócił uwagę na nasilające się zjawisko multiscreeningu i przemieszczania się widza między poszczególnymi urządzeniami dostępowymi. Widać tu rosnącą rolę smartfonów, czemu sprzyjać wkrótce będzie rozwój technologii 5G. Niestety, z ust prezesa nie padła data aukcji 5G, a jedynie zapewnienie, że większość warunków, niezbędnych do jej przeprowadzenia, została już spełniona.

Bogusław Kisielewski, prezes zarządu Kino Polska, stwierdził, że mimo pandemii, jego firma zakończyła miniony rok z najlepszym wynikiem w historii. Powody do zadowolenia miał też **Marcin Klepacki, dyrektor dystrybucji TVP**. Wskazał on na realizowany projekt edukacyjny, wspomagający uczniów w zajęciach szkolnych online. Przedsięwzięcie to zostało dostrzeżone także w Europie i uzyskało nominację do nagrody Prix Italia. Zauważył też, że rok 2020 był

bezprecedensowy pod względem ilości wygenerowanego i przesłanego w internecie kontentu wideo. Problemem okazały się ograniczenia licencyjne, sprawiające, że nadawca nie mógł

Wymaga ona nowego podejścia, na co wpływ mają wprowadzane technologie i zmiany w sposobie konsumpcji mediów. Obecnie trwają dyskusje i uzgodnienia, których celem jest wypracowanie



przenieść do internetu wielu programów. Mimo to liczba wejść na vod.tvp.pl wzrosła o ponad 30 proc. Taka sytuacja otwiera, jego zdaniem, nowe możliwości przed telewizyjnymi producentami. Także w ubiegłym roku TVP zaczęła testować standard DVB-T2/HEVC i szuka obecnie możliwości dynamicznego rozwoju w tym zakresie.

Problemy do rozwiązania

Przypomnijmy, że proces reformingu ma potrwać do czerwca 2022 roku i będzie miał określone konsekwencje dla widzów. Odbiór sygnału w nowym standardzie wymaga bowiem odbiorników dostosowanych do DVB-T2/HEVC. Może to w wielu przypadkach oznaczać konieczność wymiany telewizora lub zakup dodatkowego dekodera. Natomiast po stronie nadawców oznacza to większe koszty. Z drugiej jednak strony, zmiana standardu poprawi jakość sygnału telewizyjnego, co zwiększy atrakcyjność oferty dla konsumentów i reklamodawców.

Kolejnym punktem dyskusji przedstawicieli nadawców i regulatorów rynku mediowego była zasada must carry/must offer.

zasad rozprawdania na platformach internetowych programów telewizyjnych objętych zasadą must carry/must offer. Chodzi o to, by nadawcy nie pobierali z tego tytułu opłat, a operatorzy platform gwarantowali ich słusze interesy, w tym pozyskiwanie danych o oglądalności programów w internecie.

Ustosunkowując się do problemu, **Witold Kołodziejski, przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji**, powiedział, że „must carry/must offer to problem, który musimy rozwiązać”. Dodał, że pojawiła się koncepcja, którą zainteresowane strony starają się dopracować. – Wskazujemy na konieczność zawarcia umowy między operatorem a nadawcami, którzy najczęściej chcą, by udostępnianie sygnału ich programów następowało także z ich infrastruktury – stwierdził W. Kołodziejski. – Jesteśmy blisko rozwiązania, ale wciąż brakuje pewnych zmian legislacyjnych. Dużo mniejszym problemem jest zakres programów mających być objętych zasadą must carry/must offer, bo nie tu wielkich kontrowersji. Propozycja KRRiT dotyczy wszystkich programów telewizji naziemnej.

2 w 1, czyli kablówka w spółdzielni

TEKST ANDRZEJ MARCINIAK

Mamy w Polsce ponad 3,6 tys. spółdzielni mieszkaniowych, w zasobach których jest 2,2 mln mieszkań. To baza, na której znakomicie rozwinęły się sieci telewizji kablowej.

Pod koniec lat 80. ubiegłego wieku wiele przedsiębiorczych osób, często z grona instalatorów AZART i elektroników, zainteresowało się możliwością zaoferowania ludziom dostępu do zachodnich programów telewizyjnych. W pierwszych latach rozwoju „kablówek” w Polsce największym polem rywalizacji były spółdzielcze bloki. Kto pierwszy dogadał się z władzami spółdzielni, ten tworzył minisieci, blokując dostęp innym. A że inwestorzy do bogatych nie należeli, stąd w niektórych miastach powstawały dziesiątki prymitywnych sieci, wykorzystujących równie prymitywne instalacje zbiorowego odbioru (AZART) i tzw. przewieszki między budynkami. Łączono nimi czasem kilka lub kilkanaście bloków.

Takie sieci trafiły na niezwykle podatny grunt. Zwłaszcza, że potencjalni widzowie nie zawracali sobie głowy jakością przekazu, a interesowało ich głównie to, ile programów będą mogli oglądać. Częstym zjawiskiem było tworzenie przez lokatorów stowarzyszeń miłośników telewizji kablowych. Jego członkowie zbierali pieniądze od innych i dogadywali się

z wykonawcami. Zainteresowanie było gigantyczne. Z czasem to się zmieniło.

– Moja sieć była jedną z pierwszych w Łodzi – wspomina **Tadeusz Marczewski, prezes Astral Media**. – Ruszyliśmy w 1988 roku, a po dwóch latach powstało stowarzyszenie, które zarządzało siecią. Później przekształciliśmy się w spółkę i w tej formie trwamy do dziś. Jesteśmy właścicielem infrastruktury, a sygnał telewizyjny i internet otrzymujemy, w ramach zawartej umowy, od firmy TOYA. Działamy jako zewnętrzny operator w ramach lokalnej spółdzielni mieszkaniowej.

Początkowo spółdzielnie mieszkaniowe nie bardzo angażowały się w tworzenie i rozwój własnych sieci kablowej. Było jednak kilka znaczących wyjątków. – My od początku chcieliśmy, by sieć była naszą własnością – twierdzi **Lucjan Zubrzycki, prezes zarządu Spółdzielni Mieszkaniowej w Grudziądzu**. – I tak się stało. Nie dosyć, że sami od początku budowaliśmy „kablówkę”, to w latach 90. nabyliśmy część sieci od innych operatorów. Dzisiaj docieramy do

ok. 22 tys. gospodarstw domowych w Grudziądzu, z czego 14,7 tys. to własne zasoby mieszkaniowe spółdzielni.

Podobną drogę przeszła Winogradzka Telewizja Kablowa, od początku związana z Poznańską Spółdzielnią Mieszkaniową „Winogrady”.

– Jesteśmy zakładem wewnętrznym spółdzielni, bez osobowości prawnej – wyjaśnia **Paweł Suchorski, pełnomocnik zarządu w WTK**. – Rozpoczęliśmy działalność w 1989 roku na pierwszym z pięciu naszych osiedli. Po trzech latach zbudowaliśmy już szkielet sieci obejmującej obszar całej spółdzielni. Obecnie WTK ma zasięg 18 tys. mieszkań, z których 13,5 tys. korzysta z naszej oferty telewizyjnej.

Zarówno TK Grudziądz, jak i poznańska WTK postawiły od samego początku na tworzenie sieci opartych na technologii kablowej, rezygnując z wykorzystania istniejących instalacji AZART. To pozwoliło im zbudować silną pozycję na lokalnych rynkach i rozwijać się technologicznie, spełniając oczekiwania swoich abonentów. Taki model rozwoju sieci kablo-

Największe polskie spółdzielnie mieszkaniowe z własnymi sieciami kablowymi

L.p.	Nazwa spółdzielni	Liczba mieszkań	Liczba abonentów tv
1.	MSM Toruń	21 500	17 500
2.	WSM Poznań	18 000	14 650
3.	SM Grudziądz	14 700	17 148
4.	PSM Puławy	13 101	12 300
5.	SM Północ Częstochowa	9 166	6 300

wych, stanowiących własność spółdzielni mieszkaniowych, przetrwał jednak w nielicznych lokalizacjach. Można wymienić jeszcze Częstochowę, Łódź, Toruń, Puławę czy Legionowo. Większość spółdzielni zdecydowała się na zewnętrznych operatorów, mających zazwyczaj większe doświadczenie i możliwości prowadzenia takiej działalności. Biorą też oni na siebie ryzyko gospodarcze, co władzom spółdzielni jest po prostu na rękę, zwłaszcza w sytuacji rosnącej

konkurencji na tym rynku, głównie ze strony dużych graczy, mogących zaoferować atrakcyjne ceny. Coraz rzadziej też same spółdzielnie oferują swym mieszkańcom dostęp do taniego pakietu programów naziemnej telewizji cyfrowej za pośrednictwem instalacji AZART. Usługa ta umiera śmiercią naturalną, bo spółdzielniom nie opłaca się konserwacja takich instalacji, a i chętnych wyłącznie na wspomniany pakiet programowy jest coraz mniej.

W tej sytuacji nie należy się spodziewać, że spółdzielni mieszkaniowych, będących jednocześnie operatorami telekomunikacyjnymi będzie przybywać. Te, które istnieją, starają się utrzymać swoją pozycję, co nie zawsze jest takie proste. Zwłaszcza w sytuacji, gdy obserwujemy powolny odwrót od tradycyjnej telewizji i nadchodząca z oceanu zjawisko cord-cutting, czyli rezygnowania przez abonentów z „kablówek” na rzecz platform streamingowych.



Tadeusz Marczewski

Tadeusz Marczewski, prezes Astral Media w Łodzi – W Łodzi praktycznie została jedna sieć kablowa, będąca własnością spółdzielni mieszkaniowej. W całym województwie podobna sytuacja ma miejsce jeszcze w Białymostku. Największym problemem jest obecnie dumping cenowy, czego przykładem są działania m.in. Polsatu i Netii. Z ich agresywną ofertą nie jesteśmy w stanie konkurować. Jedna z łódzkich sieci nie zgodziła się ostatnio na wyższe ceny zaproponowane przez Polsat i jednego dnia straciła 300 abonentów, którzy zdecydowali się przejść do Netii, należącej przecież do Polsatu. Warto też zwrócić uwagę, że ludzie powoli odwracają się od tradycyjnej telewizji. W naszej sieci już teraz 40–50 proc. pojemności łączy wykorzystywane jest na serwisy streamingowe i my nic na tym nie zarabiamy.



Lucjan Zubrzycki

Lucjan Zubrzycki, prezes zarządu SM w Grudziądzu – Już na początku lat 90. zdecydowaliśmy, że sieć kablowa będzie własnością spółdzielni. Z perspektywy czasu widać, że branża kablowa nie mogłaby się tak szybko rozwinąć bez współpracy ze spółdzielniami. Zasoby wielorodzinne były i są nadal łakomym kąskiem dla operatorów. Łatwiej jest więc wejść do budynku takiego jak duży blok, gdzie od razu zyskujemy dostęp do wielu potencjalnych odbiorców. Można tu mówić, oczywiście, o różnych modelach współpracy. Sytuacja, gdy spółdzielnia jest jednocześnie właścicielem i operatorem „kablówki” – tak jak u nas – jest stosunkowo rzadka. W naszych zasobach mieszkaniowych nie mamy praktycznie innych operatorów telekomunikacyjnych, poza Orange i Netią. Natomiast poza spółdzielnią, gdzie także działamy, stykamy się w budynkach głównie z Multimediami, należącymi do Vectry. Niestety, często inni operatorzy chcą wejść do budynku „na skrót”, nie zważając na to, że był on np. ostatnio malowany bądź nie ma szachtów energetycznych, które można by wykorzystać. To poważny problem.



Paweł Suchorski

Paweł Suchorski, pełnomocnik zarządu w Winogradzkiej Telewizji Kablowej w Poznaniu – Myślę, że w początkowych latach kablowego boomu w Polsce spółdzielnie mieszkaniowe były motorem napędowym rozwoju branży. Potrzebna była bowiem masa krytyczna, co zapewniały właśnie duże zasoby mieszkaniowe. Niektóre spółdzielnie postawiły najpierw na instalacje AZART, co nie było dobrym rozwiązaniem. My poszliśmy w kierunku profesjonalnej sieci kablowej. I część pierwotnej infrastruktury istnieje do dzisiaj. Choć w pierwszym etapie było drożej, to ostatecznie zyskaliśmy na jakości naszych usług. Sieć kablową zbudowaliśmy na komercyjnych zasadach i spółdzielnia nigdy nie dopłacała do tego. Cały czas jesteśmy częścią spółdzielni, ale stanowimy zakład wydzielony pod względem organizacyjnym, finansowym i realizowanych zadań.

Lubartowskie światłowody

Na jednym z terenów inwestycyjnych przy ul. Strefowej w Lubartowie powstanie nowoczesne Centrum Badawczo-Rozwojowe, którego celem będzie opracowanie technologii produkcji innowacyjnych światłowodów. Inwestycja, której wartość jest szacowana na 65,8 mln zł, z czego 37,5 mln zł ma pochodzić z unijnego dofinansowania, będzie realizowana w ramach projektu „Utworzenie Centrum Badawczo-Rozwojowego Technologii Światłowodowych dla Przemysłu”.



Profil firmy ukierunkowany jest na realizację zaawansowanych technicznie badań oraz opracowywanie autorskich procesów wytwarzania konkretnych światłowodów w skali półprzemysłowej. W lubartowskim centrum badawczo-rozwojowym realizowane będą prace nad innowacyjnymi i unikatowymi na skalę światową światłowodami wielordzeniowymi do zastosowań między innymi w telekomunikacji nowej generacji. Przedsiębiorca planuje zatrudnienie ok. 30 osób. – Jest to kolejna zaawansowana technologicznie firma lokalizowana w Lubartowie. Rozmowy z przedsiębiorcą dotyczące możliwości jej realizacji zaczęły się w 2020 roku. Obecnie trwa etap uzyskiwania pozwolenia na budowę dla inwestycji – mówi **Krzysztof Paśnik, Burmistrz Miasta Lubartów**.

Lutowe przyspieszenie

Pierwsze miesiące 2021 r. przyniosły zwiększenie szybkości internetu w Polsce – informuje Speedtest. W lutym pobieranie danych przez użytkowników przyspieszyło o kilka procent, osiągając średnio **75 Mb/s dla łączy stacjonarnych i 34,6 Mb/s dla połączeń mobil-**

nych. Czołówka wśród dostawców internetu stacjonarnego nieco się zmieniła. O ile na dwóch pierwszych miejscach wciąż znajdują się spółki **INEA i UPC Polska**, o tyle na trzecie miejsce wskoczył **T-Mobile Stacjonarny**, który zepchnął z podium sieć **TOYA**.

Szczegóły rankingu „Internet domowy”

Pozycja	Nazwa dostawcy	Prędkość pobierania [Mb/s]	Prędkość wysyłania [Mb/s]	PING [ms]
1	INEA	153,37	146,06	10
2	UPC	150,50	23,03	18
3	T-Mobile Stacjonarny	137,04	47,25	15
4	Toya	129,32	30,47	13
5	Vectra	125,75	30,53	20
6	Multimedia	93,19	18,18	23
7	Orange	91,56	33,58	23
8	Netia	75,30	25,17	21
9	Exatel	63,06	27,73	17
10	Play	22,53	9,93	34
11	T-Mobile	21,60	10,01	32
12	Orange Mobile	20,74	0,04	31
13	Plus	14,80	8,99	42
	Statystyki dla Polski	75,04	29,45	23

Nexera zwiększa zasięg

Rok 2020 **Nexera** (infrastrukturalna grupa telekomunikacyjna, budująca nowoczesną światłowodową sieć dostępową – NGA) zakończyła, dając możliwość korzystania z usług na swojej sieci światłowodowej mieszkańcom 900 miejscowości w czterech regionach: Warmii i Mazur, Kujaw z Pomorzem i Mazowszem, Łódzkim i Świętokrzyskim. Obecność światłowodowej infrastruktury Nexery w ciągu jednego roku zwiększyła się z 200 do ponad 900 wsi i miast Polski. W jej zasięgu znalazło się już 100 tys. gospodarstw domowych. Zasięg sieci budowanej przez Nexerę od podstaw objął 75 tys. gospodarstw domowych – to ponad pięciokrotny wzrost w stosunku do stanu z końca 2019 r. Zasięg ten to wynik projektów prowa-

dzonych w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa i ich rozszerzeń komercyjnych. Dzięki zakupom sieci światłowodowych od operatorów lokalnych, Nexera powiększyła zasięg swojego działania o kolejne 25



tys. gospodarstw domowych. Sieci te, zapewniając usługę abonentom przez dotychczasowych dostawców, podlegają obecnie integracji technicznej i systemowej. Grupa zapewniła również na koniec 2020 r. łącza do 1 775 szkół, dzięki którym mogły one korzystać z Ogólnopolskiej Sieci Edukacyjnej.

PROMAX dla stowarzyszenia

Działający na terenie południowej Wielkopolski operator światłowodowej sieci kablowej **PROMAX**, w ramach zaangażowania w funkcjonowanie lokalnej społeczności, wsparł zakupem nowoczesnego defibrylatora działania stowa-



rzyszenia **Szukamy i Ratujemy** z Ostrowa Wielkopolskiego. Jak podkreśla firma, podarunek jest wyrazem uznania i formą docenienia zaangażowania wolontariuszy

działających na rzecz organizacji. Stowarzyszenie to wolontariusze poświęcający swój czas na niesienie pomocy osobom zaginionym. Działają na obszarze południowej i centralnej części województwa wielkopolskiego, reagując na sygnały o zaginięciu od policji. Grupa nieraz udowodniła już swoją skuteczność, ratując zdrowie i życie osób potrzebujących. – Widzimy i doceniamy działania wolontariuszy. Chcemy naszym podarunkiem dać jasny i czytelny sygnał, że bezinteresowna pomoc działa w dwie strony – wolontariusze dają swój czas i zaangażowanie, my z kolei wspieramy ich niezbędnym do pracy sprzętem. **PROMAX** to firma zaangażowana społecznie. Chcemy wspierać i rzeczywiście wspieramy ważne dla regionu inicjatywy. Warto pomagać tym, którzy pomagają – mówi **Karolina Okrój**, dyrektor generalny **PROMAX**.

Vectra rozszerza ofertę OTT

Vectra realizuje plan rozwoju oferty programowej usługi **TV Smart** i wzbogaca listę dostępnych w ofercie stacji o ogólnotematyczny kanał **TVN HD**. Odbiór stacji będzie możliwy już w podstawowym pakiecie Start. To kolejne poszerzenie współpracy z nadawcą umożliwiające udostępnienie kanału w ofercie **TV Smart**. **TV Smart** to nowy wymiar telewizji dostępnej przez internet. Usługa łączy telewizję linearną z bogactwem serwisów ze świata internetu. Dostępna jest wszędzie tam, gdzie jest dostęp do sieci, także poza zasobami Vectry. Sercem Telewizji Smart jest dekoder **Smart 4K** wykorzystujący **Android**



TV oferowany przez Vectra wraz z ofertą **TV Smart**. Pakiety programowe usługi **TV Smart** – Start, Standard i Max – zawierają od 15 do 58 kanałów telewizyjnych. Dostęp do kanału **TVN HD**, jak i do wszystkich nowych kanałów, otrzymują nie tylko nowi, ale także obecni klienci usługi **TV Smart**, w tym również w aplikacji **TV Smart** i na stronie <https://tvsmart.vectra.pl>.

Beskid Media kończy projekt

Operator **Beskid Media** jest na finiszu z projektem 1.1 POPC w powiecie żywieckim, na który otrzymał 13,7 mln zł dofinansowania – informuje serwis telko.in. Jego całkowita wartość to 23,3 mln zł. Spółka miała wybudować ponad 700 km sieci światłowodowej, obejmując zasięgiem ok. 18 tys. gospodarstw domowych. W wyniku trzyletnich działań wybudowano 715 km sieci światłowodowej oraz 16 węzłów telekomunikacyjnych, które umożliwią podłączenie do infrastruktury 17 961 gospodarstw. Zgodnie z har-



monogramem, podłączono też do internetu o przepustowości 100 Mb/s 98 placówek oświatowych. W zasięgu szerokopasmowego łącza znalazły się 64 miejscowości powiatu żywieckiego, w których operator oferuje pakiety o przepustowości od 100 do 800 Mb/s. W projekt zaangażowany był ponad 40-osobowy zespół, złożony zarówno z inżynierów, specjalistów **Beskid Media**, jak i pracowników generalnego wykonawcy – firmy **Wasko**. Operator podkreśla dobrą współpracę z przedstawicielami władz samorządowych, w szczególności starostwa powiatowego w Żywcu, a także władz gmin, w których realizowany był projekt. **Beskid Media** zauważa, że obszar, na którym powstała sieć, był wykluczony cyfrowo, nie tylko poprzez brak dostępu do internetu światłowodowego, ale również cyfrowej telewizji naziemnej, której zasięg w wielu rejonach tego obszaru cechuje słaba jakość. Teraz mieszkańcy mogą korzystać z tej usługi za pośrednictwem **Beskid Media**.

e-Południe protestuje

Zarząd Stowarzyszenia e-Południe wyraził zaniepokojenie propozycją podwyżek za pakiety telewizyjne, które zaproponowało **SGT** udostępniające ISP platformę **IPTV Jambox** – informuje serwis **telko.in**. W liście otwartym do SGT, który stowarzyszenie publikuje w serwisie **MiSOT ISPportal.pl**, jego autorzy oburzają się nie tylko na wysokość podwyżek, ale ich formę – operatorzy muszą ją bowiem przyjąć bez jakichkolwiek możli-



wości negocjacji. Według Stowarzyszenia, okres pandemii to nie czas na takie ruchy, bo wielu klientów operatorów ucierpiało w tym okresie materialnie, co może skutkować odpływem abonentów. Według informacji uzyskanych z facebookowej grupy **drMiSOT**, do protestu przystąpiło blisko 70 operatorów obsługujących ok. 31 tys. klientów **Jambox**, co stanowi ponad 36 proc. wszystkich odbiorców tej usługi. Zarząd e-Południe w liście otwartym zaproponował operatorowi **Jamboxa** rozmowy w celu wypracowania wspólnego stanowiska, korzystnego dla **MiSOT-ów** i ich klientów. Przypomnimy, że w 2018 r. firmę **SGT** przejęła **Vectra**. Wywołało to niezadowolenie części środowiska ISP związanego z **iNet Gorup**, które postanowiło uruchomić własną platformę **IPTV Ovigio**. Grupa operatorów ISP skupiona wokół Stowarzyszenia e-Południe postawiła na dalszą współpracę z grupą **Vectra** w zakresie **IPTV**.

LG planuje fuzje

Mike Fries, prezes **Liberty Global**, zasygnalizował, że jeszcze w tym roku można spodziewać się w Irlandii i Polsce transakcji fuzji i przejęć z udziałem spółek kontrolowanych przez zarządzaną przez niego grupę – informuje serwis **telko.in**. W Polsce **Liberty Global** jest właścicielem



Mike Fries

UPC Polska. – Byłbym zaskoczony, gdybyśmy zakończyli 2021 r. bez dalszej transformacji także na tych dwóch rynkach – powiedział M. Fries podczas lutowej konferencji z analitykami, odpowiadając na pytanie dotyczące strategicznych planów na 2021 r. Podkreślił znaczenie fuzji i przejęć w strategii **Liberty Global** i dodał, że w ostatnich pięciu latach grupa uczestniczyła w transakcjach M&A (Mergers and Acquisitions) wartych ponad 80 mld dolarów. Były to zarówno transakcje sprzedaży aktywów na rynkach, gdzie grupa nie miała odpowiedniej skali działania, jak i przejęcia albo fuzje, które pozwoliły spółkom z grupy stać się lokalnym graczem numer jeden lub dwa.



Telko.in przypomina, że **Liberty Global** w 2019 r. sprzedał **Vodafone** aktywa w Niemczech, Czechach, Rumunii i na Węgrzech. W ub.r. po nieudanej próbie sprzedaży **UPC Schweiz** szwajcarskiemu **Sunrise** kupił tego operatora. Z kolei np. w Holandii w 2016 r. połączył siły z **Vodafone**, dzięki czemu ma 50 proc. udziałów w **Vodafone Ziggo**, operatorze konwergentnym. Podobną jak w Holandii transakcję **Liberty Global** ogłosił w maju ub.r. w Wielkiej Brytanii i czeka na zgodę regulacyjną, które umożliwią finalizację fuzji **Virgin Media** z **O2**. M. Fries przyznał, że są rynki, na których grupa jeszcze nic nie zrobiła i wskazał, że są to m.in. Irlandia i Polska. Dodał, że firma nadal będzie oceniać, jaka długoterminowa strategia jest dla tych rynków właściwa i czy jest możliwość osiągnięcia odpowiedniej pozycji na rynku mobilnym. Z jego słów wynika, że możliwa jest decyzja zarówno o wyjściu, jak i fuzji lub przejęciu.

Strzelce Opolskie bez analogu

City-Sat Gordzielik, operator ze Strzelca Opolskich, w kwietniu 2021 r. kończy nadawanie kanałów telewizyjnych w technologii analogowej. Jak poinformował na swojej stronie WWW – Klienci telewizji analogowej mogą przejść na telewizję cyfrową na promocyjnych warunkach podpisując nową umowę w Biurze Obsługi Abonenta. Dla seniorów firma proponuje darmową usługę dostarczenia gotowej umowy,

na warunkach wcześniej ustalonych telefonicznie oraz montaż sprzętu. Dotychczas abonenci analogu płacili 35 zł/m-c za 37 kanałów. Teraz, za tę samą cenę, będą mogli korzystać przez pół roku z pakietu żółtego, który zawiera 90 kanałów w wysokiej, cyfrowej jakości. Po tym okresie cena pakietu wyniesie 39,50 zł/m-c. Z oferty promocyjnej można skorzystać do końca marca br.

Nowa oferta UPC Biznes

UPC Biznes przygotowało dla nowych klientów ofertę łączącą dostęp do internetu światłowodowego do 1 Gb/s, telewizji wraz z pakietem wsparcia dla firm i dodatkowym Pakietem Bezpieczna Firma dostępnym w 3 wariantach: S, M i L. Przedsiębiorcom, dla których najistotniejsze jest szybkie i stabilne połączenie z siecią, operator proponuje **internet o prędkości do 400 Mb/s za 54,99 zł/m-c**. Klienci otrzymają także możliwość

Gwarancji SLA, oprogramowanie F-Secure dla 10 urządzeń oraz dostęp do usługi Internet Backup, czyli zapasowe łącze dostępu do internetu w przypadku awarii. Wraz z **Pakiem Bezpieczna Firma L**, oferującym internet 600 Mb/s lub szybszy za **dodatkowe 30 zł/m-c**, klienci otrzymają sześciogodzinną Gwarancję SLA, usługę Internet Backup, zestawy rozwiązań F-Secure nawet dla 25 urządzeń, a także pakiet narzędzi Microsoft

365 Business Basic. Dla osób, które oprócz internetu chciałyby mieć dostęp także do telewizji, UPC Biznes przygotowało łącze do 400 Mb/s z pakietem telewizyjnym Select (z możliwością podniesienia do pakietu Max) oraz dostępem do platformy Horizon GO.

Klienci, którzy zdecydują się na szybszy internet (nawet do 1 Gb/s), mogą liczyć na dodatkowe rozwiązania zwiększające bezpieczeństwo – Gwarancję SLA do 6 godzin, oprogramowanie F-Secure. Ponadto mogą skorzystać z nowego pakietu telewizyjnego Max Premium, poszerzonego o dziesięć dodatkowych kanałów

**MASZ FIRMĘ?
POZNAJ PRZEPIS
NA SUKCES
ONLINE!**

Postaw na niezawodnie szybki internet i pakiet wsparcia dla firm od UPC Biznes.

skorzystania z dodatkowego **Pakietu Bezpieczna Firma S** już od 5 zł/m-c, w ramach którego dostaną Gwarancję SLA i zestaw rozwiązań antywirusowych F-Secure na 5 urządzeń. Pakiet **Bezpieczna Firma M**, dostępny z wszystkimi prędkościami internetu za **10 zł/m-c**, zapewnia wyższy poziom

UPC Polska wchodzi na Booksy

UPC Polska, obok tysięcy salonów urody i fryzjerskich oraz kilku banków, jest obecnie jedynym operatorem telekomunikacyjnym w Polsce, którego obecni i potencjalni klienci mogą umawiać wizyty za pośrednictwem Booksy, największej platformy rezerwacji dostępnej w aplikacji mobilnej i na stronie internetowej. Dzięki tej szybkiej i wygodnej opcji będzie można umówić spotkanie w wybranym terminie we wszystkich salonach sprzedaży UPC w całej Polsce. Dodatkowo, na początek

w Warszawie, poprzez aplikację Booksy będzie można również umówić spotkanie z mobilnym doradcą UPC w dogodnym dla siebie miejscu i czasie. Korzystanie z serwisu Booksy jest bardzo proste. Wystarczy założenie konta na stronie internetowej platformy lub pobranie aplikacji mobilnej, dostępnej w wersjach na Android oraz iOS. Użytkownik powinien wyszukać interesującego go usługodawcę, wybrać dogodny termin spotkania i dokonać rezerwacji.

Rekompensata od UPC Polska

Do UOKiK napływały sygnały abonentów **UPC Polska**, w których wskazywali oni na nieprawidłowości w procedurze zawierania lub zmiany warunków umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych w trybie na odległość. W związku z tym prezes Urzędu wszczął postępowanie i postawił spółce zarzuty. Okazało się, że operator włączył usługę „Pakiet Bezpie-



czeństwa UPC” (dodatkowy program antywirusowy) bez otrzymania uprzedniej zgody konsumentów. Co do zasady konsumenci byli informowani o tym, że usługa będzie włączona, zaś jej koszt po okresie próbnym wyniesie 9 zł/m-c. Sama informacja jednak nie jest wystarczająca – potrzebne jest zapytanie konsumenta o zgodę, czego przedsiębiorca nie robił. Część konsumentów nie była w ogóle informowana o aktywacji „Pakietu Bezpieczeństwa UPC” i związanych z nim opłatami. Prezes UKE zobowiązał UPC Polska do zakończenia szkodliwej dla klientów praktyki oraz do usunięcia jej skutków poprzez przyznanie konsumentom rekompensaty, którą otrzymają automatycznie. Oznacza to, że spółka zwróci swoim klientom środki w postaci upustu na kolejnej fakturze. Z kolei byli abonenci zostaną poproszeni przez przedsiębiorcę o podanie aktualnego numeru rachunku bankowego w celu otrzymania zwrotu.

Język migowy w TK Chopin

Telewizja Kablowa Chopin wprowadziła możliwość skorzystania przez niepełnosprawnych abonentów z usług tłumacza języka migowego. Odwiedzającym Biuro Obsługi



Klienta w Wejherowie lub klikając ymna ikonkę „migamy” na stronie internetowej www.tkchopin.pl spółka umożliwia połączenie online z tłumaczem. Osoby odwiedzające BOK osobiście powinni udać się na stanowisko z oznaczeniem „Obsługa osób niesłyszących lub niemówiących”. Z tłumacza języka migowego skorzystać można od poniedziałku do piątku w godzinach 9.00–17.00.

Światłowód w Bryzie

Dzięki inwestycjom szczytnickiej spółki telekomunikacyjnej **SAT-MONT-SERVICE**, mieszkańcy Spółdzielni Mieszkaniowej „Bryza” zyskali dostęp do internetu światłowodowego SMSnet. W zasobach spółdzielni na osiedlach Reda oraz Prawobrzeżu obok usługi świadczonej w oparciu o tradycyjną technologię wykorzystywaną w sieciach telewizji kablowej – HFC (światłowód + kabel koncentryczny) mieszkańcy zyskali możliwość skorzystania z usług FTTH, czyli usług świadczonych za pośrednictwem światłowodu poprowadzonego bezpośrednio do mieszkania abonenta. Niebawem SMSnet poszerzy zasięg usług szerokopasmowych o kolejne, nowoczesne osiedle – zespół apartamentowców REDA CITY w Szczecinie.

Leon sponsorem Piotra Kuczery

Leon, regionalny ISP, operator potrójnej usługi z Rybnika, został sponsorem Piotra Kuczery – 26-letniego dżudoki klubu Kejza Team Rybnik.

P. Kuczera to jeden z najbardziej utytułowanych polskich dżudoków. Zdobywał medale na Mistrzostwach Europy Młodzieży,



większy regionalny operator telekomunikacyjny, aktywnie uczestniczy w życiu regionu. Lokalny patriotyzm to coś, co nas łączy. To tu mamy klientów, to tu dajemy miejsca pracy, tu odprowadzamy podatki. Wsparcie mistrza z Rybnika, jest jedną z form tego uczestnictwa – podkreśla Grzegorz Goik,



Podpisanie umowy sponsorskiej. Od lewej: Piotr Kuczera, Grzegorz Goik

Mistrzostwach Świata i Europy Juniorów, Mistrzostwach Europy Seniorów, Mistrzostwach Polski Seniorów oraz w Pucharze Świata. W lutym br. po raz kolejny zdobył tytuł Człowieka Roku portalu Rybnik.com.pl. – Leon, jako naj-

prezes firmy Leon. – Wierzymy, że udzielone wsparcie będzie cegiełką pozwalającą na dalsze budowanie kariery mistrza, który reprezentuje nasz region na arenach krajowych i międzynarodowych – dodaje.

DG-Net na NewConnect

DG-Net – spółka ISP z Dąbrowy Górniczej, przymierza się do wejścia na rynek giełdowy **NewConnect**. Urząd Komisji Nadzoru Finansowego przydzielił już firmie dostęp do systemu ESPI (Elektroniczny System Przekazywania Informacji) w typie „emitent ASO”, za pomocą którego operator rozpocznie przekazywanie raportów bieżących. Wcześniej, bo w 2018 r., DG-Net uzyskała 100 tys. zł dofinansowania z **PARP** na wsparcie doradcze w pozyskaniu dostępu do rynku kapitałowego poprzez wejście na rynek NewConnect.

DG-Net świadczy usługi internetu światłowodowego dla klientów indywidualnych pod marką Fibo, a dla biznesu – Optoway (klientem jest m.in. sieć **Żabka**). Oferuje również dostęp do telewizji i telefonii. Ze sprawozdania spółki za 2019 r. wynika, że jej przychody kształtowały się na poziomie 7 mln zł (rekordowe w historii operatora). W roku tym wystąpiła także z wnioskiem do Towarzystwa Inwestycji Społeczno-Ekonomicznych o udzielenie pożyczki szerokopasmowej. Wysokość udzielonej pożyczki to ponad 2,5 mln zł.



*Zdrowych,
prawdziwie wiosennych
Świąt
Wielkanocnych*





Chcemy być numerem 1

z **Iwoną Bocian-Zaciewską**,
dyrektorką kanału
TVP Kobieta,
rozmawia
Andrzej Marciniak

Ile czasu zajęło tworzenie nowej stacji?

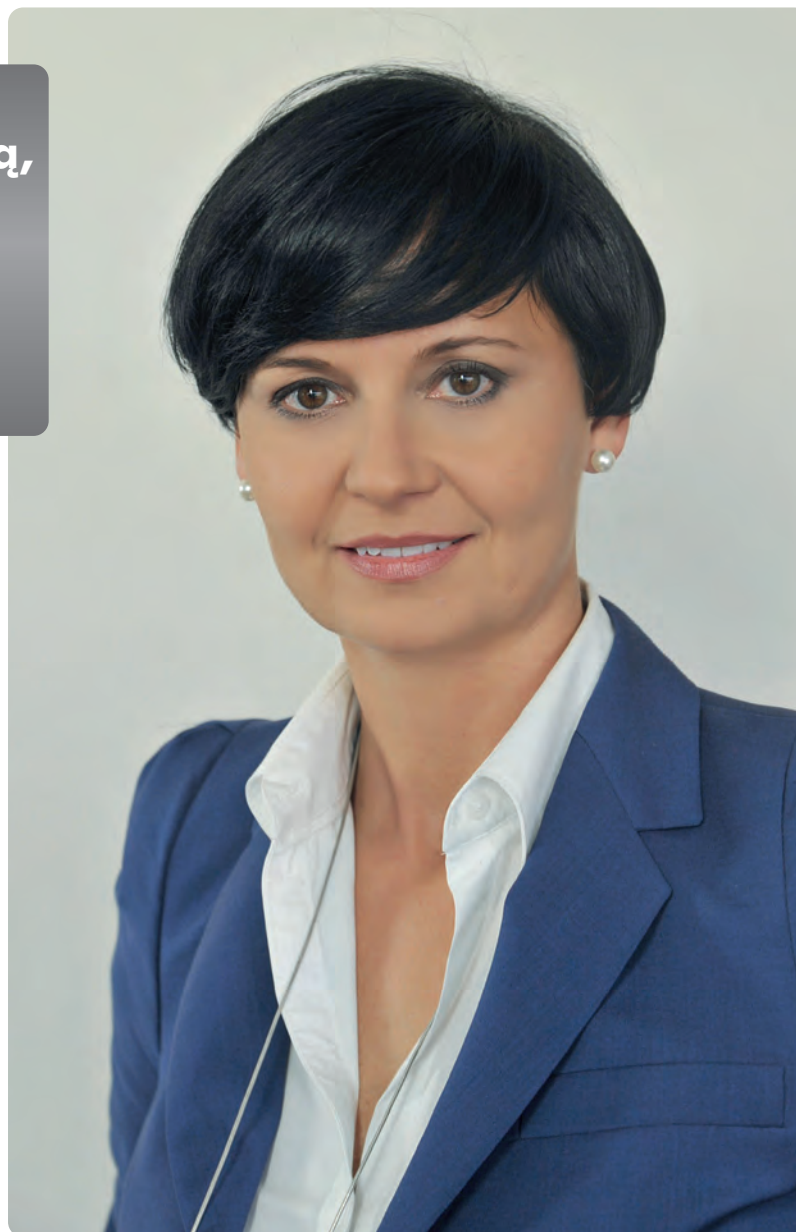
Marzyłam o tym od dawna. Brakowało kanału lifestyle'owego w portfolio kanałów tematycznych Telewizji Polskiej. Intensywne prace poprzedzające start zajęły nam ponad pół roku, czyli stosunkowo niewiele jak na polskie realia.

Ułatwieniem było zapewne to, że jesteście częścią TVP?

Bez wątpienia. Bieżąca produkcja i bogate archiwa TVP zapewniają nam dostęp do olbrzymiej liczby świetnych programów mogących zainteresować kobiety. Zamierzamy wspierać się m.in. produkcjami TVP Kultura, czego przykładem mogą być takie dokumenty jak „Antyle Chopina”, „Zdolne bestie te Kossaki” czy film o Coco Chanel.

Jaki cel stawiają sobie Państwo w związku z uruchomieniem TVP Kobieta?

Chcemy po prostu tworzyć nowoczesny, interesujący i dobrze oglądany kanał. Z przeprowadzonych badań wynika, że kobiety chcą oglądać, przede wszystkim, polski контент. I taki będzie u nas dominował, co nie



oznacza, że zamykamy się na formaty zagraniczne. Staramy się, by oferta stacji była różnorodna, co odzwierciedla nasza pierwsza, wiosenna ramówka.

Zazwyczaj tego typu stacje lifestyle'owe kierowane są do odbiorców wielkomiejskich. Czy podobnie będzie w tym przypadku?

Absolutnie nie chcemy ograniczać się do odbiorców z dużych miast. Zamierzamy trafić do jak najszerzej grupy kobiet. Pomóc ma w tym fakt, że nadajemy w ramach naziemnej telewizji cyfrowej, na MUX 8, gdzie zajęliśmy miejsce kanału TVP Rozrywka. To sprawia, że od pierwszego dnia emisji jesteśmy jedynym kanałem lifestyle'owym

dostępnym w bezpłatnej ofercie w całym kraju. Inne tego typu stacje znaleźć można jedynie w ramach komercyjnych pakietów w sieciach kablowych i na platformach satelitarno-internetowych.

Czy grupę docelową stanowią mają tradycyjnie osoby w wieku 16–49 lat?

Nie do końca. W założeniach marketingowych przyjęliśmy grupę docelową 35–59 lat. Nie oznacza to jednak, że także starsze kobiety nie znajdą interesujących dla siebie audycji. Tym bardziej, że oferty nie kierujemy wyłącznie do wykształconych i zamożnych kobiet, jak większość stacji komercyjnych. Nasze decyzje programowe pokazują, że chcemy towarzyszyć w ciągu dnia także tym kobietom, które spędzają dzień w domu. To właśnie z myślą o nich zdecydowaliśmy się emitować „Pytanie na śniadanie” bezpośrednio po zakończeniu emisji w Dwójce. Dzięki temu zyskujemy świetny, premierowy контент codzienny, dostępny dla kobiet, które rano są zajęte m.in. wyprawianiem dzieci do przedszkoli i szkół.

Czym TVP Kobieta zamierza się wyróżniać na polskim rynku pod względem programowym?

Choćby atrakcyjnym, wieczornym pasmem filmowym. W czasie świąt wielkanocnych pokażemy np. „La La Land” i „Dirty dancing”. Wybieramy filmy z myślą o kobietach. Dlatego też mamy w ramówce takie pasma jak „Romantyczne poniedziałki” czy czwartkowe „Historie z życia”. Pokazywać w nich będziemy zarówno fabułę, jak i dokumenty. Będzie więc np. film o Amy Winehouse i historia życia Whitney Houston. Mocny nacisk kładziemy na produkcje własne, którym dedykowane jest pasmo o godz. 19.00. Można w nim oglądać m.in.: wywiady Miłki Raulin, najmłodszej Polki, która zdobyła Koronę Ziemi, „Kwiaty na warsztat”, program przygotowywany przez świetną

TVP Kobieta

florystkę, Joannę Lewandowską, czy „Podróże Małej i Dużej”, autorstwa Moniki Witkowskiej. To tylko niektóre przykłady.

Co można określić hitem nowej stacji?

Trudno wskazać jeden, konkretny program, bo to przecież bardzo subiektywna ocena. Osobiście polecam „Kobiety w drodze” Marty Manowskiej. To cykl niezwykle wzruszających i pełnych empatii rozmów z kobietami, dzielącymi się swoimi życiowymi doświadczeniami. Z pewnością

„ Jesteśmy telewizją misyjną i zakładamy, że kanał nie musi na siebie zarabiać. To nie jest na pewno naszym podstawowym celem. Mogę powiedzieć jednak, że jest bardzo duże zainteresowanie sponsorów naszą ofertą, co pozwala sądzić, że po dwóch latach od startu uda się nam osiągnąć rentowność. ”

zainteresowanie wzbudzą nasze programy kulinarne i poświęcone zdrowemu stylowi życia, jak „Pięknie przyprawiONA” Agnieszki Mielczarek czy „Ziołowa apteka”. Z kolei Agata Konarska opowiadać będzie w swoim programie „Kobiety w biznesie” o tym, z jakimi problemami mierzą się współczesne kobiety na rynku pracy.

Czy wymienione kobiety to największe gwiazdy kanału?

Gwiazdy potrzebne są zarówno poszczególnym stacjom, jak i widzom. Zależało nam więc, by mieć u siebie takie znane i rozpoznawalne osoby. To np. Marta Piñowska, Claudia Carlos,

Agata Konarska, Ida Nowakowska czy prowadzący „Pytanie na śniadanie”. Ale od początku staramy się również przyciągać do stacji znane youtuberki, mające własne kanały w mediach społecznościowych. To pozwala nam zainteresować ofertą stacji także młodsze kobiety. Od września planujemy nowe formaty, m.in. własny program wnętrzarski czy cieszące się dużą popularnością programy metamorfozowe, do których pozyskujemy właśnie osoby znane z mediów społecznościowych.

A co z produkcjami zagranicznymi?

Już w wiosennej ramówce pojawi się kilka świetnych formatów. Pierwszy z nich to „Najlepsze pod słońcem”, przybliżający wiele fascynujących miejsc na świecie, do których z powodu pandemii trudno dotrzeć, oraz „Na tropie stylu” i „Piękne i samotne”. Dwa wizerunkowe, duże formaty pojawią się od września w ramówce jesiennej. Myślę, że będą one bardzo atrakcyjne, ale za wcześnie, by mówić o szczegółach. Nadajemy też hiszpański serial „Velvet”, opowiadający historię romansu właściciela prestiżowego domu mody z pracującą w nim szwaczka. Serial ten można oglądać tylko na naszej antenie.

Kanały kobiece nieodłącznie wiążą się z modą. W jakim stopniu obecna ona będzie też w TVP Kobieta?

Z pewnością tej tematyki nie zabraknie u nas. Mamy codzienne pasmo z pokazami haute couture i prêt-à-porter m.in. z Mediolanu, Paryża, Nowego Jorku. Moda zawsze przyciąga kobiety i każda z nich znajdzie z pewnością coś ciekawego dla siebie. Dodatkowo, dużo treści poświęconej tej tematyce znaleźć będzie można na naszej stronie www.kobieta.tvp.pl, która jest uzupełnieniem oferty telewizyjnej. Jej użytkownicy znajdą tam mnóstwo interesujących treści, dotyczących nie tylko emitowanych programów.

Ostatnio sprawy kobiet urosły w naszym kraju do rangi poważnych problemów politycznych. Czy znajdzie to również odzwierciedlenie w programach stacji?

Jesteśmy kanałem lifestyle'owym. Staramy się być daleko od polityki. Jedynym programem publicystycznym stacji jest program Elżbiety Jaworowicz, który osobiście bardzo lubię. Natomiast chciałabym, by stacja angażowała się w działalność prospołeczną, by służyła potrzebom kobiet. Myślę tu np. o włączaniu się

Nie, bo programy powtórkowe stanowią tylko część naszej oferty. Powtórki muszą być, bo jako kanał tematyczny mamy ograniczony budżet i nie na wszystko możemy sobie pozwolić. Dlatego też sięgamy po to, co najlepsze w zasobach TVP. Jeśli emitujemy „Ojca Mateusza” to dlatego, że wiemy, że to się sprawdzi, bo serial ma wielu wiernych fanów. Docelowo niektóre powtórkowe seriale zastępować będziemy własnymi produkcjami.

roku mieli przynajmniej 0,3–0,5 proc. udziału w rynku. Uważam, że jest to realne.

TVP Kobieta dostępna jest w bezpłatnym przekazie w ramach naziemnej telewizji cyfrowej. A kiedy trafi do oferty sieci kablowych czy platform satelitarno-internetowych?

Rozmowy na ten temat cały czas trwają. Od samego początku kanał można oglądać np. w sieciach UPC i TOYA. Naszym celem jest pojawienie się w pakietach naj-



Gwiazdy TVP Kobieta

w różne kampanie społeczne i inicjowaniu własnych.

Czy oferta stacji zainteresuje wyłącznie kobiety?

Mam nadzieję, że nie. Oczywiście, kanał sprofilowany jest pod kobiety, ale jeśli także mężczyźni znajdą w nim coś interesującego dla siebie, to będziemy bardzo zadowoleni. Przecież niektóre filmy, seriale czy dokumenty mają uniwersalny charakter. Jako przykład podam programy kulinarne z Karolem Okrasą, który ma wielu fanów, także wśród męskiej widowni.

W ramówce można znaleźć trochę programów znanych już z innych anten TVP. Nie boi się pani zarzutu, że jesteście kolejnym kanałem z powtórkami?

Wspomniała Pani o budżecie. Ile on wynosi w przypadku TVP Kobieta?

Proszę wybaczyć, ale nie odpowiem na to pytanie. Stacje konkurencyjne nie ujawniają swoich budżetów z powodów oczywistych.

A kiedy stacja ma szansę stać się rentowna?

Jesteśmy telewizją misyjną i zakładamy, że kanał nie musi na siebie zarabiać. To nie jest na pewno naszym podstawowym celem. Mogę powiedzieć jednak, że jest bardzo duże zainteresowanie sponsorów naszą ofertą, co pozwala sądzić, że po dwóch latach od startu uda się nam osiągnąć rentowność. Natomiast jeśli chodzi o oglądalność, to chciałabym, żebyśmy do końca

większych operatorów kablowych do końca roku. Dodam jeszcze, że nadajemy też testowo w nowym standardzie DVB-T2/HEVC z nadajników zlokalizowanych w Warszawie, Krakowie, Katowicach, Poznaniu i Gdańsku. W drugiej połowie roku wspomniane testy obejmą zasięgiem cały kraj.

Jakie nadzieje wiąże pani z TVP Kobieta?

Chciałabym, żeby kobiety w Polsce za kilka miesięcy mogły powiedzieć o TVP Kobieta, że to stacja im bliska, że tu są ich ulubione gwiazdy, że to miejsce, gdzie rozwijają swoje zainteresowania, znajdują inspirację do nowych aktywności, relaksują się. Jestem przekonana, że będziemy numerem 1 wśród stacji lifestyle'owych w Polsce.

Średnie wyniki oglądalności (AMR i SHR%) kanałów: TVN Style i Polsat Cafe (w r. 2020) oraz TVP Kobieta (w dniach 8–11 marca 2021 r.)

Kanał	SHR%	AMR	SHR%	AMR
	wszyscy 4+	wszyscy 4+	16–49	16–49
TVN Style	0,47%	30548	0,70%	16103
Polsat Cafe	0,36%	23200	0,40%	9235
TVP Kobieta	0,17%	10761	0,13%	2853

Profil widza kanałów TVN Style i Polsat Cafe w 2020 r. (ADH%*)

Cecha		TVN Style	Polsat Cafe
Przedział wieku	4–12	4%	4%
	13–24	4%	4%
	25–39	29%	19%
	40–54	29%	24%
	55+	35%	48%
Płeć	mężczyźni	31%	37%
	kobiety	69%	63%

Źródło: Nielsen

*ADH% (Adhezja) – wskaźnik obrazujący średni udział w oglądalności kanału poszczególnych grup docelowych według wybranej cechy (tutaj wieku i płci)

TOP 3. Najchętniej oglądane emisje programów Polsat Cafe w 2020 r. (grupa: wszyscy 4+)

Tytuł	Data	Godzina emisji	SHR%	AMR
ZDRADY (SER. PARADOK. POL.)	16.02	20.00	1,21%	188117
NASZ NOWY DOM (REALITY SHOW POL.)	15.03	14.00	1,45%	185107
BOGATY DOM – BIEDNY DOM (PROG. ROZR. POL.)	20.07	21.00	1,44%	182462

TOP 3. Najchętniej oglądane emisje programów TVN Style w 2020 r. (grupa: wszyscy 4+)

Tytuł	Data	Godzina emisji	SHR%	AMR
KUCHENNE REWOLUCJE (REALITY SHOW POL.)	26.03	17.55	1,68%	227265
NO TO LECĘ (PROG. ROZR.)	03.01	21.25	1,59%	210890
ZWIĄZKI Z MODĄ (PROG. ROZR. POL.)	15.03	12.30	1,65%	204649

TOP 3. Najchętniej oglądane emisje programów TVP Kobieta w dniach – 8–11 marca 2021 r. (grupa: wszyscy 4+)

Tytuł	Data	Godzina emisji	SHR%	AMR
KOCHAJĄC PABLA NIENAWIDZĄC ESKOBARA (FILM)	09.03	21.30.	0,52%	55345
TYLKO CIEBIE CHCĘ (FILM)	10.03	21.30	0,39%	40525
VELVET (SERIAL)	08.03	19.30	0,38%	55517

Przedstawienie musi trwać!

OPR. AK FOT. ARCHIWUM

Wiosenne ramówki nadawców telewizyjnych startują przeważnie już pod koniec lutego lub na początku marca. Nie inaczej jest w tym roku. Tradycyjnie również możemy się spodziewać nie tylko kontynuacji dobrze znanych formatów, ale także wielu nowości programowo-serialowych. Bo wirus wirusem, ale... przedstawienie musi trwać!

„Zakochaj się w Polsce... Na wiosnę”

Programy i seriale, które skradły serca widzów, oraz cztery całkiem nowe produkcje, to wiosenna oferta Telewizji Polsat. Nowości mają głównie charakter rozrywkowy, a należą do nich:

„Komisarz Mama” – serial o komisarz Marii Matejko (Paulina Chruściel), która jest obdarzona niezwykłą intuicją. Po 10 latach Maria wraca do pracy w Wydziale Kryminalnym. Jej powrót nie będzie jednak należał do najłatwiejszych. Mimo jej wielkiego talentu zespół nie do końca ją zaakceptuje. Jednak Matejko nie byłaby sobą, gdyby nie wykazała się determinacją w osiągnięciu swojego celu. W pozostałych rolach zobaczymy: Annę Dereszowską, Jakuba Wesołowskiego, Krystiana Wieczorka i Wojciecha Zielińskiego. Emisja:

w środy o godz. 21.05.

„Piękni i bezrobotni” – Robert Górski i Mikołaj Cieślak, czyli fenomenalny trzon „Ucha Prezesa” i Kabaretu Moralnego Niepokoju, powracają w zupełnie nowej odsłonie. Ten autorski, komediowy serial pokaże, ile jest warta miłość braterska i czy żadna praca nie hańbi. Romek (Robert Górski) i Gwidon (Mikołaj Cieślak) żadnej pracy się nie boją! Od zawsze razem – pracują, mieszkają i walczą z systemem! Romek – ironiczny realista i Gwidon – naiwny lekkoduch zostają oszukani przez swojego przyjaciela z dziecięcych lat – Wiśniewskiego



Kadr z serialu „Piękni i bezrobotni”

(Wojciech Kalarus). Kredyt, który miał być dla nich szansą, jest teraz 10-krotnie większy i praktycznie nie do spłacenia. W dwunastu odcinkach przyrodni bracia będą znajdować coraz to nowe sposoby na zarobienie pieniędzy, najczęściej pracując na czarno. Jednak Wiśniewski ciągle pojawia się na ich drodze, żeby im uprzykrzyć życie. W każdym odcinku zobaczymy również sprzedawczynię Krysę (Anna Karczmarczyk), właścicielkę osiedlowego sklepu, do którego bracia przychodzą zazwyczaj po piwo i dobre rady. Emisja: w sobotę o godz. 21.05.

„Kowalscy kontra Kowalscy” – to kolejny komediowy format „wiosennego” Polsatu. Plejada gwiazd, a do tego ogromna dawka dobrego humoru – tak potrzebnego nam w obecnych czasach. Serial opowiada o dwóch rodzinach, które teoretycznie łączy tylko popularne nazwisko, a praktycznie dzieli wszystko – od wykształcenia, statusu społecznego i finansowego, po styl życia. 17 lat temu w szpitalu dochodzi do pomyłki, w skutek której w rodzinie boga-



Kadr z serialu „Komisarz Mama”



„Kowalscy kontra Kowalscy”

czy wychowuje się syn ubogich Kowalskich i na odwrót – do biednych trafia dziecko bogatych. Gdy prawda wyjdzie na jaw, ponownie dojdzie do zamiany, co będzie owocowało mnóstwem prze zabawnych sytuacji dla obu rodzin. W rolach głównych zobaczymy m.in.: **Piotra Adamczyka**, **Wojtkę Mecwaldowskiego**, **Marietę Żukowską**, **Katarzynę Kwiatkowską** i **Pawła Wawrzeckiego**. Na ekranie pojawiają się także gwiazdy młodego pokolenia: **Wiktoria Gąsiewska**, **Jakub Zdrójkowski**, **Patryk Cebulski** i **Martyna Solska**. Emisja: w soboty o godz. 20.05. „**Design dream. Pojedynek na wnętrza**” – program, w którym sześciu zdolnych projektantów wewnątrz rywalizować będzie o tytuł najlepszego projektanta programu i nagrodę główną 100 tys. zł. Ich zadaniem będzie stworzenie projektu pomieszczenia jak najbardziej dopasowanego, pod względem funkcji i stylu, do wymagań bohaterów danego

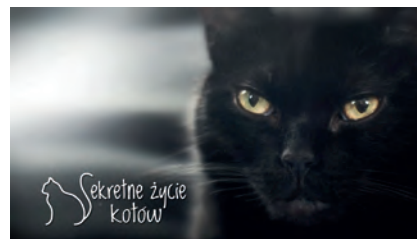
odcinka. Poszczególne aranżacje powstaną w specjalnych boksach – kopiach projektowanego wnętrza. Na koniec każdego odcinka jeden z uczestników opuści program. O finał zawałczy dwóch najlepszych projektantów. Program poprowadzi **Anna Wyszkoń**. W ofercie Polsatu nie zabraknie oczywiście także produkcji znanych i lubianych, jak: „**Przyjaciółki**”, „**Pierwsza miłość**”, „**Gliniarze**”, „**Nasz nowy dom**”, „**Ewa gotuje**”, „**Ninja Warrior Polska**” „**Love Island. Wyspa Miłości**” czy „**Tvoja twarz brzmi znajomo**” (z nowym czasem emisji w piątki o godz. 20.00).

„Bądźmy razem” z TVP

„**Sekretne życie kotów**”, „**Kabaret. Super Show Dwójki**”, „**Dookoła Bałtyku**” i „**Ozdrowieńcy**”, to programy, które znalazły się wśród nowych propozycji Telewizji Polskiej.

Reality show „**Sekretne życie kotów**” powstaje na podstawie

formatu BBC „**Cats uncovered**”. Jego bohaterami są koty oraz ich właściciele. Dzięki najnowszej technologii i wiedzy naukowców będziemy mogli przekonać się, jak wiele tajemnic kryją przed nami koty, które towarzyszą człowiekowi od ponad 9 tys. lat. W każdym odcinku prowadzący program – lekarze weterynarii: behawiorystka **Jagna Kudła** i **Łukasz Gliszczyński**, dzięki wsparciu licznych kamer, nadajników GPS i ogromnej wiedzy m.in. z zakresu felinologii spróbują przybliżyć widzom kocie obyczaje. Poznamy otoczenie, w którym mieszkają zwierzęta, zobaczymy ich zachowania i nawyki w ich naturalnym



środowisku. Lekarze przeanalizują każdy przypadek, a następnie zaproszą właścicieli do naukowego centrum, w którym podzielą się spostrzeżeniami i wnioskami z wielogodzinnych obserwacji. Zaproponują rozwiązania, które pomogą lepiej się porozumiewać i wspólnie żyć, pupilom i ich opiekunom. W pierwszej polskiej serii zobaczymy 8 odcinków. Emisja: w niedzielę o godz. 16.00 w **TVP1**.

Z kolei w **TVP 2** pojawił się nowy program kabaretowy „**Kabaret. Super show Dwójki**”, który oglądać można w soboty o godz. 22.15. Jego gospodarze: **Bar-tosz Gajda** (Łowcy.B) i **Robert Motyka** (Paranienormalni) wraz ze swoimi gośćmi zaprezentują wszystko to, co na kabaretowej scenie najlepsze. Będą kultowe skecze oraz specjalnie na potrzeby programu przygotowywane premiery, nie zabraknie dobrej muzyki, doskonałych parodii, gagów i błyskotliwych żartów. O taneczną oprawę programu zadbać tancerze z Egurrola Dance Studio, a najlepszymi muzycznymi puentami podzieli się z widzami **DJ Adamus**.



„Design dream. Pojedynek na wnętrza”

„Dookoła Bałtyku” jest nową, kulinarno-podróżniczą produkcją „dwójki”. Podróż dookoła Bałtyku to kolejne etapy odkrywania historii rybołówstwa, najciekawszych miejsc z nim związanych, a co najważniejsze niecodziennych, niebanalnych potraw przyrządzonych z polskich ryb. Pomysłowość i kreatywność kucharzy nie ma tu granic. Twórcy programu dotrą do starych przepisów i receptur dziadów i pradziadów. Odszukają stare książki kucharskie i w praktyce przetestują przepisy na dania z polskich ryb. Jest to program zarówno dla wielbicieli dobrej kuchni, dzięki fantastycznym potrawom, jakie przyrządzą eksperci, jak i kochającym podróżowanie, którzy wraz z twórcami programu odwiedzą wiele pięknych miejsc dookoła Bałtyku, odkrywając ich historię, architekturę i ciekawostki z nimi związane. Emisja: w niedzielę, o godz. 11.15. W wiosennej, nowej ofercie publicystycznej „jedyńki” znalazł się program „Ozdrowieńcy”, nadawany w soboty o godz. 14.25. Jest to kronika trudnego, pandemicznego czasu, jaki dotknął każdego człowieka. W programie zaprezentowane zostaną historie wygranych i przegranych walk z COVID-19 i heroicznej pomocy niesionej drugiemu człowiekowi. Rafał Porzeziński będzie rozma-

wiał ze swoimi gośćmi w sposób bardzo oryginalny, bo poprzez pasje bohaterów. Czas choroby, walki, samotności, lęku i nadziei zostanie tu zaprezentowany nie poprzez smutek, ale przez optymizm ozdrowienia.

W wiosennej ramówce Telewizji Polskiej nie zabraknie również



„Kabaret. Super show Dwójki”

kolejnych edycji i sezonów programów i seriali, które już zdobyły sympatię widzów. Zobaczymy więc m.in.: talent show „The Voice Kids” i „Dance Dance Dance” (TVP2), gdzie w roli jurorów, obok Idy Nowakowskiej zadebiutują Joanna Jędrzejczyk i Agustin Egurrola. W kolejnych odsłonach powrócą m.in.: serial wojenny „Stulecie Winnych”, „Ojciec Mateusz”, „Komisarz Alex”, „Klan” i „Leśniczówka” (w TVP1), a w TVP 2: „M jak miłość”, „Barwy szczęścia”, „Na dobre i na złe” i „Na sygnale”.



Jury programu „Dance Dance Dance”

TVN – „Jesteśmy w domu”

Wiosna w TVN Grupa Discovery to oprócz pozycji znanych i lubianych, sześć premierowych formatów – zarówno seriali, jak i programów rozrywkowych.

„Tajemnica zawodowa” – nowy serial, który łączy w sobie wątki prawnicze z medycznymi. Główna bohaterka, 40-letnia Julia (Magdalena Rózczyńska) po skończonych studiach prawniczych w Warszawie wróciła w rodzinne strony, gdzie związała się z miejscowym lekarzem, chirurgiem ginekologiem – Andrzejem Żurawskim (Cezary Pazura). Poświęciła się rodzinie, odkładając na bok swoje ambicje i stworzyła dom, o jakim zawsze marzyła. Jako żona i matka dwóch córek żyje w cieniu męża, aż do czasu, gdy odkrywa

tajemnicę, która zburzy jej cały dotychczasowy świat. Emisja: w środy o godz. 21.30

„Chyłka. Rewizja” – z serwisu Player przenosi się na mały ekran. Po raz kolejny życie Joanny Chyłki (Magdalena Cielecka) poważnie się komplikuje. 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. Emisja: we wtorki o godz. 21.30.

„Żywioł Saszy – Ogień” – podobnie jak Chyłka, po debiucie w Playerze, trafia na ekrany telewizorów. Po latach spędzonych w Wielkiej Brytanii, gdzie przez siedem lat studiowała i doskonaliła się w zawodzie profilerki, Sasza Załuska (Magdalena Boczarowska) wraca do Polski i niemal natychmiast otrzymuje swoje pierwsze zadanie. Niechętnie opuszcza córkę i wyrusza do Łodzi, gdzie policja bezskutecznie poszukuje osoby odpowiedzialnej za serię podpałów i wybuchów. Śledztwo okazuje się wyjątkowo skomplikowane. Emisja: we wtorki o godz. 21.30.

„Lab” – nowy, codzienny serial kryminalny. Każdy odcinek przedstawia śledztwo w innej sprawie:

tajemnicze morderstwo, zaginięcie młodych dziewczyn, porwanie dziecka czy handel ludźmi. „Lab” to pierwsza produkcja, w której widzowie będą w samym centrum wydarzeń i krok po kroku zobaczą kolejne minuty śledztwa – od miejsca zbrodni, odnalezienia zwłok, do prosektorium, laboratorium i sali przesłuchań. Emisja: codziennie o godz. 17.00.

„**Równi sobie**” – to nowy program reality show, którego bohaterowie zmieniają życie innych na lepsze. Co tydzień widzowie będą świadkami spotkania dwóch – pochodzących z diametralnie różnych światów – rodzin. Członkowie tych lepiej sytuowanych podzielą się swoim doświadczeniem i wiedzą, pomogą stanąć na nogi i uwierzyć w siebie tym w gorszej sytuacji życiowej. Podczas wspólnej drogi między bohaterami odcinka zaciśnie się więź – która w normalnych warunkach nie miałaby okazji się zbudować. Widzowie zobaczą, jak dobro zmienia rzeczywistość i przekonają się, że pomagając innym, pomagamy też sobie. Emisja: w poniedziałki o godz. 21.30. „**Power Couple**” jest nowym show, wybuchową mieszanką emocji, humoru, napięcia i gorącego uczucia. W programie wezmą udział pary, które są pewne siebie i wierzą w swój związek, a swoje zgranie mogą zamienić na duże pieniądze. To siła związku zwycięzców zadecyduje o wielkości nagrody. Jak dobrze znają swojego partnera? Do jakiego poświęcenia



Uczestnicy show „Power Couple”

są zdolni? Ile są w stanie na siebie postawić? Na ile sobie ufają?

3 tygodnie. Każdego tygodnia związki muszą wytrzymać nie



Czy są gotowi zaryzykować dla miłości? Siedem par zamieszka w jednej willi. Spędzi ze sobą

tylko wspólne życie w jednym miejscu z innymi parami, ale także różne wyzwania. W „Power Couple” swoją relację przetestują: Ewa Kasprzyk i Michał Kozerski, Janusz Chabior i Agata Wątróbska, Agata i Piotr Rubik, Aleksandra i Piotr Gruszka, Hubert Gromadzki i Magda Nędza, Tomek Torres i Paulina Łaba-Torres oraz Katarzyna Pakosińska i Iraklim Basilashvili. Nowy, zabawny i romantyczny program poprowadzi Olivier Janiak. Emisja: w soboty o godz. 20.00.

Na ekrany telewizorów wrócą również znane i lubiane produkcje, w tym m.in.: „Milionerzy”, „Kuba Wojewódzki”, „Totalne remonty Szelągowskiej”, „Masterchef Junior” czy „Kuchenne rewolucje”.



Kadr z programu „Tajemnica zawodowa”

Doroczne badanie „Establishment Survey”

Telewizor „odkleja się” od telewizji

TEKST NIELSEN

Stabilna liczba gospodarstw telewizyjnych i coraz więcej wideo online oglądanego za pośrednictwem telewizora. Najbardziej powszechne ekrany wykorzystywane do oglądania treści wideo to w kolejności: telewizor, smartfon, PC/laptop, tablet. Jednocześnie telewizor coraz częściej służy do oglądania treści streamingowych. Już co czwarte gospodarstwo z dostępem do sieci korzysta z płatnych treści streamingowych. To główne wyniki dorocznego badania „Establishment Survey” Nielsen Media.

Gospodarstwa telewizyjne, czyli gospodarstwa posiadające sprawny telewizor lub komputer, podłączony do określonego sygnału telewizyjnego, stanowią blisko 97 proc. wszystkich gospodarstw w Polsce. Spośród nich większość, czyli 65 proc., płaci za dostęp do telewizji, korzystając z platform satelitarnych lub sieci kablowych czy IPTV. Jednocześnie, telewizja linearna „wchodzi” do internetu. Aktualnie 7 proc. gospodarstw

deklaruje oglądanie również TV na żywo przez internet.

– Stabilna i bardzo wysoka liczba gospodarstw telewizyjnych w Polsce jest znakiem tego, że telewizor to wciąż podstawowy sprzęt w domach Polek i Polaków, a grupa osób bez dostępu do telewizji nie zwiększa się. Jednak zdecydowanie sam



Joanna Kopeć

telewizor jako ekran zyskuje nowe funkcje. Widzimy to wyraźnie w obecnej fali badania „Establishment Survey” – komentuje Joanna Kopeć, senior media research executive w Nielsen Media.

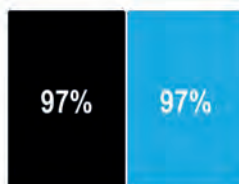
– W czasie tego dziwnego pandemicznego roku spędzonego w domach wyraźnie wzrosła popularność serwisów streamingowych, a co za tym idzie



telemix

STABILNA LICZBA GOSP. TV

CORAZ WIĘCEJ TV PRZEZ INTERNET



■ 2019 ■ 2020

UDZIAŁ GOSPODARSTW
TELEWIZYJNYCH
wśród wszystkich
gospodarstw w Polsce
2020 vs 2019

7%

GOSPODARSTW

ogląda TV na żywo przez
Internet niezależnie od
urządzenia

SPRZĘT

W GOSPODARSTWACH TELEWIZYJNYCH

1 TELEWIZOR



81% gosp. TV posiada przynajmniej jeden odbiornik, a 19% dwa lub więcej

2 SMARTFON



73% gosp. TV posiada smartfon

3 PC/LAPTOP



67% gosp. TV posiada komputer stacjonarny lub laptop

4 TABLET



13% gosp. TV posiada tablet

w większej części gospodarstw telewizor wykorzystywany jest do innych celów niż oglądanie telewizji linearnej: serwisy VOD, gry komputerowe. Największą zmianą to prawie dwukrotny wzrost wykorzystania telewizora do oglądania serwisów VOD takich jak: Netflix, HBO GO, Player. W połączeniu z konsekwentnie rosnącym odsetkiem Smart TV podłączonych do internetu w domach Polek i Polaków, możemy mówić o odrywaniu się telewizora od telewizji. Z drugiej zaś strony, obserwujemy odrywanie się telewizji linearnej od telewizora. Już w 7 proc. gospodarstw w Polsce widzowie deklarują oglądanie telewizji na żywo przez internet niezależnie od urządzenia. Co ciekawe, korzystanie z płatnych serwisów streamingowych, które dotyczy ponad co 4. gospodarstwa z dostępem do internetu, nie ma bezpośredniego przełożenia na plany dotyczące korzystania z płatnej telewizji. Świadczy to o komplementarnym charakterze usług VOD, pewnym dodatku poszerzającym ofertę wideo; płatna telewizja to bowiem często więcej niż telewizja linearna, to usługi łączone jak chociażby dostęp do internetu, wielofunkcyjne dekodery, catch-up TV, tak więc potrzeby, które zaspokaja, są szersze niż te realizowane przez serwisy VOD. Stąd też cord-cutting w Polsce raczej nie przybierze w najbliższym czasie tempa, jakie ma miejsce choćby w Stanach Zjednoczonych – prognozuje ekspertka.

Wśród gospodarstw telewizyjnych dominuje model z jednym telewizorem (81 proc.), ale prawie co piąte domostwo (19 proc.) posiada dwa lub więcej odbiorniki telewizyjne. Drugim najpowszechniejszym ekranem jest smartfon, do którego ma dostęp 73 proc. gospodarstw telewizyjnych. Trzecim z kolei jest komputer/laptop obecny w 67 proc. gospodarstw

n tradycyjnej telewizji. Największy wzrost nastąpił w przypadku oglądania treści VOD. 15 proc. gospodarstw telewizyjnych deklaruje wykorzystywanie swojego telewizora do oglądania treści VOD i jest ich już blisko dwa razy więcej niż w 2019 roku, kiedy było to 8 proc. gospodarstw.

Dostęp do internetu, który umożliwia między innymi korzystanie z takich serwisów, posiada

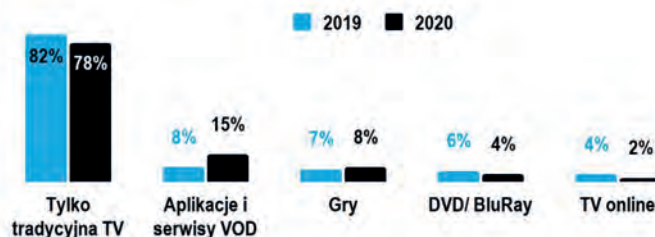
77 proc. telewizyjnych gospodarstw domowych, a spośród nich 26 proc. płaci za dostęp do treści streamingowych, czy jednorazowo, czy też w modelu subskrypcyjnym. 95 proc. gospodarstw korzystających z płatnej telewizji i jednocześnie płacących za treści streamingowe nie zamierza zmieniać aktualnej oferty telewizyjnej.



TELEWIZJA TRADYCYJNA

ALE TEŻ DO STREAMINGU I GIER

Wykorzystanie telewizora w gospodarstwach domowych



tv. Jednocześnie blisko 40 proc. odbiorników telewizyjnych to smart TV, czyli telewizory z opcją podłączenia do sieci, ale faktycznie podłączone do internetu telewizory ma obecnie 27 proc. gospodarstw telewizyjnych. Liczba ta w ciągu ostatnich 6 lat potroiła się z 9 proc. w 2015 roku. W 2020 roku wzrosło wykorzystywanie telewizora do innych celów niż oglądanie

„Establishment Survey” to cykliczna aktualizacja badania założycielskiego Nielsen Media służącego do pomiaru oglądalności mediów w Polsce. Aktualizacja odbyła się na podstawie dwóch fal 6 tys. wywiadów bezpośrednich wspomaganym komputerowo – CAPI przeprowadzonych w okresie od lipca do września i od października do listopada 2020 roku.

Słaby odzew na wezwanie

Tuż przed Bożym Narodzeniem 2020 r. **Cyfrowy Polsat** ogłosił wezwanie na sprzedaż ok. **114,2 mln akcji Netii**, stanowiących około **34,02 proc.** jej kapitału zakładowego, po 4,80 zł za akcję. Oznaczało to, że w sumie kontrolowana przez Zygmunta Solorza

spółka była gotowa wyłożyć za akcje blisko **550 mln zł**. CP posiada obecnie około **65,98 proc.** kapitału zakładowego Netii. Posiadanie 100 proc. łącznej liczby akcji tej spółki i głosów na walnym zgromadzeniu pozwoliłoby CP wycofać

Netię z giełdy. Z planów Cyfrowego Polsatu jednak zostało niewiele. Inwestorzy na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie zdecydowali się sprzedać **tylko niespełna 85 tys. akcji Netii**. W efekcie ew. rozliczenia transakcji Grupa będzie miała nieznacznie ponad **66 proc.** wszystkich akcji Netii. Grupa Polsat nie poinformowała na razie, czy i jakie ma dalsze plany wobec akcji Netii pozostających w wolnym obrocie. Wcześniej w 2020 r. podczas zgromadzenia akcjonariuszy telekomu mniejszościowi akcjonariusze: Andrzej Radzimiński, FIP 11 FIZ AN kojarzony ze Zbigniewem Jakubasem i Sisu Capital weszli w spór z zarządem Netii na tle zaproponowanych przez Cyfrowy Polsat zmian w statucie stacjonarnego telekomu. Sąd dwukrotnie stanął po ich stronie. Wyroki są nieprawomocne.

wieści z platform

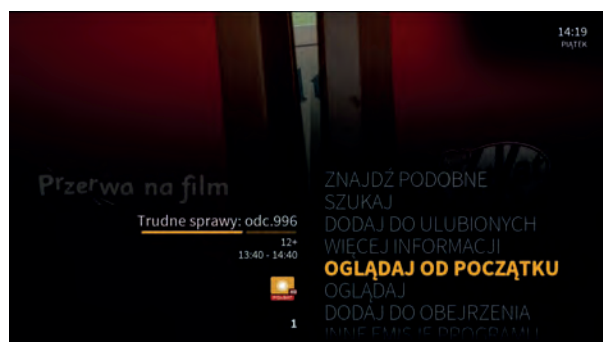


EVOBOX Lite – aktualizacja

Z myślą o wygodzie klientów **Cyfrowy Polsat** rozpoczął aktualizację oprogramowania **dekoderów EVOBOX Lite** do odbioru telewizji satelitarnej. Nowoczesne oprogramowanie Graphyne firmy ADB, z którego z powodzeniem korzystają użytkownicy dekoderek EVOBOX HD, EVOBOX PVR i EVOBOX IP, trafi także do dekoderek EVOBOX Lite. Wśród korzyści, jakie przyniesie nowy interfejs dekoderek, znajdują się: nowoczesny wygląd – nowe, przejrzyste menu ułatwiające wybór

treści i funkcji; intuicyjny sposób przeglądania kanałów – czytelny program TV z opisem audycji i możliwością filtrowania treści według różnych kryteriów, jak np. kategorii programu (film/rozrywka/sport); szybki dostęp do funkcji: TimeShift (możliwość zatrzymywania i przewijania wybranych programów do 3 godzin), reStart (oglądanie wybranych programów z kanałów linearnych od początku), CatchUP (oglądanie wybranych programów nawet do 7 dni wstecz od ich emisji); łatwiejszy dostęp do serwisów Cyfrowy Polsat GO i HBO GO oraz

szybkość i wydajność – zwiększona efektywność pracy dekodera. Aktualizacja dekoderek zostanie przeprowadzona automatycznie i będzie realizowana partiami przez kilka najbliższych tygodni.



Po aktualizacji oprogramowania konieczne będzie ponowne zainstalowanie kanałów, czyli wykonanie tzw. pierwszej instalacji. Odbывается to w kilku prostych krokach, a dekoderek będzie prowadził użytkownika przez ten proces – wyświetlając odpowiednie komunikaty – aż do wyświetlenia kanałów. Klienci zostaną z wyprzedzeniem poinformowani o planowanych zmianach w ich dekoderek, za pośrednictwem komunikatów wyświetlanych na ekranie telewizora (podłączonego do dekodera), SMS-ów i wiadomości e-mail.

CP inwestuje w eobuwie.pl

Cyfrowy Polsat i spółka **A&R Investments Limited**, należąca do Rafała Brzosi, prezesa InPostu, podpisały z CCC umowę na wyłączność negocjacyjną. Każda chce kupić 10 proc. akcji spółki **eobuwie.pl** za **500 mln zł**. Cyfrowy Polsat uzasadnia, że zdobędzie doświadczenie w e-commerce, a akcje eobuwia może sprzedać w debiucie giełdowym spółki w 2022 lub 2023 r. W komunikacie giełdowym CCC



podano, że Cyfrowy Polsat i A&R Investments Limited wyłączność negocjacyjną na kupno 20 proc. akcji eobuwie.pl mają do 31 marca. – Oczekuje się, że do tego dnia zostanie podpisana pełna dokumentacja transakcji, pod warunkiem uzyskania odpowiednich zgód korporacyjnych – stwierdzono.

Grupa CANAL+ zwyżkuje

Grupa Vivendi opublikowała wyniki operacyjne i finansowe za 2020 r. Liczba abonentów Grupy CANAL+, której ten francuski koncern jest właścicielem, wyniosła **21,763 mln** na wszystkich obsługiwanych rynkach, w tym



8,678 mln w kontynentalnej Francji oraz 13,085 mln na rynkach międzynarodowych – informuje satkurier.pl. Roczny przyrost liczby abonentów Grupy CANAL+ wyniósł 1,472 mln. Przychody Grupy CANAL+ za 2020 r. wyniosły **5,498 mld euro**, a zysk operacyjny **485 mln euro**.

W obu tych przypadkach odnotowano wzrosty – odpowiednio o 4,4 proc. i 12,6 proc. EBITA bez uwzględniania kosztów restrukturyzacji wyniosła **477 mln euro**, co oznacza wzrost o 9,7 proc. w skali roku. Nie podano w komunikacie, ilu abonentów ma polska Platforma CANAL+. Ostatnim znanym wynikiem był ten z końca czerwca 2020 r., kiedy platforma odnotowała **2,703 mln klientów**, w tym 2,374 mln klientów bezpośrednich i 329 tys. klientów pośrednich. Najwięcej abonentów Grupa CANAL+ ma w Afryce – na koniec 2020 r. było to 5,983 mln, a roczny przyrost wyniósł aż 1,084 mln. W Europie (poza kontynentalną Francją) Grupa CANAL+ miała 5,199 mln abonentów, o 147 tys. więcej niż na koniec 2019 r.

Rebranding Domo i Kuchnia

Dwa kanały tematyczne z portfolio CANAL+ Polska mają przejść rebranding. Domo+ ma zmienić nazwę na CANAL+ Domo, a Kuchnia+ na CANAL+ Kuchnia, wynika z informacji press.pl. Kanał Kuchnia+ rozpoczął nadawanie 30 września 2006 r. jako Kuchnia.tv. Następnie 11 listopada 2011 r. przeszedł rebranding na docelową nazwę. Z kolei Domo+ wystartował 20 września 2008 r. jako Domo.tv, a 11 listopada 2011 r. zmienił nazwę na obecną. Oba kanały są dostępne w satelitarnej ofercie Platformy CANAL+ i Orange TV oraz w wybranych sieciach kablowych i IPTV. Przypomnijmy, że 1 maja ub.r. obecna na polskim rynku od 1994 r. stacja CANAL+ zmieniła

nazwę na CANAL+ Premium. Za krokiem tym stała chęć kontynuacji procesu rebrandingu rozpoczętego w 2019 r (wycofanie się z nazwy nc+) oraz zapewnienie lepszej identyfikacji zawartości



programowej dla odbiorcy. Ewentualna zmiana nazwy Domo+ na CANAL+ Domo i Kuchnia+ na CANAL+ Kuchnia wpisywałaby się w strategię spółki mającej na celu lepszą ekspozycję marki CANAL+, która powszechnie kojarzy się z treściami premium.

CANAL+ Polska znów chce wejść na parkiet

Komisja Nadzoru Finansowego poinformowała, że spółka CANAL+ Polska złożyła prospekt emisyjny. Oznacza to drugie podejście Canal+ do debiutu na GPW



Siedziba CANAL+ Polska

- w listopadzie TVN Media i Liberty Global wycofały się ze sprzedaży udziałów w CANAL+ Polska. Odwołały publiczną ofertę akcji spółki, bo według analityków zainteresowanie nią było mniejsze niż zakładano. Współwłaściciele Canal+ Polska wycofanie się ze sprzedaży akcji tłumaczyli wówczas „zmiennością na rynkach finansowych, wpływającą negatywnie na możliwość przeprowadzenia oferty”. W komunikacie poinformowano, że mniejszościowi akcjonariusze wrócą do planów sprzedaży spółki, „kiedy sytuacja na rynkach finansowych będzie bardziej sprzyjająca”. Canal+ Polska jest dystrybutorem pakietów płatnej telewizji i nadawcą kanałów telewizyjnych z segmentu premium. Grupa jest operatorem Platformy CANAL+.

TVN International w player.pl

W związku z brexitem Wielka Brytania nie podlega już pod wspólny rynek, również ten cyfrowy. Dlatego z początkiem roku Polacy korzystający z usług Playera, WP Pilota czy Ipli na Wyspach stracili do nich dostęp. Aby wyjść naprzeciw nowym oczekiwaniom rodaków tam mieszkających, **player.pl** przygotował specjalnie dedykowaną ofertę. Pakiet **TVN International** to przede wszystkim dostęp do kanałów LIVE dystrybuowanych wyłącznie za granicą: **ITVN, ITVN Extra oraz kanału TVN24** z codzienną

porcją publicystyki, wiadomości z Polski i świata. Ponadto w ofercie znalazła się bogata biblioteka VOD z całymi sezonami najpopularniejszych seriali i programów, w tym pro-

dukcji Player Original, które można obejrzeć wyłącznie na platformie. „Nieobecni”, „Chyłka”, „Żywioty Saszy” czy „Szadź” to tylko niektóre z hitowych tytułów udostępnionych w serwisie. Dużym udogodnieniem dla potencjalnych użytkowników jest możliwość korzystania z pakietu na dowolnym urządzeniu oraz brak konieczności podpisywania jakiegokolwiek umowy. I najważniejsze – wszystkie materiały z biblioteki VOD są dostępne bez reklam. Pakiet TVN International można teraz kupić w specjalnej cenie – przez pierwsze 2 miesiące 50 proc. taniej.



Nowa dyrektorka w TVN Grupa Discovery

Od 1 kwietnia do zespołu zarządzającego **TVN Grupa Discovery** dołączy **Agnieszka Maciejewska**. Obejmie nowe stanowisko w strukturze spółki – **dyrektora People & Culture** zarówno dla TVN, jak i Discovery w Polsce. – Rynek mediów zmienia się na naszych oczach. W TVN Grupa Discovery chcemy być na czele tych zmian, dostarczając naszym widzom programy, które kochają i mogą oglądać w dowolnym czasie i miejscu na wybranym urządzeniu. Podstawę każdego skutecznego procesu zmiany stanowią ludzie. Pasja,



Agnieszka Maciejewska

talent i zaangażowanie naszych pracowników stoją za wszystkimi naszymi osiągnięciami. Dlatego bardzo się cieszę, że Agnieszka wzmocni nas właśnie w tym kluczowym obszarze – powiedziała

Kasia Kieli, prezes i dyrektorka zarządzająca Discovery EMEA. A. Maciejewska pracowała wcześniej w EY Polska (Ernst & Young), gdzie zajmowała stanowisko dyrektora personalnej. Posiada kilkunastoletnie doświadczenie w zarządzaniu zasobami ludzkimi, doradztwie w dziedzinie HR oraz programach rozwojowych dla kadry kierowniczej.

Wiosenna ramówka Insbay

W październiku ub. roku został uruchomiony **Insbay**, aplikacja mobilna **TVN Grupy Discovery**, w której można przeglądać aranżacje wnętrz z programów telewizyjnych oraz znaleźć i kupić produkty, które pojawiają się w danym odcinku. Premierowo przygotowano ofertę prezentowaną na kanale HGTV Home & Garden w programach „Zgłoś remont”, „Para w remont”, „Pomysłowe projekty” oraz świątecznym programie „Remont razem”. W marcu br. Insbay wystartował z wiosenną ramówką kanałów lifestyle z portfolio TVN Grupa Discovery. W nowym sezonie w aplikacji znajdą się inspiracje i produkty z kanałów TVN Style oraz HGTV Home & Garden. W marcu i kwietniu w aplikacji pojawi się aż 5 programów: „Pani Gadźet”, „Nowa Maja w ogrodzie”, „Polowanie



na ogród”, „Wymarzone ogrody” oraz „Weekendowa metamorfoza”. Użytkownicy będą mogli przyrzeć się bliżej ulubionym formatom i kupić produkty w kategorii dom i ogród oraz lifestyle. Aplikacja jest darmowa, dostępna na platformy iOS oraz Android do pobrania ze sklepów GooglePlay oraz AppStore.

Czysta Polska w Polsat News

Od marca br., w każdą sobotę o godz. 16.30 **Polsat News** zaprasza widzów na nowy program „Czysta Polska”, który informuje o klimacie i ochronie środowiska: od najważniejszych decyzji dotyczących polityki klimatycznej, przez najnowsze doniesienia ze świata technologii i ich wpływu na klimat, aż po porady, jak każdy na co dzień może zmienić



Dominika Tarczyńska

otaczające go środowisko. Prowadzącą program jest **Dominika Tarczyńska** ze **Stowarzyszenia Program Czysta Polska**. Za merytoryczną stronę programu odpowiada **Agata Kaźmierska**, do niedawna związana z Polsatem News, a teraz odpowiedzialna za serwis Zielona Interia. Program współtworzą także **Marcin Szumowski**, autor

programów przyrodniczych Polsatu, oraz **Wojciech Brzeziński**, który w Polsacie News zajmuje się tematami dotyczącymi nowych technologii. Producentem programu jest **Rammy Mahameed**, redaktor działu zagranicznego Polsat News.



Grupa Polsat z zieloną energią ze słońca

Polkomtel, operator sieci **Plus** z **Grupy Polsat**, podpisał z **Grupą ZE PAK** długoterminową umowę na dostawę zielonej energii. Energia będzie wytwarzana przez największą budowaną obecnie w Polsce farmę słoneczną **Brudzew o mocy 70 MWp**. Dzięki umowie energia wykorzystywana w przyszłości zarówno w Polkomtelu, jak i całej Grupie Polsat będzie całkowicie czysta i zielona. Dodatkowo Plus, jako certyfikowany sprzedawca, będzie mógł oferować swoim klientom – zarówno indywidualnym i biznesowym – sprzedaż zielonego prądu wyprodukowanego dzięki OZE. – Umowa na zakup zielonej energii z ZE PAK doskonale wpisuje się w naszą politykę środowiskową i strategię mającą na celu maksymalne ograniczenie emisji CO₂ i śladu węglowego.

Jest to działanie nastawione na podniesienie poziomu satysfakcji zarówno naszych klientów, pracowników, jak i całego otoczenia – powiedział **Mirosław Błaszczuk**, prezes zarządu **Cyfrowego Polsatu i Polkomtelu**. – Dodatkowo realizujemy w ten sposób cele **Stowarzyszenia Program Czysta Polska**, założonego przez **Zygmunta Solorza**. Umowa obejmuje dostawę Grupie Polsat do 68 GWh zielonej energii elektrycznej rocznie i została zawarta na 15 lat z możliwością jej przedłużenia. Wykonawcą Farmy Brudzew jest konsorcjum spółek **ESOLEO Sp. z o.o.** (z Grupy Polsat) oraz **PAK Serwis Sp. z o.o.**, a jednym z głównych podwykonawców jest spółka **PAK Górnictwo SA**. Zakończenie budowy farmy jest planowane na październik bieżącego roku.

PGE Ekstraliga nadal w CANAL+

CANAL+ wygrał przetarg, na mocy którego przedłużył prawa telewizyjne do transmisji PGE Ekstraligi. Mecze najlepszej żużlowej ligi świata będzie można nadal oglądać w kanałach sportowych nadawcy oraz w serwisie **CANAL+** online aż do 2025 r. W sezonie 2021 realizowana będzie aktualna umowa telewizyjna, a mecze Ekstraligi będzie można oglądać w **CANAL+** i **ELEVEN SPORTS**. **CANAL+** prowadzi aktualnie rozmowy z **ELEVEN SPORTS** na temat potencjalnej umowy sublicencyjnej, która miałaby obowiązywać od 2022 roku, obejmującej maksymalnie 50 proc. spotkań PGE Ekstraligi, przy zachowaniu pierwszeństwa **CANAL+** w wyborze dwóch pierwszych meczów w każdej rundzie sezonu zasadniczego oraz każdej rundzie play-off. **CANAL+**, tak jak miało to miejsce przy okazji obecnej umowy, zachowa wyłączność na obydwie mecze finałowe. Od sezonu 2022 kibice żużla będą mogli ekscytować się aż **70 spotkaniami w sezonie**. Wynika to z dodania do terminarza PGE Ekstraligi dodatkowych trzech podwójnych meczów ćwierćfinałowych. W ramach zawartej umowy nadawca ma prawo do publikacji, m.in. internetowego magazynu skrótów, programów z zapowiedziami i podsumowaniami spotkań, kulis meczów, transmisji z PGE IMME, a także Gali PGE Ekstraligi. Nowy kontrakt uwzględnia również pakiet praw międzynarodowych z możliwością udzielenia sublicencji.

Rada za milion

Podczas niedawnego posiedzenia, które odbywało się w formule online, **Rada Mediów Narodowych** przyjęła uchwałę w sprawie sprawozdania ze swojej działalności (ma na to czas do końca marca), a informację na temat swojej działalności przekazuje marszałkowi Sejmu, Senatu, Prezydentowi oraz posłom. W sprawozdaniu zawarte są szczegółowe działania RMN w poszczególnych miesiącach ostatniego roku. Przyjęto ją trzema głosami członków związanych



z PiS (Krzysztofa Czabańskiego, Joanny Lichockiej oraz Elżbiety Kruk). Juliusz Braun był przeciwny, a Robert Kwiatkowski wstrzymał się od głosu. Jak udało się dowiedzieć portalowi Wirtualnedia.pl., koszty wynagrodzenia członków RMN (wraz z pochodnymi) wyniosły 369 tys. zł; wynagrodzenia pracowników (wraz z pochodnymi) – 314,4 tys. zł; materiały i wyposażenie biura – 2,1 tys. zł; publikacja ogłoszeń – 6,6 tys. zł; podróże służbowe krajowe – 4,9 tys. zł; wynagrodzenia bezosobowe – 165,3 tys. zł; czynsz za wynajem biura – 194,2 tys. zł; pozostałe usługi – 1,8 tys. zł. W sumie koszty działalności Rady Mediów Narodowych w 2020 r. wyniosły **1,058 mln zł**. Dla porównania, w 2019 r. działalność RMN kosztowała 1,096 mln zł.

Będzie TVP Nauka

Telewizja Polska planuje uruchomienie kanału **TVP Nauka**. Jego dyrektorem został **Robert Szaj**. TVP Nauka ma rozpocząć nadawanie w 2022 r., a roczny koszt przygotowania oferty programowej i jego dystrybucji ma wynosić ok. 40 mln zł. –



Robert Szaj

Pracujemy nad startem TVP Nauka i TVP Muzyka, ale w pierwszej kolejności nad TVP Nauka. Robert Szaj, który kieruje pracami nad tym kanałem, jest popularyzatorem astronomii. Te kanały będą dostępne w telewizji naziemnej, dzięki planowanej kompresji sygnału po refarmingu. Na naziemnej telewizji cyfrowej powstaną nowe możliwości nadawcze, będziemy dysponowali większą ilością slotów, poszerzymy bezpłatną ofertę – powiedział Jacek Kurski, prezes TVP w rozmowie z portalem Wirtualnedia.pl. Jak twierdzi dyrektor kanału, celem stacji jest dotarcie z przekazem popularno-

naukowym i naukowym do szerokiego grona odbiorców, w szczególności do ludzi młodych, uczniów, studentów, ludzi ciekawych świata. TVP Nauka ma się zajmować naukami ścisłymi, technicznymi, ekologią, przyrodą, medycyną czy problemami nauk ekonomicznych i społecznych. Obecnie zespół jest w trakcie pozyskiwania treści, które mają znaleźć się w ofercie kanału w formie licencji, ale i przygotowywania własnych produkcji. R. Szaj dołączył do TVP jesienią ub. roku jako pełnomocnik zarządu ds. uruchomienia TVP Nauka. Jest szefem fundacji Nicolaus Copernicus w Truszczyńskich, zajmuje się popularyzowaniem wiedzy na temat Mikołaja Kopernika. Był także szefem sztabu wyborczego PiS w Elblągu, a od marca 2016 roku do maja 2017 r. zasiadał na stanowisku prezesa w spółce Energa Wytwarzanie.

TVP wygrywa piłkarski przetarg

Telewizja Polska z sukcesem zakończyła przetarg **UEFA**, nabywając prawa do wyłącznej transmisji spotkań „Biało-czerwonych” i europejskich potęg w trzech cyklach eliminacyjnych do **EURO 2024 i 2028, Mistrzostw Świata 2026**, a także w trzech edycjach **Ligi Narodów**. Tylko w TVP będzie można oglądać także turnieje finałowe piłkarskich **Mistrzostw Europy w 2024 i 2028 r.**

Łącznie przez siedem lat będzie można zobaczyć 234 mecze europejskich reprezentacji, w tym 60 spotkań Polaków. W każdym z cykli kwalifikacyjnych (EURO 2024 i 2028, Mistrzostwa Świata 2026) TVP pokaże po 28 spotkań,

w tym 14 meczów Polaków (10 meczów o punkty i 4 towarzyskie) oraz 14 najciekawszych spotkań europejskich reprezen-

tacji (12 o punkty i 2 towarzyskie). W ramach finałów Mistrzostw Europy w 2024 i 2028 r. telewizja publiczna pokaże po 51 spotkań turnieju. TVP rozszerzyła również swój pakiet praw w kolejnych trzech edycjach Ligi Narodów UEFA w latach 2022, 2024

i 2026. Kibice będą mogli obejrzeć 16 meczów w każdej edycji – 4 finałowe, a w eliminacjach – 6 spotkań reprezentacji Polski i drugie tyle największych piłkarskich europejskich potentatów.



Silver TV za ATM Rozrywka

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji po tygodniach dyskusji rozstrzygnęła konkurs na wolne miejsce po kanale **ATM Rozrywka** na multipleksie pierwszym (MUX-1) naziemnej telewizji cyfrowej.

Zdecydowała, że będzie tam obecny kanał **Silver TV**, nadawany przez firmę **Michała Winnickiego**. Kanał będzie miał charakter wyspecjalizowany, przeznaczony dla osób powyżej 50. roku życia. KRRiT wzięła pod uwagę, że na rynku telewizji naziemnej brakuje takiej oferty. Program zapewni nie tylko rozrywkę, ale również szeroko pojętą informację i edukację, szczególnie w dziedzinie aktywizacji i zdrowego trybu życia. Audycje takie mają zajmować nie mniej niż 70 proc. tygodniowego czasu nadawania w godz. 6.00–23.00. Miejsce na



MUX-1 zostało zwolnione w wyniku niezłożenia przez dotychczasowego koncesjonariusza, ATM Grupę SA, wniosku o przedłużenie koncesji. Konkurs cieszył się bar-

dużym zainteresowaniem nadawców. Oprócz Michała Winnickiego (który złożył w konkursie wnioski na jeszcze dwa kanały: TVC Nostalgia i Tele Rozrywka) wnioski na zagospodarowanie wolnego miejsca na MUX-1 złożyli: ATM Grupa na ATM Rozrywka, Telewizja Polsat (dla kanału Polsat Edu), Wirtualna Polska (H! TV), Red Carpet Media Group (Red Carpet TV), Green Content (Dmax), Gaming Tech Esports Media (CD Action TV). Na MUX-1 można obecnie za darmo oglądać takie kanały jak **Eska TV**, **Polo TV**, **TV Trwam**, **TTV**, **Fokus TV**, **Stopklatka TV** i **TVP ABC**.

Music Box Polska powiększa ofertę

Kanał **Music Box Polska**, zamieniając w styczniu br. **Music Box UA** na kanał muzyczny nadawany w języku polskim, sukcesywnie dostarcza nowych propozycji dedykowanych polskiemu odbiorcy. Oprócz notowań muzycznych z Polski i całego świata, jak między innymi: TOP 20 USA, TOP 20 Euro, Chartlist #1, Top Dance Chart

czy Top 20 Ukraine, stacja rozpoczęła emisję nowych programów z polskimi prowadzącymi. **#Fresh Piątek** to przegląd premierowych teledysków, nowości i ciekawostek ze świata muzyki, z premierową emisją w piątki o godz. 20.00. Program prowadzi tancerz i choreograf **Tomasz Nakielski**. Z kolei **The Offi-**



cial Polish Top 40 to lista przebojów prowadzona przez **Agatę Nizińską** – wokalistkę, aktorkę i autorkę tekstów. W programie prezentowane są najpopularniejsze utwory, których dobór kierowany jest oficjalnymi

danymi częstotliwości odsłuchów w Polsce. Kanał Music Box Polska należy do Music Box Group – holdingu z siedzibą w Warszawie. Obecnie Music Box Group, oprócz Polski, prowadzi działalność na terenie Ukrainy, Rosji, Izraela oraz Gibraltaru. Stacja jest dostępna m.in. w sieciach: UPC Polska, Vectra, TOYA czy INEA, a także w telewizji internetowej WP Pilot i Horizon GO.

„Fort Boyard” na debiut Viaplay w Polsce

Nordic Entertainment Group (NENT Group), wiodąca firma streamingowa działająca w regionie państw nordyckich, poinformowała, że jej pierwszą lokalną produkcją emitowaną w Polsce będzie **„Fort Boyard”**. Ten popularny program rozrywkowy powraca po 10 latach, będąc jednocześnie pierwszym, którego emisję ogłoszono od momentu



zapowiedzi uruchomienia platformy streamingowej **Viaplay** na polskim rynku. NENT Group uruchomi serwis Viaplay w Polsce w drugiej połowie tego roku. – Naszą ambicją jest emisja lokalnych produkcji, zarówno fabularnych, jak i tych tworzonych w formacie „non-scripted”, które staną się jednym z filarów oferty Viaplay w Polsce. Legendarne programy, takie jak **„Fort Boyard”**, które z sukcesem wznowiliśmy na innych rynkach, są doskonałym pierwszym krokiem na drodze do pozyskania lokalnej publiczności. Cieszymy się, że będziemy mogli ponownie zaprezentować ten format w Polsce i czekamy z niecierpliwością, by móc przedstawić pozostałe lokalne treści, które znajdą się w naszej ofercie – mówi **Filippa Wallestam**, chief content officer NENT Group.

Wirtualne targi Showcase 2021

BBC Studios przedstawiło szczegółowe informacje na temat swojej pierwszej cyfrowej edycji targów **Showcase**, które odbyły się w końcu lutego br. W tym roku, po raz pierwszy od 45 lat istnienia, to wyjątkowe i ekskluzywne wydarzenie odbyło się w całkowicie nowym wydaniu. Światowej klasy technologia zapewniła każdemu odwiedzającemu indywidualne doświadczenie, umożliwiając bliższy dostęp do treści i gwiazd BBC Studios niż kiedykolwiek wcześniej. Wirtualne spotkania



z niezależnymi brytyjskimi producentami oraz czołowymi przedstawicielami BBC umożliwiły setkom kupców z całego świata zapoznanie się z najlepszymi brytyjskimi programami od BBC Studios i reprezentowanych przez spółkę niezależnych producentów z Wielkiej Brytanii, kupno gotowych programów, ale także nawiązanie współpracy przy przyszłych projektach. Szeroki program obejmował warsztaty z trzykrotnym laureatem BAFTA i znanym dokumentalistą **Louis Theroux** oraz pisarzem, historykiem i reżyserem **Davidem Olusoga**. Sesje tematyczne obejmujące seriale, filmy przyrodnicze i dokumentalne, aż po programy historyczne, popularnonaukowe i formaty były dostępne na żądanie przez cały czas trwania wydarzenia. Sesje eksperckie dały uczestnikom wgląd w najnowsze trendy w branży i przybliżyły wzorce zachowań widzów, a także przedstawiły nowe programy typu premium z katalogu BBC Studios.

Nowa dyrektor w Kino Polska TV SA

Z początkiem czerwca br. **Małgorzata Lucińska-Sikora** obejmie stanowisko **dyrektora ds. zakupów programowych Kino Polska TV SA**. Zastąpi Magdalенę Błasiak-Bielińską, która z końcem maja br. rozstaje się z firmą. Do tego czasu M. Błasiak-Bielińska będzie pełnić swoje obowiązki bez zmian. Na stanowisku dyrektora ds. zakupów programowych M. Lucińska-Sikora będzie odpo-



Małgorzata Lucińska-Sikora

wiadać za zakupy programowe dla wszystkich kanałów Grupy Kino Polska TV, m.in. Stopklatki, Zoom TV, Kino Polska, Kino TV i kanałów marki FilmBox. Poprzednio pełniła w spółce funkcję senior content & acquisition managera. Wcześniej zajmowała się zakupami programowymi w Viacom International Media Networks (obecnie ViacomCBS) i Telewizji Puls sp. z o.o.

DIZI – tureckie klimaty

Grupa Kino Polska TV uruchamia kanał **DIZI** z tureckimi serialami. Kanał będzie emitował zarówno produkcje obyczajowe, romantyczne, jak i kryminały. Jego nazwa pochodzi od tureckiego słowa „Dizi” oznaczającego bardzo popularny w Turcji gatunek wysokobudżetowych seriali, których akcja najczęściej dzieje się w Stambule lub regionie Anatolii. Seriale



tego gatunku opowiadają chwytające za serce historie, które są przedstawione na tle tureckiej kultury i sposobu życia. – **DIZI** to esencja wszystkiego, co najlepsze w tureckich serialach i nasza odpowiedź na fenomen produkcji znad Bosforu w Polsce. (...) Turcja jest dziś serialowym imperium, a my – z uwagi na rodowód naszego większościowego akcjonariusza SPI International – mamy dostęp do najlepszego tureckiego contentu. Zamierzamy to wykorzystać w budowaniu rynkowej pozycji kanału **DIZI** w Polsce – mówi **Bogusław Kisielewski**, prezes

Kino Polska TV SA. Z początkiem kwietnia nowy kanał zasili Pakiet Złoty w ofercie Vectry oraz Pakiet MaxBox w ofercie Multimedia Polska, ale docelowo będzie go można oglądać również u innych operatorów. **DIZI** będzie nadawany 24 godziny na dobę w jakości HD. Będzie emitował reklamy, które pojawią się na antenie od początku maja br. Lokalna

wersja **DIZI** powstała od podstaw: kanał ma dedykowany Polsce osobny sygnał, dopasowaną do preferencji polskich widzów ramówkę oraz ścieżkę dźwiękową z polskim lektorem. Na początku w ramówce znajdą się takie serialowe hity z Turcji, jak „**Mamy i matki**”, „**Imperium miłości**”, „**W imię sprawiedliwości**”, „**20 minut**”, „**Miłość i brudne pieniądze**”, „**Ezel**” oraz „**Dziewczyna w czerwonej chuście**”. Kanał **DIZI** jest obecny w kilkudziesięciu krajach świata i globalnie dociera do ponad 20 mln gospodarstw domowych.

Samsung globalnym liderem rynku tv

Samsung nieprzerwanie od 15 lat zajmuje pozycję lidera wśród producentów telewizorów na świecie. Podobnie jest w Polsce, gdzie od 2005 r. telewizory tej firmy są najczęściej kupowane. To zaufanie do marki i wysoką jakość ekranów odzwierciedlają opinie konsumentów wyrażone poprzez niezależne badania, takie jak **Badanie Jakości PIBJA**. W ujęciu globalnym 2020 r. Samsung zakończył z blisko 31,9-proc. udziałem

w rynku telewizorów pod względem przychodów. W Polsce Samsung zamknął ubiegły rok z 32,5-proc. udziałem w rynku pod względem wartości i 26,8-proc. w ujęciu ilościowym, co oznacza, że firma sprzedała nad Wisłą naj-

więcej telewizorów. Telewizory Samsung zajęły pierwsze miejsce w badaniu marek telewizorów przeprowadzonym przez Polski



Instytut Badań Jakości (PIBJA) w roku 2020 oraz zwyciężyły w kategoriach, takich jak: łatwość obsługi, synchronizacja z innymi urządzeniami, czysty i wyraźny obraz oraz korzystny stosunek jakości do ceny.

„Magia nagości” w Zoom TV

Zoom TV rozpoczął poszukiwania uczestników pierwszej polskiej edycji popularnego show randkowego „**Magia nagości**”. Premierę programu zaplanowano na wiosnę tego roku. „**Magia nagości. Polska**” to niezwykle show randkowy, którego uczestnicy wybierają kandydata lub kandydatkę na randkę jedynie na podstawie ich... nagich ciał. Program jest swoistym eksperymentem telewizyjnym, który próbuje odpowiedzieć na pytanie, czy wybór partnera lub partnerki wyłącznie na podstawie cech fizycznych determinuje na przykład powodzenie związku. Show jest oparte na brytyjskim formacie „**Naked Attraction**” produkcji Studia Lambert, które jest częścią All3Media. Od marca



2019 r. Zoom TV emituje zagraniczne edycje „**Magii nagości**”. Dotychczas kanał zaprezentował widzom odcinki edycji brytyjskiej, duńskiej i niemieckiej, na swoją premierę czeka wersja fińska. W paśmie emisji w Zoom TV program uzyskuje średnio 30 tys. widzów (AMR, All 16–49) i 1,3 proc. udziału w oglądalności widowni komercyjnej (SHR%, All 16–49). Stacja wyprodukuje dwaście 45-minutowych odcinków programu. Zlecenie zrealizuje spółka **Jake Vision**.

Gamingowe telewizory

Cztery telewizory **Samsung Neo QLED**, jako pierwsze w branży, otrzymały **certyfikaty VDE „Gaming TV Performance”**. Wyróżnienie przyznano modelom z tegorocznej linii Neo QLED (QN900, QN800, QN90, QN85) w uznaniu za ich parametry gamingowe. Telewizory poddano szczegółowym testom, w efekcie których wszystkie otrzymały certyfikaty poświadczające **input lag** wynoszący mniej niż **10 ms** w każdej scenie gry. Opóźnienie to odnosi się do czasu, jaki mija od momentu przesłania sygnału z gamepada do chwili wyświetlenia go na ekranie. Telewizor o mniejszym opóźnieniu zapewnia bardziej wciągające wrażenia podczas grania. Telewizory otrzymały ponadto certyfikat poświadczający, że oferują



HDR o jasności powyżej 1000 nitów. Obsługę HDR wzbogacono w tych modelach o technologię **FreeSync Premium Pro**, dzięki której jasne sceny stają się jaśniejsze, a ciemne – ciemniejsze, co skutkuje optymalizacją kontrastu. Wielu graczy uważa technologię HDR za najistotniejszy aspekt jakości rozgrywki. Poza niskim input lagiem i obsługą HDR wyróżnione telewizory oferują też nowe funkcje zaprojektowane specjalnie z myślą o graczach. Precyzyjniej odwzorowują detale, oddają głęboką czerń, a także za sprawą 100 proc. Natężenia Kolorów i 12-bitowego Przetwarzania Obrazu oferują niezwykle ekspresję barw.



Lincoln Rhyme i kolekcjoner kości

Inspirowany światowym bestsellerem serial o kryminologu Lincolnie Rhymie (**Russell Hornsby**). Rhyme śledząc bezwzględnego mordercę,



znanego jako „kolekcjoner kości”, doznał obrażeń i teraz porusza się

na wózku. Kiedy morderca powraca po latach, Lincoln wkracza do akcji wraz z młodą i ambitną detektyw, Amelią Sachs (**Arielle Kebbel**). Wspólnymi siłami próbują odnaleźć genialnego zabójcę, jednocześnie prowadząc inne skomplikowane śledztwa w Nowym Jorku.

PREMIERA: 23 MARCA, GODZ. 21.05; EMISJE: WE WTORKI, GODZ. 21.05



Pan Am

Serial przenosi nas do 1963 roku, w czasy pierwszych lotów wielkich samolotów pasażerskich i podniebnych podróży tylko dla wybranych. Załoga luksusowego samolotu słynnej amerykańskiej linii rozpoczyna lot, którego tłem będą romanse, dramaty i między-

narodowe szpiegostwo. W czasie podróży poznamy stewardesę Maggie (**Christina Ricci**), która szkoli młodszą koleżankę Laurę (**Margot Robbie**), i oficera Teda (**Michael Mosley**), który czaruje swoim wdziękiem. Na każdego pasażera wyjątkowego lotu Pan Am będzie czekać coś ekscytującego.

PREMIERA: 1 MARCA, GODZ. 20.00. EMISJE: W PONIEDZIAŁKI, GODZ. 20.00



Kryształ

Trzymający w napięciu serial kryminalny, opowiadający o rodzinie Greenów, która zajmuje się nielegalnym handlem diamentami w Los Angeles. Jeden z braci Green, Freddy (**Jeremy Sisto**), wpłtuje się w transakcję, która kończy się śmiercią wpływowego handlarza diamentami. Jego brat, Jake (**Cam Gigandet**), postanawia

zadłużyć cały rodzinny interes u nieprzewidywalnej szefowej mafii z RPA, Sister Rah. Szantażowani przez Sister Rah bracia muszą przemyścić nielegalne diamenty do Kanady, gdzie Freddy zostaje porwany przez członka konkurencyjnego kartelu.

PREMIERA: 25 MARCA, GODZ. 22.10; EMISJE: W CZWARTKI, GODZ. 22.10



Ultraviolet 2.0

Serial kryminalny, w którym tajemnice i niewyjaśnione przez policję sprawy rozwiązuje tytułowa grupa Ultraviolet, działająca w sieci i wykorzystująca do tego siłę nowych technologii. Do grupy dołącza trzydziestoletnia Ola Serafin (**Marta Nieradkiewicz**), którą osobiste przejścia zmusiły do opuszczenia Londynu i powrotu do rodzinnej Łodzi. Pewnej nocy, prowadząc samochód, jest



świadkiem tragicznego zdarzenia. Policja uznaje je za samobójstwo i zamyka sprawę, z czym nie zgadza się Ola. Kobieta decyduje się znaleźć wyjaśnienie na własną rękę. Przez internet poznaje

grupę ludzi, rozwiązujących sprawy, których nie jest w stanie wyjaśnić policja, i przyłącza się do nich. W drugim sezonie Ultravioletu, Ola musi zmierzyć się z niebezpieczeństwem zagrażającym jej rodzinie, co sprawia, że zaangażowanie bohaterki w rozwiązywane sprawy staje się bardzo osobiste.

PREMIERA: 25 MARCA, GODZ. 21.00;

EMISJE: OD PONIEDZIAŁKU DO PIĄTKU O GODZ. 21.00

Planete +

Na dachach wielkich miast

SERIA DOKUMENTALNA, FRANCJA
2016–2018, REŻ.: XAVIER LEFEBVRE,
DENIS DOMMEL

Mieszkańcy miast łakną przestrzeni. Szukają miejsca, w któ-



rym znajdują wytchnienie po pracowitym dniu. Poczują powiew powietrza na twarzy. Nacieszą wzrok widokiem. Takim miejscem może być dach. Mieszkańcy Nowego Jorku, Paryża, Buenos Aires, Barcelony, Tokio, Berlina, Londynu, Rzymu, Los Angeles i Bangkoku mają wiele pomysłów na to, jak wykorzystać dach. Ta seria przedstawia najciekawsze z nich.

**PREMIERA: 6 MARCA,
GODZ. 17.00**

Powszechna historia przemytu narkotyków

SERIA DOKUMENTALNA, FRANCJA
2020, REŻ.: JULIE LERAT, CHRISTOPHE BOUQUET



Autorzy serii pokazują, w jaki sposób handel narkotykami rozwinął się na masową skalę, poczynając od XIX wieku po czasy obecne. Narkobiznes przynosi krociowe zyski, które pozwalają kartelom korumpować polityków, przejmować legalne przedsiębiorstwa, wywoływać wojny, obalać rządy i sterować kursami walut. Za wyprane przez banksterów pieniądze można kupić niemal wszystko. Choć czasem ktoś stawia opór...

**PREMIERA: 10 MARCA,
GODZ. 22.00**

Zaginiona cywilizacja Amazonii

SERIA DOKUMENTALNA,
WLK. BRYTANIA 2020

Lasy deszczowe Amazonii od wieków są królestwem roślin i zwierząt, zielonym pustkowiem, zamieszkałym przez nieliczne, rozproszone plemiona. Jednak



nie zawsze tak było. Zakrojone na szeroką skalę badania dowodzą, że istniała tu wysoko rozwinięta cywilizacja, z okazałymi miastami połączonymi siecią dróg. Używając najnowszych technik, naukowcy stopniowo odkrywają ten fascynujący, zapomniany świat.

**PREMIERA: 1 MARCA,
GODZ. 22.00**



Farah Diba Pahlavi – ostatnia cesarzowa Iranu

DOKUMENT, FRANCJA 2018

Dokument to podróż przez życie ostatniej cesarzowej Iranu, żony Rezy Pahlawiego – Farah Diba Pahlavi z nią samą w roli głównego narratora wydarzeń. W filmie zobaczymy wiele nie-

publikowanych dotąd archiwalnych materiałów z lat 60. i 70., a także zdjęcia i filmy z prywatnych albumów cesarzowej. Farah opowiada nie tylko o wyjątkowej historii miłosnej, ale także o życiu w Paryżu, działalności charytatywnej oraz pokazuje, jak spędza rocznicę śmierci męża w Kairze.

**PREMIERA: 20 MARCA,
GODZ. 22.00**



Koroner (sezon 3.)

Jenny Cooper (**Serinda Swan**), koroner z Toronto, powraca, by rozwiązać kolejne kryminalne zagadki. Kobieta zmagając się z problemami osobistymi,



ale szczęśliwie w pracy może liczyć na wsparcie detektywa

Donovana McAvoya (**Roger Cross**) i pozostałych kolegów. Akcja trzeciego sezonu serialu nawiązuje do epidemii COVID-19. Jenny prowadzi dochodzenie w sprawie tajemniczej śmierci opiekunki społecznej, której ciało zostaje znalezione w jej własnym samochodzie.

EMISJE: OD 6 MARCA, W SOBOTY, GODZ. 21.00

SCI FI

Wynonna Earp (sezon 1-2.)

W tym miesiącu pierwszy sezon przygód Wynonny dobiega końca, a jego finał zapowiada się bardzo emocjonująco. Zaraz po nim widzowie będą mogli śledzić dalsze losy bohaterów w sezonie

drugim. Nie zabraknie dynamicznych akcji i frapujących intryg, a wszystko to w serialu będącym mieszanką fantasy i westernu. Poruszona spotkaniem z ostatnim z Siedmiu Wynonna sięgnie po alkohol, jednak szybko inne problemy zajmą jej uwagę. Pojawi się też pytanie o losy młodszej siostry Wynonny, Waverly, która zdaje się przechodzić osobliwą przemianę. Czy skrywa mroczny sekret?

EMISJE: W CZWARTKI, GODZ. 21.00



Obecnie oglądamy trzeci sezon jej przygód, a Talon niezmiennie dąży do wymierzenia sprawiedliwości za wyrządzone krzywdy. Równocześnie toczy wewnętrzna walka, by zapanować nad swoimi mocami, które mogą zdecydować o jej zwycięstwie lub porażce. W tym miesiącu Talon i jej przyjaciele czekają trudne decyzje. Posterunek stanie się areną krwawych walk, a dawny wróg uwolni potężną moc.

EMISJE: WE WTORKI, GODZ. 21.00



The Outpost (sezon 3.)

Zadziorna protagonistka, Talon (**Jessica Green**), przeszła długą drogę od chwili, kiedy jako jedyna ocalała z masakry swojej wioski.

E!

Z kamerą u Kardashianów (sezon 20.)



Przebojowy serial poświęcony Kardashianom zbliża się do końca, bo kolejny, dwudziesty sezon będzie ostatnim. Przez lata towarzyszyliśmy tej niezwyklej rodzinie we wzlotach i upadkach, ekscytując się sukcesami jej członków i współczując niepowodzeń. E! zaprasza do śledzenia najnowszych losów najpopularniejszego klanu Ameryki. Zobaczmy, jakie czekają go niespodzianki, jak sobie z nimi poradzi i jakie ma plany na przyszłość.

EMISJE: OD 28 MARCA W NIEDZIELE, GODZ. 21.00



Podano na tacy z Lisą Vanderpump

Lisa Vanderpump, bohaterka serialu, jest restauratorką, autorką, aktorką i gwiazdą „Żon Beverly Hills”, „Vanderpump Rulet” i amerykańskiej edycji „Tańca z gwiazdami”. Lisa nie zamierza rezygnować ze swojego stylu życia z powodu lockdownu – w każdym z półgodzinnych odcinków przyjmuje gości i w swoim pięknym domu urządza przyjęcia tematyczne.

EMISJE: OD 28 MARCA W NIEDZIELE, GODZ. 22.00

FOX

Big Sky (sezon 1.)

„Big Sky” to serial stworzony przez David E. Kelley’ego, kilkakrotnego laureata nagrody Emmy, uznanego producenta i twórcę telewizyjnego, znanego między innymi z serialu



„Wielkie kłamstewka”. „Big Sky” to mrozący krew w żyłach thriller opowiadający o zmaganiach prywatnych detektywów, Cassie Dewell (**Kylie Bunbury**) i Cody Hoyt (**Ryan Phillippe**), którzy łączą siły wraz z Jenny Hoyt (**Katheryn Winnick**) – była policjantką i była żoną Cody’ego. Ich celem jest odszukanie

dwóch sióstr, Danielle (**Natalie Alyn Lind**) i Grace Sullivan (**Jade Pettyjohn**), które zostały porwane przez kierowcę ciężarówki na odległej autostradzie w Montanie. Śledztwo szybko nabiera tempa, gdy detektywi odkrywają, że siostry nie są jedynymi osobami, które zaginęły w okolicy. Detektywi muszą ścigać się z czasem, aby znaleźć kobiety, zanim będzie za późno.

PREMIERA: 4 MARCA, GODZ. 21.05; EMISJE: W CZWARTKI, GODZ. 21.05

Lucyfer (sezon 2.)

Dokąd diabeł wybiera się na wakacje? Okazuje się, że do Kalifornii. Lucyfer Morningstar (**Tom Ellis**) znudzony odwiecznym rządzeniem piekielnym królestwem postanawia nie tyle odpocząć, ile raczej rozetrwać się w mieście aniołów — Los Angeles. Używając swoich mocy, staje się właścicielem klubu nocnego i świetnie się bawi, wiodąc życie bogatego imprezowicza oraz konsultanta policyjnego, którym zostaje po poznaniu Chloe Decker



(**Lauren German**), na którą nie działają moce Lucyfera. W drugim sezonie Lucyfer i jego anielski brat Amenadiel (**D.B. Woodside**), który został zesłany na ziemię, by sprawdzić Lucyfera z powrotem do piekła, zjednoczą siły. A wszystko dlatego, że ich matce (**Tricia Helfer**) udało się zbiec z piekła. Znalezienie jej w milionowym mieście nie będzie proste. Tymczasem współpraca Lucyfera z policją zostaje postawiona na głowie, kiedy do śledczych dołącza specjalistka Ella (**Aimee Garcia**), łącząca wiarę z nauką. Przysłoczony problemami Lucyfer szuka wsparcia u terapeutki, która może wkrótce sama potrzebować pomocy.

PREMIERA: 17 MARCA, GODZ. 13.35

FOX comedy

Białe kołnierzyki (sezon 1.)

Agent FBI, Peter Burke (**Tim DeKay**) przez lata ściga Neala Caffreya (**Matt Bomer**), który jest jednym z najzdolniejszych fałszerzy na świecie. Gdy w końcu udaje mu się zatrzymać Neala, ten oferuje, że w zamian za wolność pomoże FBI łapać najbardziej nieuchwytnych przestępców. Chcąc nie chcąc, Peter



godzi się na propozycję, jest jednak początkowo niechętnie nastawiony do współpracy z kryminalistą. Neal jest wcieleniem uroku i charyzmy, ale i sprytu i przebiegłości, które pomagają mu radzić sobie w życiowych sytuacjach. Jak potoczy się ich współpraca?

PREMIERA: 18 MARCA, GODZ. 10.50

Bob's Burgers (sezon 11.)

Serial animowany „Bob’s Burgers” śledzi losy Boba Belchera i jego rodziny, która pomaga mu w prowadzeniu restauracji z burgerami. Burgerownia to jedyny sposób Boba na utrzymanie całej rodziny w ryzach. Nie zawsze mu się to jednak udaje, a restauracyjny interes potrafi przysporzyć wielu kłopotów, co prowadzi do mnóstwa zabawnych sytuacji. Co czeka rodzinę Boba w 11. sezo-



nie? Już w pierwszym odcinku Bob będzie poszukiwał klucza do sejfów, co okaże się niesamowicie trudnym zadaniem, szczególnie że skupi się on na nim... podczas drzemki w samochodzie. W międzyczasie reszta rodziny pomaga Tinie nauczyć się piosenki, którą znają wszyscy oprócz niej. Linda chce zabrać rodzinę do filharmonii, ale jej plany krzyżuje Gene, który ma owsiki. Cała rodzina martwi się, czy zarazili się już od niego chorobą. Zapowiada się naprawdę ciekawy sezon!

PREMIERA: 21 MARCA, GODZ. 23.00; EMISJE: W NIEDZIELE, GODZ. 23.00



The Cave: Szpital w ogniu

Nominowany do Oscara film to opowieść o podziemnym szpitalu w Syrii, który dla cywili z oblęż-



zonego miasta jest jedynym bezpiecznym schronieniem. **Dr Amani Ballour** i inne pracujące w nim lekarki stawiają czoła wojennej rzeczywistości i uprzedzeniom wobec kobiet. W obliczu bombardowań, braków w zaopatrzeniu i zagrożenia atakiem chemicznym, bohaterki dokumentu zachowują zimną krew i są żywym przykładem na to, jak wielką siłę ma kobieca solidarność.

**EMISJA: 20 MARCA,
GODZ. 17.00**

Wikińskie wojowniczk

Zawsze uważano, że w świecie Wikingów wojownikami byli



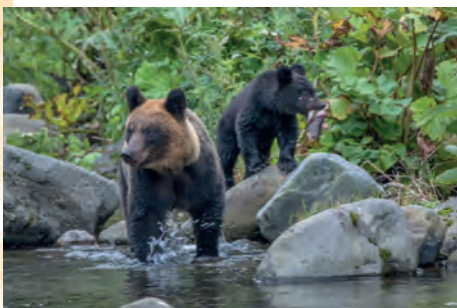
wyłącznie mężczyźni. **Ella Al-Shamahi**, angielska badaczka syryjskiego pochodzenia, zamierza obalić ten mit i udowodnić, że były wśród nich także kobiety. W swojej niezwyklej misji wykorzystuje najnowocześniejsze technologie i zdobycze nauki po to, by dowiedzieć, że ponad tysiąc lat temu istniały również wikińskie wojowniczk.

**EMISJA: 27 MARCA,
GODZ. 17.00**



Tajemnice dzikiej Azji

Azja zachwyca wspaniałymi krajobrazami ciągnącymi się od szczytów Himalajów, aż po lasy deszczowe. Premierowa seria ukazuje, jak

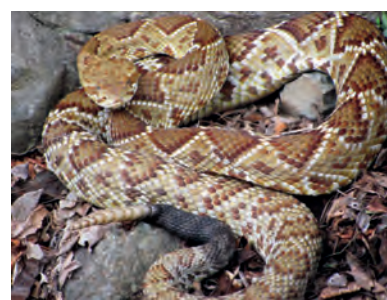


tamtejsze zwierzęta przystosowały się do trudnych warunków życia. W trzech odcinkach odkryjemy, jak woda, góry i wyspy kształtują życie dzikich stworzeń – od tygrysów, czy panter śnieżnych, przez makaki żyjące w gorących basenach, po warana z Komodo i wiele innych stworzeń – zarówno tych ikonicznych, jak i nieznanych.

**EMISJE: OD 23 MARCA,
WE WTORKI O GODZ. 18.00**

Najgroźniejsze węże świata

Większość z nas instynktownie postrzega węże jako groźne stworzenia – nie bez przyczyny. Twórcy tej emocjonującej serii dokumentalnej przemierzają obie



Ameryki, Afrykę i rejon Indo-Pacyfiku w poszukiwaniu najbardziej zabójczych gatunków pełzających gadów. Sprawdzają, które z nich są najgroźniejsze oraz jakie są szanse człowieka w przypadku ataku ze strony mamby, kobry czy żmii. Który wąż okaże się najniebezpieczniejszy? Kolejność w rankingu może zaskoczyć widzów tej serii.

**EMISJE: OD 12 MARCA,
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 wete-



rynaryjnych w stanie. Wszyscy pacjenci w potrzebie – od emu i kangurów, przez króliki i szynszyle, aż po ryby czy jeże – znajdują pomoc u sympatycznej dr T, którą przez całą dobę wspiera personel oddziału ratunkowego.

**EMISJA:
OD 7 MARCA,
W NIEDZIELE,
GODZ. 14.00 I 15.00**



Demolka na antypodach (sezon 1.)

Niebezpieczeństwo, dramaty i zniszczenie – wszystko to znajdziemy w serii dokumentalnej ukazującej z bliska fascynującą branżę



firm rozbiórkowych. Będziemy mieli okazję podziwiać pracę najlepszych ekip i ich potężnych maszyn. W programie zobaczymy zmagania z rozbiórkami budynków oraz innych

osobliwych konstrukcji, które jak najszybciej trzeba usunąć z placu budowy. Od wieżowców po zatopione jachty, dziwne konstrukcje i ogromne magazyny: tak pracują bohaterowie dnia codziennego. Ich zapał, determinacja, pomysłowość i spryt idą w parze z poczuciem humoru, koleżeństwem oraz umiejętnością zachowania zimnej krwi w każdej sytuacji.

PREMIERA: 3 MARCA, GODZ. 22.00



Zagadka kości: rewolucja płci

Mężczyźni-łowcy i kobiety-zbieraczk: taki znamy podział ról od czasów prehistorycznych. Przez wieki uznawano, że mężczyzna-łowca był żywicielem rodziny,

a tym samym od zarania dziejów ludzkości stał na szczycie drabiny społecznej. Dzięki tej teorii pierwsi archeolodzy w XIX i na początku XX wieku uznali ten stan rzeczy za sytuację „naturalną”. Dziś naukowcy nie są już tego pewni. Okazuje się, że część odkryć nie pasuje do tego obrazu i na jaw wychodzi coraz więcej błędnych interpretacji. Metody naukowe zwykle stosowane w kryminalistyce pomagają bada-



czom na całym świecie uzyskując nowe spojrzenie na tę kwestię.

EMISJA: 8 MARCA, GODZ. 22.05



Dzika praca (sezon 1.)

Program ukazuje losy weterynarzy i wolontariuszy, którzy porzucili pracę w Wielkiej Brytanii i przenieśli się do RPA, gdzie zajmują się ratowaniem, rehabilitowaniem, a także wypuszczaniem na wolność zagrożonych gatunków. W programie zobaczymy ich w akcji

– będziemy świadkami transportu żyrafy, ratowania dwutygodniowego hipopotama czy resuscytacji geparda metodą usta-usta. Weterynarze i wolontariusze na naszych oczach stają się także zastępczymi matkami dla osieroconych małą oraz asystują przy obcinaniu rogów nosoroż-



com. Ci bohaterowie dzięki przyrodzie zapraszają nas do swojego życia i opowiadają o pasji ratowania zagrożonych wyginięciem zwierząt – od pingwinów i rekinów na wybrzeżach Prowincji Przylądkowej Zachodniej po zwierzęta należące do afrykańskiej „wielkiej piątki” na równinach leżących na północy kraju.

PREMIERA: 1 MARCA, GODZ. 15.00; EMISJA: W DNI POWSZEDNIE, GODZ. 15.00



Singapurskie kleszcze (sezon 1.)

WOJENNY, WLK. BRYT 2020, REŻ: J.G. FARRELL, CHRISTOPHER HAMPTON, OBSADA: DAVID MORRISSEY, LUKE TREADAWAY, ELIZABETH TAN, COLM MEANEY, GEORGIA BLIZZARD
Dla eksportera gumy Waltera

Blacketta i jego rodziny, Singapur w 1941 roku to świat bogactwa i przywilejów, a rozdarta wojną Europa wydaje się z tej perspektywy bardzo odległa. Jednak plany biznesmena dotyczące wzmocnienia władzy w firmie zostają pokrzyżowane, kiedy pan Webb, partner biznesowy Blacketta, zostaje ubezwłasnowolniony, a udziały



Waltera w spółce mają przyspać jego synowi, Matthew. Walter wraz z córką muszą zadbać o własne dziedzictwo: zrobią wszystko, by pozbyć się zagrożenia, jakim jest dla nich Matthew. Joan chce go uwieść, ale młodzieniec poznaje tajemniczą chińską dysydentkę, Verę Chiang, i ku niej kieruje swoje uczucia. Podczas gdy kontynent pogrąża się w chaosie wojny, zakazana miłość rozkwita, a epoka kolonialnych przywilejów chwieje się w posadach.

PREMIERA: 7 MARCA, GODZ. 21.30



Słodki koniec dnia

DRAMAT, POLSKA 2019, REŻ. JACEK BORCUCH, OBSADA: KRYSZYNA JANDA, KASIA SMUTNIAK, LORENZO DE MOOR, VINCENT RIOTTA
Maria Linde, polska poetka, laureatka Nagrody Nobla, prowadzi



z pozoru spokojne i poukładane życie przykładnej żony, matki i babci na toskańskiej prowincji. Wszelkie

pozory tracą rację bytu, gdy Maria podczas odbierania tytułu honorowej mieszkanki miasta Volterra, wygłasza budzące grozę, szokujące przemówienie. Film zdobył dwie nominacje do Orlów, w kategoriach Najlepsza główna rola kobieca i Najlepsza drugoplanowa rola

kobieca.

EMISJA: 30 MARCA, GODZ. 20.00



Mama i ja

KOMEDIA, DRAMAT, USA 2012, REŻ. ANNE FLETCHER, OBSADA: BARBRA STREISAND, SETH ROGEN, YVONNE STRAHOVSKI, ADAM SCOTT



Wynalazca Andy Brewster wyrusza w podróż swojego życia. Po drodze wpada na krótki postój do domu swojej mamy, który sprawia, że Andy pokonuje 3000 mil w 8 dni w towarzystwie matki. Ta pełna śmiechu, łez i kłótni przygoda zmienia ich relację na zawsze.

EMISJA: 10 MARCA, GODZ. 21.00

Cena odwagi

THRILLER, DRAMAT, USA 2007, REŻ. MICHAEL WINTERBOTTOM, OBSADA: ANGELINA JOLIE, DAN FUTTERMAN, IRRFAN KHAN, DENIS O'HARE

Dramatyczna historia o oddaniu, miłości i niepojętej odwadze.

Mariane Pearl, żona dziennikarza porwanego w Pakistanie, desperacko poszukuje wskazówek, które pomogą odnaleźć i ocalić jej ukochanego męża. Oparty na prawdziwej historii film zdobył wiele nominacji do najbardziej prestiżowych nagród, m.in. do Złotego Globu w kategorii „Najlepsza aktorka w dramacie” dla Angeliny Jolie.

EMISJA: 17 MARCA, GODZ. 21.00



Uznany za niewinnego

DRAMAT KRYMINALNY, USA 1990, REŻ. ALAN J. PAKULA, OBSADA: HARRISON FORD, RAUL JULIA, BONNIE BEDELIA, GRETA SCACCHI
Zdolna, młoda i atrakcyjna asystentka, a zarazem kochanka prokuratora Rusty'ego Sabicha zostaje brutalnie



zamordowana we własnym mieszkaniu. Sabich rozpoczyna własne śledztwo i zdruzgotany zauważa, że wszelkie dowody w sprawie przemawiają na jego niekorzyść. Wkrótce mężczyzna zostaje oskarżony o zabicie kochanki. Zdesperowany Rusty podczas wielu długich rozpraw stara się za wszelką cenę dowieść swojej niewinności, pomimo że nikt, nawet jego własna żona, w nią nie wierzy. Film okazał się kasowym hitem, zyskując ponad 220 milionów dolarów przychodu ze sprzedaży biletów.

EMISJA: 17 MARCA, GODZ. 22.10

Batman

AKCJA, SF, USA 1989, REŻ. TIM BURTON, OBSADA: MICHAEL KEATON, JACK NICHOLSON, KIM BASINGER, MICHAEL GOUGH
Gotham City to miejsce, gdzie króluje przemoc, bezprawie i korupcja.



Jedyną nadzieją miasta jest Batman, inteligentny, atletyczny człowiek-nietoperz, który w przerwach od niesienia pomocy mieszkańcom i walki z przestępcami, prowadzi życie jako miliarder Bruce Wayne. Największym wrogiem Batmana jest bezwzględny szaleniec Joker, który zaczyna siać istny terror w Gotham City. Film zdobył Oscara w kategorii „Najlepsza scenografia”, a także dwie Kryształowe Statuetki People's Choice w kategoriach „Ulubiony film” i „Ulubiony dramat”.

EMISJA: 26 MARCA, GODZ. 20.00

BBC
BRIT

Teorie spiskowe: wojny szczepionkowe

Ruch antyszczepionkowy może stanowić poważne zagrożenie dla przyszłości zdrowia publicznego. Dwadzieścia lat temu były brytyjski lekarz Andrew Wakefield na podstawie sfałszowanych badań ogłosił, że szczepionki są szkodliwe. Uruchomił tym samym

niebezpieczną lawinę teorii spiskowych na temat szczepień. Jak doszło do rozpowszechnienia tych treści i jaka stoi za nimi ideologia? Naukowcy od dziesięcioleci nieustannie próbują je obalić. Jednak w dobie internetu, upadku autorytetów oraz wszechwładzy fake newsów jest to niezwykle trudne, a teorie spiskowe rozprzestrzeniają się szybko

**EMISJA: 10 MARCA,
GODZ. 22.30**

BBC
earth

Wymieranie gatunków: fakty

Sir David Attenborough oraz światowej klasy naukowcy analizują zjawisko współczesnego masowego wymierania zwierząt i roślin, badając przyczyny i wskazując potencjalne rozwiązania tego globalnego problemu. W ciągu nieco ponad 40 lat populacje zwierząt zmniejszyły się o 60 proc. Milionowi gatunków roślin i zwierząt

grozi wyginięcie, wielu z nich już w ciągu najbliższych dziesięcioleci, jeśli nie zostaną podjęte pilne działania. Attenborough wyjaśnia, czym jest masowe wymieranie, jakie są przyczyny tego zachodzącego obecnie w ogromnym

tempie zjawiska, a także co czeka nas w przyszłości. Naukowcy przywołują poprzednie masowe wymierania i tłumaczą, czym różni się to obecne. Wskazują także, iż utrata zagrożonych gatunków może wpłynąć na całe ekosystemy

– wymarcie jednego gatunku stanowi zagrożenie dla populacji innego, także dla ludzi. Środowisko na naszej planecie to zespół naczyń połączonych. Możemy jednak zacząć działać, by zatrzymać ten process.

**EMISJA: 11 MARCA,
GODZ. 19.55**

BBC
lifestyle

Bake Off: zawodowcy (sezon 3.)

Dwanaście zespołów profesjonalnych cukierników pracujących na co dzień w cukierniach, restauracjach oraz hotelach rozpoczyna rywalizację w kuchni Bake Off. Show prowadzi komik Tom Allen oraz Liam Charles, utalentowany uczestnik jednej z poprzednich edycji pro-

gramu. W roli sędziów po raz kolejny występują doświadczeni i uznani cukiernicy: Cherish Finden oraz Benoit Blin. W dro-

dze po zwycięstwo uczestnicy uruchamiają swoją kreatywność, umiejętności oraz precyzję wykonania. Przygotowują wykwintne

desery i spektakularne wypieki, m.in. kilkupiętrowe torty inspirowane wysokimi wieżowcami oraz geometryczne tarty z ruchomymi elementami. Co tydzień eliminowani są kolejni uczestnicy, a do finału może wejść tylko troje najlepszych. Zwycięzca przygotowuje bajeczne przyjęcie dla swoich bliskich.

**EMISJA: OD 24 MARCA,
GODZ. 20.55**



warto zobaczyć



2020 FIA FORMULA ONE WORLD CHAMPIONSHIP

W marcu wystartuje nowy sezon Formula 1, najbardziej prestiżowej i najchętniej oglądanej serii wyścigowej na świecie. Widzowie ELEVEN SPORTS będą mogli śledzić rywalizację z udziałem broniącego tytułu mistrza świata Lewisa Hamiltona oraz innych świetnych kierowców, m.in. Valtteriego Bottasa, Maksa Verstappena, Charlesa Leclerca oraz wracającego do „królowej motorsportu” Fernando Alonso. W zmaganiach będą uczestniczyć również przedstawiciele Alfa Romeo Racing ORLEN: Kimi Räikkönen i Antonio Giovinazzi. Trzecim zawodnikiem w tym zespole jest **Robert Kubica**, który wystąpi w wybranych sesjach treningowych. Stawką pierwszego z 23 zaplanowanych na ten rok wyścigów będzie **Grand Prix™ Bahrajnu (26–28 marca)**. Zapowiada się ekscytujące

widowisko, bo układ tamtejszego toru sprzyja zaciętej walce na trasie, a w kilku ostatnich latach różnica na mecie między dwoma czołowymi kierowcami nigdy nie przekroczyła trzech sekund.

LIGUE 1 UBER EATS (liga francuska)

Olympique Lyonnais, Paris Saint-Germain, LOSC Lille i AS Monaco to drużyny, które rozstrzygną między sobą walkę o mistrzostwo Francji. Wielką czwórkę dzieli w tabeli różnica zaledwie kilku



punktów i nadal nic nie jest przesądzone. W marcu rozpocznie się decydująca faza sezonu, w której faworyci będą mierzyli się z silnymi rywalami i przede wszystkim rozegrają spotkania między sobą. Oczywiście kibiców będą zwrócone na Groupama Stadium, gdzie **Lyon** stanie w szranki z **PSG (21 marca)**. To dwa najbardziej utytułowane francuskie kluby w XXI wieku, które mają w swoich szeregach wielkie gwiazdy futbolu. Po stronie gości z Paryża wystąpi m.in. najdroższy duet świata: Neymar – Kylian Mbappé. Z kolei w barwach gospodarzy zagrają tak

groźni zawodnicy jak Memphis Depay czy Karl Toko Ekambi. Ta czwórka miała udział w ponad 80 trafieniach swoich zespołów w obecnych rozgrywkach. Czy w najbliższym starciu poprawi ten imponujący dorobek?

The Emirates FA Cup (Puchar Anglii)

W marcu odbędą się ćwierćfinały **The Emirates FA Cup**, najstarszych klubowych rozgrywek piłkarskich na świecie. W rywalizacji weźmie udział aż siedem zespołów występujących na co dzień w Premier League. Szczególnie ciekawie zapowiada się starcie na King Power Stadium, gdzie **Leicester City** podejmie **Manchester United (20 marca)**. Obie drużyny prezentują się ostatnio znakomicie i są zaliczane do grona głównych kandydatów do najważniejszych trofeów w tym sezonie w Anglii. Ich niedawne spotkanie ligowe trzymało w napięciu przez pełne 90



minut i zakończyło się remisem 2:2. Tym razem zwycięzca musi zostać wyłoniony, a wskazanie faworyta jest bardzo trudne. W barwach gospodarzy będzie można zobaczyć m.in. Jamiego Vardy'ego, Jamesa Maddisona i Harveya Barnes, na których spoczywa odpowiedzialność za kreowanie akcji ofensywnych swojej ekipy. W szeregach gości podobne role odgrywają Edinson Cavani, Bruno Fernandes i Marcus Rashford. Która z tych trójek będzie cieszyć się z awansu? W pozostałych ćwierćfinałach zagrają: Everton FC z Manchesterem City, AFC Bournemouth z Southamptonem FC oraz Chelsea FC z Sheffield United.





**FORMULA 1 GULF AIR
BAHRAIN
GRAND PRIX
2021**

26.03
Start sezonu
Formula 1®

The F1 FORMULA 1 logo, F1 logo, FORMULA 1, F1, FIA FORMULA ONE WORLD CHAMPIONSHIP, GRAND PRIX and related marks are trademarks of Formula One Licensing BV, a Formula 1 company. All rights reserved.
Fot. Getty Images



LaLiga Santander

11.04*
El Clásico

 **VS.** 

* Mecz odbędzie się 10 lub 11 kwietnia

LaLiga Santander w ELEVEN SPORTS | Fot. Getty Images



DYSTRYBUCJA: Artur Grobel | Distribution Director

☎ 603 977 308

✉ artur.grobel@elevensports.com

ZAPYTAJ O KANAŁ ELEVEN SPORTS 1 W JAKOŚCI 4K

Amazon vs Allegro

e-commerce-owe starcie roku

TEKST KAROL TAK

To koniec rynku e-commerce, jaki znamy. Swoją działalność w Polsce właśnie zainaugurował Amazon – najpotężniejszy z gigantów tego sektora. Czy Allegro, z którym Polacy uczyli się zakupów przez internet, ma szansę w starciu z amerykańskim liderem sprzedaży online? Kto może zyskać na tej walce, a kto powinien się na nią szczególnie dobrze przygotować?

Decyzja Amazona o rozpoczęciu działalności w Polsce, jak również wejście Allegro na giełdę – to bez wątpienia najważniejsze ruchy na polskim rynku e-commerce ostatnich lat. Wygląda na to, że obie firmy dobrze przygotowały się do walki zarówno o klientów, jak i sprzedających. Jedno jest pewne – przed nami ciekawy okres rywalizacji o rynek nad Wisłą – warto obserwować rozwiązania implementowane przez konkurencyjne podmioty w walce o klienta.

O co toczy się walka?

Jak wynika z danych firmy eMarketer z maja ub. roku, rynek e-commerce najszybciej rośnie właśnie w regionie Europy Centralnej – o 21,5 proc. w skali roku. Już w tej chwili wg PWC stanowi on 14 proc. wartości rynku detalicznej sprzedaży dóbr. Wejście Amazona na polski



Karol Tak

rynek może tylko wzmocnić migrację kupujących i sprzedających do e-commerce, którzy podobnie, jak na najbardziej rozwiniętych pod kątem sprzedaży internetowej rynkach, będą w głównej mierze przechodzili na platformy typu marketplace. Na świecie już ponad 50 proc. wartości całej sprzedaży online stanowią transakcje na tego typu platformach. Wejście Amazona z pewnością przełoży się na przyspieszenie tego trendu również w Polsce. Firmy, które mogą natomiast zaobserwować spadki – to tradycyjni gracze offline, którzy nie przygotowali

się w odpowiednim stopniu do sprzedaży w internecie.

Czy Amazon powtórzy w Polsce holenderski sukces?

W kontekście pierwszych miesięcy działalności Amazona w Polsce, ciekawa jest perspektywa rynku holenderskiego, na którym gigant otworzył swój oficjalny marketplace Amazon.nl prawie dokładnie rok temu. Wg danych United Internet Operators (VINEX), w ciągu zaledwie roku udało mu się podwoić swój i tak wysoki już zasięg wśród holenderskich internautów. Dziś to już ponad 7 milionów unikatowych użytkowników.



ników. Co zdecydowało o sukcesie? Amazon znany jest przede wszystkim z bardzo szerokiej oferty produktowej, doskonałej obsługi kupujących, a także z bardzo korzystnych cen. To właśnie ten ostatni czynnik wydaje się kluczowy, co potwierdziła firma badawcza Omnia Retail sprawdzając, jak wyglądały różnice cenowe produktów oferowanych na Amazonie i na innych marketplace'ach w Holandii. Z jej analiz wynika, że ceny na Amazonie w momencie wejścia na rynek były w przypadku 73 proc. produktów niższe niż u konkurencji. Różnice były szczególnie widoczne na najpopularniejszych produktach – takich jak zabawki i elektronika – których ceny były nawet do 18 proc. niższe w porównaniu z oferowanymi na innych platformach zakupowych. Pozwoliło to Amazonowi zrównać się w liczbie przeklików w porównywarach cenowych z największym holenderskim graczem Bol.com. Promocja związana z obniżkami prowizji, którą Amazon ogłosił dla polskich sprzedawców wraz z wejściem, może świadczyć o tym, że na naszym rynku może być dość podobnie. Ogłoszone obniżki dotyczą w tej chwili kategorii Dom i ogród, Dom i kuchnia, Sport i turystyka i Odzież, obuwie, akcesoria (obniżka prowizji z 15 na 10 proc.) oraz kategorii Elektronika użytkowa i komputery (obniżka prowizji z 7 na 5 proc.). Z drugiej strony, z badań przeprowadzonych

przez Capterra we wrześniu ub.r. wynika, że 89 proc. klientów woli Bol.com niż Amazon, jeśli produkt jest dostępny w obu sklepach. Sytuacja ta wygląda obiecująco dla Allegro, które na naszym rynku pod względem świadomości jest niekwestionowanym numerem 1.

Kto skorzysta najbardziej?

Jedno jest pewne – gdy Amazon wchodzi na rynek, wysoki standard obsługi staje się ważniejszy niż kiedykolwiek. Gigant znany jest ze swojej polityki stawiania klienta w centrum wszystkich decyzji. Allegro również rozumiało to już jakiś czas temu, tworząc rozwiązania sprofilowane pod kątem potrzeb i oczekiwań klientów. Obie firmy wdrożyły fantastyczne programy lojalnościowe – Amazon Prime i Allegro Smart. Obie również od wielu lat dbają o bezpieczeństwo kupujących dzięki coraz lepszej obsłudze, włączając w to rozpatrywanie skarg, jak również jakość usług logistycznych. Natomiast w tym kontekście – logistyka jest szczególnie mocną stroną Amazona i jest ona wskazywana przez partnerów jako największy atut współpracy z tą firmą. Od wielu lat sprzedawcy mogą korzystać bowiem z usług fullfilmentowych Amazon w modelu FBA, które obejmują kompleksową obsługę magazynowania, pakowania, dostawy i obsługi posprzedażowej. Allegro również ogłosiło rozpoczęcie współpracy z partnerami w ramach programu Fullfilment od Allegro – szczegóły nie są jeszcze znane, natomiast wszystko wskazuje na to, że firma szyku-

je bardzo ciekawe rozwiązania zarówno dla kupujących, jak i sprzedających.

Kto wygra?

Na to pytanie nasuwa się jedna, najważniejsza odpowiedź: wygrają kupujący – którzy zarówno ze strony Amazona, jak i Allegro mogą liczyć na atrakcyjne ceny, szeroki wybór, a także doskonałą obsługę. Wygrają również sprzedawcy, którzy wykorzystają szanse płynące z obu platform. Ceny prowadzenia konta sprzedającego, przy założeniu udziału w programach dla profesjonalnych sprzedawców udostępniających podobne narzędzia, są porównywalne zarówno na Amazonie, jak i na Allegro. Stanowią one jednak ułamek zysków, jakie mogą płynąć przy ich odpowiednim wykorzystaniu. Samo wystawienie produktów po rejestracji jest już darmowe, dlatego też warto dywersyfikować swoje kanały sprzedaży korzystając z obu platform. Warto przy tym również pamiętać, że prowadzenie konta sprzedającego nie jest łatwe, szczególnie na początku. Wiąże się ono z koniecznością wdrożenia wiele nowych funkcjonalności i narzędzi. Dlatego w momencie rozpoczęcia działalności nieoceniona może być pomoc eksperta ds. wybranej platformy. Pomoc w procesie rejestracji, audycie procesów logistycznych, w stworzeniu odpowiednich ofert oraz ich pozycjonowaniu na platformie – przełoży się na możliwość wykorzystania zainteresowania zarówno polskich klientów nowym graczem na rynku, jak i zagranicznych kupujących i dotarciu do nich dzięki odpowiedniemu pozycjonowaniu konta na tle konkurencji. Niewątpliwie będą to bardzo ciekawe czasy dla polskiego e-handlu.

Autor jest ekspertem Grupy Media Plus, specjalizującej się we wsparciu procesu sprzedaży marek online



Badania konsumenckie UKE 2020*

Raczej pozytywnie

OPR. AK

Aż połowa ankietowanych Polaków zaobserwowała wzrost zapotrzebowania na usługi telekomunikacyjne w czasie pandemii – wynika ze zleconego przez Urząd Komunikacji Elektronicznej badania, pokazującego, jak klienci indywidualni korzystali z usług telekomunikacyjnych w 2020 roku i jak oceniają ich jakość.

Z kolei z podobnego badania przeprowadzonego wśród **klientów instytucjonalnych** wynika, że wzrost zapotrzebowania na usługi telekomunikacyjne, zwłaszcza w zakresie połączeń głosowych, pandemia i okres kwarantanny spowodowały w jednej trzeciej firm.

Klienci indywidualni

Podczas pandemii w ub. roku najczęściej wykorzystywanymi usługami były połączenia głosowe oraz komunikatory internetowe – wskazywała je co druga z badanych osób. Prawie

co trzecia osoba wymieniała także portale społecznościowe, wiadomości SMS oraz – nieco rzadziej – zakupy online.

Jakość usług telekomunikacyjnych była w zeszłym roku szczególnie ważna – co czwarty ankietowany Polak wykonywał w 2020 roku pracę zdalną, z czego prawie połowa w niepełnym zakresie (do 10 dni roboczych miesięcznie). Jakość usług telekomunikacyjnych w czasie pracy zdalnej jest z reguły oceniana pozytywnie. Inaczej jest jednak z nauką online: korzystało z niej 23 proc. ankietowanych i co piaty

negatywnie ocenia jakość usług telekomunikacyjnych w czasie e-learningu. Najczęstszymi problemami, jakich doświadczali osoby uczące się online, były problemy techniczne związane z aplikacjami oraz przerwy w dostępie do internetu – obie kwestie dotyczyły połowy z nich. Z badania wynika również m.in., że aż 92 proc. ankietowanych korzystających z telefonu komórkowego korzysta z internetu w telefonie. W tym ponad połowa respondentów korzysta z internetu w ramach abonamentu (post-paid). 80 proc. korzysta

Z których z wymienionych usług telekomunikacyjnych Pan/Pani korzysta?



Telefonia komórkowa **97%**



Internet **85%**



Telefon stacjonarny **20%**

Jakie zalety widzi Pan/Pani w korzystaniu z komunikatorów internetowych?



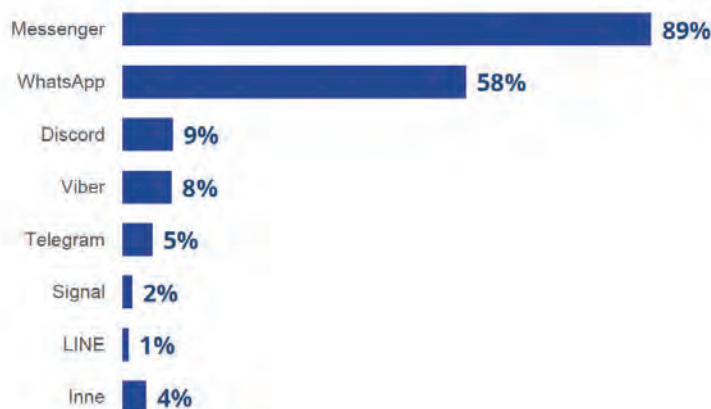
Podstawa procentowania: wszyscy respondenci korzystający z komunikatorów internetowych w telefonie, N=1675

z komunikatorów internetowych w telefonie, a najczęściej wybieraną aplikacją jest Messenger. Najbardziej popularnym rodzajem dostępu do internetu jest jednak dostęp stacjonarny, z którego korzysta blisko dwie trzecie badanych.

Usługi wiązane są rozwiązaniem popularnym, choć jeszcze nie powszechnym – korzysta z niego mniej niż połowa Polaków. Średni miesięczny koszt nieznacznie przekracza 120zł. Najczęściej pakiet obejmuje telewizję (75 proc.) oraz internet stacjonarny (67 proc.). Usługi mobilne – telefonię i internet w pakiecie posiada mniej niż połowa użytkowników. Większość użytkowników jest zadowolona z usług wiązanych.

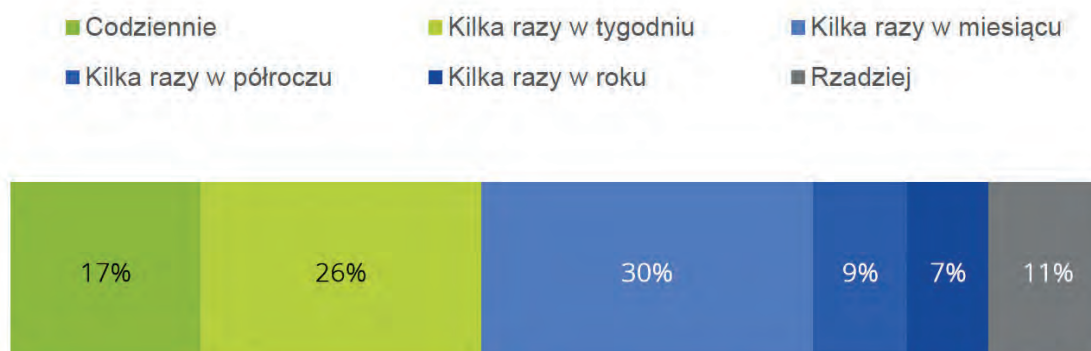
Pojęcie sieci 5G znane jest zdecydowanej większości Polaków. Jedynie 13 proc. badanych twierdzi, że nie spotkało się wcześniej z tym pojęciem. Osoby korzystające z telefonii komórkowej w większości przypadków są zadowolone z parametrów sieci, z której dotychczas korzystają. Funkcjonowanie rynku telekomunikacyjnego jest raczej pozytywnie oceniane i nie budzi szerszych zastrzeżeń. Najlepiej ocenianymi aspektami usług telekomunikacyjnych jest dostęp do usług (możliwość wyboru), zakres oferowanych na rynku usług do swoich potrzeb oraz ich jakość. 28 proc. Polaków dostrzega pozy-

Z jakich komunikatorów w telefonie Pan/Pani korzysta?

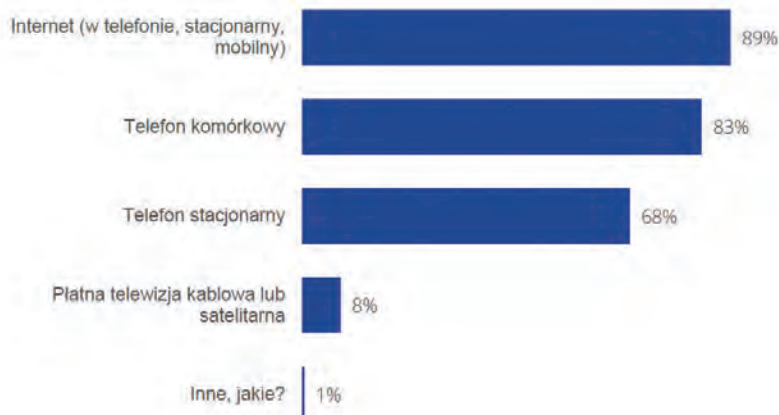


Podstawa procentowania: wszyscy respondenci korzystający z komunikatorów internetowych w telefonie, N=1675

Jak często korzysta Pan/Pani z telefonu stacjonarnego?



Z których z wymienionych usług telekomunikacyjnych korzysta Pana/Pani firma?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, N=501

tywne zmiany na rynku w ciągu ostatniego roku – w tym głównie większą liczbę ofert (62 proc.) i dynamiczny rozwój technologii (60 proc.). Nieco mniejszy odsetek (18 proc.) dostrzega zmiany negatywne – ze wzrostem cen na pierwszym miejscu (53 proc.).

Klienci instytucjonalni

Niemal wszystkie badane firmy posiadają dostęp do internetu. Najpopularniejszym sposobem łączenia się z siecią jest dostęp stacjonarny, jednak znaczna grupa badanych korzysta również z dostępu mobilnego. Badane firmy korzystają też z aktualnego oprogramowania oraz progra-

mów antywirusowych. Połowa badanych przedstawicieli firm deklaruje, że korzysta z rozwiązań zwiększających poziom prywatności w sieci, ale niemal jedna czwarta badanych nie ma na ten temat wiedzy.

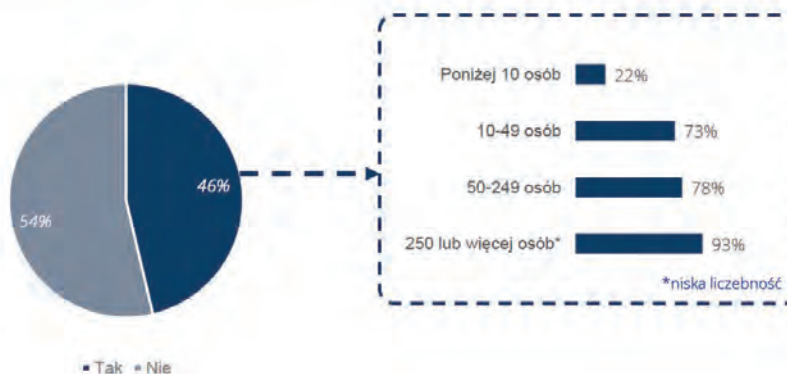
W ciągu ostatniego roku blisko 10 proc. badanych firm i instytucji padło ofiarą próby wyłudzenia danych lub nadużyć związanych z wykorzystywaniem danych. Jednocześnie blisko połowa firm (46 proc.) zatrudnia osoby, które w swoim zakresie obowiązków mają również dbanie o bezpieczeństwo w sieci.

Ponad 60 proc. przedstawicieli badanych firm spotkało się

z pojęciem przetwarzania danych w chmurze. Firmy te w zdecydowanej większości dostrzegają korzyści z tego podejścia. Największą korzyścią jest łatwość obsługi oraz bezpieczeństwo przed utratą danych. Około jedna trzecia badanych firm dostrzega zagrożenia związane z przetwarzaniem danych w chmurze. Są to przede wszystkim ryzyko wycieku danych, czy to ze względu na działalność hakerów, czy na skutek awarii.

W oczach około jednej trzeciej badanych firm pandemia spowodowała wzrost zapotrzebowania na usługi telekomunikacyjne, zwłaszcza w zakresie połączeń

Czy Pana/Pani firma zatrudnia osoby odpowiedzialne za zabezpieczenie sieci i bezpieczeństwo danych?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, N=501

Czy korzystają Państwo w firmie z przetwarzania danych w chmurze?



Podstawa procentowania: osoby, które spotkały się z pojęciem przetwarzania danych w chmurze z perspektywy firmy, N=304

pozytywnie ocenia jakość usług telekomunikacyjnych wykorzystywanych przy e-learningu.

W aż 63 proc. badanych firm, w których prowadzi się pracę zdalną lub korzysta z e-learningu, w związku z pandemią COVID-19 wzrosło użytkowanie aplikacji i programów wideokonferencyjnych.

Niemal trzy czwarte badanych przedsiębiorstw deklaruje, że wprowadzenie jednolitego rynku cyfrowego we wszystkich krajach UE nie wpłynie na rozpoczęcie/zwiększenie sprzedaży internetowej. Najczęściej szansę we wprowadzeniu jednolitego rynku dostrzegają firmy i instytucje zajmujące się przemysłem, najrzadziej

głosowych. Wzrost zapotrzebowania na te usługi w mniejszym stopniu dotknął firmy zatrudniające do 10 osób.

W około połowie badanych firm świadczone podczas pandemii pracę zdalną. Badani przedstawiciele firm byli w większości zadowoleni z usług świadczonych podczas takiej formy pracy. Opinię negatywną wyraziło zaledwie 7 proc. z nich.

W 42 proc. badanych firm korzystano podczas trwania epidemii z e-learningu. Korzystanie z tej formy nauki zazwyczaj nie wiązało się z problemami, choć u około jednej czwartej badanych firm pojawiły się problemy techniczne związane z aplikacjami. Ogólnie jednak większość firm bardzo

Czy korzystają Państwo w firmie z przetwarzania wielkich zbiorów danych?



Podstawa procentowania: osoby, które spotkały się z pojęciem „Big Data” z perspektywy firmy, N=64

Jakiego rodzaju dostęp do internetu posiada Pana/Pani firma?



Podstawa procentowania: użytkownicy internetu, N=487

te zajmujące się szeroko pojętą kulturą, administracją i oświatą.

* Badanie klientów indywidualnych przeprowadzono na próbie N=2104 (Próba losowo-kwotowa, warstwowana ze względu na lokalizację, wiek i płeć; techniką CAWI – ankiety internetowe). Badanie klientów biznesowych na próbie N=501 (Próba polskich firm reprezentatywna pod względem następujących cech: wielkość firmy (definiowana przez wielkość zatrudnienia), województwo, branża; techniką CATI – ankiety telefoniczne wspomagane komputerowo). Wykonawca badań – ARC Rynek i Opinia Sp. z o.o.

Reguła 3-2-1

TEKST RICK VANOVER*

Walka z atakami typu ransomware trwa. W ostatnich latach ten rodzaj ataku stał się realnym zagrożeniem dla przedsiębiorstw. Zakrojone na szeroką skalę działania cyberprzestępców zdążyły już utrudnić działanie nie tylko międzynarodowych korporacji, ale także instytucji rządowych, uniemożliwiając im realizację najważniejszych zadań.

W roku 2017 atak **WannaCry** doprowadził do blokady szpitalnych systemów informatycznych w różnych krajach Europy, unieszkodliwiając ponad 200 tysięcy komputerów. Trudno o lepszy przykład destrukcyjnego potencjału tego rodzaju działań.

Najbardziej znane przypadki to jak do tej pory **WannaCry** i **Petya**, jednak według przygotowanego przez Europol raportu „Internet Organized Crime Threat Assessment (IOCTA)” liczba

cyberataków w dalszym ciągu rośnie. Przedsiębiorstwa i instytucje muszą zdać sobie sprawę z tego zagrożenia i podjąć odpowiednie kroki w celu przygotowania środowiska i mechanizmów ochrony oraz opracowania środków naprawczych. To kluczowy

element, dzięki któremu można uniknąć niezaplanowanych i z dużym prawdopodobieństwem nieskutecznych

działań podejmowanych w reakcji na ewentualny incydent. Silne, wielowarstwowe zabezpieczenia i strategia działania muszą oprzeć się na trzech elementach: edukacji użytkowników, wdrożeniu odpowiednich rozwiązań oraz zastosowaniu właściwych środków naprawczych.

Krytyczne znaczenie ma również wdrożenie zwiększających odporność środowiska mechanizmów tworzenia kopii zapasowych, odzyskiwania i odtwarzania danych, ponieważ pozwala to zachować ciągłość funkcjonowa-

nia firmy w momencie pojawienia się zagrożenia.

Edukacja użytkowników w przedsiębiorstwie

Jeśli chodzi o przekazywanie wiedzy, należy objąć nim dwie istotne grupy pracowników, to jest personel informatyczny i użytkowników biznesowych. Ważne jest uwzględnienie obu grup, ponieważ zagrożenia mogą pojawić się w obu środowiskach pracy. Ataki typu ransomware realizowane są głównie za pośrednictwem protokołu **RDP (Remote Desktop Protocol)** lub innych mechanizmów zdalnego dostępu, wyłudzenia danych (tzw. phishingu) oraz aktualizacji oprogramowania. W skrócie rzecz ujmując, w większości sytuacji cyberprzestępcy nie muszą podejmować zbyt wielkich starań, by osiągnąć swój cel. Wiedząc o tych mechanizmach, możemy łatwiej wskazać obszary, w które należy szczególnie zainwestować, jeśli chcemy zapewnić odporność sieci na ataki ransomware i uwzględnić przy tym wektory ataku.

Większość administratorów systemów informatycznych korzysta z protokołu RDP na co dzień, a wiele serwerów RDP jest połączonych bezpośrednio z internetem. Należy zrezygnować z takiej konfiguracji. Administratorzy środowiska informatycznego mogą stosować różne zaawansowane środki, np. specjalne adresy IP, przekierowywanie portów RDP albo skomplikowane hasła, jednak dane jednoznacznie wskazują, że ponad połowa ataków typu ransomware odbywa się za pośrednictwem protokołu RDP. Długo-



Rick Vanover



terminowa strategia zapewnienia odporności wyklucza możliwość bezpośredniego łączenia serwerów RDP z internetem.

Inną często stosowaną metodą ataku jest rozsyłanie wiadomości e-mail mających na celu wyłudzenie danych (phishing). Każdemu użytkownikowi poczty zdarzyło się otrzymać wiadomość, która nie wygląda na autentyczną. Oczywiście taki list należy od razu skasować, jednak nie wszyscy odbiorcy reagują w tej sytuacji we właściwy sposób. Na rynku dostępne są popularne narzędzia, takie jak **Gophish** i **KnowBe4**, które pomagają w ocenie ryzyka zagrożenia phishingiem. W połączeniu ze szkoleniem, dzięki któremu pracownicy nauczą się rozpoznawać podejrzane wiadomości i odsyłacze, narzędzia do samodzielnej oceny stanowią skuteczną linię obrony przed atakami.

Trzeci istotny obszar ryzyka to wykorzystywanie słabych punktów zabezpieczeń. Konieczność aktualizacji systemów to stały obowiązek wszystkich informatyków, ale obecnie nabiera on szczególnego znaczenia. Zadanie to nie wydaje się wprawdzie zbyt ambitne, jednak przedsiębiorstwo może szybko przekonać się o jego istotności, kiedy wystąpi atak wykorzystujący znaną lukę w zabezpieczeniach, którą dałoby się zlikwidować po zastosowaniu poprawki. Warto pamiętać o instalowaniu bieżących aktualizacji newralgicznych kategorii zasobów informatycznych, czyli systemów operacyjnych, aplikacji, baz danych i oprogramowania wbudowanego urządzeń. Wiele odmian ataków typu ransomware, w tym WannaCry i Petya, opiera swoje działanie na wcześniej wykrytych lukach w zabezpieczeniach, które zostały już jakiś czas temu usunięte.

Wdrożenie rozwiązań i środki naprawcze

Nawet organizacje, które stosują sprawdzone procedury zapobiegania zagrożeniom typu ransomware, narażone są na pewne ryzyko. Edukacja użytkowników

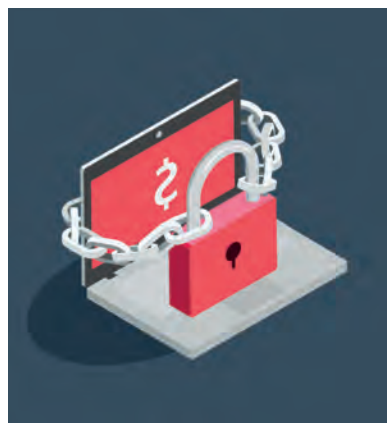
jest bardzo istotnym krokiem, jednak przedsiębiorstwo musi przygotować się także na najgorszy scenariusz. Kierownicy działów informatycznych i biznesowych muszą pamiętać o jednej sprawie: konieczna jest pamięć masowa na kopie zapasowe, odznaczająca się maksymalną odpornością.

Firma Veeam zaleca zastosowanie

Reguła 3-2-1 zaleca tworzenie co najmniej trzech kopii ważnych danych na co najmniej dwóch rodzajach nośników i przechowywanie co najmniej jednej z tych kopii w innej lokalizacji.

reguły 3-2-1, opisującej ogólną strategię zarządzania danymi. Reguła 3-2-1 zaleca tworzenie co najmniej trzech kopii ważnych danych na co najmniej dwóch rodzajach nośników i przechowywanie co najmniej jednej z tych kopii w innej lokalizacji. Reguła nie wymusza stosowania konkretnych typów sprzętu i jest na tyle elastyczna, że pozwala obsłużyć niemal każdy scenariusz awarii.

Ta „jedna” kopia wskazana w strategii 3-2-1 musi odznaczać się szczególną odpornością. Oznacza to, że powinna być odizolowana fizycznie, odłączona od sieci lub niemodyfikowalna. Istnieją



różne typy nośników, na których można zapisać taką kopię danych w wyjątkowo bezpieczny sposób. Obejmuje to pamięci taśmowe, niezmiennalne kopie w usłudze S3 lub obiektowej pamięci masowej zgodnej z S3, nośniki odizolowane fizycznie i odłączone od sieci, a także oprogramowanie do tworzenia kopii zapasowych i odzyskiwania danych po awarii działające w modelu „jako usługa”.

Mimo prowadzonych szkoleń i wdrażania różnych technik przedsiębiorstwa muszą być przygotowane na prowadzenie działań naprawczych w przypadku skutecznego ataku. Podejście Veeam opiera się na prostej zasadzie: nie należy płacić okupu. Jedyną opcją jest odtworzenie danych. Ponadto przedsiębiorstwo musi mieć opracowany plan reagowania w momencie wykrycia zagrożenia. W pierwszej kolejności należy skontaktować się ze wsparciem technicznym. Klienci firmy Veeam mają dostęp do specjalnego zespołu stosującego konkretne procedury i gotowego udzielić pomocy w przejściu procesu odzyskiwania danych w incydentach związanych z atakami ransomware. Nie wolno narażać kopii zapasowych na zagrożenia, ponieważ mają kluczowe znaczenie podczas przywracania sprawności środowiska.

Niezależnie od rodzaju katastrofy jednym z pierwszych problemów, jakie należy rozwiązać, jest kwestia zapewnienia komunikacji. Musi istnieć plan określający sposoby kontaktu z odpowiednimi osobami bez wykorzystania sieci. Obejmuje to na przykład grupy odbiorców wiadomości tekstowych, odpowiednie numery telefonów i inne mechanizmy komunikacji w ramach rozszerzonego zespołu. W książce adresowej powinni znaleźć się także wewnętrzni lub zewnętrzni eksperci ds. bezpieczeństwa, reagowania na incydenty i zarządzania tożsamością.

* autor jest dyrektorem ds. strategii produktowej w firmie Veeam

Krajobraz cyberzagrożeń

OPR. AK

W minionym roku cyberprzestępcy wykazywali się wyjątkową aktywnością. Miało to oczywiście w dużym stopniu związek z masowym przejściem pracowników biurowych na tryb pracy zdalnej. Atakujący często wykorzystywali gorzej zabezpieczonych użytkowników i ich urządzenia do prowadzenia szeroko zakrojonych kampanii cyberprzestępczych.

W najnowszym raporcie Cisco możemy przeczytać o tym, w jakich obszarach cyberprzestępcy byli szczególnie aktywni w 2020 roku:

Ataki na zdalne pulpity

Pandemia sprawiła, że znacznie wzrosła popularność zdalnych pulpitów (RDP – Remote Desktop Protocol), czyli technologii, która pozwala na dostęp do komputera (np. biurowego) ze zdalnej lokalizacji. Bez wątpienia stanowi to wygodne rozwiązanie w sytuacji masowego przejścia na pracę zdalną, ale jednocześnie wzbudza wiele obaw w kontekście cyberbezpieczeństwa. Obawy te dotyczą kradzieży danych uwierzytelniających, ataków typu man-in-the-middle (cyberatak, w którym atakujący umieszcza się na linii komunikacji między dwiema stronami)



czy zdalnego wykonania kodu (luka w zabezpieczeniach, którą atakujący może wykorzystać do uruchomienia własnego kodu na

Zamiast tego można zapewnić pracownikom dostęp do wszystkich niezbędnych zasobów za pomocą usługi VPN.

- Wdrożyć system uwierzytelniania wielopoziomowego – dodatkową warstwę bezpieczeństwa, umożliwiającą potwierdzenie tożsamości użytkowników.
- Blokować użytkowników, którzy podjęli wiele nieudanych prób logowania.



komputerze lub serwerze). Każde rozwiązanie RDP, jeśli zostanie przejęte, umożliwia atakującemu dostęp do cyfrowych zasobów organizacji.

Wg ekspertów Cisco, firmy korzystające z wirtualnych pulpitów powinny wdrożyć specjalne środki bezpieczeństwa:

- Unikać podłączania zdalnych pulpitów bezpośrednio do sieci.

Ransomware i „podwójne wymuszenie”

W minionym roku ataki typu ransomware przybrały nowe formy. Przykładowo, pojawiły się liczniki odliczające czas, który ma użytkownik na wpłacenie okupu. Ekspertki Cisco, zajmujące się cyberbezpieczeństwem, zaobserwowali, że coraz częściej zaatakowani użytkownicy otrzy-



mują groźby nie tyle zaszyfrowania, co trwałego usunięcia danych. Zmieniła się również skala ransomware, a ataki na poszczególne urządzenia często są jedynie narzędziem, które pozwala uzyskać dostęp do sieci organizacji. Gdy to już nastąpi, atak ransomware jest uruchamiany dopiero po tym, gdy atakujący wejdą w posiadanie danych firmy, w tym własności intelektualnej czy poufnych informacji handlowych. Często mamy wówczas wg ekspertów Cisco do czynienia ze zjawiskiem „podwójnego wymuszenia” – z jednej strony atakujący przejmują dane, które mogą wykorzystać i dalej

monetyzować, z drugiej wymuszają okup za ich odszyfrowanie czy niewykasowanie, co ma na celu maksymalizację szkód ofiar i zysków atakujących. Kwitnie również czarny rynek, na którym sprzedawane są np. dostęp do sieci firmowych. Nieuczciwi użytkownicy mogą zatem lepiej przygotować się do ataku i w jednym momencie rozesłać złośliwe oprogramowanie do większej liczby organizacji.

Co może zrobić biznes, żeby ustrzec się przed nowymi formami ransomware? Ekspert Cisco podkreślają, że najważniejsze jest kompleksowe podejście do kwestii cyberbezpieczeństwa, na

które składa się zapobieganie, lokalizowanie zagrożeń i odpowiadanie na nie. Ekosystem cyberbezpieczeństwa powinien obejmować m.in.:

- Bezpieczeństwo poczty e-mail
- Zarządzanie aktualizacjami i łatkami
- Monitoring systemów i sieci
- Segmentację sieci
- Backup i przywracanie systemu po awarii
- Polityki i procedury
- Szkolenia.

Wykradane hasła i „credential dumping”

Kradzież danych do logowania stanowi drugą najczęstszą aktywność cyberprzestępców podczas włamań do firmowych systemów bezpieczeństwa. Posługując się wykradzionym loginem i hasłem, mogą oni pozostać niezauważeni w sieci danej organizacji. Podobnie jak w przypadku ransomware, również kradzież danych do logowania służy za punkt wyjścia do dalszych ataków i wykradania kolejnych danych do logowania. Zjawisko to nazywa się „credential dumping”. Cyberprzestępcy nie poprzestają na uzyskaniu dostępu do jednego urządzenia. Często z jego poziomu chcą wejść w posiadanie haseł do innych elementów firmowej infrastruktury IT, przeszukując różne obszary systemów, gdzie tego typu informacje są przechowywane. Jak się zabezpieczyć przed tym procedurą? Ekspert Cisco radzą, aby:

- Monitorować dostęp do baz danych LSASS (Local Security Authority Subsystem Service) i SAM (Storage Area Management).
- Monitorować logi w celu wyszukiwania nieplanowych, podejrzanych aktywności w kontrolerach domen.
- Wyszukiwać nieoczekiwane i nieprzydzielone połączenia z adresów IP do kontrolerów domen.

Więcej o tym, jak działali cyberprzestępcy w roku 2020, można przeczytać w najnowszym raporcie Cisco: „Defending Against Critical Threats: A 12 month roundup”.



Polski biznes potrzebuje rozwiązań chmurowych bardziej niż kiedykolwiek przedtem

Z głową w chmurach?

TEKST ADAM WOJTKOWSKI*

Przez długie lata chmura pozostawała w cieniu dobrze znanych i ugruntowanych na rynku rozwiązań. Interesowały się nią firmy działające w branży IT, a całe gałęzie gospodarki jak przemysł, produkcja, handel czy nawet bankowość przyglądały się chmurze z pewną nieufnością i nie widziały w niej wiele korzyści.

Ostatnie miesiące pokazały, że kto zainwestował w rozwój rozwiązań chmurowych wcześniej, znacznie łagodniej przeszedł lockdown, uchronił często wiele miejsc pracy i mógł dalej funkcjonować. Dziś nie stawiamy już pytania, czy przejść do chmury, ale kiedy i do jakiej.

To, że polski biznes potrzebuje chmury bardziej niż kiedykolwiek przedtem, dostrzegli światowi giganci. Zapowiedzi potężnych inwestycji Google czy Microsoft w zbudowaniu od podstaw regionalnych cen-



Adam Wojtkowski

trów danych i rozwiązań chmurowych to sygnał, że polscy przedsiębiorcy są na nią gotowi. Przecież nikt nie zainwestuje w Polsce miliarda dolarów (a taką zapowiedź złożył Microsoft) nie wierząc w zwrot z inwestycji.

Jednak rodzajów chmur jest kilka, a najciekawszym i najbardziej pożądanym jej rodzajem jest chmura hybrydowa. Przejście całej organizacji i każdego jej elementu do chmury nie jest ani łatwe, ani szybkie. Dlatego właśnie powstała koncepcja chmury



hybrydowej, łącząca w sobie zalety chmury publicznej, prywatnej i infrastruktury on-premise. Dzięki temu część aplikacji działa w chmurze publicznej, a inne mogą pozostać pod pełnym nadzorem w chmurze prywatnej i lokalnych centrach danych. Wbrew obiegowej opinii, chmura nie jest przeznaczona tylko i wyłącznie dla największych firm. Korzyści z jej wdrożenia odczują mali, lokalni przedsiębiorcy prowadzący nawet niewielki





sklep, tak samo jak największe korporacje. Współczesna chmura nie jest bowiem wirtualnym dyskiem umieszczonym gdzieś w sieci, a potężnym centrum obliczeniowym oferującym wiele różnych rozwiązań. W chmurze działają komunikatory, programy graficzne, budowane są kompletne sklepy internetowe, programy CRM i wiele, wiele innych. To, jak głęboko przejdziemy do chmury, zależy tylko od nas i naszych potrzeb. Pandemia pokazała, że ten, kto był już w chmurze lub w ekspresowym tempie się do niej przeniósł, nie stracił, a wręcz zyskał. Co ciekawe, większość liderów IT (63 proc.) stosuje technologię chmury hybrydowej, a spośród tych, którzy jej jeszcze nie mają, aż 54 proc. planuje przejście na nią w ciągu 24 miesięcy.

Podjęcie decyzji, które chmury publiczne i prywatne są odpowiednie dla konkretnej firmy, a nawet poszczególnego obciążenia, jest złożoną kwestią. Jeśli chcemy na przykład ocenić strategię wielochmurowej w przyszłości lub wypchnąć wdrożenia na brzeg sieci, ważne jest, aby rozwiązania programowe nie ograniczały przyszłych opcji. Wymaga to spójnej, elastycznej platformy w każdym wybranym środowisku oraz usług, takich jak

choćby integracja, aby umożliwić korzystanie z różnych wydawanych aplikacji. Ale jak utrzymać długoterminową zdolność łączenia nowych chmur, narzędzi i integracji, zwłaszcza gdy nie można przewidzieć przyszłych potrzeb?

Odpowiedzią nie jest jedna firma, jedna chmura czy jeden dostawca. Odpowiedzią jest Open Source, a ściślej rzecz biorąc platforma Kubernetes (oraz jej wersja dla środowisk korporacyjnych – OpenShift) i jej ogromne możliwości łączenia wielu różnych środowisk. Żaden dostawca usług w chmurze ani środowisko lokalne nie mają wszystkiego, czego potrzebujemy, a firmowe rozwiązania zbyt często mogą ograniczać wybory i możliwości adaptacji w przyszłości. Aby w pełni umożliwić adaptację do zmian bez kosztownej przebudowy, chmura hybrydowa powinna być zbudowana na spójnej podstawie otwartego kodu źródłowego oraz możliwości przenoszenia usług i aplikacji między różnymi środowiskami.

Jedną z największych zalet rozwiązań chmurowych jest ich łatwość i szybka skalowalność. W razie potrzeb możemy w prosty sposób zwiększyć wykorzystywane zasoby, jednak tak samo działa to w drugą stronę. W sytuacjach

kryzysu czy załamania koniunktury możemy szybko pozbyć się tych elementów, które są nam w danej chwili zbędne i w ten sposób zmniejszyć koszty. W chmurze modyfikujemy zasoby, a co za tym idzie redukujemy koszty, za pomocą praktycznie jednego kliknięcia. To najlepsza opcja na niepewne czasy.

Chmura staje się powoli standardem. Umożliwia niemal błyskawiczną modyfikację zasobów i ogromną elastyczność. Co więcej, pozwala na szybkie wdrażanie innowacyjnych rozwiązań, które odpowiadają na ciągle zmieniające się potrzeby klientów. A jak bardzo mogą się one zmienić dosłownie z dnia na dzień, pokazały ostatnie miesiące. Nie należy się także obawiać problemów z jej wdrożeniem. Na rynku znajduje się wiele wyspecjalizowanych podmiotów, które pomagają wybrać najlepsze rozwiązanie, a następnie je wdrożyć. Obawa o zbyt małe, firmowe zasoby IT nie jest przeszkodą w przejściu do chmury.

* Autor jest dyrektorem generalnym Red Hat (spółki informatycznej zajmującej się tworzeniem i dystrybucją otwartego oprogramowania dla przedsiębiorstw) w regionie Europy Środkowo-wschodniej

Przyspiesza transformacja cyfrowa

OPR. AK

57 proc. polskich firm przyspieszyło transformację cyfrową w czasie pandemii, a jeden na pięciu badanych przez EY uważa, że w ich firmach transformacja jest zaawansowana.

Jak wynika z badania przeprowadzonego przez EY Polska, transformacja cyfrowa przyspieszyła w czasie pandemii w ponad połowie firm, a 27 proc. badanych przedsiębiorstw przyznaje wręcz, że zostało zmotywowanych do działania w tym obszarze wyłącznie przez pandemię. W 8 proc. firm transformacja cyfrowa na skutek pandemii spowolniła, a w 1 proc. firm proces z tego powodu się zatrzymał. W około jednej trzeciej badanych firm (32 proc.) pandemia nie miała żadnego wpływu na transformację cyfrową. – Firmy, które w ostatnim roku szybko zareagowały na sytuację związaną z pandemią i przepro-



Michał Kopyt

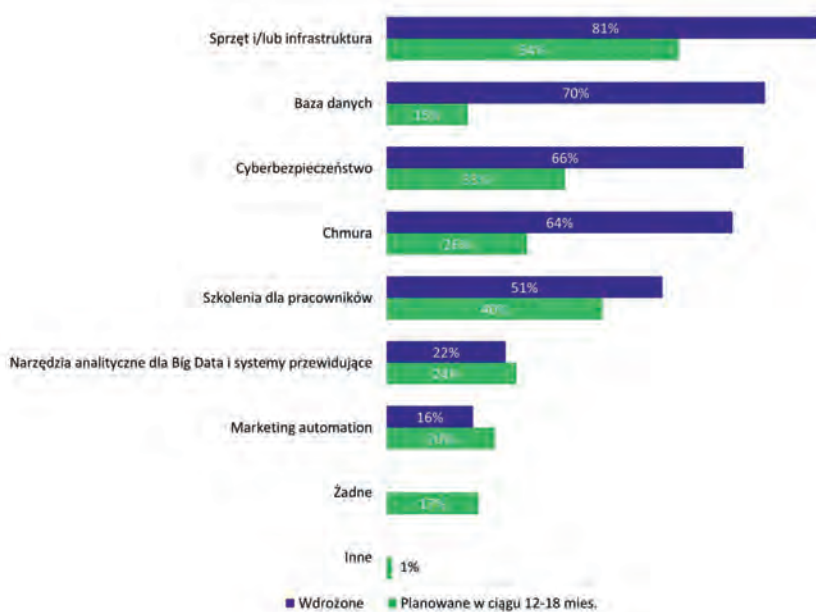
wadziły transformację, nie tylko zdobyły nowych klientów i zwiększyły przychody, ale znacząco poszerzyły skalę działalności, zyskując przewagę konkurencyjną. Przedsiębiorstwa zostały zmuszone do natychmiastowego działania za sprawą lockdownów i przeniesienia w dużej mierze pracy z biur do domów. Okazało się, że narzędzia i rozwiązania, których implementacja rozplanowana

była lata, musiały zostać zastosowane niemalże z dnia na dzień. Oczywiście ci, którym się to udało i którzy mogli sobie na to pozwolić, dziś mogą mówić o sukcesie. Ci, którzy z różnych powodów nie weszli na ścieżkę transformacyjną w ostatnich kilkunastu miesiącach,

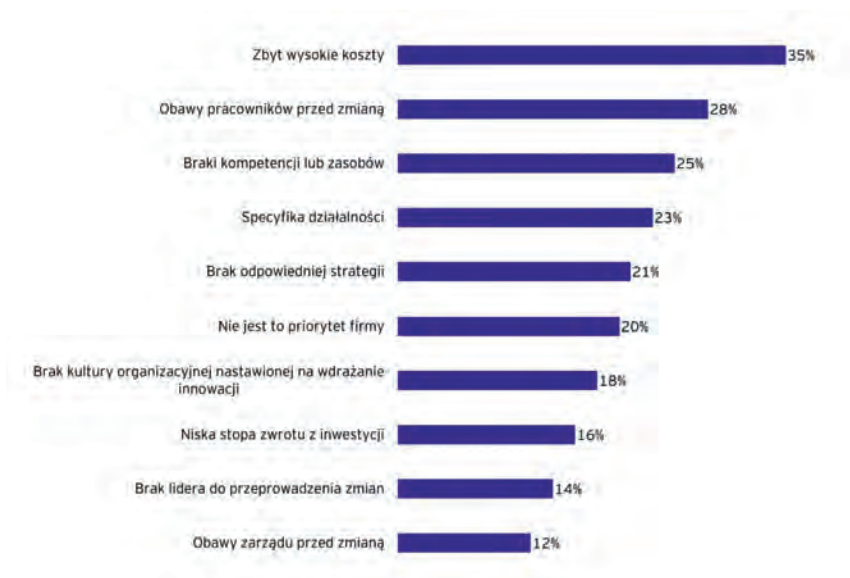
będą jednak musieli nadrobić stracony czas i dystans dzielący ich od bardziej ucyfrowionej konkurencji. Dziś już bowiem wiemy, że powrotu do dawnej normalności raczej nie będzie – mówi **Michał Kopyt, partner w Dziale Doradztwa Biznesowego, Lider Doradztwa Technologicznego w EY.**

Niezależnie od zaawansowania procesów transformacji cyfrowej, znakomita większość ankietowanych (aż 91 proc.) dostrzega potencjał z nią związany. Upatrują w niej przede wszystkim szans na zwiększenie efektywności (77 proc.), traktując ją jako odpowiedź na potrzeby klientów (61 proc.) i sposób na redukcję kosztów (60 proc.). Dla 53 proc. transformacja cyfrowa to z kolei możliwość rozwoju. Jeden na pięciu ankietowanych uznaje, że to szansa na nadrobienie zaległości. Co ciekawe, dla 27 proc. badanych transformacja cyfrowa to przede wszystkim jednak inwestycja w technologię. Nieznacznie mniejszy odsetek (25 proc.) deklaruje, że to proces przemian w firmie, wykraczający poza rozwiązania technologiczne. W sumie ponad połowa badanych (55 proc.) twierdzi, że transformacja cyfrowa jest częścią

Rozwiązania wdrożone w ramach transformacji cyfrowej i planowane w ciągu najbliższych 12–18 miesięcy



Bariery transformacji cyfrowej



strategii, ale 36 proc. wprowadza ją w odpowiedzi na bieżące problemy. W 5 proc. firm narzucana jest przez czynniki niezależne od firmy, a 4 proc. wprowadza ją, gdy na rynku pojawią się ciekawe rozwiązania. – Blisko 80 proc. badanych firm nadaje transformacji cyfrowej wysoki lub średni priorytet, ale wyniki naszego badania pokazują, że podejście do transformacji cyfrowej w polskich firmach jest spolaryzowane i w każdym przedsiębiorstwie może oznaczać zupełnie co innego. Duża grupa firm uważa, że to jedynie inwestycja w technologię, ale są też tacy, którzy deklarują, że jest ona dla nich całościowym i wielopłaszczyznowym etapem zmian w firmie. Niezależnie od tego, w której są grupie, niemal wszyscy zdają sobie sprawę z tego, że generuje ona dla firmy potencjał, choć rozumieją, że do jej przeprowadzenia konieczna będzie zmiana dotychczasowego sposobu myślenia – dodaje M. Kopyt. Zapytani o to, jakie rozwiązania w związku z transformacją cyfrową wdrożono, respondenci najczęściej wskazywali na zakup sprzętu lub infrastruktury, co potwierdza tylko, że polskie spółki rozumieją digitalizację głównie jako automatyzację, a bardziej zaawansowane rozwiązania związane z procesem transformacji cyfrowej nie są zbyt popularne. Wdrożenie bazy danych, narzędzi z zakresu cyberbezpieczeństwa

czy przeniesienie procesów do chmury to kolejne najczęściej podejmowane inicjatywy. Zdecydowanie najmniej popularnością cieszą się narzędzia analityczne dla Big Data i systemy przewidujące, a także rozwiązania z zakresu marketing automation. W kolejnych miesiącach firmy nadal chcą skupiać się przede wszystkim na zakupie sprzętu, mniej będą się natomiast koncentrować na wdrażaniu bazy danych. Część firm – 17 proc. nie zamierza w najbliższym roku bądź półtora wdrażać żadnego nowego rozwiązania w ramach transformacji cyfrowej.

– Myślenie o zakupie sprzętu i infrastruktury jako podstawowym działaniu w procesie transformacji cyfrowej dotyczy zarówno działań dotychczasowych, obecnych, jak i przyszłych. I nie jest to postawa nieuzasadniona. Najczęściej bowiem cały proces wymaga zakupu konkretnych narzędzi, urządzeń i rozwiązań. Nie można jednak na tym poprzestać, bo będzie to jedynie oznaczało unowocześnienie zasobów a nie całościową transformację przedsiębiorstwa. Pojedyncze procesy – nawet jeśli będą wykorzystywały zaawansowane technologie i rozwiązania będą nieefektywne, jeśli zmiany nie dotkną wszystkich aspektów działalności firmy. Może się to okazać pułapką, bo transformacja cyfrowa to ciągły proces udoskonalania przedsiębiorstwa, a nie

jedynie punktowe i jednorazowe działania – mówi M. Kopyt.

Jeśli już firmy decydują się na przeprowadzenie cyfrowej transformacji, najbardziej dynamiczną przemianę przechodzą działy księgowości, sprzedaży i obsługi klienta – obszary charakteryzujące się z jednej strony najniższym poziomem automatyzacji, z drugiej – generującej rozwój biznesu. Zaskakujące w tym zestawieniu jest postrzeganie procesów administracyjnych jako najmniej istotnych z punktu widzenia kolejności obszarów, w których wdrażane są rozwiązania transformacji cyfrowej. Tylko 13 proc. respondentów nie zidentyfikowało żadnych barier przy wprowadzaniu rozwiązań w zakresie transformacji cyfrowej. Ponad jedna trzecia respondentów wskazała, że jedną z głównych są zbyt wysokie jej koszty. Ponad jedna czwarta firm musi stawić czoła obawom pracowników przed zmianą, jedna na cztery firm mierzy się z brakiem kompetencji lub zasobów. Wciąż dla wielu firm problemem w tej kwestii pozostaje brak odpowiedniej strategii, kultury organizacyjnej nastawionej na wdrażanie innowacji, brak lidera gotowego do przeprowadzenia zmian (14 proc.), a nawet obawy zarządu przed zmianą.

– Pandemia, która z jednej strony była siłą napędową transformacji, może ją hamować ze względu na barierę kosztową. W sytuacji niepewności co do możliwości i perspektyw dalszej działalności, przedsiębiorcy obawiają się podejmowania decyzji pociągających za sobą koszty. Wciąż też, jak wynika z badania, ogromne znaczenie przy wdrażaniu tego typu procesów odgrywa czynnik ludzki – i to zarówno dotyczący braku odpowiednich kwalifikacji czy niechęci pracowników do zmian, jak i samych zarządzających firmami, którzy również nie zawsze są do zmian przekonani – mówi M. Kopyt.

Badanie „Transformacja cyfrowa firm 2020” zostało zrealizowane metodą CATI i CAWI, pod koniec października 2020 roku przez CubeResearch, na próbie 989 respondentów.

Zostań Flex Hero

Orange Flex rozpoczyna poszukiwania ambasadatorów wśród użytkowników, którzy lubią i cenią tę aplikację. **Flex Hero** swoimi opiniami o ofercie będą dzielić się w mediach społecznościowych. Na grupę wybrańców czekają atrakcyjne nagrody i dodatkowe niespodzianki. Flex Hero to program ambadorski, który umożliwia wybranym użytkownikom dzielenie się rekomendacjami w zamian za pakiet benefitów. Nie trzeba być influencerem, bo Flex Hero może zostać



każdy, kto jest fanem Orange Flex i aktywnie z niego korzysta. Zadaniem Flex Hero będzie aktywne polecanie Flexa w social mediach i innych kanałach typu blogi czy YouTube poprzez publikowanie postów, zdjęć i wideo mówiących o Flexie. Każdy z ambasadatorów zostanie nagrodzony za kreatywność oraz poświęcony czas. Flex Hero otrzyma w prezencie subskrypcję najwyższego Planu w Orange Flex na 6 m-cy oraz niezbędny ambasadora z gadżetami od Flexa. Oprócz tego, polecając aplikację zarobi 70 zł za każde skuteczne zachęcenie do aktywacji numeru w Orange Flex. Żeby zostać Flex Hero, trzeba wykonać 3 kroki: Wejść na stronę flexhero.pl i wypełnić krótki formularz; nagrać 15-sekundowe wideo, z odpowiedzią na pytanie konkursowe; uzbroić się w cierpliwość i czekać na wiadomość od Orange Flex. Rekrutacja do Flex Hero potrwa od do 11 kwietnia br. Regulamin akcji dostępny jest na stronie flexhero.pl.

Orange udostępnia mojeID

Orange Polska udostępnił swoim użytkownikom **mojeID**, usługę zdalnego potwierdzania tożsamości, dostarczaną przez **KIR** (Krajową Izbę Rozliczeniową). **mojeID** zapewnia możliwość zdalnego potwierdzenia tożsamości klienta z wykorzystaniem bankowości internetowej w oparciu o dane, które zostały wcześniej sprawdzone przez zaufany podmiot, tj. bank. Jest to jedyne w Polsce komercyjne rozwiązanie zgodne z unijnymi i krajowymi regulacjami prawnymi dla procesów identyfikacji elektronicznej, które jest wykorzystywane zarówno w sektorze usługodawców prywatnych, jak i publicznych. Uruchomienie **mojeID** poszerza gamę usług cyfrowych dostarczanych Orange Polska przez KIR. W październiku 2020 r. firma w swoich procesach kadrowych pilotażowo wdrożyła kwalifikowany podpis elektroniczny mSzafr. Korzystający z tego rozwiązania pracownicy firmy mogą całkowicie zdalnie

załatwiać sprawy z działem HR, bez skanowania czy drukowania dokumentów, co przyczynia się do optymalizacji czasu pracy i redukcji kosztów związanych z archiwizacją



mojeID
Klienci Orange
zyskują zdalny
dostęp do usług
za pomocą **mojeID**

i przetwarzaniem dokumentów papierowych. KIR został powołany z inicjatywy Narodowego Banku Polskiego, Związku Banków Polskich i 16 banków komercyjnych w celu elektronicznej i profesjonalizacji rozliczeń międzybankowych w Polsce. Jest kluczową firmą obsługującą infrastrukturę polskiego sektora bankowego. Zapewnia niezawodność i bezpieczeństwo w zakresie świadczonych usług, dążąc do efektywnego wspierania rozwoju digitalizacji gospodarki.

Sieć kampusowa 5G

W Ksawerowie pod Łodzią na 6 tys. m² w fabryce sprzętu AGD firmy Miele dzięki Orange Polska powstanie druga po **Łódzkiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej sieć kampusowa w Polsce, działająca w docelowym dla 5G paśmie 3,6 GHz**. Kontrakt podpisany został na okres dwóch lat. Powstająca sieć pozwoli zdigitalizować i zautomatyzować proces kontroli jakości dla tworzonych produktów, a także uruchomić na szeroką skalę szkolenia pracowników przy użyciu wirtualnej rzeczywistości (VR). – W przyszłości planujemy wykorzystać budowaną przez Orange sieć 5G do obsługi pojazdów autonomicznych, dużej liczby czujników IoT oraz zdalnego wsparcia ekspertów z wykorzysta-

niem rzeczywistości rozszerzonej (AR). Wszystko to ma na celu dalszą transformację cyfrową naszej fabryki i zwiększenie jej wydajności operacyjnej. Zaprośiliśmy również startupy, z którymi chcemy wdrażać i testować nowe rozwiązania 5G, które mamy nadzieję z powodzeniem zastosować również w naszych zakładach w innych krajach – powiedział dr **Thorsten Störmer, dyrektor zarządzający Miele Ksawerów**. Urządzenia komunikujące się z siecią będą wykorzystywały karty SIM, które również dostarczy w ramach umowy Orange Polska. Do budowy sieci wykorzystanych zostanie 8 anten firmy Ericsson działających w pasmach 3,6 GHz oraz 2100 MHz.

Rośnie Polska Chmura

Equinix, MAIN Data Center, Netia i Park Naukowo-Technologiczny w Opolu to kolejne firmy, które dołączyły do **Polskiej Chmury** – porozumienia wiodących polskich dostawców usług chmurowych. Celem organizacji jest edukowanie i oswojenie rynku z rozwiązaniami chmurowymi, będącymi jednym z fundamentów transformacji cyfrowej kraju. W Polskiej Chmurze znajduje się obecnie 11 firm. Poza nowymi członkami są to: **Asseco Data Systems, ComPaas, Infomex, Polcom, Sinersio, Talex i Wrocławskie Centrum Sieciowo-Superkomputerowe**. Usługi chmurowe są obecnie jednym z najszybciej rozwijających się obszarów gospodarki w Polsce. Na popularność oraz dynamikę wzro-



stu duży wpływ miała pandemia COVID-19 oraz nagła konieczność zorganizowania pracy zdalnej firm, szkół czy instytucji. W obliczu nowych wyzwań szczególnie istotne okazały się bowiem usługi pozwalające na zwiększenie skalowalności IT i realizację zdalnego bądź hybrydowego charakteru pracy, takie jak cloud computing. Z myślą o popularyzacji rozwiązań opartych na krajowych zasobach technologicznych, grupa polskich dostawców usług chmurowych zawiązała Polską Chmurę. Pokazując potencjał, kompetencje oraz najlepsze praktyki polskich firm, Polska Chmura zachęca firmy i administrację państwową do korzystania z usług rodzimych dostawców.

Roaming o 10 lat dłużej?

Komisja Europejska w nowym rozporządzeniu chce o 10 lat przedłużyć obowiązywanie przepisów dotyczących roamingu w Unii Europejskiej – informuje serwis gov.pl. Dzięki temu podróżni w UE nadal będą mogli korzystać z usług roamingu bez ponoszenia dodatkowych kosztów. Proponowane zmiany mają m.in. podnieść jakość i przejrzystość usług roamingowych. Konsumentom za granicą ma



przysługiwać taka sama jakość i prędkość połączenia z siecią komórkową jak w kraju. Nowe przepisy podczas podróży mają również zapewnić skuteczny dostęp do służb ratunkowych. Komisja proponuje także dalszą obniżkę stawek hurtowych dla usług roamingowych – cen nakładanych wzajemnie przez operatorów za korzystanie z ich sieci przez podróżującego za granicę abonenta. W opinii KE aktualna sytuacja na rynku roamingu nie gwarantuje kontynuacji RLAH bez interwencji regulacyjnej. Dlatego, oceniając efekty wprowadzonych przepisów, Komisja zaproponowała regulacyjne przedłużenie zasady RLAH, jednocześnie dążąc do ulepszenia funkcjonowania całego mechanizmu.

Nowości w Virgin Mobile

Virgin Mobile, operator MVNO z grupy **Play**, przygotował nowy plan taryfowy **Virgin NET 220 GB** oraz obniżki i rabaty dla obecnych i nowych klientów sieci. Virgin NET to oferta stworzona specjalnie dla osób, które na co dzień potrzebują dużo internetu. Składa się z 3 planów taryfowych z bogatą ofertą gigabajtów: 60 GB, 120 GB, a od teraz aż 220 GB. Każdy z nich dostępny jest bez długotrwałej umowy. Oferta internetu mobilnego Virgin Net

jest dostępna w atrakcyjnych cenach zarówno dla obecnych, jak i nowych klientów sieci Virgin Mobile. Osoby posiadające już aktywną usługę abonamentową lub jeden z pakietów na kartę (**#Gigamaks** lub **#Gigadaje**) mogą już od 25 zł/m-c skorzystać z 60 GB danych, a dopłacając 10 zł, otrzymują 120 GB. Zupełną nowością jest pakiet z 220 GB internetu, który kosztuje 45 zł/m-c. Dla nowych klientów Virgin Mobile przygotował specjalne rabaty, dzięki którym za 60 GB zapłacą 30 zł/m-c (wcześniej 35 zł), za 120 GB 40 zł (wcześniej 40 zł), a 220 GB dostępne jest w cenie 50 zł za każdy miesiąc. W ramach Virgin NET dostępna jest tylko usługa internetu mobilnego, która nie obejmuje wysyłania SMS-ów czy wykonywania połączeń telefonicznych. Jednorazowa opłata aktywacyjna za usługę wynosi 29 zł.



Większy zasięg Plus Światłowód

Plus rozszerza dostępność internetu stacjonarnego o infrastrukturę udostępnianą przez należący do INEI Fiberhost i Nexerę, wybudowaną w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa, a w przypadku INEI także o sieć komercyjną. Ze zwiększonego zasięgu światłowodu w Plusie będą mogli



skorzystać mieszkańcy ponad 3 tys. miejscowości z 10 województw. Czekają na nich dedykowane oferty Plus Światłowód z prędkością nawet do 1 Gb/s. Dotychczas usłu-

ga internetu światłowodowego od Plusa świadczona była z wykorzystaniem łączności Netii i Orange. Oferta Plus Światłowód na sieci INEA i Nexera to trzy warianty: Plus Światłowód z prędkością do 300 Mb/s w cenie 85 zł/m-c (75 zł po rabacie za smartDOM); Plus Światłowód 600 Mb/s za 95 zł/m-c (85 zł po rabacie) oraz Plus Światłowód do 1 Gb/s za 105 zł/m-c (95 zł po rabacie). Dodatkowo, w każdym przypadku, dochodzi jednorazowa opłata aktywacyjna w wys. 59 zł. Klienci, którzy znajdują się w zasięgu infrastruktury INEI i Nexery, będą mogli skorzystać nie tylko z ultraszybkiego internetu światłowodowego Plusa, ale także z wygodnej telewizji kablowej w technologii IPTV od Cyfrowego Polsatu. Wszyscy, którzy zdecydują się na wybór jednej z podanych ofert, otrzymują jeden miesiąc za darmo oraz kartę SIM z internetem mobilnym z pakietem 5 GB/m-c bez dodatkowych opłat.

Samsung liderem patentów 5G

Firma Samsung zajęła pierwszą lokatę w zakresie udziału w patentach 5G niezbędnych do spełnienia normy (Standard Essential Patent, SEP). Dowodzi tego badanie niezbędności patentów przeprowadzone przez IPLYtics – berlińską firmę zajmującą się analizą rynku, która zatrudnia



ekonomistów, naukowców i inżynierów. Wyniki badania zostały przedstawione w opublikowanym niedawno raporcie IPLYtics pt. „Kto wygrywa wyścig o patenty 5G? Analiza sytuacji w zakresie zadeklarowanych SEP i wkładu w standardy”. Samsung zajął ponadto drugie miejsce w pozo-

stałych dwóch kategoriach: udział w przyznanych i aktywnych rodzinach patentów 5G oraz udział w przyznanych i aktywnych rodzinach patentów 5G, z których

co najmniej jeden przyznany został przez Europejski Urząd Patentowy (European Patent Office, EPO) lub Urząd Patentów

i Znaków Towarowych Stanów Zjednoczonych (United States Patent and Trademark Office, USPTO). Firma Samsung była liderem w zakresie patentów 5G również w ub. roku, a to dzięki prowadzonym przez siebie pracom badawczo-rozwojowym dotyczącym standardów i technologii 5G.

„TO MA SENS” po raz drugi

Ponad 15 mln wyświetleń na Facebooku i dotarcie do 5 mln osób – takie wyniki oglądalności osiągnął pierwszy sezonu autorskiego programu T-Mobile – „TO MA SENS”. 25 lutego br. operator wystartował z drugą edycją programu, w której widzowie mogą zobaczyć nową prowadzącą – dziennikarkę i prezenterkę – Gabi Drzewiecką. Zastąpiła na tym miejscu Jankesa i razem z nowymi gośćmi poruszy tematy związane z rozrywką i kulturą. Strażnikiem tematów technologicznych niezmiennie pozostaje Karol Wójcicki (znany z „Z głową w gwiazdach”), na polu sportowym zaś ponownie zobaczymy Mateusza Święcickiego i Filipa Kapi-

cę, czyli duet 2AngryMen. Gośćmi prowadzących w tym sezonie będą blogerzy filmowi i technologiczni, futurologi, specjaliści od bezpieczeństwa w sieci, osoby z branży muzycznej oraz komentatorzy sportowi i trenerzy piłkarscy.



Plus współpracuje ze startupami

Grupa Polsat zaangażowała się we współpracę z **Akceleratorem S5** z Łodzi, aby pomóc młodym, innowacyjnym firmom w rozwoju ich produktów i usług z wykorzystaniem technologii 5G, jak również popularyzować wykorzystanie tej technologii w rzeczywistości biznesowej. Ze zgłoszonych ponad 170



Inovatica AGV

firm, do fazy inkubacji (rozwoju projektu w początkowej fazie) zostały wybrane trzy startupy, które otrzymały granty finansowe na start współpracy z **Plusem**. Następnie

dwa z nich – dzięki wykazanemu potencjałowi biznesowemu – zostały zaproszone do dalszej współpracy. Pierwszy z nich – **Inovatica AGV** opracowuje systemy informatyczne pozwalające na autonomizację wózków widłowych działających w halach produkcyjnych, fabrykach czy magazynach. Sieć 5G ma istotne znaczenie dla rozwoju Przemysłu 4.0, w tym właśnie tego typu autonomicznych rozwiązań. Zapewnia ona stabilność połączenia w rozległych halach, gęstość sieci, niższe opóźnienia, a to są walory niezbędne do prawidłowego funkcjonowania autonomicznych wózków widłowych. Drugi startup, **Wares**, stworzył kompletny system umożliwiający wykrywanie wycieków (co zapobiega zalewaniu i marnotrawstwu wody) oraz zdalny odczyt wodomierzy do zarządzania zasobami wody, który docelowo może pozwolić ograniczyć koszty wynikające z wycieków i nadmiernego zużycia mediów dla użytkowników.

Skarga na Polskę i Szwecję

Grupa europosłów z Włoch i Rumunii wystosowała 10 lutego br. oficjalny list do unijnej komisarzy ds. konkurencji Margrethe Vestager, komisarza ds. rynku wewnętrznego Thierry'ego Bretona oraz wiceszefa Komisji Europejskiej i komisarza ds. handlu Valdisa Dombrovskisa. Są zaniepokojeni działaniami m.in. Polski i Szwecji, które planują wykluczenie Huawei i innych chińskich firm technologicznych z wdrażania sieci 5G. Podkreślają w liście, że geopolityka nie powinna przeszkadzać w uczciwej konkurencji na rynku UE, zwłaszcza w tak istotnym temacie jak technologia 5G. Twierdzą, że ograniczanie

konkurencji wśród dostawców 5G i wykluczenie z unijnego rynku części firm może spowodować opóźnienia we wdrażaniu tej technologii i dodatkowe koszty po stronie operatorów, co z kolei przełoży się na ceny usług dla ich klientów. – Jedynym czynnikiem, który musimy uwzględnić przy stwierdzaniu, czy dany sprzęt jest bezpieczny, jest techniczna ocena jego zgodności z europejskimi normami. Jedną z takich norm jest NESAS i nie ma powodu, dlaczego nie mogłaby być stosowana we wszystkich państwach członkowskich – komentuje **Fulvio Martusciello**, jeden z sygnatariuszy listu.

Cellnex kupuje infrastrukturę sieci Plus

Hiszpańska grupa **Cellnex** kupuje infrastrukturę telekomunikacyjną sieci **Plus**. Na podstawie umowy zawartej z **Cyfrowym Polsatem**, grupa kupi 99,99 proc. udziałów spółki **Polkomtel Infrastruktura** za 7,07 mld zł. Transakcja ma zostać sfinalizowana w październiku br. Cyfrowy Polsat otrzyma 5,302 mld zł za 74,98 proc. udziałów spółki, a Polkomtel – 1,768



mld zł za 25,01 proc. udziałów. Polkomtel Infrastruktura jest właścicielem pasywnych i aktywnych warstw mobilnej infrastruktury Grupy Polsat, składających się z około 7 tys. masztów telekomunikacyjnych, około 37 tys. różnych systemów on-air (w tym około 1 tys. systemów obsługujących 5G) oraz sieci transmisyjnej. Cellnex podał, że przejęcie Polkomtel Infrastruktury ma wygenerować roczne przychody na poziomie 280 mln euro i skorygowany zysk EBITDA w wysokości ok. 190 mln euro. Zapowiedział, że do 2030 r. przejęta spółka wybuduje 1,5 tys. wież telekomunikacyjnych. – Dzięki naszemu partnerstwu z Cellnex będzie możliwe przyspieszenie rozwoju technologii 5G w Polsce i umożliwienie jeszcze szybszego i bardziej efektywnego kosztowo uruchamiania nowoczesnych usług łączności dla naszych klientów – powiedział serwisowi Wirtualnemedi.pl **Tomasz Matwiejczuk**, rzecznik prasowy Grupy Polsat.

Mobilny raport Ericssona

8 mld subskrypcji sieci komórkowych obsługiwali na koniec 2020 r. operatorzy na świecie – mówią najnowsze szacunki **Ericsson Mobility Report**. To oznacza, że w skali roku przybyło ich 100 mln, a w kwartale – 19 mln. Na mieszkańca globu przypada średnio nieco ponad jedna usługa. W ostatnim kwartale 2020 r. nie we wszystkich rejonach globu nastąpił wzrost. Regiony notujące zwwyżki należały do rzadkości. W Europie Środkowo-wschodniej widoczny był w kwartale spadek o 1 mln do 555 mln (w skali roku o 10 mln). Mimo tego nasz region charaktery-

zuje się nadal najwyższą na świecie tzw. penetracją (liczbą aktywacji na osobę). Wynosi ona 136 proc., o 2 pkt. proc. mniej niż w 2019 r. Dla porównania w Indiach i krajach ościennych na koniec grudnia

minionego roku było to 78 proc., w Ameryce Łacińskiej 98 proc., a w Ameryce Północnej 105 proc. W Chinach liczba aktywowanych usług spadła w ostatnim kwartale 2020 r. o 6 mln do 1,6 mld. W skali roku ubytek wyniósł zaś 5 mln. O zastoju mogą mówić operatorzy w Europie Zachodniej, gdzie w końcu roku aktywnych było 510 mln usług. Ericsson uaktualnił swoje dane nt. liczby użytkowników sieci 5G. Jak podał, w grudniu z 5G korzystało 220 mln subskrybentów posiadających odpowiednie urządzenia. Dominującą technologią, z której korzystali klienci telefonii mobilnej, jest LTE (57 proc.).



Dzień Domeny Internetowej

15 marca 1985 r. zarejestrowano pierwszą komercyjną domenę internetową, **symbolics.com**. Rocznicą tego wydarzenia jest obchodzona jako **Dzień Domeny Internetowej**. Państwowy Instytut Badawczy **NASK**, który 30 lat temu podłączył Polskę do internetu, prowadzi **Rejestr Domeny .pl**. Obecnie utrzymywanych jest w nim ponad 2,6 mln nazw na rzecz ponad 1 mln abonentów, z czego prawie 65 proc. to organizacje, a ponad 35 proc. osoby fizyczne. Domena .pl to domena pierwszego wyboru i stanowi 7 na 10 rejestrowanych domen w Polsce. Co ok. 40 sekund rejestrowana jest nowa domena z końcówką .pl. W 2020 r. wskaźnik odnowień domen .pl uzyskał najwyższy wynik od 12 lat i na koniec roku wyniósł 68,82 proc. **NASK**, pełniąc funkcję Rejestru domen .pl, dba o jej bezpieczeństwo i dostępność. W tym celu udostępnia i zaleca abonentom oraz rejestratorom stosowanie

dodatkowych zabezpieczeń, takich jak DNSSEC czy .pl Registry Lock, dla zarejestrowanych nazw, które ochronią zarówno ich, jak i pozostałych użytkowników internetu



przed zagrożeniami w sieci. Własna domena to istotny element promocji, tożsamości i wiarygodności. Rejestrując domenę internetową, można prowadzić między innymi stronę firmową, hobbystyczną czy związaną z konkretnym wydarzeniem bądź akcją specjalną, blog i sklep online, można mieć nieograniczoną liczbę kont pocztowych. „Będąc abonentem domeny, buduje się swoją tożsamość cyfrową i uwiarygadnia działalność” – podkreślają eksperci **NASK**.

Pancerny smartwatch

HAMMER Watch to pierwszy w portfolio marki wzmocniony smartwatch. Do tej pory sprzedawany był jedynie w zestawie ze smartfonem **HAMMER Blade 3**. Teraz zegarek jest dostępny w sprzedaży samodzielnie w cenie 349 zł. **HAMMER Watch** ma wzmocnioną obudowę oraz metalowy bezel, czyli pierścień zamontowany wokół koperty zegarka. Dodatkowe zabezpieczenie pełnią gumowe bumpy. Smartwatch został zaprojektowany z myślą o aktywnych użytkownikach np. sportów outdoorowych. Dzięki wysokiemu kontrastowi tarczy, odczyt danych na kolorowym wyświetlaczu 1,3" jest możliwy nawet w pełnym słońcu.



HAMMER Watch

Urządzenie wyróżnia się również odpornością na wodę i pył zgodną z certyfikatem IP68 (obejmującym zanurzenie do 1,5 m, do 30 minut). GPS, czujnik pomiaru tętna oraz pulsoksymetr umożliwiają monitorowanie efektów aktywności fizycznej w ramach 8 wgranych profili sportowych: chodzenie, bieganie, wspinanie, jazda na rowerze, pływanie, piłka nożna, badminton, koszykówka. Bateria o pojemności 440 mAh pozwala na funkcjonowanie zegarka przez 10 dni normalnego użytkowania lub do 10 godzin w trybie treningu (uruchomiony GPS i pomiar tętna).

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

Skierowane jest głównie do najwyższej kadry menedżerskiej:

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

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



Warunki prenumeraty

12 miesięcy – 148,50 zł

w tym 8% VAT

(10 wydań + dodatki specjalne)

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

Fakturę prześlemy listem poleconym.

www.telekabel.pl

Wpłat należy dokonywać na numer konta

Bank Millennium

9111602202-0000000028115974



AGENCI NCIS: NOWY ORLEAN

AGENCI NCIS: LOS ANGELES

13 Ulica Miejsce Zbrodni

NBCUniversal
INTERNATIONAL
NETWORKS

KONTAKT:

Dystrybucja: Josh Virgona; Joshua.Virgona@nbcuni.com +44 7823 520251

Marketing: Łukasz Wysocki; Lukasz.Wysocki@nbcuni.com +44 73 8725 7958

Lokalny Agent: Agnieszka Bem; Agnieszka.Bem@program.media +48 79 531 1209