

KABELMIX

Pakietyzacja
pod lupą UOKiK

TELEMIX

25 lat pomiaru mediów
w Polsce

TELEKOMUNIKACJA

Polski portfel
(nie)elektroniczny

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

ISSN 2299-9248

5 (210)

TELEKABEL & digital tv



DiscoveryTM

WarnerMediaTM



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

Wiosenne jaskółki



Andrzej Konaszewski
po. Redaktora Naczelnego

Warner Discovery, Warner Bros Discovery czy Warner Discovery Media? Którą z tych nazw, sugerowanych przez „Financial Times”, przyjmie nowy podmiot, którego powstanie ogłosiły, jako wiosenną nowinę, należąca do koncernu AT&T spółka WarnerMedia i Discovery?. Ma powstać spółka, która będzie „nowym, globalnym liderem rozrywki” oferującym „najbardziej zróżnicowane treści na świecie”. W jej strukturach znajdzie się oczywiście także Grupa TVN. Czy zatem po raz kolejny zmieni właściciela (po Scripps Networks Interactive i Discovery)? Odpowiedzi na te pytania uzyskamy zapewne dopiero w połowie przyszłego roku, po akceptacji tej transakcji przez odpowiednich regulatorów. Jednak w związku z tą sytuacją, ciężki orzech do zgryzienia ma Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji. Ta od dłuższego czasu zastanawia się nad przedłużeniem koncesji na

nadawanie dla kanału TVN24. Chodzi bowiem o zgodność wniosku koncesyjnego z Ustawą o Radiofonii i Telewizji w tym z art. 35 określającym warunki uczestnictwa podmiotów zagranicznych w spółkach posiadających koncesje. Według przepisów bowiem, zgoda na nadawanie może dotyczyć spółki z udziałem osób zagranicznych, jeśli ich udział kapitałowy w spółce lub udział w kapitale zakładowym spółki nie przekracza 49 proc. Problem ten, jak można się domyśleć, ma również wymiar polityczny. Nie od dzisiaj przecież wiadomo, że funkcjonowanie tego niezależnego kanału informacyjnego stoi kością w gardle naszych ośrodków władzy. Pojawiła się także druga wiosenna jaskółka. UOKiK wszczął postępowania antymonopolowe: przeciwko Telewizji Polsat i czterem spółkom z grupy kapitałowej Discovery. W jego ocenie przedsiębiorcy mogą wykorzystywać swoją pozycję na rynku dystrybucji kanałów telewizyjnych do działań na niekorzyść operatorów telewizji kablowej i pośrednio konsumentów. **Będzie się działo.**

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. Błońska 10
05-800 Pruszków
tel. 22 728 64 24
indruck@indruck.pl
www.indruck.pl

Zakład Poligraficzny
InDruk

PROJEKT OKŁADKI

TELEKABEL & DIGITAL TV



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**

~~500 Mb/s~~

750

Mb/s

od
59,99
zł/mies.*



INTERNET UPC

Nr 1

NIEZMIENNIE
NAJSZYBSZY
W POLSCE!

Najszybsza sieć
ogólnopolska według



www.speedtest.pl

 **upc.pl**  **813 813 813**

*Cena z rabatami za e-rachunek (5,01 zł/mies.) i zgodę marketingową (5,01 zł/mies.).
Oferta od 59,99 zł/mies. dla nowych Klientów. Internet do 750 Mb/s z TV Start. Czas trwania promocji zgodnie z Regulaminem promocji dostępnym na www.upc.pl. Koszt instalacji 59,90 zł albo 150 zł dla domów jednorodzinnych. Zobowiązanie na 24 mies. Internet UPC najszybszy w rankingu ogólnym SpeedTest.pl za rok 2020 wśród sieci o zasięgu ogólnopolskim. Najbardziej polecany przez Klientów wśród dostawców internetu stacjonarnego i telewizji, na podstawie badania „Poland NPS Competitive Benchmark 2020”, przygotowanego na zlecenie Liberty Global przez GemSeek Consulting. Pozycja ex-equo z Canal+ i Cyfrowym Polsatem. Badanie na 7803 gospodarstwach domowych, zgodnie z metodologią NPS. Opłata za połączenie wg cennika operatora.

NR **1**

**NAJBARDZIEJ
POLECANY
PRZEZ KLIENTÓW**



upc

teletemat

Fuzja WarnerMedia – Discovery
Czy czeka nas wojna platform?
Opr. AK **8**

kabelmix

Program Ogólnopolskiej Konferencji
Operatorów Komunikacji Elektronicznej
– PIKE 2021 **12**

Pakietyzacja pod lupą UOKiK
Opr. AK **14**

kabelmix – aktualności **16**

telemix

Nielsen świętuje...
25 lat pomiaru mediów w Polsce
Nielsen **22**

Moc sportowca
Opr. Red **24**

Multiscreen Day 2021
Komunikacja i kontent
Opr. AK **26**

wieści z platform **28**

telemix – aktualności **32**

warto zobaczyć

zapowiedzi Kino Polska, Stopklatka **40**

zapowiedzi SCI FI, 13 Ulica, E! Entertainment ... **42**

zapowiedzi FOX, FOX Comedy..... **43**

zapowiedzi National Geographic, National
Geographic Wild, Nat Geo People **44**

zapowiedzi CANAL+ Premium **45**

zapowiedzi Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat
History, Polsat Viasat Nature, Epic Drama **46**

zapowiedzi AXN, AXN White,
AXN Black, AXN Spin **47**

zapowiedzi Eleven Sports **48**

telekomunikacja

CSIRT NASK w 2020 roku
Coraz więcej zagrożeń
NASK **50**

8

WarnerMedia + Discovery

CZY CZEKA NAS WOJNA PLATFORM ?

17 maja br. AT&T Inc. i Discovery, Inc. ogłosiły sfinalizowanie umowy, na mocy której aktywa należące do AT&T spółki WarnerMedia zostaną połączone z aktywami koncernu Discovery w samodzielny podmiot rozrywkowy segmentu Premium. Nowy podmiot ma być globalnym liderem rozrywki i informacji oraz liderem na rynku platform streamingowych. Do WarnerMedia należą m.in. HBO, CNN, Cartoon Network, wytwórnia filmowa Warner Bros. i platforma HBO Max. W skład Discovery wchodzi m.in. kanał Discovery, platforma discovery+, HGTV, Eurosport, Animal Planet, a w Polsce Grupa TVN.

14

ANIA PREZESA UOKIK
Spółki z grupy kapitałowej Discovery:
▶ Discovery Communications Europe
▶ Discovery Communications Benelux
▶ Discovery Polska
▶ Eurosport

PAKIETYZACJA POD LUPĄ UOKIK

- Działania Telewizji Polsat i spółek z grupy kapitałowej Discovery mogą stanowić niedozwolone wykorzystywanie pozycji spółek na rynku dystrybucji programów telewizyjnych. Na ich praktykach mogą tracić operatorzy telewizji kablowych, którzy mają ograniczone możliwości swobodnego tworzenia oferty dla swoich odbiorców, ponieważ zmuszeni są kupować wiele kanałów i umieszczać je w konkretnych pakietach sprzedawanych potem widzom – twierdzi **Tomasz Chróstny, prezes UOKiK**.

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

maj 2021



Jarosław Kaczyński

„Nie wiem, dlaczego telewizja publiczna i sam Jacek Kurski wzbudzają ogromne emocje, w szczególności wśród pań. Znam wiele pań zaprzyjaźnionych z nami w sensie politycznym i one wszystkie na mnie warczą z powodu tej telewizji. A ja uważam, że to jest dobra robota. (...) Miliony ludzi wie

dzisiaj więcej o Polsce niż przedtem i to są wyborcy. (...) No i jest właśnie wybór: każdy może wziąć sobie pilota i przełączyć na TVN. A w porównaniu z TVN ta telewizja publiczna jest po prostu wzorem cnót wszelakich”. – ocenia w wywiadzie dla Wprost Jarosław Kaczyński

Źródło: Wprost – 22 maja 2021 r.



Maciej Wierzyński

„Piętnaście lat pracy w TVN nauczyło mnie, że w nowoczesnym dziennikarstwie telewizyjnym najważniejsze jest, żeby „zażarło”. Żeby widzowi nie mogli oderwać się od ekranu, a na odwrót – wołali domowników: Cesiek, popatrz, ale jaja. Dlatego jestem

zdania, że program Nowy Ład zażarł, bo to są jaja, tyle, że nie telewizyjne, ale polityczne. A może powiedzieć należy: jaja propagandowe”. – twierdzi Maciej Wierzyński, publicysta TVN24

Źródło: www.tvn24.pl – 23 maja 2021 r.

Raport firmy Veeam
Wyzwalanie zaufania

Edwin Weijdemans 52

Polski portfel (nie)elektroniczny
Opr. Red 54

DDoS atakuje!
Opr. Red 55

POSE pomocne w zdalnej edukacji

Opr. Red 56

Telefon dla mamy
mPTech 58

telekomunikacja – aktualności 60



25 LAT POMIARU MEDIÓW W POLSCE

W ciągu 25 lat działalności Nielsena w Polsce badanie oglądalności przeszło wiele zmian odzwierciedlając przeobrażenia krajobrazu medialnego. Dane za rok 1997 i 2020 pokazują ewolucję pomiaru, który podąża za rozszerzaniem się dostępnych treści i zwyczajami korzystających z nich widzów. Liczba monitorowanych ekranów wzrosła cztery razy: z jednego ekranu tradycyjnej telewizji do czterech ekranów obejmujących aktualnie również smartfon, laptop i tablet. Zwiększyła się także liczba monitorowanych kanałów i to aż 26 razy z sześciu do 156.

OSE POMOCNE W ZDALNEJ EDUKACJI

Szerokopasmowy internet OSE pomaga nauczycielom w sprawnym prowadzeniu lekcji z wykorzystaniem nowych technologii, sprawiając, że są one bardziej atrakcyjne i angażujące. Szybki, niezawodny, a przede wszystkim bezpieczny internet sprawdził się też podczas pandemii. W wielu przypadkach dzięki programowi OSE edukacja mogła opuścić mury placówek i dotrzeć do domów wszystkich uczniów. Nauczyciele mają bowiem możliwość korzystania z sieci OSE w szkole i prowadzenia zdalnych lekcji w bezpiecznych warunkach.

Fuzja WarnerMedia – Discovery

Czy czeka nas wojna platform?

OPR. AK

17 maja br. AT&T Inc. i Discovery, Inc. ogłosiły sfinalizowanie umowy, na mocy której aktywa należące do AT&T spółki WarnerMedia zostaną połączone z aktywami koncernu Discovery w samodzielny podmiot rozrywkowy segmentu Premium.

WarnerMedia + Discovery

Nowy podmiot ma być globalnym liderem rozrywki i informacji oraz liderem na rynku platform streamingowych. Do WarnerMedia należą m.in. **HBO, CNN, Cartoon Network**, wytwórnia filmowa **Warner Bros.** i platforma **HBO Max**. W skład Discovery wchodzi m.in. **kanal Discovery, platforma discovery+, HGTV, Eurosport,**

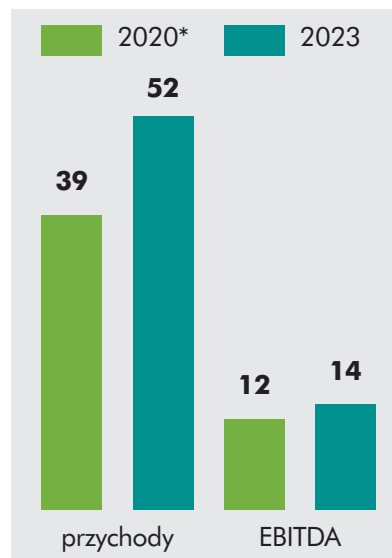
Animal Planet, a w Polsce Grupa TVN. Połączone firmy mają konkurować z takimi gigantami jak **Netflix** czy **Disney**. Wartość nowego koncernu, według „Financial Times”, szacowana jest na **150 mld USD**. Transakcja musi być zatwierdzona przez odpowiednich regulatorów, co ma zająć około roku.

– Jesteśmy tutaj dzisiaj, ponieważ John (John Stankey, prezes AT&T –dop. red.) i ja oraz nasze zarządy są przekonane, że WarnerMedia i Discovery są lepsze razem. Jesteśmy przekonani, że wspólna praca sprawi, że będziemy najlepszym koncernem na świecie – powiedział podczas wspólnej konferencji **David Zaslav, CEO**

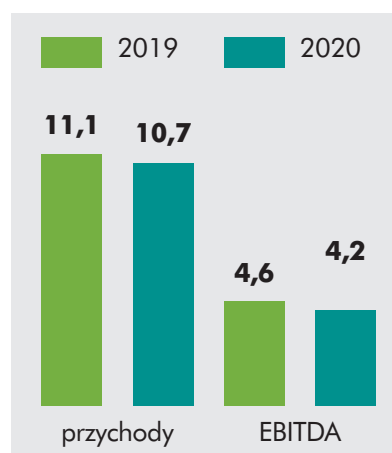


Od lewej: David Zaslav i John Stankey

WarnerMedia z Discovery w mld USD



Discovery w mld USD



* Proforma
Źródło: AT&T, Discovery

Szczegóły transakcji

Zgodnie z wydanym komunikatem w sprawie planowanej fuzji, na czele nowej spółki stanie **prezes i CEO Discovery David Zaslav**, a członkowie wyższej kadry kierowniczej obu podmiotów obejmą główne role zarządcze. Na mocy porozumienia, które przewiduje transakcję wydzielenia i reorganizacji aktywów z objęciem udziałów w nowym podmiocie, AT&T otrzyma 43 mld USD (z zastrzeżeniem korekty) w gotówce i papierach dłużnych (przy czym WarnerMedia zachowa część długu), a akcjonariusze AT&T otrzymają pakiet 71 proc. akcji w nowym podmiocie, podczas gdy akcjonariuszom Discovery przypadnie 29proc. akcji w nowej spółce. Transakcję zatwierdziły zarządy zarówno AT&T, jak i Discovery

Discovery. – Mamy najlepszych ludzi po jednej i drugiej stronie kamery. Mamy ogromne zasoby treści telewizyjnej i kinowej. Dzięki temu możemy stanąć przed wyzwaniem, jakie stawia nam następne pokolenie w każdym języku, każdej platformie i w każdym zakątku globu. Połączenie naszych zasobów sprawia, że mamy bardzo interesujące i ekscytujące materiały z całego świata. Już na starcie jest to ponad 200 tysięcy godzin treści w postaci najbardziej popularnych programów, seriali, filmów, informacji, wydarzeń sportowych, programów dokumentalnych oraz programów dla dzieci i młodzieży. Nie ma żadnej innej firmy na świecie, która mogłaby przedstawić równie bogatą ofertę. Naszą misją były wiadomości, sport, rozrywka, dokumenty. To była misja w Europie. Teraz zajmujemy się wiadomościami. Mamy nową misję: chcemy złączyć wszystko

to, co mamy w Europie, z CNN i stać się liderem informacji na świecie – podkreślił D. Zaslav.

Według oczekiwań spółek transakcja przyniesie akcjonariuszom AT&T i Discovery znaczne korzyści dzięki:

- połączeniu najsprawniejszych zespołów zarządczych i twórców treści oraz wysokiej jakości bibliotek seriali i filmów w sektorze mediowym.
- przyspieszeniu planów obu spółek w zakresie świadczenia usług streamingu DTC (direct-to-consumer) w skali globalnej.
- zjednoczeniu wzajemnie uzupełniających się i zróżnicowanych mocnych punktów popularnego contentu –należących do WarnerMedia prężnych firm producenckich i portfela ikonicznej rozrywki, animacji, produkcji informacyjnych i sportowych z wiodącą pozycją globalnego lidera Discovery w zakresie rozrywki typu reality oraz międzynarodowej rozrywki i sportu.
- utworzeniu nowego podmiotu o znacznej skali i możliwościach inwestycyjnych –prognozy na 2023 r. przewidują przychód na poziomie ok. **52 mld USD**, skorygowaną EBITDA rzędu **14 mld USD** i najwyższy w branży współczynnik konwersji FCF na poziomie ok. **60 proc.**
- uzyskaniu dla nowej spółki przynajmniej **3 mld USD** oczekiwanych synergii kosztowych rocznie, co pozwoli zwiększyć jej potencjał inwestycyjny w zakresie treści i innowacji cyfrowych oraz rozbudowywać globalną działalność DTC.



Komentarze (źr. Wirtualnemedi.pl)

Dariusz Dąbski,

prezes Telewizji Puls
- News Corporation,
były partner Telewizji Puls, już o wiele wcześniej podjął decyzję o sprzedaży części swojego biznesu celem fuzji z Disneyem. Disney zdecydował się również na zakup 21st Century Fox, aby skonso-



Dariusz Dąbski

lidować ofertę programową, a tym samym skuteczniej konkurować z Netflixem i innymi platformami. To całkiem naturalny ruch. Jaka może być konsekwencja dla polskiego rynku? **Ta wojna streamingowa dotrze do nas już tej jesieni. Na razie jest cisza przed burzą.** Wiadomo jednak, że nie-

bawem do Polski wejdą Disney+, HBO Max, Viaplay i inne znaczące platformy. Fuzja Warner Media i Discovery jest naturalnym krokiem i nie ostatnim na tym rynku. Osoby związane z tym biznesem mogą zadawać sobie tylko pytanie: kto z kim i kiedy się połączy. Moim zdaniem konsekwencje dla polskiego rynku będą odczuwalne tej jesieni. Na razie jest za wcześnie, aby o nich mówić.

Izabella Wiley,

general manager,
Poland & Central
Eastern Europe A+E
Networks UK



Izabella Wiley

– Myślę, że to jest duża rzecz i jest naturalnym, że takie fuzje mają miejsce. Tworzenie treści wideo jest bardzo drogie. Giełda promuje koncerny mediowe za odważne inwestycje w treści wideo, za ekspansywność i poszerzenie zasięgu. Podnosi to wartość spółki. Im firma wyżej wyceniana tym więcej można inwestować w tworzenie treści. Dystans między mniejszymi graczami i tymi największymi rośnie. Ta fuzja jest odpowiedzią na dynamikę. A czy dojdzie do

połączenia platform, jak Player, HBO Go/HBO Max? Wydaje mi się, że to byłoby dosyć naturalne. Nie nastąpi to jednak od razu, bo prawa sprzedawane telewizjom i innym platformom muszą wrócić do oryginalnego właściciela, żeby móc potem je zagregować na jednej platformie. Pamiętajmy, że Disney+ wystartował z kontentem Marvela dopiero po tym jak licencje wygasły Netflixowi. Te treści potem „wróciły” do Disneya i teraz są na wyłączność platformy Disney+. Podejrzewam, że tak samo będzie w przypadku platform Player, HBO Go, HBO Max, czy Discovery+.

Nie będzie miało sensu istnienie w obrębie jednego koncernu pięciu lub sześciu platform streamingowych. Oznaczałoby to bowiem większe koszty marketingowe. Połączenie Discovery z Warnerem to bardzo duże wydarzenie na światowym rynku. TVN ma kompetencje w tworzeniu wielu treści, w tym fabularnych. Warner jest graczem bardzo szanowanym i z ogromnym dorobkiem w zakresie treści fabularnych. **Serwis streamingowy z lokalnymi produkcjami może skutecznie zaważać o rozwinięty i dojrzały polski rynek. TVN może być zapleczem produkcyjnym i inkubatorem pomysłów i treści, które mogą być eksportowane do całego regionu Europy Środkowo-Wschodniej, czy w ogóle Europy.**

Marek Sowa,

współzałożyciel
i przewodniczący
rady nadzorczej Golf
Channel Polska,
wcześniej wiceprezes
UPC Polska



Marek Sowa

- Fuzja WarnerMedia z Discovery to najlepszy dowód na gwałtowne zmiany zachodzące na rynku mediów. Raptem 3 lata po przejęciu Time Warner przez telekomunikacyjnego giganta AT&T za 85 mld USD, zarząd AT&T ewidentnie uznał że strategia łączenia aktywów mediowych i telekomunikacyjnych w ramach jednej grupy niekoniecznie jest strategią optymalną. Z jednej strony czas pandemii

wyraźnie przyspieszył trend wzrostowy domowej rozrywki - ze szczególnym uwzględnieniem platform OTT - a z drugiej strony potrzebne są potężne inwestycje infrastrukturalne związane m.in. z technologią 5G. Aby konkurować z gigantami takimi jak Netflix czy Disney, AT&T i Discovery postanowiły połączyć swoje mediowe aktywa, wyraźnie stawiając przy tym na dystrybucję cyfrową. Z połączenia WarnerMedia z Discovery powstanie firma z rzeczywiście komplementarnymi aktywami w zakresie produkcji fabularnych, dokumentalnych i sportowych. Interesujące są

też zapowiedzi dalszych inwestycji w programy informacyjne, w tym CNN. **Celem każdej transakcji tego typu jest uzyskanie przewagi konkurencyjnej i efektu skali, nie ulega więc wątpliwości że w rezultacie fuzji WarnerMedia z Discovery zmienią się również rynkowe realia w Polsce.** Można przyjąć że HBO Max, Discovery+ i Player będą ze sobą raczej współpracować niż konkurować, być może dojdzie też do połączenia niektórych platform streamingowych - przy zachowaniu silnych, odrębnych brandów programingowych. Dostęp do bogatych bibliotek programowych WarnerMedia oraz do globalnych możliwości CNN w sposób oczywisty wzmocni Discovery TVN w Polsce.

ORGANIZATORZY



Ogólnopolska Konferencja Operatorów Komunikacji Elektronicznej

26-27 maja 2021 r.

ZAREJESTRUJ SIĘ

KONFERENCJA ONLINE

konferencjepike.pl

PATRONAT HONOROWY

HONOROWY PATRONAT

Ministerstwa
Marka Zagórskiego



Ministerstwo
Funduszy
i Polityki Regionalnej



KRAJOWA RADA
RADIOFONII I TELEWIZJI



GRUPA
Discovery

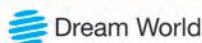
PARTNERZY



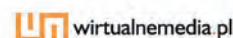
NETIA



WSPÓŁPRACA



PATRONAT MEDIALNY



9.00-10.30	Walne Zgromadzenie Polskiej Izby Komunikacji Elektronicznej – Online
10.30-10.40	Uroczyste otwarcie Ogólnopolskiej Konferencji Operatorów Komunikacji Elektronicznej Marek Zagórski – Sekretarz Stanu KPRM, Pełnomocnik Rządu ds. Cyberbezpieczeństwa
10.40-11.00	Operatorzy w czasach pandemii – prezentacja raportu Paweł Biarda – Członek Zarządu, NEXERA
11.00-11.10	Podsumowanie roku w mediach i telekomunikacji Krzysztof Węglarz – Dream World Jakub Woźny – Kancelaria Prawna Media
11.10-11.45 Moderator: Zaproszeni:	Nasze Sprawy – nic o nas bez nas. Dyskusja operatorów TVK z przedstawicielami Rządu i Regulatorów Jerzy Straszewski – Prezes Zarządu, PIKE Jacek Oko – Prezes, Urząd Komunikacji Elektronicznej Witold Kołodziejski – Przewodniczący, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji Juliusz Braun – Członek Rady Mediów Narodowych
11.45-12.05	Prezentacja wyników ogólnopolskiego panelu gromadzenia i przetwarzania danych RPD Ilona Urbanek – Kierownik Działu Zastosowań Sztucznej Inteligencji i Analizy Danych w Centrum AIDA, NASK
12.05-12.45 Moderator: Zaproszeni:	Jak komercjalizować usługi operatorów telekomunikacyjnych dzięki danym z projektu RPD? Marcin Grabowski – Przewodniczący Rady Metodologicznej ds. RPD, KRRiT Wojciech Pawlak – Dyrektor, NASK Włodzimierz Zieliński- Prezes Zarządu, Fundacja PIKSEL Przemysław Broniszewski – Związek Pracodawców Ogólnopolskich Mediów Telewizyjnych
12.45-13.05	Wyniki badań powtarzalności audycji w programach telewizyjnych cd. Bogdan Łaga – Wiceprezes Zarządu, PIKE Jacek Wyszynski – Uniwersytet im. Adama Mickiewicza
13.05-13.30	Prezentacja: Jak nas słuchają i oglądają? Joanna Kopeć – Research Project Manager, Nielsen
13.30-13.45	Prezentacja: Co nowego w prawie na rynku medialnym? Sebastian Urban – Kancelaria Prawna Media
13.45-14.40 Moderator: Zaproszeni:	Panel: Stawka większa niż telewizja – rynek medialny w obliczu nowych wyzwań Ireneusz Piecuch – Partner Zarządzający, DGTL Kibil Piecuch i Wspólnicy Witold Kołodziejski – Przewodniczący, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji Jacek Oko – Prezes, Urząd Komunikacji Elektronicznej Dariusz Dąbski – Prezes Zarządu, Telewizja Puls Bogusław Kisielewski – Prezes Zarządu, Kino Polska Dorota Żurkowska- Bytner – Członek Zarządu, Grupa TVN Discovery Marcin Klepacki – Dyrektor Biura Dystrybucji, TVP Andrzej Kozłowski – Prezes Zarządu, Emitel
14.40-15.10	Jeden na jeden
15.10-16.10 Moderator: Zaproszeni:	Panel: Operatorzy vs. Nadawcy vs. OTT – walka czy współpraca, co się bardziej opłaca? Jacek Kobierzycki – Dyrektor Generalny, TOYA Maciej Gozdowski – Dyrektor Zarządzający, Player.pl Marcin Skabara – Dyrektor ds. produkcji oryginalnej, TVP Marcin Olender – Public Policy and Government Relations Manager CEE, Google Marcin Malicki – Dyrektor Obszaru Subscriptions & New Services, WP Artur Przybysz – Wiceprezes Zarządu CANAL+ Polska

9.00-9.15

Wystąpienie:

Fundusze europejskie na rozwój cyfrowy

Waldemar Buda – Sekretarz Stanu, Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej

9.15-9.30

Wystąpienie:

KPO / POPC możliwości finansowania inwestycji w ramach perspektywy 2021-2027

Maciej Jankowski – Kancelaria Prawna Media

9.30-10.30

Moderator:

Zaproszeni:

Panel: Jak zaprogramować nową perspektywę finansową w kontekście zapewnienia powszechnego dostępu do Internetu szerokopasmowego?

Łukasz Dec – Redaktor, Telko.in

Andrzej Abramczuk – Prezes Zarządu, Netia

Tomasz Żurański – Prezes Zarządu, Vectra

Jacek Wiśniewski – Prezes Zarządu, Nexera

Nikodem Bończa-Tomaszewski – Prezes Zarządu, Exatel

Małgorzata Zakrzewska – Dyrektor Komunikacji, Play

10.30-11.00**Jeden na jeden: Internet satelitarny – współpracować czy konkurować?**

Matt Botwin – Director of market Access, Starlink

Jakub Woźny – Kancelaria Prawna Media

11.00-11.30**Gracenote – rozwój innowacji dla kontentu audio i wideo**

Raimond Van Raamsdonk – Director of Product Management, Gracenote

Barbara Erling – Dziennikarka

11.30-12.00**Zmiana FTR – konsekwencje w relacjach z OPL i innymi partnerami**

Tomasz Bukowski – Kancelaria Prawna Media

12.00-12.50

Moderator:

Zaproszeni:

Panel: Czy w interesie operatorów kablowych jest przyspieszenie rozwoju TV w Internecie?

Radosław Juźwin – Ekspert Rynku Mediów

Karolina Okrój – Dyrektor Generalny, Promax

Krzysztof Burmer – Dyrektor Marketingu i Sprzedaży, ASTA-NET

Michał Winnicki – Prezes Zarządu, MWE Networks

Jacek Amsterdamski – Wicenaczelný WP, Head of Video i VP Dystrybucji Emisji TV, WP

12.50-13.30

Moderator

Panel: Telewizje lokalne – jak nas zmienił rok 2020?

Ewa Michalska – Prezes Zarządu, Fundacja Fundusz Telewizji Lokalnych

Juliusz Marek – Prezes Zarządu, Stowarzyszenia Polskie Telewizje Lokalne i Regionalne

Witold Kołodziejcki – Przewodniczący, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

13.30-14.00**Warsztat: Postępowanie antymonopolowe UOKiK – co dalej?**

Maciej Jankowski – Kancelaria Prawna Media

14.00-14.30**Warsztat: PKE – aktualizacja zagadnień, nie tylko w kwestiach abonenckich**

Maciej Jankowski – Kancelaria Prawna Media

14.30-15.00**Warsztat: SIIS – czyli stan po pierwszych konsultacjach**

Mateusz Borowiak – Kancelaria Prawna Media

15.00-15.30**Warsztat: Must carry – jak uzyskać licencję dla biznesu?**

Wojciech Szymczak – Kancelaria Prawna Media



Pakietyzacja pod lupą UOKiK

OPR. AK

Prezes UOKiK Tomasz Chróstny wszczął dwa postępowania antymonopolowe: przeciwko Telewizji Polsat i czterem spółkom z grupy kapitałowej Discovery. W jego ocenie przedsiębiorcy mogą wykorzystywać swoją pozycję na rynku dystrybucji kanałów telewizyjnych do działań na niekorzyść operatorów telewizji kablowej i pośrednio konsumentów. Zastrzeżenia budzi m.in. sposób sprzedaży programów w pakietach.

Telewizja Polsat i spółki z grupy **Discovery** (Discovery Communications Europe, Discovery Communications Benelux, Discovery Polska i Eurosport) zajmują się dystrybucją programów telewizyjnych wyprodukowanych przez siebie lub w ramach swoich grup kapitałowych. Te kanały są sprzedawane operatorom telewizyjnym, m.in. sieciom kablowym. Urząd otrzymywał w ostatnim czasie wiele skarg od operatorów, stowarzyszeń branżowych oraz konsumentów, dotyczących ograniczania swobody kształtowania oferty programowej czy wyboru programów telewizyjnych. Wszczęcie postępowania antymonopolowego poprzedziło intensywne postępowanie wyjaśniające, w ramach którego, ustalając, jak funkcjonuje rynek, UOKiK zbierał informacje od przedstawicieli branży, ale też innych regulatorów. – Głos płynący z rynku był jednoznaczny i wskazywał na pogłębiającą się nierównowagę między nadawcami lub dystrybutorami a operatorami, za co w konsekwencji płacą konsumenci. Z naszych ustaleń w ramach postępowania wyjaśniającego wynika, że powyższy stan jest konsekwencją polityki sprzedażowej nadawców lub dystrybutorów telewizyjnych – Telewizji Polsat oraz spółek z grupy Discovery – mówi **prezes UOKiK Tomasz Chróstny**.

Z informacji Urzędu wynika, że operatorzy mają możliwość zakupu programów w pakiecie - 28

od **Telewizji Polsat** i co najmniej 6 w przypadku spółek z grupy **Discovery**. Mogą również kupować pojedyncze kanały, jednak jest to dla nich absolutnie nieopłacalne. Przykładowo zakup tylko dwóch programów od Telewizji Polsat może być droższy od całego pakietu programów, w którym są również te dwa kanały. Z kolei w przypadku grupy Discovery, nabycie trzech programów telewizyjnych może być droższe od zakupu któregośkolwiek z pakietów oferowanych przez grupę Discovery. Dodat-

wykorzystywanie pozycji spółek na rynku dystrybucji programów telewizyjnych. Na ich praktykach mogą tracić operatorzy telewizji kablowych, którzy mają ograniczone możliwości swobodnego tworzenia oferty dla swoich odbiorców, ponieważ zmuszeni są kupować wiele kanałów i umieszczać je w konkretnych pakietach sprzedawanych potem widzom – twierdzi **T. Chróstny**.

Pozycja dominująca oznacza, że przedsiębiorca może działać niezależnie od konsumentów, kontra-



PAKIETYZACJA POSTĘPOWANIA PREZESA UOKiK

Telewizja Polsat

Spółki z grupy kapitałowej Discovery:

- ▶ Discovery Communications Europe
- ▶ Discovery Communications Benelux
- ▶ Discovery Polska
- ▶ Eurosport



kowo, umowy zakupu pakietów przewidują, że operatorzy płatnej telewizji muszą umieszczać pewną część programów w podstawowych, czyli najbardziej powszechnych pakietach, które sami oferują swoim klientom.

– Działania Telewizji Polsat i spółek z grupy kapitałowej Discovery mogą stanowić niedozwolone

hentów i konkurentów. Posiadanie tak znaczącej siły rynkowej nie jest zabronione, nie wolno jej jednak nadużywać. **W przypadku Telewizji Polsat i spółek z grupy Discovery o ich silnej pozycji decyduje fakt, że oferują programy, które są przez konsumentów i operatorów kablowych postrzegane jako niezbędne. Ich brak może bowiem skutkować**

wyborem przez konsumenta oferty innego operatora. Nadużywanie pozycji dominującej może polegać na wymuszaniu na operatorach telewizyjnych zakupu wielu programów i umieszczania ich w określonych pakietach oferowanych widzom. Może to przekładać się również na trudniejszy rozwój mniejszych nadawców, a także uprzywilejowanie w przychodach z reklam Telewizji Polsat i grupy Discovery.

– Sposób sprzedaży programów operatorom kablowym wpływa również na sytuację konsumentów, którzy otrzymują ofertę odbiegającą od ich realnych potrzeb. Jeśli chcą oglądać swoje ulubione programy muszą zapłacić również za takie, które w ogóle ich nie interesują. To ograniczenie nie ma wymiaru technicznego, a wynika z polityki sprzedażowej nadawców lub dystrybutorów. Konieczność umieszczania pewnej części programów przez telewizję kable w podstawowych pakietach może powodować zwiększenie ich ceny – komentuje prezes UOKiK

Za nadużywanie pozycji dominującej przedsiębiorcom grozi kara do 10 proc. rocznego obrotu.

– UOKiK, w ramach rozpoczętych postępowań, będzie analizował, którzy operatorzy najmocniej odczuli kwestionowane działania Polsatu i Discovery – powiedział portalowi Wirtualnemedial.pl

Jerzy Straszewski, prezes PIKE – Zaburzenie równowagi konkurencyjnej wpływa negatywnie na funkcjonowanie całego rynku telewizyjnego stanowiącego pewnego rodzaju ekosystem, który może się rozwijać tylko dzięki równowadze konkurencyjnej. W ramach równowagi nadawcy powinni mieć możliwość tworzenia jak najwyższej jakości programów, a operatorzy swobodę w tworzeniu ofert dla swoich klientów – twierdzi. Jakich efektów postępowania UOKiK-u spodziewa się organizacja? – Wspieramy szukanie rozwiązań, które pozwolą na swobodę w definiowaniu ofert, zarówno przez nadawców, jak

i przez operatorów. Liczymy, że niezależnie od wszczętego postępowania i jego rezultatów będziemy kontynuować skuteczny dialog z uczestnikami rynku telewizji kablowej. Rolą Izby jest przede wszystkim zapewnienie pola do dialogu pomiędzy wszystkimi zainteresowanymi stronami – zaznacza J. Straszewski.

Do informacji o wszczęciu postępowania antymonopolowego przez prezesa UOKiK odniósł się Związek Pracodawców Mediów Elektronicznych i Telekomunikacji MEDIAKOM

Win-Win, a nie Win-Lose

Ewa Waćlawska

specjalistka ds.

programingu w TVKSM Grudziądz

Mam nadzieję, że postępowania antymonopolowe wszczęte na podstawie przepisów ustawy z 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów zakończą się wydaniem merytorycznych decyzji zmieniających sposób postępowania sprzedażowego zarówno Telewizji Polsat jak i spółek z grupy kapitałowej Discovery. Działając na rynku jako operator oczekiwaliśmy, aby wydana decyzja zrównała pozycję negocjacyjną operatorów

i nadawców. Aktualny stan sprawia, że nadawcy działają na rynku jak hurtownicy i uniemożliwiają detaliczny zakup ich produktów. Rodzi to sytuację niekorzystną dla konsumenta, który jest zmuszony do zakupu paczki programów, aby móc oglądać

interesujący go kanał. Po wydaniu decyzji o zaprzestaniu praktyk monopolistycznych operator zachowałby swobodę kształtowania swojej oferty programowej, miałby możliwość zakupu programów detalicznie, umieszczenia ich w dowolnie uzgodnionym pakiecie. Opłaty licencyjne byłyby także uiszczane za rzeczywistych abonentów danego pakietu, a nie, jak to ma miejsce obecnie, za wszystkich abonentów pakietu podstawowego. Sytuacja powstała na rynku dystrybucji po rozstrzygnięciu postępowań



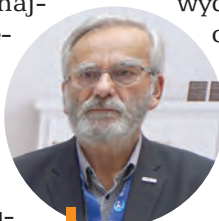
Oświadczenie Zarządu ZPMEIT MEDIAKOM



mediakom

Związek Pracodawców MEDIAKOM przypomina, że wielokrotnie informował organy administracji państwowej o możliwych naruszeniach prawa, w tym prawa antymonopolowego, które w naszej opinii stosują niektórzy nadawcy programów telewizyjnych. Nasz związek w przeszłości 3-krotnie zawiadamiał UOKiK o możliwych naruszeniach. Apelowaliśmy o wyeliminowanie tych praktyk stosowanych przez nadawców, które w naszej opinii prowadzą do dyskryminacji operatorów kablowych, a w efekcie konsument, który jest ich klientem, stoi na gorszej pozycji niż np. konsument odbierający programy telewizyjne bezpośrednio z platform satelitarnych. Zarząd naszego związku, z zadowoleniem przyjmuje informację prezesa UOKiK o wszczęciu postępowań antymonopolowych przeciwko dwóm największym w Polsce grupom nadawców telewizyjnych, których programy łącznie skupiają ok. 2/3 polskiej widowni telewizyjnej. Mamy nadzieję, że efektem postępowań będzie unormowanie sytuacji i stworzenie lepszych warunków ochrony konsumentów.

antymonopolowych otworzyłaby prawdziwą możliwość negocjacji. Operator zostałby partnerem, a nie jedynie biernym odbiorcą „cennika” nadawcy. Brak konieczności zakupu całego pakietu, a jedynie wybranych pozycji skutkowałoby także prawdziwą weryfikacją oglądalności poszczególnych programów. Idealnie byłoby, aby konsument mógł dokonać zakupu poszczególnych programów à la carte, a operator był dla nadawcy partnerem, a nie przymuszonym do zakupu klientem. I byłoby też idealnie, gdyby nowa sytuacja zrodziła w negocjacjach zasadę Win-Win, a nie jak dotychczas, Win dla nadawcy - Lose dla operatora i w efekcie końcowym, także dla konsumenta.



Jerzy Straszewski

UKE: skuteczne regulacje

Urząd Komunikacji Elektronicznej opublikował sprawozdanie z działalności za 2020 r. Regulator podkreśla m.in. skuteczność swoich działań wobec operatorów, w tym regulacji dostępu do kanalizacji kablowej i kanalizacji telekomunikacyjnej budynków, które weszły w życie w marcu 2019 r. i dotyczyły operatorów **Orange Polska**,

UKE

Netii, UPC Polska, Multimedia Polska, Vectra Investments, INEA i TOYA. Regulator podkreśla, że powyższe regulacje

przynoszą wymierny skutek. Na ich podstawie do końca 2020 r.: – Orange Polska zawarła 134 umowy ramowe oraz aneksy do nich na dostęp do kanalizacji kablowej oraz 2 umowy ramowe na dostęp do kanalizacji telekomunikacyjnej budynku, – Netia zawarła 36 umów ramowych oraz 210 umów szczegółowych na dostęp do kanalizacji kablowej oraz 8 umów ramowych na dostęp do kanalizacji telekomunikacyjnej budynku, – Vectra zawarła 11 umów ramowych oraz 36 umów szczegółowych na dostęp do kanalizacji kablowej oraz 1 umowę ramową na dostęp do kanalizacji telekomunikacyjnej budynku, – Multimedia Polska zawarła 11 umów ramowych oraz 7 umów szczegółowych na dostęp do kanalizacji kablowej oraz 2 umowy ramowe na dostęp do kanalizacji telekomunikacyjnej budynku. Według UKE, działania podjęte przez regulatora odnoszą efekt w postaci współkorzystania z istniejących zasobów przedsiębiorców telekomunikacyjnych.

Netia: Optymistycznie w nowy rok

Netia zaprezentowała wyniki finansowe i operacyjne za pierwsze trzy miesiące 2021 r. W tym okresie spółka osiągnęła **przychody w wysokości 324 mln zł**, czyli niemal tyle samo co w I kw. 2020 r. i o 2 proc. mniej niż IV kw. ub. roku. **Zysk EBITDA** w I kw. wyniósł **112 mln zł** i był wyższy o 5 proc. niż w tym samym okresie ub.r., a jednocześnie o 2 proc. niższy k/k. Tym samym marża EBITDA wzrosła w stosunku do I kw. ub.r. z 33,2 proc. do **34,6 proc.** Przychody wypracowane w I kw. 2021 r. w segmencie B2B wyniosły **181 mln zł** (-1 proc. k/k i +1 proc. r/r). Na zmianę wysokości przychodów w segmencie B2B w stosunku do IV kw. 2020 r. złożyły się przede wszystkim niższe przychody z głosowych usług hurtowych. Przychody przypisane do segmentu B2C wyniosły w I kw. br. **138 mln zł** (bez zmian k/k, -1 proc. r/r). Jednocześnie **liczba świadczonych usług (RGU)**, przypisanych do segmentu B2C wyniosła **1,388 mln** co oznacza utrzymanie poziomu z końca 2020 r. i 1 proc. wzrost w stosunku do I kw. 2020 r. W segmencie B2C Netia odnotowuje kontynuację pozytywnych trendów w przypadku usług, świadczonych na bazie sieci własnych, zwłaszcza zmodernizowanych do standardu gigabitowego. Spadki liczby świadczonych usług są natomiast „zasługą” tradycyjnych usług głosowych (**-14 tys.**) i usług dostępu do internetu, świadczonych na

N E T I A

bazie dostępu regulowanego (**-7 tys.**). Dzięki dynamicznemu wzrostowi nowej sprzedaży usług dostępu do internetu (**+13 proc. r/r**), liczba świadczonych przez Netię usług dostępu do internetu wzrosła o **2 tys.** i na koniec marca 2021 wyniosła **574 tys.** Już **78 proc. (+5 pp. r/r)** obsługiwanych jest na sieciach własnych (dla usług B2C ogółem ten wskaźnik wynosi **62 proc.**, co oznacza wzrost o **4 pp. r/r**). Na koniec marca 2021 r. Grupa Netia obejmowała zasięgiem dostępu do internetu o prędkości **do 1 Gb/s 1,76 mln gospodarstw domowych**. W ciągu ostatnich 12 miesięcy penetracja usługami na sieciach zmodernizowanych wzrosła o **ponad 2,5 pp.** W ciągu pierwszych trzech miesięcy 2021 r. **liczba usług TV**, przypisanych do segmentu B2C wzrosła o kolejnych **10 tys.** i na koniec marca wyniosła **289 tys.** W ciągu roku liczba usług TV, przypisanych do segmentu B2C Netii wzrosła o 16 proc., zaś tylko w I kw. 2021 nowa sprzedaż była o 15 proc. wyższa niż w I kw. 2020 r. Początek 2021 roku. był też okresem, w którym Grupa Netia kontynuowała trend wzrostowy w zakresie liczby (abonamentowych) **usług mobilnych** (+ 2 tys., łącznie **166 tys. usług**, co oznacza 11 proc. wzrostu w ciągu 12 m-cy).

Wyniki finansowe w I kw. 2021 r. (w mln zł.)

	I kw. 2020	I kw. 2021
Przychody ze sprzedaży	323,12	324,29
Zysk operacyjny	16,64	19,88
EBITDA	114,097	112,18
Marża EBITDA	33,2 proc.	34,6 proc.
Zysk netto	13,42	13,52

NASA w TK Chopin

Z początkiem maja **Telewizja Kablowa Chopin** z Wejcherowa udostępniła abonentom nowy kanał **NASA TV UHD (4K)**. W ramówce można znaleźć wyjątkowe zdjęcia z amerykańskiego programu kosmicznego, w tym relacje ze startów rakiet, podglądać życie na pokładzie Międzynarodowej Stacji Kosmicznej, podziwiać widoki Ziemi z kosmosu, a nawet eksplorować kosmos, układ słoneczny czy Marsa. Kanał należący do



amerykańskiej agencji kosmicznej (National Aeronautics and Space Administration - NASA) można oglądać od pakietu Złotego, oferującego ponad 200 programów (w tym 3 4K) w cenie 86.40 zł/m-c.

Kwietniowy ranking SpeedTestu

Kwiecień przyniósł lekki wzrost szybkości **internetu domowego** (o 1,7 proc. do 78,7 Mb/s), **mobilnego** (o 2,3 proc. do 35,8 Mb/s) oraz zmiany na pozycjach liderów. W minionym miesiącu najszybszy internet domowy oferował **UPC Polska**, a światłowodowy FTTH – **Orange i Netia**. Wzrostom szybkości będzie służyła nie tylko modernizacja infrastruktury dostępowej, ale także wymiana starszych routerów do standardu **Wi-Fi 6**, który w testach użytkowników **SpeedTest.pl** pozwala uzyskiwać bardzo dobre wyniki.

Kwietniowe rankingi: internetu domowego

Pozycja	Nazwa dostawcy	Prędkość pobierania [Mb/s]	Prędkość wysyłania [Mb/s]	PING [ms]	Liczba testów
1	UPC Polska	157,2	27,2	18	243 tys.
2	INEA	153,5	148,0	10	115 tys.
3	T-Mobile Stacjonarny	143,4	50,8	17	29 tys.
4	Vectra	131,8	31,5	22	200 tys.

internetu światłowodowego (FTTH)

Pozycja	Nazwa dostawcy	Prędkość pobierania [Mb/s]	Prędkość wysyłania [Mb/s]	PING [ms]	Liczba testów
1	Orange	184,5	68,4	10	225 tys.
2	Netia	184,0	52,3	12	28 tys.
3	INEA	175,4	183,1	9	87 tys.
4	T-Mobile Stacjonarny	146,0	51,7	17	29 tys.

Korbank inwestuje

Grupa **Korbank**, ISP z Wrocławia w I kw. tego roku zanotowała wzrost skonsolidowanych przychodów o blisko 13 proc. do poziomu **7,7 mln zł**. Zysk netto grupy w I kw. 2021 r. spadł jednak o 15,8 proc. – z poziomu 2,3 mln zł w I kw. 2020 r., do **niecałych 2 mln zł** w analogicznym okresie tego roku. – informuje serwis telko. in. Zarząd operatora zwraca uwagę, że grupa utrzymała wysoki poziom wskaźnika EBITDA, który w I kw. 2021 r. osiągnął poziom **2,6 mln**



zł, zaś marża EBITDA w tym samym okresie wyniosła **33,65 proc.** Niemniej jednak, są one znacząco niższe niż w I kw. 2020 r., kiedy EBITDA przekroczyła 3 mln zł, a marża EBITDA kształtowała się na poziomie niemal 45 proc. Istotnym czynnikiem, mającym wpływ przede wszystkim na bilans Korbanku w I kw. 2021 r. była budowa Centrum Badawczo Rozwojowego wraz z kompleksem Data Center oraz pożyczka szerokopasmowa. Projekty te wpłynęły nie tylko na zwiększenie środków trwałych, ale również na koszty obsługi, w tym koszty finansowe, a przede wszystkim na znaczący wzrost zobowiązań, zwłaszcza zobowiązań długoterminowych (kredyty) – te ostatnie wzrosły o blisko 174 proc. do ponad 11 mln zł. Mniej, bo o 20 proc. wzrosły zobowiązania krótkoterminowe do niecałych 6,9 mln zł. W I kw. tego roku nastąpiła wypłata ostatniej transzy środków z pożyczki szerokopasmowej. Zarząd Korbanku wierzy jednak, że warto było ją zaciągnąć, a finansowane z niej inwestycje przyniosą wzrost klientów w przyszłości.

W nic nie klikajcie!

Operator sieci **TOYA** z Łodzi w poinformował w wydanym komunikacie, że pocztą elektroniczną rozsyłane są do abonentów fałszywe wiadomości. „Uważajcie na fałszywe wiadomości. Przeczytajcie uważnie, bo mamy dla was istotną informację. Jeżeli dostaliście e-maila o temacie: „Zignorowanie tego ostrzeżenia oznacza, że zgodziłeś się nasz zespół administracyjny zawiesić lub wyłączyć Twoje konto.” (pisownia oryginalna) lub podobnego, to sugerujemy, prosimy, radzimy: zignorujcie. Te e-maile to spam, ktoś podszywa się pod naszą markę - kasujcie i pod żadnym pozorem w nic nie klikajcie” – ostrzega TOYA.

„Brzegowe” joint-venture

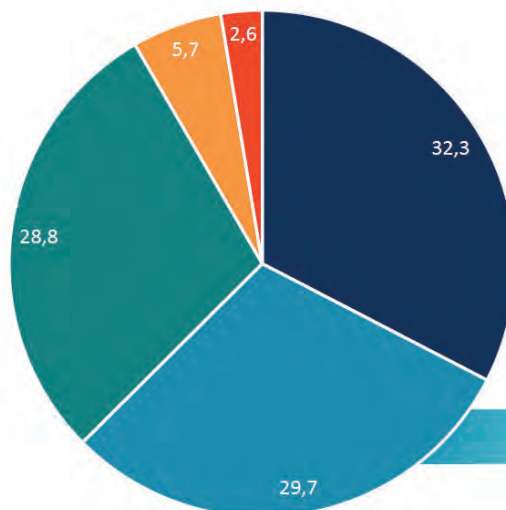
Grupa **Liberty Global** poinformowała o utworzeniu joint-venture pod nazwą **AtlasEdge**, do którego wniesione zostaną nieruchomości oraz prawa dzierżawy powierzchni kolokacyjnej w **Wielkiej Brytanii, Irlandii, Szwajcarii oraz w Polsce**. Na bazie tych obiektów, których liczba szacowana jest na 100 w czterech krajach, powstanie dostawca usług „brzegowego” (ang. edge) przetwarzania danych. Partnerem LG w tym przedsięwzięciu będzie fundusz inwestycyjny **Digital Colony**, który zaangażowany jest w różne projekty infrastrukturalne, jak wieże telekomunikacyjne, sieci małych komórek 5G oraz sieci optyczne w różnych krajach. Digital Colony jest m.in. partnerem finansowym firmy data center Vantage. Operacyjnie za nowy podmiot ma odpowiadać LG.

Konsumencki patriotyzm

Czy w przypadku zakupu usług telewizji kablowej (telewizja, internet, telefonia) mając do wyboru usługi o tych samych parametrach i w tej samej cenie, zdecydował/a by się pan/i na wybór polskiego dostawcy usług chętniej niż zagranicznego? – taką ankietę przeprowadziło **ASM – Centrum Badań i Analiz Rynku**, na zlecenie łódzkiego operatora szerokopasmowego – sieci **TOYA**. Blisko 2/3 badanych Polaków wskazało, że w przypadku zakupu usług z kategorii telewizja



wiekowych: najwyższy poziom deklaracji w zakresie wyboru polskiego dostawcy usług telewizji kablowej odnotowano wśród badanych w wieku **25-34 lata** (suma odpowiedzi „zdecydowanie tak” + „tak” wyniosła **66,0 proc.**). Z kolei najwyższy odsetek



■ zdecydowanie tak ■ tak ■ nie wiem ■ raczej nie ■ zdecydowanie nie

Ogólny rozkład odpowiedzi

kablowa, chętniej zdecydowałoby się na wybór polskiego dostawcy niż zagranicznego (suma odpowiedzi „zdecydowanie tak” i „tak” wyniosła aż **62,0 proc.**, w tym „zdecydowanie tak” – **32,3 proc.**). Analizując rozkład odpowiedzi wg płci respondentów kobiety nieznacznie częściej wskazywały, że zdecydowałby się na polskiego dostawcę usług w porównaniu z mężczyznami (suma odpowiedzi „zdecydowanie tak” + „tak” wyniosła **65,0 proc.** wśród kobiet wobec **60,7 proc.** mężczyzn). Z kolei analizując wskazania poszczególnych grup

badanych deklarujących wybór zagranicznego dostawcy usług odnotowano wśród respondentów w wieku do 24 lat (**10,2 proc.** - „raczej nie” + „zdecydowanie nie”). Reasumując można stwierdzić, że wybór 2/3 Polaków w zakresie wyboru krajowego dostawcy usług wskazuje na wysoki poziom patriotyzmu konsumenckiego. Badanie przeprowadzono w dniach 25-28 stycznia br. techniką badawczą CAWI na próbie badawczej N-1000, wśród respondentów 18+ na terenie całej Polski

ISP silni w mniejszych miastach

Mali i średni operatorzy lokalni dostarczają dziś łącza internetowe do około jednej trzeciej użytkowników internetu w Polsce, jednak szczególnie silną pozycję mają w miastach do 100 tys. mieszkańców – twierdzi **Agnieszka Gładysz**, dyrektor **Departamentu Strategii i Analiz w Urzędzie Komunikacji Elektronicznej**. Z danych UKE za 2019 r. wynika, że sieci ISP z sektora MSP obejmują około



Agnieszka Gładysz

8,4 mln gospodarstw domowych w Polsce, przy czym w miastach do 100 tys. mieszkańców ich sieci docierają do 55 proc. domostw, a w woj. śląskim w takiej wielkości miastach do niemal do 100 proc. gospodarstw domowych. ISP sporo też inwestują. I podczas gdy w 2015 r. ich udział w wydatkach inwestycyjnych na budowę sieci w Polsce wynosił 9 proc., to w 2019 r. wzrósł do 11 proc.

600 tys. gospodarstw w zasięgu Fiberhost

Otwarte sieci światłowodowe to przyszłość telekomunikacji oraz najlepszy, zrównoważony sposób na dostarczanie usług cyfrowych do kolejnych gospodarstw domowych w kraju. Sieci Fiberhost obejmują infrastrukturę budowaną przez Grupę w ramach środków własnych oraz programów dofinansowanych. Ich zasięg przekroczył już 600 tys. gospodarstw domowych, a do końca przyszłego roku obejmie ponad 1,3 mln adresów w 8 województwach. – Naszą misją jest dostarczenie technologii FTTH do jak największej liczby gospodarstw domowych w kraju. Sama budowa infrastruktury

nie jest jedynym naszym działaniem na rzecz cyfryzacji. Planujemy także szereg działań, których celem jest zwiększenie zainteresowania usługami światłowodowymi wśród mieszkańców. Rynek otwartych sieci telekomunikacyjnych w Polsce, zarówno po stronie dostawców takiej infrastruktury, jak i dostawców usług dopiero powstaje. Jesteśmy przekonani, że już niebawem będzie to dominujący model współpracy na rynku – komentuje **Michał Bartkowiak, prezes INEA SA**. Obecnie możliwość świadczenia usług cyfrowych na sieci Fiberhost ma ponad 50 dostawców.



Corning z fabryką w Mszczonowie

Corning, jeden z największych producentów światłowodów na świecie, ogłosił oficjalnie plan budowy zakładu produkującego włókna światłowodowe **w Mszczonowie pod Warszawą**. Budowa zakładu ma kosztować 366 mln zł i zatrudnić będzie co najmniej 240 osób. Na ten projekt firma otrzymała nieco

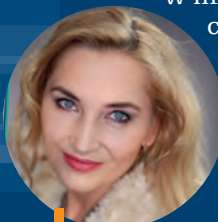


Zakład Corning w Strykowie

ponad 17,5 mln zł rządowego grantu z programu wspierania inwestycji o istotnym znaczeniu dla gospodarki. Nowy zakład, jedna z największych tego typu fabryk w Unii Europejskiej, będzie oddany do użytku w 2022 r., aby zaspokoić rosnący popyt na włókna światłowodowe. Firma produkuje już w Polsce kable światłowodowe w Strykowie pod Łodzią. – Zapotrzebowanie na rozwój sieci światłowodowych jest obecnie na rekordowym poziomie. Wraz z rosnącą ilością przesyłanych danych, użytkownicy oczekują większej wydajności połączeń – mówi **Bernhard Deutsch, wiceprezes i dyrektor zarządzający Corning Optical Fiber and Cable**. – Zapotrzebowanie na przepustowość sieci w Europie i w pozostałych regionach znacząco rośnie, głównie dzięki rozwojowi i zagęszczaniu sieci 4G, 5G, FTTH oraz rozwojowi centrów obliczeniowych – dodaje.

UPC rozwija zarząd

Od czerwca br. do zarządu **UPC Polska**, jako **Chief Legal & Regulatory Officer**, dołącza **Dominika Niewiadomska-Siniecka**. Będzie odpowiedzialna za obszar prawny i compliance oraz zgodność regulacyjną, dbając o relacje zewnętrzne i kształtowanie warunków dla zrównoważonego rozwoju. D. Niewiadomska-Siniecka jest radcą prawnym z ponad 20 letnim doświadczeniem. Swoją karierę rozwijała w międzynarodowych kancelariach prawnych oraz



Dominika Niewiadomska-Siniecka

sektorze TMT i bankowym m.in. w P4 oraz spółkach z portfolio Warburg Pincus: Aion Bank i Vodeno. Przez ponad 9 lat z sukcesem prowadziła departament prawny i compliance w Play, w rezultacie wprowadzając spółkę na giełdę. Następnie była odpowiedzialna za cyfrową transformację belgijskiego banku Monte Paschi oraz zbudowanie modelu subskrypcji w pełni cyfrowym banku Aion. Stworzyła także niekonwencjonalne modele prawne w Vodeo, wspierające wdrażanie nowych produktów w środowisku cyfrowym. Nowa członkini zarządu **UPC Polska** ukończyła studia prawnicze na Uniwersytecie Warszawskim i była stypendystką Erasmus Uniwersytetu w Regensburgu. Jest także absolwentką programu Advanced Management Program w IESE Business School, jak również znajduje się na prestiżowej General Counsel Powerlist for CEE prowadzonej przez Legal500 dla najbardziej wpływowych prawników wewnętrznych w Europie Środkowo-Wschodniej.

UPC Polska zwiększa przychody

Szybki i niezawodny internet stał się w czasie pandemii niezbędnym narzędziem wspierającym pracę, naukę, życie społeczne i gospodarkę. W pierwszym kwartale 2021 r. **UPC Polska** umocniło pozycję lidera, podnosząc średnią prędkość internetu oferowaną klientom do 350 Mb/s (wobec 270 Mb/s w I kw. 2020), a także prędkość wysyłania grupie ponad 900 tys. klientów, zapewniając im jeszcze lepszą jakość korzystania z sieci w domu. Wraz z rozwojem sieci gigabitowej, **UPC** zwiększyło liczbę gospodarstw domowych z dostępem do internetu o prędkości **1 Gb/s** o prawie 390 tys. do poziomu **3 mln**, a także poszerzyło zasięg swoich usług o kolejnych 17

600 mieszkań, do łącznej liczby **3 652 800**. Pierwszy kwartał 2021 r. przyniósł dalszy wzrost bazy cyfrowych usług wykorzystywanych przez klientów. Z **10 400** nowych subskrypcji, **UPC** przekroczyło liczbę **1,3 mln** użytkowników usług internetowych, osiągając poziom **1 300 100** oraz zwiększyło bazę usług telewizyjnych o 11 800, do łącznej liczby **1 346 600**. Baza użytkowników usług komórkowych wzrosła w I kw. o 25 200 do **87 900**. **UPC** kontynuowało także program **#actingwithcare**, w ramach którego oferowało darmowy dostęp do internetu szerokopasmowego nauczycielom, medykom oraz rodzinom w potrzebie.

UPC 4K TV Box z Amazonem

Od kwietnia br. użytkownicy najnowszego dekodera **UPC TV Box 4K** mają dostęp do aplikacji **Amazon Prime Video**, dzięki której klienci Prime Video będą mogli oglądać filmy i serie telewizyjne dostępne na tej platformie. Dekoder **UPC 4K TV Box**, wprowadzony przez operatora latem ubiegłego roku, to najbardziej innowacyjne, najmniejsze i przyjazne środowisku urządzenie na rynku, cieszące się stale rosnącym zainteresowaniem klientów. Na koniec 2020 r. korzystało z niego już ponad 40 tys. klientów. Dekoder oferuje nowoczesne funkcje, takie jak sterowanie głosem, integrację 360 z **UPC TV Go**, obsługę profili i rekomendacje, dzięki którym można dostosować ofertę telewizyjną do indywidualnych lub rodzinnych potrzeb klienta. Klienci **Amazon Prime Video** będą

mogli zalogować się do aplikacji na urządzeniu 4K TV Box poprzez swoje istniejące konto. Korzystanie z tej aplikacji na dekodерze 4K TV Box nie pociąga za sobą żadnych dodatkowych opłat poza



UPC TV Box 4K

stałym kosztem subskrypcji **Amazon Prime Video**. Co więcej, aby rozpocząć korzystanie z **Amazon Prime Video**, użytkownicy 4K TV Box nie muszą podejmować żadnych dodatkowych działań - aplikacja zostanie zainstalowana na wszystkich aktywnych urządzeniach wraz z nadchodzącą aktualizacją.

ANGA COM DIGITAL

– online

Tegoroczny Kongres online **ANGA COM DIGITAL** odbędzie się w dniach od 8 do 10 czerwca na nowej, opartej na sztucznej inteligencji, cyfrowej platformie eventowej, która oprócz programu konferencji oferuje zoptymalizowane salony wystawowe i liczne opcje sieciowe – informuje SATKurier. Bezpłatna rejestracja dla uczestników kongresu możliwa jest pod adresem www.angacom.de. Jak informuje organizator, uczestnicy mogą spodziewać się **ponad 40 paneli dyskusyjnych z udziałem 180 prelegentów i ponad 70 wirtualnych salonów wystawowych** czołowych firm z branży szerokopasmowej i medialnej. Podczas Kongresu szczególnie nacisk



położony zostanie na sieci światłowodowe – aż 12 paneli będzie poruszać ten temat. Natomiast 21 paneli dyskusyjnych będzie miało charakter międzynarodowy i odbędzie się w języku angielskim. Kluczowe tematy technologicznych paneli i wirtualnych salonów wystawowych to: **światłowody, DOCSIS dla 10G, FTTH, WiFi, 5G, Fixed Mobile Convergence, trenching, usługi w chmurze, IPTV, OTT, App TV, strumieniowanie wideo i pomiary**. Wśród najważniejszych punktów programu międzynarodowego będzie rozmowa na temat perspektyw 10G z **Philem McKinneyem**, prezesem i dyrektorem generalnym CableLabs oraz **Markiem Dzubanem**, prezesem i dyrektorem generalnym SCTE z USA. Ponadto dostępne będą następujące panele tematyczne: „**Fixed Mobile Convergence: How to examine**

FMC Strategies”, we współpracy z SCTE – spółką zależną CableLabs, USA; „**DOCSIS – The clear View: Speculation on Spectrum**”, we współpracy z The SCTE – The Society for Broadband Professionals, UK; „**10G – Building a Future proofed Network**”, we współpracy z SCTE – spółką zależną CableLabs, USA; „**Women Empowerment in Broadband**”, we współpracy z The Cable Center, USA. – Doszliśmy do ostatniej prostej jeśli chodzi o nowy kongres online. Zapotrzebowanie naszych firm partnerskich było tak duże, że program konferencji stał się jeszcze bardziej rozbudowany i międzynarodowy niż w ostatnich latach na regularnej wystawie. Chciałbym szczególnie

podziękować naszym partnerom z Wielkiej Brytanii i USA, SCTE – The Society for Broadband Professionals, CableLabs i The Cable Centre, za ich ogromne wsparcie. Ponieważ od tak dawna nie mogliśmy spotkać się osobiście,

szczególnie ważne jest, abyśmy pozostawali w łączności cyfrowej z naszymi przyjaciółmi za granicą. Musimy uważać, aby aktualne okoliczności nie stworzyły nowych granic w naszej cudownie wielostronnej branży. Chcemy wnieść swój wkład w osiągnięcie tego celu dzięki naszemu rozszerzonemu programowi konferencji międzynarodowej – **powiedział dr Peter Charissé, dyrektor zarządzający ANGA COM**. Pełny program konferencji dostępny jest na stronie internetowej www.angacom.de. Nadal można zostać partnerem cyfrowym z własnym salonem wystawowym. Wszystkie niezbędne dokumenty, a także przewodnik po platformie eventowej są dostępne online pod powyższym adresem www.angacom.de. Tymczasem regularna wystawa ANGA COM jest planowana na 10-12 maja 2022 r. w Kolonii w Niemczech.

Brytyjska fuzja

Brytyjski urząd antymonopolowy (Competition and Markets Authority – CMA) zgodził się na połączenie **Virgin Media** z działającym na Wyspach Brytyjskich operatorem komórkowym **O2**. Właściciele łączących



się operatorów oczekują, że transakcja zostanie zamknięta 1 czerwca. – informuje serwis telko.in. CMA wstępną zgodę na transakcję wydał w połowie kwietnia komunikując wówczas, że jest to droga do stworzenia „narodowego championa”. **Liberty Global**, właściciel Virgin Media i grupa **Telefonica**, właściciel sieci O2 połączenie operatorów ogłosili w maju ub.r. Transakcja ma wartość **31,4 mld funtów**. O2 wyceniono w niej na **12,7 mld funtów**, a Virgin Media na **18,7 mld funtów**. – Po dokładnym przyjrzeniu się tej transakcji jesteśmy pewni, że konkurencja na rynku usług łączności komórkowej pozostanie silna, a zatem jest mało prawdopodobne, aby fuzja doprowadziła do wzrostu cen lub obniżenia jakości usług – stwierdził **Martin Coleman, przewodniczący panelu dochodzeniowego CMA**. W wyniku połączenia powstanie operator, który będzie w stanie bezpośrednio konkurować z **BT**. Przychody połączonych spółek szacowane są na 11 mld funtów rocznie. Virgin Media do spółki wnieś 5,3 mln klientów szerokopasmowego dostępu do internetu, płatnej telewizji i usług mobilnych, a O2 34 mln klientów usług mobilnych.

Nielsen świętuje...

25 lat pomiaru mediów w Polsce

TEKST NIELSEN

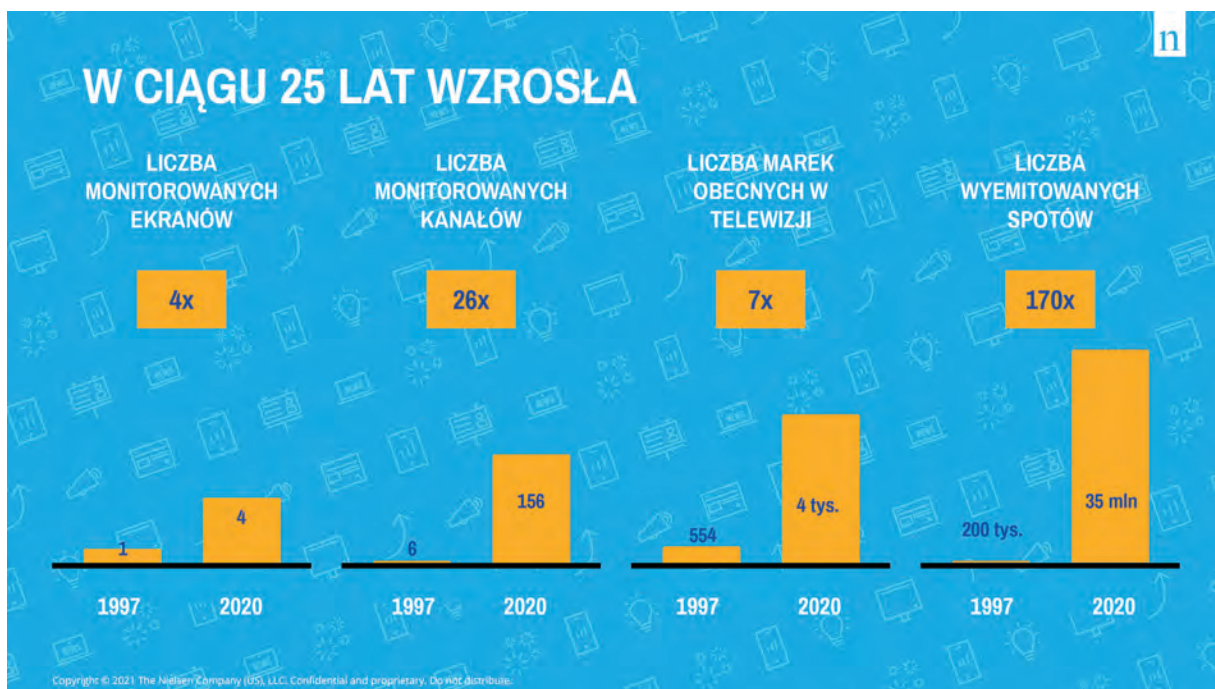
1 kwietnia 1996 r. Nielsen Media rozpoczął badanie oglądalności telewizji w Polsce. W tym czasie pomiar telewizji linearnej na jednym ekranie rozszerzył się o pomiar streamingu wideo na czterech ekranach: telewizorze, smartfonie, laptopie i tablecie. W przyszłości obejmie również pomiar cenzusowy treści i reklam w internecie oraz pomiar oglądalności poza domem.

W ciągu 25 lat działalności Nielsena w Polsce badanie oglądalności przeszło wiele zmian odzwierciedlając przeobrażenia krajobrazu medialnego. Dane za rok 1997 i 2020 pokazują ewolucję pomiaru, który podąża za rozszerzaniem się dostępnych treści i zwyczajami korzystających z nich widzów. Liczba monitorowanych ekranów wzrosła cztery razy: z jednego ekranu tradycyjnej telewizji do czterech ekranów obejmujących aktualnie również smartfon, laptop i tab-



let. Zwiększyła się także liczba monitorowanych kanałów i to aż

26 razy z sześciu do 156. Polacy poświęcali kiedyś średnio 3 godz. 20 min. dziennie na oglądanie tradycyjnej telewizji. Dziś wraz ze streamingiem wideo zajmuje im ona średnio 5 godz. 10 min. dziennie. Spektakularny rozwój branży medialnej potwierdzają również dane dla branży reklamowej. Liczba marek obecnych w telewizji zwiększyła się siedem razy z 554 do ponad 4 tys., a liczba wyemitowanych spotów 170 razy z 200 tys. do 35 mln. Kiedy 25 lat temu Nielsen Media



rozpoczął swoją działalność w Polsce na jego czele stała Elżbieta Gorajewska, która kierowała firmą przez ponad 20 lat wprowadzając światowe standardy pomiaru oglądalności, na bieżąco reagując na trendy w branży medialnej.

– Trzech pracowników, cztery monitorowane kanały i pierwsze dane z panelu 250 gospodarstw warszawskich wysłane faksem do reklamodawców, agencji

i dziennikarzy, tak wyglądały początki elektronicznego badania oglądalności TV w Polsce. W kolejnych latach stopniowo powiększyliśmy panel, pozyskaliśmy kolejnych nadawców i zainstalowaliśmy coraz bardziej nowoczesne mierniki: TVM2, Unitam, i wreszcie najnowszy nano i streaming meter. Zmiany technologiczne, analogowy switch off, rozwój cyfrowej dystrybucji sygnału, Smart TV, a tym samym coraz większa dostępność i rosnąca oferta kontentu telewizyjnego wyznaczały kolejne etapy rozwoju telemetrii w Polsce. Fascynująca przemiana rynku medialnego dokonała się na naszych oczach wraz ze wzrostem liczby monitorowanych stacji, kanałów i ekranów. Coraz więcej spotów i marek obecnych na ekranach potwierdza atrakcyjność telewizji w oczach widzów, chociaż bezpowrotnie zmienił się sposób i miejsce jej oglądania. To dzięki wsparciu reklamodawców, nadawców, agencji mediowych i tych, którzy tworzyli nasz pomiar, mogliśmy prowadzić i dostosowywać nasze badanie tak, aby wciąż dostarczać bezstronne, wiarygodne dane odpowiadające międzynarodowym standardom – podsumowuje **Elżbieta Gorajewska, wieloletnia szefowa Nielsen Media w Polsce,**

POLACY SPĘDZAJĄ PRZED EKRANEM BLISKO 2 GODZ. WIĘCEJ



ŚREDNI DZIENNY CZAS OGLĄDANIA



Copyright © 2021 The Nielsen Company (US), LLC. Confidential and proprietary. Do not distribute.

a obecnie konsultant i doradca branży medialnej.

Aktualnie widzowie sami chcą decydować o tym, co, gdzie i kiedy będą oglądać. Wybierają treści dostępne w dowolnym

„Jednoźródłowy pomiar TV i oraz streamingu wideo Nielsen Media realizowany jest w oparciu o panel liczący aktualnie 2540 gospodarstw domowych i obejmującym ok. 7000 osób. Badanie prowadzone jest w oparciu o metodologię gwarantującą wiarygodność, przejrzystość i niezależność danych zgodnie ze standardami GGTAM oraz ESOMAR.”

miejscu i czasie oraz na dowolnym ekranie. Zmiana ich potrzeb i zachowań wskazuje kierunki rozwoju nowoczesnego pomiaru. – Dziś widzowie zależnie od swoich preferencji i okoliczności korzystają zarówno z treści nadawanych przez TV linearną, jak też i tych dostępnych w streamingu wideo. Płynnie przechodzą z jednego urządzenia

na inne – telewizję możemy oglądać już nie tylko na telewizorze ale i na smartfonie, laptopie czy tablecie. Rosnąca liczba sprzętów w gospodarstwach domowych, rozwój płatnych treści dostępnych na życzenie, ale także serwisów streamingowych w modelu opartym o reklamy, wymagania związane z ochroną prywatności oraz oczekiwania branży dotyczące pomiaru cross – mediowego, to czynniki, które w największym stopniu kształtować będą nowoczesny pomiar – wskazuje **Agnieszka Gosiewska, dyrektor zarządzająca Nielsen Media.** – W Polsce Nielsen Media podąża w kierunku budowania holistycznego zdeduplikowanego obrazu oglądalności na wszystkich urządzeniach. Konsekwentnie realizujemy nasz projekt Total Audience, w którym finalnie będziemy monitorować wszystkie treści wideo, pojawiające się na dowolnym ekranie i oglądane w wybranym przez widzów miejscu i czasie. Aktualny pomiar telewizji linearnej i streamingu wideo zostanie uzupełniony o pomiar cenzusowy treści i reklam w internecie oraz pomiar oglądalności poza domem. Jednocześnie kontynuujemy rozszerzanie naszego panelu, który docelowo będzie liczył 3,5 tys. gospodarstw domowych – dodaje.

Moc sportowca

OPR. RED.

Kamil Stoch i Piotr Żyła otwierają ranking polskich sportowców o najwyższej wartości marketingowej. Kajetan Kajetanowicz, Maja Włoszczowska i Andrzej Stękała posiadają największy potencjał marketingowy. Z kolei drużyny skoczków narciarskich i reprezentacji Polski w piłce nożnej są najbardziej atrakcyjne sponsorsko. Tak wynika z badania przeprowadzonego przez IRCenter na zlecenie Biura Reklamy TVP, we współpracy z Media Marketing Polska.

W „Badaniu potencjału sponsorskiego sportowców i rozgrywek sportowych” wykorzystano wskaźniki „moc sportowca” i „moc drużyny”, służące do porównania

Dawid Kubacki, Wojciech Szczesny i Iga Świątek. Jednocześnie reprezentują oni, w większości, dwie najbardziej znane i cieszące się największym zainteresowaniem

– Ponieważ sponsoring sportowy od lat cieszy się dużą popularnością i zainteresowaniem w środowisku biznesowym, zdecydowaliśmy się już po raz drugi opublikować, wspólnie



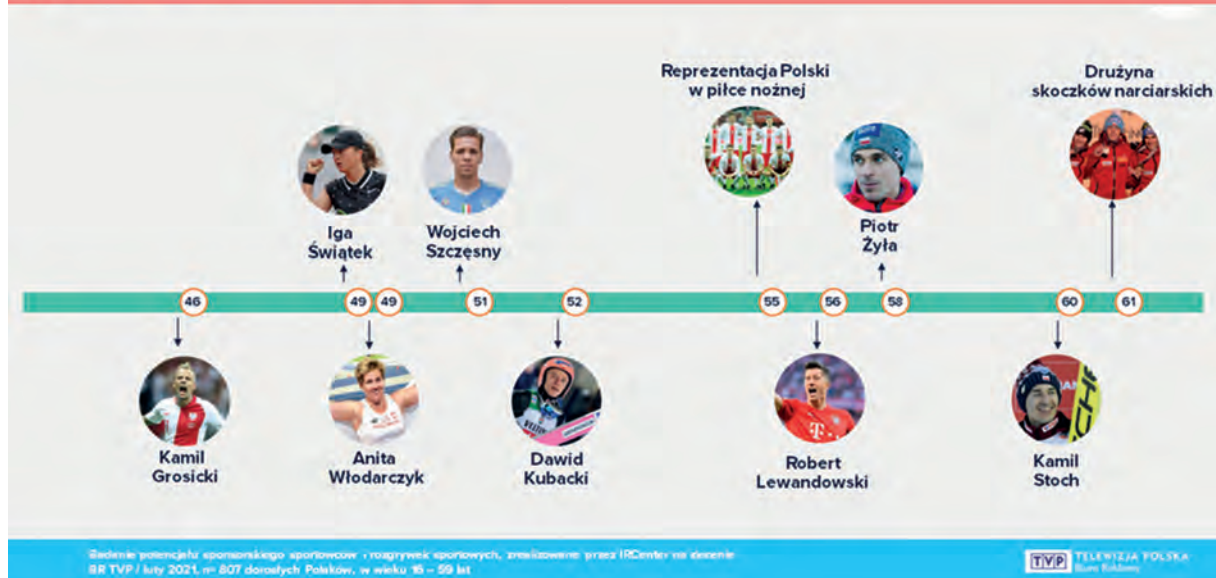
atrakcyjności sponsorskiej wybranych sportowców i drużyn. Wyniki badania pokazują, że **Kamil Stoch** odnotowuje najwyższą moc wśród sportowców, co przekłada się na jego największą wartość marketingową. Skoczek narciarski nieznacznie wyprzedza pod tym względem swojego kolegę z drużyny **Piotra Żyłę**, zostawiając za sobą: **Robert Lewandowskiego**, **Wojciecha Szczęsnego** czy piątą w rankingu **Igę Świątek**. Natomiast w grupie najbardziej rozpoznawalnych polskich, aktywnych sportowców znajdują się kolejno: **Kamil Stoch**, **Piotr Żyła**, **Robert Lewandowski**,

dyscypliny sportowe: skoki narciarskie i piłkę nożną. Zainteresowanie tymi dyscyplinami deklaruje od **61 proc.** do **64 proc.** dorosłych Polaków, a ich znajomość - odpowiednio **84 proc.** i **83 proc.**

Wśród sportowców o największym potencjale sponsorskim, którzy mimo relatywnie niskiej rozpoznawalności, posiadają wysokie oceny wskaźników wizerunkowych, wymienia się: **Kajetana Kajetanowicza**, **Maję Włoszczowską** i **Andrzeja Stękałę**. Sporym odkryciem jest wschodząca gwiazda szachów **Jan - Krzysztof Duda**, który zamyka tegoroczny ranking.

z Media Marketing Polska, raport dotyczący sportowców o największym potencjale marketingowym. Jesteśmy przekonani, że wyniki badania stanowią zarówno rzetelne źródło informacji na temat rozpoznawalności danego sportowca czy drużyny, jak i rzeczywistą pomoc dla osób odpowiedzialnych za działania marketingowe poszczególnych organizacji. Wraz z Media Marketing Polska oraz partnerem badawczym IRCenter zależało nam, aby w wynikach badania zaprezentować nie tylko potwierdzenie siły gwiazd polskiego sportu, lecz także tych sportowców, którzy dobrze rokują już

MOC SPORTOWCA!



na początku swojej kariery – mówi **Wojciech Kowalczyk, z-ca dyrektora ds. komunikacji i rozwoju produktu Biura Reklamy TVP**, jeden z pomysłodawców badania.

– Zauważmy, że w roku 2021, podobnie jak rok wcześniej, wartość sponsoringu związanego ze sportem przekroczyła 1 mld zł, choć był to czas wyjątkowo trudny dla sportu – puste stadiony i odwołane eventy. To pokazuje, że potencjał sponsoringu sportowców jest nadal mocno wykorzystywany. Szczególnie cieszy, że lista wschodzących gwiazd marketingu i sportu staje się coraz dłuższa. Co roku dołączają nowe

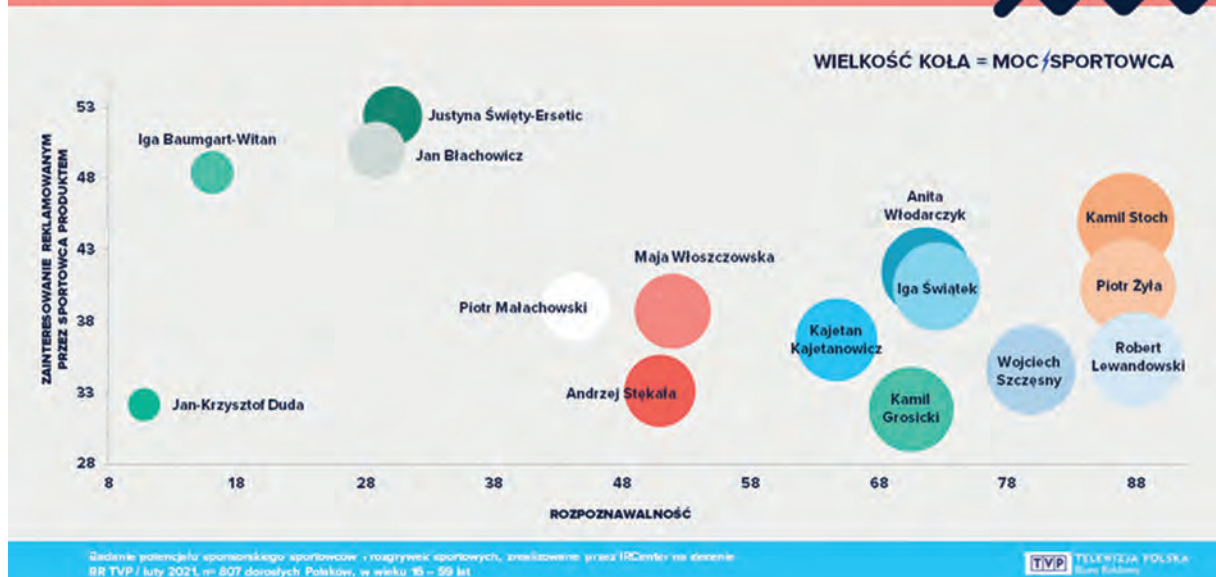
nazwiska i dyscypliny. Wierzę, że tak będzie również za rok. – twierdzi z kolei **Piotr Machul, zastępca redaktora naczelnego w Media Marketing Polska**.

– Pandemia nie zmieniła sytuacji w zasadniczy sposób. Nadal doceniamy tych, którzy odnoszą sukcesy. Nie widać znaczących przetasowań. Na uwagę zasługuje natomiast postać Igi Świątek, która po wygranej w Roland Garros, zaczęła być znaną dużo szerszej publiczności. To pokazuje, że sukces sportowy i otwarta postawa wobec mediów pozwalają znacznie poprawić pozycję w rankingu, zwiększyć

moc i atrakcyjność dla sponsorów – zauważa **Dorota Peretiatkowicz, badaczka ilościowa, partnerka w IRCenter**.

„Badanie potencjału sponsorskiego sportowców i rozgrywek sportowych”, wykonane w lutym tego roku przez firmę IRCenter na zlecenie Biura Reklamy TVP, stanowi kontynuację projektu realizowanego w styczniu 2020 r. Badanie to przeprowadzono na reprezentatywnej próbie 807 dorosłych Polaków, w wieku 16–59 lat. Objęło ono w sumie 44 sportowców i 6 drużyn sportowych wybranych przez ekspertów.

MOC SPORTOWCA!



Multiscreen Day 2021

Komunikacja i **kontent**

OPR. AK

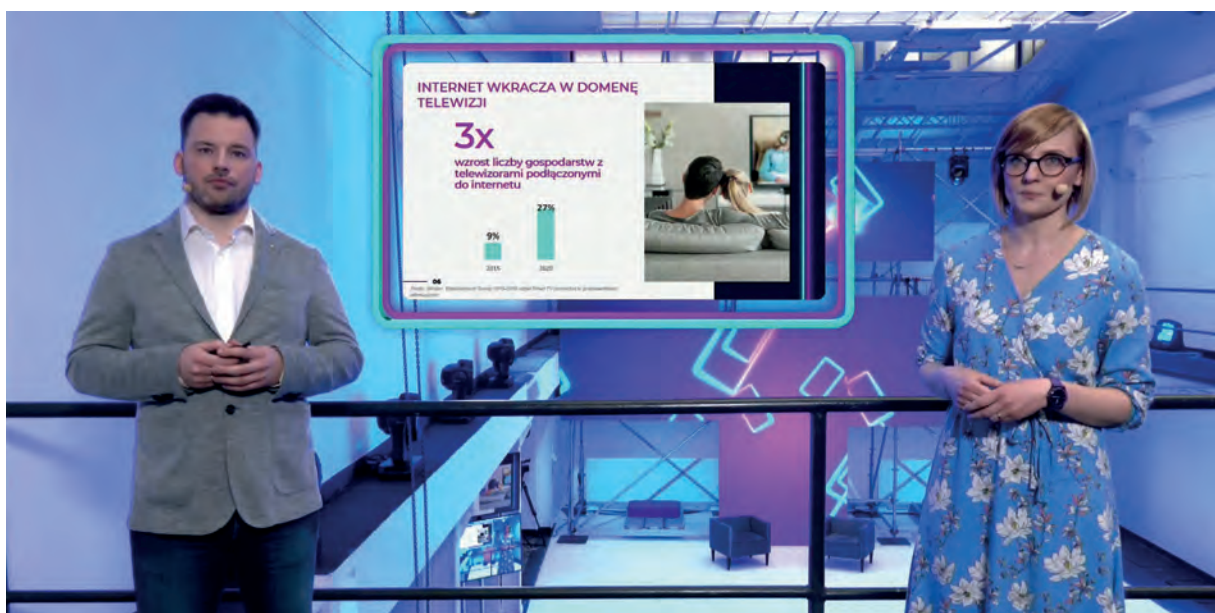
„Multiscreen Challenge - jak tworzyć i mierzyć efektywną komunikację i nowatorski kontent.” – pod takim hasłem odbyła się w połowie kwietnia szósta już konferencja Multiscreen Day 2021, w ocenie organizatorów - najlepsza konferencja branżowa o komunikacji marketingowej na wielu ekranach.

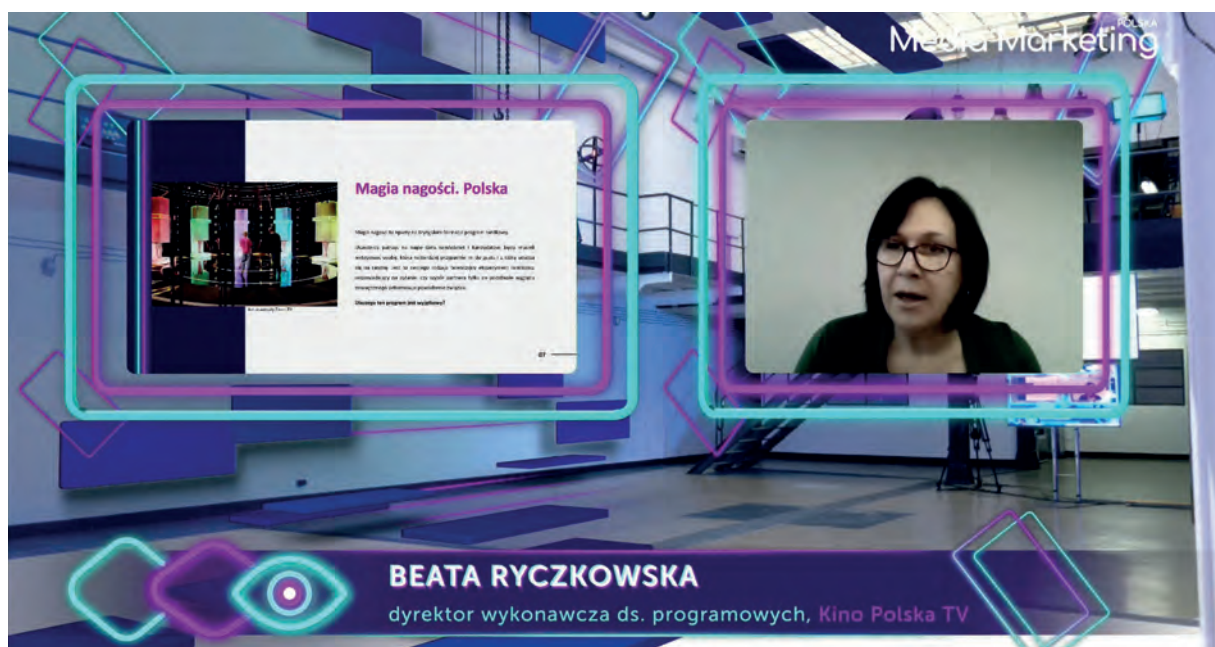
I niewiele w tym przesady. Tegoroczna edycja charakteryzowała się wielopoziomową, nowoczesną realizacją na miarę telewizji. Organizator - Media Marketing Polska, perfekcyjnie skorzystał z możliwości, jakie przyniósł błyskawiczny rozwój wydarzeń online na przestrzeni ostatniego roku. Na kilku scenach pojawiły się efekty augmented reality, prelegenci stali się częścią wirtualnej rzeczywistości, a wszystko to na żywo z możliwością interakcji live.

Podczas wystąpień i prelekcji po raz kolejny przyglądano się reklamie i kontentowi w telewizji oraz internecie. Tym razem przede wszystkim starano się pomóc marketerom i agencjom w planowaniu efektywnej komunikacji w coraz bardziej skomplikowanym krajobrazie mediowym. Z tym związany

był także temat nowych badań i narzędzi badawczych, które już są dostępne na rynku, jak i tych, o których branża wciąż dyskutuje. Zjawisko multiscreeningu dotyczy także twórców kontentu, dlatego na konferencji były także tematy związane z tym zagadnieniem, m.in., nowe formaty TV. Nie unikano także mocno aktualnych spraw, jak np. premiery nowych serwisów streamingowych czy problem third party cookies. Czy jesteśmy skazani na silosowe wskaźniki mediowe? Jak efektywnie planować cały system komunikacji, aby maksymalizować sprzedaż? Kiedyś planowaliśmy media w ujęciu 360 stopni. Teraz mówimy, że planujemy całe ekosystemy komunikacyjne. Codzienna praktyka wygląda jednak często zgoła inaczej. Nie można spojrzeć na mediaplan

systemowo, gdyż operuje on na dziesiątkach nieporównywalnych między sobą „silosowych” wskaźników mediowych. Jak mogą być porównywane zasięgi kampanii telewizyjnych do online video? Jak w związku z tym podejmować optymalne decyzje, dotyczące alokacji budżetów mediowych? Czy jest możliwe sprowadzenie w czasie rzeczywistym planów mediowych do jednej waluty, kiedy nie ma jeszcze na rynku badania single source? – wyjaśniali **Joanna Okła i Jarosław Dejneka z warszawskiej firmy MediaCom.** Stajemy przed koniecznością redefinicji wyobrażenia o telewizji i o streamingu wideo w **internecie**. Już dawno podział między te byty nie jest ostry. Z perspektywy widzów oglądanie treści wideo realizuje różne potrzeby i od właśnie potrzeb





zależy w dużej mierze wybór tego, co oglądają. Z perspektywy biznesu medialnego również widzimy coraz dalej postępujące zacieranie granic: kontent wędruje pomiędzy ekranami i platformami, telewizor jako urządzenie odrywa się coraz częściej od telewizji, nowe technologie redefiniują modele biznesowe. **Joanna Kopeć i Michał Buszko z Nielsen Media** opowiedzieli o konsekwencjach tej synergii zarówno w zakresie zwyczajów widzów, jak i rozwoju polskiego rynku wideo. Od dawna telewizja linearna zajmowała pierwsze miejsce jako kanał inwestycji budżetowych w multimedialnych kampaniach. Ale czasy się zmieniły i dziś linearne telewizje walczą o palmę pierwszeństwa z internetem. Aby sprostać temu wyzwaniu muszą zmienić swój paradygmat, na nowo zdefiniować

swoje przewagi w różnych grupach celowych. Z kolei internet, dziś najważniejsze medium dla wielu konsumentów mierzy się z problemem fragmentaryzacji: zarówno zasięgu jak i uwagi. Jak w takim razie dziś zbudować efektywną kampanię reklamową? Czy maksymalizacja zasięgu wystarczy? Na ile ważny jest kontent w walce o utrzymanie uwagi? – wywodziła **Lucyna Koba, business development director, Gemius**.

Odważne decyzje wymagają często trudnych kompromisów i wyjścia ze strefy komfortu. W obliczu ogromnego wzrostu popularności serwisów VOD oraz nadchodzących zmian na rynku reklamowym w obszarze 3rd party cookies (tzw. „ciasteczek firm trzecich”) – Player, jako pierwszy w Polsce, zdecydował się na model hybrydowy

swojego serwisu, w którym istotnym elementem stanowić będzie subskrypcyjna oferta AdLite, która zastąpiła dotychczas znany AVOD. O sposobie dojścia do tej decyzji, argumentach oraz szansach opowiedzieli prelegenci tej prezentacji – **Maciej Gozdowski, dyrektor zarządzający Player.pl, i Andrzej Karasowski, dyrektor Premium TV, TVN Media**.

Od „Randki w ciemno” do „Magii nagości” – jak zmieniły się programy randkowe na przestrzeni lat? Co jest wyjątkowego w nowym show produkowanym przez Zoom TV? Czy Polska jest gotowa na taki program? Na te i inne pytania odpowiadała **Beata Ryczkowska, dyrektor wykonawcza ds. programowych w Kino Polska TV SA**.

Wśród tematów konferencji Multiscreen Day 2021 znalazły się również takie, jak: „Rzeczy, które robisz w domu ze Smart TV. Wniośki z najnowszej i najpełniejszej obserwacji zachowań smart viewers”; „Sztuczna inteligencja czy jednak agencja? – wykorzystanie AI w mediach i marketingu”; Czy istnieje recepta na odpowiedni balans pomiędzy sprawdzonymi taktykami mediowymi a podążaniem za najnowszymi trendami?; „Sztuczna inteligencja w narzędziach reklamowych” czy „Badanie jednoźródłowe – co rewolucja w badaniach może oznaczać dla marketerów”.



Grupa Polsat podsumowuje

Kwartał na plusach

OPR. RED.

Grupa Polsat zakończyła I kwartał br. z rosnącymi wynikami. Istotnie przyspieszyła rozbudowę pierwszej w Polsce sieci 5G, obejmując zasięgiem tej technologii już 12 mln mieszkańców Polski. Wśród innych istotnych wydarzeń I kw. 2021 r. znalazły się m.in.: przedłużenie przez Telewizję Polsat praw do Ligi Mistrzów UEFA na trzy kolejne sezony, podpisanie umowy z Grupą ZE PAK na zakup zielonej energii z nowo budowanej największej w Polsce farmy fotowoltaicznej w Brudzewie oraz podpisanie warunkowej umowy nabycia 10 proc. udziałów w spółce eobuwie.pl.

Najważniejsze dane operacyjne (bez danych grupy Netia) za I kw. 2021 roku dla segmentu usług B2C i B2B:

- Liczba klientów usług multiplay, świadczonych m.in. w ramach flagowego programu **smartDOM**, wzrosła o 65 tys. r/r (3 proc.) do **2,077 mln**, a łącznie posiadają oni **6,41 mln usług**.

- Łącznie **Grupa Polsat** świadczy **18,1 mln** usług płatnej telewizji, internetu i telefonicznych, a ich liczba wzrosła o 3,8 proc. r/r.

- Przyrost liczby usług kontraktowych – o 561 tys. (3,8 proc. r/r) do blisko **15,4 mln**:

- Wzrost liczby usług telefonii komórkowej – o 535 tys. (6,7 proc. r/r) do **8,5 mln**, w efekcie skutecznej dosprzedaży usług oraz dbania o satysfakcję klientów,

- Liczba usług płatnej telewizji była na wysokim poziomie **5 mln**,

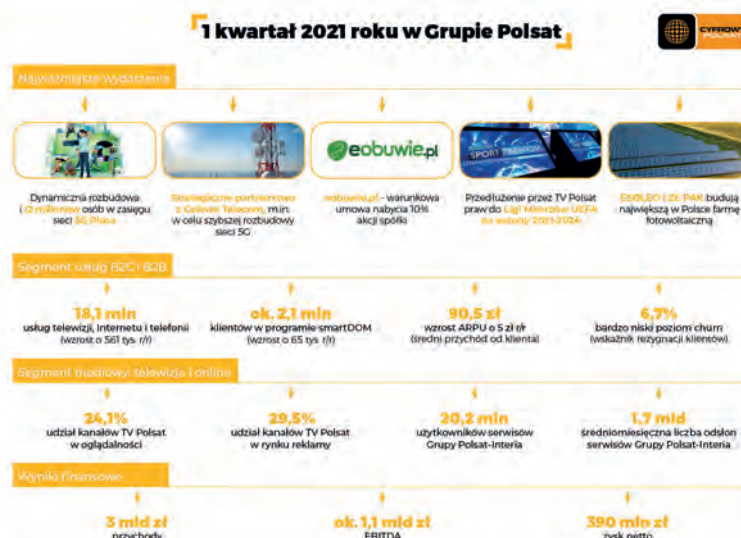
- Stabilna baza usług internetu wynosząca ok. **1,8 mln**,

- Każdy klient posiadał średnio **2,79 usługi** z portfolio Grupy – wzrost wskaźnika nasycenia usługami przypadającymi na jednego klienta o 5,7 proc. r/r,

- Wzrost średniomiesięcznego przychodu od klienta kontraktowego (ARPU) o ponad 5 zł r/r do **90,5 zł**,

- Wskaźnik odejść klientów (churn) na niskim poziomie – 6,7 proc. w skali roku.

- Wzrost liczby usług prepaid oraz ich ARPU – 2,7 mln usług



z wysokim ARPU na poziomie **21,5 zł** (wzrost o 3,8 proc. r/r).

- Klienci detaliczni Cyfrowego Polsatu i Plusa przetransferowali ok. **442 PB danych** (wzrost o 27 proc. r/r).

Najważniejsze dane operacyjne za I kw. 2021 dla segmentu mediowego:

- Kanały Grupy Telewizji Polsat były w czołówce rynku oglądalności w grupie komercyjnej, osiągając wynik **24,1 proc.** (**9,3 proc.** kanału głównego oraz **14,8 proc.** kanałów tematycznych).

- Przychody Grupy Telewizji Polsat z reklamy telewizyjnej i sponsoringu zwiększyły się o 3,4 proc. r/r do **271 mln zł**, dzięki czemu udział Grupy w rynku reklamy TV wzrósł do poziomu 29,5 proc.

- Wiodąca pozycja Grupy Polsat-Interia na rynku wydawców internetowych – **20,2 mln użytkowników oraz 1,7 mld odsłon** średniomiesięcznie serwisów internetowych Grupy.

W pierwszym kwartale br. Grupa Polsat zanotowała wzrost wszystkich głównych wskaźników finansowych. Przychody Grupy wzrosły o 5 proc. r/r do blisko 3 mld zł, wynik EBITDA o 5,5 proc. do ok. 1,1 mld zł, a zysk netto do poziomu 390 mln zł. Wolne przepływy pieniężne utrzymują się na wysokim poziomie blisko 1,4 mld zł, a wskaźnik całkowitego zadłużenia zmniejszył się do poziomu 2,78x (dług netto/EBITDA LTM).

Kara zapłacona....

Cyfrowy Polsat zapłacił **5,3 mln zł kary** za stwierdzone przez **Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów** naruszenie zbiorowych interesów konsumenta.

Chodziło o to, że spółka, w kampanii promującej usługi internetowe posługiwała się hasłem „Internet LTE bez limitu danych”, co – jak wyjaśniał Urząd – mogło sugerować, że transmisja danych realizowana przy wykorzystywaniu technologii LTE nie będzie ograni-

czana, podczas gdy rzeczywiste warunki promocji przewidywały ograniczenia zarówno co do wielkości transferu danych w postaci pakietów danych, jak i prędkości transmisji danych po wykorzystaniu pakietu, która może być obniżana do poziomu 32 kb/s.



UOKiK pod koniec 2016 r. nałożył na Cyfrowy Polsat 5,3 mln zł kary. Spółka złożyła odwołanie od tej decyzji do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. 7

sierpnia 2019 r. sąd je oddalił. Cyfrowy Polsat wniósł apelację. Wyrok zapadł 11 marca br. Jak poinformował CP w sprawozdaniu finansowym, 26 marca spółka zapłaciła karę. Zamierza jednak złożyć skargę kasacyjną do Sądu Najwyższego.

... i nałożona

Cyfrowy Polsat nie wdrożył odpowiednich środków technicznych i organizacyjnych przy współpracy z firmą kurierską. Efektem tego były liczne naruszenia identyfikowane z dużym opóźnieniem. Z powodu tych zaniedbań **Prezes UODO nałożył na spółkę karę pieniężną w wysokości ponad 1,1 mln zł**. Zgubiona korespondencja z danymi osobowymi lub dostarczenie takiej przesyłki do niewłaściwego odbiorcy – to naruszenia, które CP często zgłaszał do Urzędu Ochrony Danych Osobowych. W toku postępowania okazało się, że administrator zgłaszał naruszenia, gdy tylko informację o nich otrzymał od firmy kurierskiej, z którą miał podpisaną umowę. Z tym że zdaniem UODO, to administrator powinien podjąć skuteczne działania, które po pierwsze zminimalizują skalę naruszeń,

a po drugie pozwolą na szybsze identyfikowanie takich incydentów i tym samym powiadamianie o nich osób, których dotyczy dane zdarzenie oraz organu nadzorczego. Brak wdrożonych odpowiednich środków organizacyjnych i technicznych pozwalających szybko identyfikować naruszenia powodował, że osoby, których dane dotyczą, przez długi czas nie wiedziały o ryzyku wykorzystania ich danych przez osoby nieuprawnione, np. do tzw. kradzieży ich tożsamości. Prezes UODO zdecydował się nałożyć na spółkę karę za naruszenia przepisów RODO, gdyż zastosowanie innych środków naprawczych nie byłoby proporcjonalne do stwierdzonych nieprawidłowości. Nie gwarantowałoby również tego, że administrator ten w przyszłości nie dopuści się podobnych zaniedbań.

Kanały widmo

Polsat twierdzi, że kanały **Polsat Film 2, Polsat Reality i Polsat X** – o których uruchomienie upomniała się Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji – nadają. Są one – jak przekonuje nadawca – dostępne dla ograniczonej grupy klientów **Cyfrowego Polsatu**. KRRiT przyznała koncesje satelitarne na **Polsat Film 2** w kwietniu 2014 r., a na **Polsat Reality i Polsat X** – w marcu 2016 r. Nadawca, mimo upływu odpowiednio siedmiu i pięciu pięciu lat, nie



poinformował wciąż o ich starcie. Do uruchomienia tych kanałów Krajowa Rada wezwwała Polsat, o czym przed miesiącem poinformował serwis Tvpolsat.info. – Kanały nadają – przekonuje **prezes Polsatu Stanisław Janowski**, pytany przez serwis „Press”. Wyjaśnia, że są dostępne „w relatywnie wąskiej dystrybucji do ograniczonej bazy abonentów Cyfrowego Polsatu”. – Przyglądamy się tym kanałom, będziemy wyciągać wnioski i decydować o ewentualnym poszerzeniu dystrybucji, jeśli będziemy z nich zadowoleni – stwierdza **prezes Polsatu**. Zgodnie z koncesją ramówkę **Polsat Film 2** tworzyć mają filmy fabularne, dokumentalne, animowane i seriale, a **Polsatu X i Polsatu Reality** – filmy fabularne, dokumentalne i audycje rozrywkowe.

TVP 4K na EURO 2020 w CANAL+

CANAL+ wprowadza do sprzedaży paczkę FILM z dostępem do 12 kanałów premium CANAL+ i HBO oraz paczkę SPORT z dostępem do 12 kanałów premium CANAL+, Eleven Sports i Polsat Sport Premium. Nowe paczki są oferowane razem z dostępem do jednego z czterech pakietów z dodatkowymi kanałami telewizyjnymi już od 50 zł/m-c oraz dostę-



pem do CANAL+ online bez dodatkowych opłat. Dzięki nawiązaniu współpracy z TVP SA abonenci CANAL+ będą mogli zobaczyć w meczach UEFA EURO 2020 transmitowane na kanale TVP 4K, który zostanie uruchomiony przez nadawcę specjalnie na czas mistrzostw. Nowa propozycja CANAL+ pozwala w prosty sposób wybrać ofertę najlepiej dopasowaną do swoich zainteresowań: **Jeśli kochasz sport** wybierz paczkę SPORT z kanałami CANAL+ i Eleven Sports z transmisjami rozgrywek PKO BP Ekstraklasy, Premier League, LaLiga, Ligue 1, Serie A, NBA, PGE Ekstraligi i eWinner 1. Ligi Żużlowej, Formuły 1, turniejów cyklu WTA Tour oraz ofertą kanałów Polsat Sport Premium z meczami Ligi Mistrzów UEFA. **Jeśli kochasz kino** wybierz paczkę FILM z dostępem do CANAL+, HBO i HBO GO z ofertą nagradzanych seriali i filmów z Polski i ze świata, produkcji od największych wytwórni filmowych.

Nowy satelita Eutelsatu

Eutelsat Communications podpisał kontrakt z Airbusem na zakup satelity **Eutelsat 36D**, który na pozycji 36°E zastąpi satelitę Eutelsat 36B, bo ten ma zakończyć pracę pod koniec 2026 r. – informuje SATKurier. Pozycja 36°E (nazywana też rosyjską, bo jest tam większość rosyjskich nadawców i platform), obejmująca Afrykę, Rosję i Europę, jest kluczową dla Eutelsatu. To bowiem 3. pozycja orbitalna pod względem generowania całkowitych przychodów tego operatora – po pozycjach 13°E (europejski system satelitarne Eutelsat Hot Bird) i 7°W / 8°W (region MENA – Bliski Wschód i Afryka Północna). Z 70 fizycznymi transponderami pasma Ku, całkowicie elektryczny satelita Eutelsat 36D przejmie wszystkie



Eutelsat 36D

najważniejsze zadania satelity Eutelsat 36B, z ulepszeniami w zakresie zasięgu i wydajności. Satelita zostanie zbudowany w oparciu o najnowocześniejszą platformę **Airbus Eurostar Neo**, która łączy zwiększoną pojemność i bardziej wydajne systemy kontroli mocy i termicznej ze skróconym czasem produkcji i zoptymalizowanymi kosztami. Satelita ma zostać wyniesiony w 1. połowie 2024 r.

WISA Woodsat – pierwszy drewniany satelita

Firmy **UPM Plywood**, **Arctic Astronautics** i **Huld** ogłosiły wspólną misję skonstruowania i wyniesienia pierwszego w historii drewnianego satelity **WISA Woodsat** na orbitę Ziemi do końca 2021 r. WISA Woodsat to nanosatelita zaprojek-



WISA Woodsat

towany i zbudowany przez fińską spółkę Arctic Astronautics, oparty na satelicie edukacyjnym Kitsat. Satelita ma wymiary około 10 x 10 x 10 cm i waży 1 kg. Zestaw czujników pokładowych, w tym dwie kamery, będzie używany do monitorowania specjalnie powle-

czonej sklejk **WISA®-Birch**. Jedną z tych kamer jest umieszczona na wysuwanym wysięgniku do zdjęć zewnętrznych. Laboratorium materiałów kosmicznych Europejskiej Agencji Kosmicznej, na potrzeby misji, dostarczy również nowatorski zestaw czujników. A wszystko to będzie zasilane przez dziewięć małych ogniw słonecznych. Misją satelity, który zostanie wystrzelony w za pomocą rakiety Rocket Lab Electron z kompleksu startowego na Półwyspie Mahia w Nowej Zelandii, jest przetestowanie przydatności materiałów drewnianych, zwłaszcza sklejki brzoźowej WISA, w konstrukcjach statków kosmicznych i wystawienie go na działanie ekstremalnych warunków kosmicznych, takich jak ciepło, zimno, próżnia i promieniowanie, przez dłuższy czas. Satelita będzie krążył wokół Ziemi na wysokości 500–550 km.

CANAL+ Polska zwiększył przychody

CANAL+ Polska w 2020 r. zwiększył przychody ze sprzedaży o 2,2 proc. - **do 2,32 mld zł**. Zysk netto spółki wzrósł niemal dwukrotnie - **do 173,3 mln zł**. Większość tej kwoty trafi do udziałowców (m.in. TVN Media) tytułem dywidendy. Spółka w sprawozdaniu opublikowanym w Krajowym Rejestrze Sądowym podała, że sytuacja związana z pandemią COVID-19 „nie miała wpływu na większość operacji spółki, a jej działalność była nieprzerwanie kontynuowana w trakcie okresów tzw. lockdown-ów, z wyjątkiem zmniejszenia skali pozyskania nowych abonentów”. „Niższe przyrosty nowych abonentów zostały zrecompensowane rekordowo niskim poziomem odpływu abonentów (churn), co pozwoliło na utrzymanie stabilnej bazy” - podano. Na koniec czerwca 2020 roku CANAL+ miał w Polsce **2,703 mln abonentów**. Największą część wpływów CANAL+ Polska (ok. 80 proc.) stanowiły przychody od klientów z tytułu płatnej telewizji i pozostałych usług telekomunikacyjnych, które wyniosły

1,84 mld zł i były wyższe o 2,2 proc. Przychody ze sprzedaży praw programowych wzrosły o 2,8 proc. - **do 330,4 mln zł**. Sprzedaż towarów przyniosła spółce **8,9 mln zł** (wzrost o 17,1 proc.). Spółka miała też **135,9 mln zł** pozostałych przychodów ze sprzedaży (wzrost o 1,3 proc.). Obejmują one m.in. wpływy ze sprzedaży reklam i sponsoringu oraz usług dostawy pojemności satelitarnej. Spółka poniosła **2,09 mld zł** kosztów działalności operacyjnej (wzrost o 0,9 proc.). Koszty nadawania i emisji kanałów telewizyjnych wyniosły **1,49 mld zł** i były wyższe o 0,6 proc. Pod koniec czerwca 2020 r. spółka wypłaciła udziałowcom **115,3 mln zł** dywidendy - 87,7 mln zł z zysku na 2019 r. i 27,6 mln zł z niepodzielonych zysków z lat ubiegłych. Dodatkowo 6 listopada 2020 r. spółka wypłaciła udziałowcom **188,4 mln zł** z kapitału zapasowego. Tak więc w zeszłym roku na dywidendę z kasy CANAL+ Polska zostało wydane **303,7 mln zł**. Natomiast planowana dywidenda z zysku za 2020 rok wynosi **133,7 mln zł**.

Rachunek zysków i strat za okres 12 miesięcy zakończony

	31 grudnia 2020	31 grudnia 2019
Przychody ze sprzedaży	2 318 938	2 267 960
Koszty własne sprzedaży	1 682 391	1 670 841
Zysk brutto ze sprzedaży	636 547	597 119
Zysk z działalności operacyjnej	226 253	105 721
Zysk brutto z działalności kontynuowanej	216 406	108 920
Zysk netto za okres z działalności kontynuowanej	173 340	87 733

Zmiany w serwisie CANAL+ Online

CANAL+ Polska zmienił ofertę subskrypcyjnego serwisu **CANAL+ Online**. Dotychczas oferta była podzielona na cztery pakiety tematyczne, na które składały się biblioteka VoD i kanały linearne. Były to: **Fun & Info (25 zł/m-c)**, **Film (50 zł)**, **Sport (50 zł)** i **Kids (10 zł)**. Każdą z opcji można było kupić osobno. Pakiet Film zawierał zarówno



kanały filmowe CANAL+, jak i HBO, a Sport - kanały sportowe CANAL+ i Eleven Sports. Obecnie **podstawowy pakiet CANAL+ Online kosztuje 45 zł** (pierwszy miesiąc 20 zł) i zawiera pełną ofertę CANAL+ (17 kanałów na żywo i ponad 6000 godz. treści na życzenie - online, bez zobowiązań, na wielu urządzeniach i 2 streamach jednocześnie). Pakiet CANAL+ online to propozycja dla wszystkich, którzy poszukują wygodnego dostępu do świata CANAL+ z ofertą hitów kinowych, nagradzanych seriali i filmów z Polski i ze świata, oryginalnych produkcji CANAL+, sportu na żywo oraz inspirujących dokumentów, programów lifestyle'owych i programów dla najmłodszych. Rozszerzyć go można o trzy dodatkowe opcje: **HBO (razem z pakietem CANAL+ kosztuje 55 zł/m-c)**, **Fun & News - 65 zł**, i **Eleven Sports - 55 zł**.

Dostawcy VOD płacą na PISF

Łącznie 4,93 mln zł opłaty audiowizualnej wpłaciły podmioty wideo na żądanie za pierwszy kwartał 2021 r. Tak zwany podatek od Netflixa obowiązuje od lipca 2020 r. Opłata w wysokości 1,5 proc. przychodu pobierana od dostawców VOD ma być przekazywana do **Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej**. Przepis o nowej opłacie audiowizualnej został wprowadzony w tzw. trzeciej tarczy anty-kryzysowej przygotowanej przez rząd. Instytut nie podaje już, które podmioty wpłaciły opłatę. „W świetle najnowszej opinii prawnej, oraz po licznych prośbach od podmiotów dokonujących wpłat z tytułu VOD o zachowaniu tajemnicy przedsiębiorstwa, podjęto decyzję o nieujawnianiu listy podmiotów, które ich dokonują” – powiedziała serwisowi Press rzeczniczka PISF – Aleksandra Świerczewska,

Więcej reklam niż przed rokiem

W kwietniu 2021 r. cennikowe przychody reklamowe stacji telewizyjnych **wzrosły o 32,2 proc.** w porównaniu z kwietniem 2020 r. Telewizje pokazały **o 1,2 mln spotów więcej**, niż rok wcześniej. Jak wskazują dane cennikowe (bez rabatów) Nielsen Media, największe wpływy z reklam uzyskał w kwietniu Polsat – 382,7 mln zł, czyli o 11,8 proc. więcej, niż przed rokiem. Przychody TVN z tego tytułu urosły o 10,5 proc. (do 303,2 mln zł), TVP 2 – o 15,3 proc. (do 162,2 mln zł), a TVP 1 – o 75 proc. (do 161,3 mln zł).

TVN z nagrodami

TVN Grupa Discovery zdobyła aż 9 nagród podczas 22. edycji **Television & Corporate Media Awards** na **World Media Festivals** w Hamburgu. Zdobywczynią aż dwóch wyróżnień została dziennikarka TVN24 **Katarzyna Górniak** z redakcji „Czarno na białym”. Jej reportaż **„Tygrysy na granicy”** zdobył tytuł najlepszego programu śledczego, a także został uznany za najlepszą produkcję w całej kategorii newsowej. Wśród nagrodzonych tytułów znajdują się także: dokumenty – **„Covid-19: Świat w zagrożeniu”**, **„W cieniu Świetlistego Szlaku”**, **„Neurochirurg”**, i **„Niech toną”**, serial Player Original **„Szadź”** oraz reportaż **„Don Stanisław. Druga twarz kardynała Dziwisza”** i **„Historia człowieka, który uwolnił Tomasza Komendę”**. World Media Festival to

jeden z najważniejszych festiwali w branży medialnej, skierowany do globalnych twórców telewizyjnych



i filmowych, reklamowych oraz internetowych. Nagrody przyznawane są za najwyższe standardy produkcyjne, a także najlepsze i najbardziej twórcze rozwiązania m.in. w dziedzinie reklamy, animacji, filmu dokumentalnego, edukacji, rozrywki, komunikacji korporacyjnej i public relations. W tym roku do konkursu spłynęło 811 zgłoszeń z ponad 40 krajów świata.

„Behawiorysta” – nowy serial Player Original

Sukces serii **Player Oryginal „Chyłka”** spowodował, że serwis **Player.pl** sięgnął po kolejną bestsellerową powieść **Remigusa Mroza** – **„Behawiorysta”**. – „Behawiorysta” to gęsty w znaczenia pojedynek między niepokornym prokuratorem Gerardem Edlingiem, a brutalnym mordercą, który upublicznia swoje zbrodnie w sieci. To opowieść-ostrzeżenie, o czasach, w których przemoc staje się spektaklem, a internet narzędziem do sterowania opinią publiczną. Temat ten jest dziś tak aktualny, że nie powinien nikogo przed ekranem pozostawić obojętnym. – mówi **Tomasz Cichoń**, producent serii z ramienia TVN. Nowy serial, z **Robertem Więckiewiczem** w roli głównej, zadebiutuje w Playerze już za kilka miesięcy. Obok Więckiewicza w serialu pojawiają się także **Krzysztof Pesta**,

Katarzyna Dąbrowska, **Anna Mro-zowska**, **Magdalena Czerwińska**, **Miroslaw Haniszewski**, **Rafał Zawierucha**, **Marysia Sobocińska**, **Anna Próchniak** i **Ewa Kolasieńska**.



Player Original to produkcje własne Playera, realizowane specjalnie na zamówienie serwisu i dostępne w nim ekskluzywnie. Do tej pory w bibliotece znalazły się: seria **„Chyłka”**, **„Szadź”**, **„Żywioty Saszy – Ogień”**, **„Nieobecni”**, **„25 lat niewinności. Sprawa Tomka Komedy”**, **„Mamy to!”** oraz **„Top Model. Front Row”**, a wkrótce pojawi się nowy serial z **Agatą Kuleszą** – **„Skazana”**

Discovery promotorem Electric GT

Discovery i Eurosport Events wygrały zorganizowany przez FIA (Fédération Internationale de l'Automobile) przetarg i zostały światowym promotorem przełomowej serii **FIA Electric GT Championship**, która zadebiutuje w 2023 r. Discovery od dłuższego czasu angażuje się w rozwój wyścigów elektrycznych i zrównoważonego rozwoju sportu motorowego. Za pośrednictwem Eurosport Events grupa jest światowym promotorem



serii **PURE ETCR**, która od 2022 r. będzie miała status **FIA eTouring Car World Cup**. Nawiązanie partnerstwa z FIA, którego celem jest stworzenie i promowanie FIA Electric GT Championship, to kolejny strategiczny krok Discovery w kierunku rozwoju wyścigów elektrycznych. Doświadczenie grupy medialnej pozwoli na wykreowanie platformy, na której producenci z segmentu premium będą mogli prezentować swoje flagowe samochody GT i innowacyjne technologie. FIA będzie pełnić rolę regulatora technicznego i sportowego, a Discovery wykorzysta swoje doświadczenie, aby zagwarantować stabilność komercyjną i promocję na całym świecie.

Wóz UHD dla TVP

Telewizja Polska zamierza kupić wóz satelitarny UHD dla Telewizyjnej Agencji Informacyjnej. Szacuje, że wyda 3,41 mln zł netto. Wóz ma mieć stację satelitarną DSNG współpracującą z satelitami takich operatorów jak m.in. Eutelsat, Intelsat, SES Astra. Stacja musi pracować z jedną nośną o szerokości pasma do 24 MHz lub dwiema nośnymi w jednej polaryzacji o szerokości pasma do 12 MHz każda, a także być wyposażona w redundantny tor nadawczy (redundancja dotyczy kodera DVB, modulatora DVB, konwertera częstotliwości z pasma L do Ku i wzmacniacza mocy HPA).

REKLAMA

SPORTOWE EMOCJE CZY FILMOWA GORĄCZKA?

WYBIERZ OFERTĘ TV Z ULUBIONYMI KANAŁAMI OD **30 ZŁ/MIES.** I DODAWAJ PAKIETY!



TV KABLOWA IPTV | TV INTERNETOWA | TV SATELITARNA



Na start pełna oferta przez
**1 MIESIĄC
BEZ OPŁAT!**

Oferta ważna na dzień 29.04.2021 r. Zaprezentowano kanały z różnych ofert telewizyjnych. Promocja dla nowych Klientów telewizji satelitarnej, kablowej IPTV oraz internetowej przy umowach ze zobowiązaniem od 30 zł/mies. i z okresem podstawowym na 24 okresy rozliczeniowe. „Bez opłat” nie dotyczy opłaty jednorazowej za aktywację dekodera oraz opłat za internet. Usługa telewizji kablowej IPTV działa z internetem stacjonarnym Plusa, Netii i Orange. Usługi telewizji internetowej i telewizji kablowej IPTV wymagają łącza o min. prędkości 8 Mb/s na dekoder. Szczegóły w Warunkach Oferty, Regulaminie Promocji i Regulaminie, dostępnych u Sprzedawców i na www.cyfrowypolsat.pl.

„Nierrealne” © Home Box Office. „Oszustki” © 2020 Home Box Office Inc. LaLiga Santander oraz cały sezon Formula 1® w ELEVEN SPORTS. Fot. Getty Images. The FI FORMULA 1 logo, FI logo, FORMULA 1, FIA FORMULA ONE WORLD CHAMPIONSHIP, GRAND PRIX and related marks are trademarks of Formula One Licensing BV, a Formula 1 company. All rights reserved. „Shrek Trzeci”™ & © 2007 Dreamworks Animation LLC.

Powstaje Hanna-Barbera Studios Europe

WarnerMedia rewitalizuje jedną z najbardziej legendarnych marek w historii animacji, mianując **Hanna-Barbera Studios Europe** (wcześniej Cartoon Network Studios Europe, działające z ramienia Great Marlborough Productions)



kluczowym studiem animacji telewizyjnej grupy państw położonych w Europie, krajach Bli-

skiego Wschodu i Afryce. Powstanie Hanna-Barbera Studios Europe ogłosił **Tom Ascheim**, prezes Warner Bros. Global Kids, Young Adults and Classics (GKYAC). **Sam Register** (prezes Warner Bros. Animation i Cartoon Network Studios) i **Vanessa Brookman** (Head of Kids EMEA) poprowadzą studio z siedzibą w Londynie. Hanna-Barbera Productions zostało założone w 1957 r. przez Williama Hannę i Josepha Barbere. Jako pierwsze odniosło znaczący sukces w świecie animacji telewizyjnej. Artystyczne style, techniki produkcji i efekty dźwiękowe wprowadzone przez nich 60 lat temu, są wykorzystywane do dziś. Stworzyli setki kultowych postaci takich, w tym między innymi Scooby-Doo czy Flintstonowie. Wraz z liderami w branży, czyli WBA i CNS, Hanna-Barbera Studios Europe będzie rozwijać globalną strategię WarnerMedia w tworzeniu treści dla dzieci. Obecnie odbywają się w nim prace m.in. nad pełnometrażowym filmem opartym na hitowym serialu „Niesamowity świat Gumballa”.

Disney'a opowieści o księżniczkach

Disney opublikował „Opowieści o odwadze i dobroci”, czyli nowy cyfrowy zbiór oryginalnych historii o księżniczkach Disneya, których celem jest inspirowanie dzieci do pomocy w czynieniu świata lepszym. Cyfrowa książka z wyjątkowymi ilustracjami artystów z całego świata jest prezentem dla dzieci w ramach „Wielkiego Święta Księżniczek” – nowej globalnej kampanii Disneya, promującej odwagę i życzliwość. Inspiracją dla powstania „Opowieści o odwadze i dobroci” były przygotowane na zlecenie Disneya badania na temat roli życzliwości w codziennym życiu. Kompletny zbiór „Opowieści...” dostępny jest dla każdego do



pobrania nieodpłatnie ze strony **DisneyPrincessStories.pl**. W projekcie biorą udział znani i cenieni polscy artyści: **Agnieszka Więdołocha**, **Magdalena Lamparska** i **Bartłomiej Topa**, którzy użyczą swojego głosu, by nowe opowiadania mogły usłyszeć dzieci i ich rodzice odwiedzający kanał Disneya w serwisie YouTube. Wszystkie historie są dostępne w polskim języku

Polski Disney z 5 mln zł zysku

Spółka The Walt Disney Company Polska w roku obrotowym październik 2019 – wrzesień 2020 wypracowała **5 mln zł zysku netto** przy **145,9 mln zł przychodów**. W porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku przychody Disneya w Polsce **spadły o 0,5 proc.**



The Walt Disney Company
Polska

„Utrzymanie przychodów na takim samym poziomie w stosunku do poprzedniego roku obrotowego spowodowane było zwiększeniem portfolio kanałów telewizyjnych, na których możliwa była sprzedaż czasu i miejsca na cele reklamowe” – napisała spółka w sprawozdaniu z działalności zamieszczonym w Krajowym Rejestrze Sądowym. Disney, który w telewizyjnym port-

folio ma kanały **Disney Channel**, **Disney XD** i **Disney Junior**, ze sprzedaży czasu reklamowego uzyskał **61,1 mln zł**, co oznacza wzrost o **94,7 proc.** Disney kupił rozrywkową część **21st Century Fox**, a w polskim portfolio **Fox Networks Group** są kanały **FOX**, **FOX Comedy**, **National Geographic Channel**, **National Geographic Wild** i **Nat Geo People**.

Spółka w sprawozdaniu poinformowała, że pandemia COVID-19 nie miała większego wpływu na poziom przychodów osiągniętych w roku obrotowym z tytułu sprzedaży czasu reklamowego, promocji oraz licencji dla DVD. Miała natomiast wpływ na sprzedaż licencji do kin, a kwota szacowanego wpływu utraconych przychodów z tego tytułu wyniosła około 26 mln zł.

NickMusic za MTV Music 24

W czerwcu na polski rynek trafi **NickMusic**, telewizyjny kanał muzyczny dla dzieci. Zajmie miejsce MTV Music 24 – informuje



serwis Press. Na antenie pojawią się wykonawcy najpopularniejsi wśród dzieci w wieku 6-11 lat, jak Ariana Grande, Ed Sheeran, Dua Lipa czy Justin Timberlake.

- To naturalny krok wychodzenia na rynek z ofertą muzyczną dla kolejnych pokoleń: w naszym portfolio znajdują się między innymi

MTV 90s, MTV Hits czy MTV 00s – mówi Agnieszka Odachowska, PR manager ViacomCBS w Polsce,

właściciela NickMusic. Kanał, który nie będzie emitował reklam i komunikatów sponsorskich, jest już dostępny m.in. w Stanach Zjednoczonych, Belgii i Holandii.

Ekstraklasa wybrała Red Bee

Ekstraklasa SA. wybrała **Red Bee Media** jako partnera technologicznego, z którym będzie rozwijać platformę streamingową **Ekstraklasa.TV**. Red Bee to międzynarodowa firma, założona przez BBC, a dziś należąca do Ericsson, która dostarcza cyfrowe narzędzia do zarządzania, dystrybucji, nadawania i komercjalizacji treści wideo, m.in. poprzez platformy OTT. Prace nad serwisem Ekstraklasy ruszą jeszcze w tym sezonie, zaś głównym kierunkiem zmian będzie większa interaktywność i personalizacja, dalsza poprawa user experience, wdrożenie

modelu reklamowego, a w przyszłości możliwość rozszerzenia serwisu o dodatkowe treści sportowe, nie tylko piłkarskie, czy integrację Ekstraklasa.TV z sieciami kablowymi. Red Bee jest jedną z ok. 30 firm zagranicznych i polskich, które przystąpiły do wieloetapowego przetargu Ekstraklasy dot. rozwoju Ekstraklasa.TV. Firma powstała w 2002 r., a w 2014 r. przejął ją

technologiczny gigant - szwedzki Ericsson. Red Bee to wiodąca globalna firma świadcząca usługi medialne i partner najsilniejszych światowych marek z branży mediowej i nadawczej, a także wielu innych innowacyjnych firm oraz właścicieli praw mediowych. Pierwsze efekty prac Red Bee i Ekstraklasy kibice będą mogli



zobaczyć jeszcze przed sezonem 2021/22. Zmieniona Ekstraklasa.TV będzie dostępna w języku polskim na www oraz poprzez aplikacje mobilne na telefony z systemem operacyjnym iOS i Android. Oprócz tego Ekstraklasa ma być też dostępna w Smart.TV, w pierwszej kolejności na LG Smart.TV, Apple.TV, Android.TV oraz docelowo także na Samsung Smart.TV.

Eleven Sports traci Formułę 1

Nordic Entertainment Group (NENT Group), wiodąca firma streamingowa działająca w regionie państw nordyckich oraz **Formuła 1**, uzgodniły warunki pierwszej współpracy w zakresie praw do transmisji wyści-



gów w Polsce. Od 2023 r., należąca do NENT Group platforma streamingowa **Viaplay**, będzie wyłącznym domem Formuły 1 w naszym kraju. W sezonach 2023, 2024 oraz 2025, Viaplay będzie transmitował na żywo zarówno wszystkie wyścigi Formuły 1, jak i kwalifikacje oraz sesje treningowe. Transmisje będą prowadzone z wykorzystaniem najwyższej klasy studia oraz przy udziale polskich komentatorów i ekspertów. W każdym sezonie, cztery wydarzenia pokazywane na żywo, a także pełny pakiet skrótów ze wszystkich wydarzeń, będą w Polsce dostępne bezpłatnie. Serwis Viaplay zostanie uruchomiony w Polsce w sierpniu 2021 r., a jego redakcją sportową będzie kierował **Paweł Wilkowicz**, obecnie redaktor naczelny Sport.pl (Agora SA). NENT Group posiada prawa do pokazywania Formuły 1 m.in. w Szwecji, Norwegii, Danii, Islandii, i Estonii. Od 2016 r. Formułę 1 transmituje w Polsce **Eleven Sports**. Nadawca ma licencję do końca przyszłego roku.

Red TOP TV w Pasjatv

Pasjatv, firma dystrybuująca kanały telewizyjne na rynku polskim, wzbogaciła swoje portfolio o nowy kanał filmowo-serialowy **Red TOP TV**



w współpracy z Red Carpet Media Group SA. Red TOP TV to kanał prezentujący klasykę kina

i telewizji, kultowe amerykańskie, azjatyckie, środkowo amerykańskie i europejskie produkcje kinematografii. Red TOP TV nadawany jest 24 godz. na dobę w jakości SD, HD i 4K.

Astro startuje z News24

Firma **Astro**, producent „Familiady” i nadawca E-Sport TV, uruchomiła już redakcję swojego nowego kanału – informacyjnego **News24**. Spółka chce go nadawać od



1 września br. – informują Wirtualnemedia.

O rozpoczęciu prac nad kanałem News24 firma poinformowała w marcu ub.r. Zaznaczyła, że wykorzystując swoje doświadczenia z zarządzania Superstacją przygotowała „biznesplan i założenia projektu telewizji opartej w 100 proc. na relacjach terenowych z Polski i świata”. – W założeniu ma to być telewizja newsowa wolna od polityki. Projekt zakłada dwie drogi dystrybucji internetową jako platforma i tradycyjną formę kanału telewizyjnego – opisano. Projektem opiekuje się **Jan Dworak**, były prezes TVP oraz były przewodniczący KRRiT.

ViacomCBS kupuje Chilevision

Przejęcie **Chilevision** od **WarnerMedia** wzmocni portfolio **ViacomCBS** w Ameryce Południowej, obejmujące serwisy streamingowe **Paramount+** i **Pluto TV**, a także argentyńskiego nadawcę **Televisión Federal SA (Telefe)**. Według nabywcy **Chilevision**, nadająca programy informacyjne, talk-show i telenowe, w 2020 r. przyciągnęła jedną czwartą chilijskiej widowni telewizyjnej. – Ameryka Łacińska jest jednym z najszybciej rozwijających się rynków streamingowych na

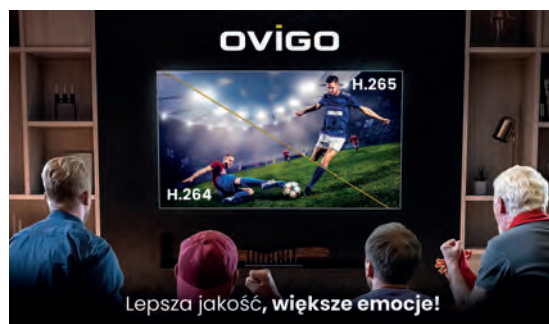


świecie, a **Chilevision** będzie kluczowym czynnikiem napędzającym naszą strategię w regionie – powiedział **Raffaele Anecchino**, prezes i dyrektor generalny **ViacomCBS Networks International**. W 2010 r. **WarnerMedia**, należący do koncernu telekomunikacyjnego **AT&T** – wtedy jako **Time Warner Inc.** – przejął **Chilevision** od chilijskiego prezydenta, biznesmena z majątkiem szacowanym na ponad miliard dolarów, **Sebastiana Piñery** w ramach umowy o wartości 150 mln dol.

OVIGO zmienia standard kompresji

Horyzont Media SA, operator platformy telewizyjnej IPTV – **OVIGO**, zmienia standard kompresji kanałów na nowy, wydajny kodek **H.265/HEVC**. Ta zmiana konfiguracji zaowocuje znacznym polepszeniem jakości strumieni telewizyjnych, co w zauważalny sposób wpłynie na komfort użytkowania usługi przez abonentów. Na początek zmiana ta obejmie ponad 20 kanałów (ze 120-tu oferowanych), w tym **TVN HD**, **Polsat HD** czy **Eleven Sport HD**. Z biegiem czasu kodowanie kolejnych kanałów będzie zmieniane na nowy standard. **H.265/HEVC** jest następcą popularnego kodeka **H.264/AVC** (Advanced Video Coding), który używany jest w większości rozwiązań telewizji cyfrowej. Największą zaletą nowego rozwiązania jest znaczny wzrost wydajności kompresji strumieni wideo, przy zachowaniu tej samej jakości. W praktyce oznacza to dwie rzeczy – ten sam film przy tych samych parametrach

rozdzielczości i klatek na sekundę będzie wymagał do strumieniowania nawet o połowę mniejszej transmisji, a przy zachowaniu bitrate, obraz na ekranach telewizorów będzie o wiele lepszy. Ponadto kanały kompresowane



H.265 ładują się znacznie szybciej i mniej obciążają łącze abonenckie. Podczas gdy kanał zakodowany za pomocą **MPEG H.264** wymaga co najmniej 1 Mbit/s do transmisji, ten sam kanał w **H.265** wymaga tylko prędkości 0,5 Mbit/s. Telewizja **OVIGO** dostępna jest dla abonentów w sieciach wybranych dostawców Internetu.

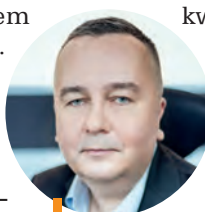
50 proc. wzrost zysku

W I kw. 2021 r. większość segmentów działalności **Grupy Kapitałowej Kino Polska TV**, w tym **Stopklatka**, poprawiły swoją rentowność w porównaniu

Zdywersyfikowana struktura przychodów pozwoliła Grupie utrzymać odporność na zawirowania rynkowe związane z epidemią COVID-19. – W pierwszym

KINO POLSKA TV S.A.

z analogicznym okresem 2020 r. Ponad 60 proc. przychodów Grupy stanowiły wpływy z emisji i przychody ze sprzedaży licencji, pozostała część generowała sprzedaż reklam. Przychody na rynkach międzynarodowych zwiększyły się o 13,6 proc. r/r, na co wpływ miał niemal 50 proc. wzrost sprzedaży reklam oraz wyższe przychody z emisji kanałów filmowych marki FilmBox i kanałów tematycznych.



Bogusław Kisielewski

kwartale 2021 roku znacząco zwiększyliśmy zysk netto, głównie poprzez wzrost przychodów i udziału w rynku kanałów telewizyjnych, a także dzięki kontroli kosztów i większej rentowności prawie wszystkich segmentów naszej działalności.

Wygenerowana gotówka pozwoliła nam na istotne zmniejszenie zadłużenia kredytowego – mówi **Bogusław Kisielewski, prezes zarządu Kino Polska TV SA.**

Wyniki Grupy Kino Polska TV

	I kw. 2021 r.	Zmiana r/r
Przychody łącznie	57,4 mln zł	+14,9%
Przychody z reklam	21,1 mln zł	+22,6%
Przychody z emisji	30,1 mln zł	+10,2%
Marża EBITDA	44,7%	+3,4 p.p.
Oglądalność kanałów Grupy	2,53% (SHR%, all 16-49, live)	+18,8%
Zysk netto	6,4 mln zł	+51,3%

FOX przejmuje Outkick

FOX Corporation kupuje internetowy serwis sportowy **Outkick**, kierowany przez konserwatywnego komentatora **Claya Trávisa**. Warunki finansowe transakcji nie zostały ujawnione – informuje serwis Press. Według słów Trávisa, który po przejściu Outkick przez FOXa pozostanie szefem, serwis na amerykańskim rynku ma być liderem, jeżeli chodzi o opinie i komentarze dotyczące sportu. C. Travis założył witrynę Outkick dla poszerzenia swojej działalności. Wcześniej publikował felietony dla CBS, Deadspin



i FanHouse. Rozgłos zyskał po tym, jak będąc gościem Brooke Baldwin, prowadzącej program w CNN, został wyproszony ze studia, gdy wygłaszał kontrowersyjne sady na temat kobiecej anatomii.

CDA Premium zwiększa zysk

W pierwszym kwartale br. przychody spółki **CDA SA** ze sprzedaży **wzrosły o 31 proc. w stosunku do I kw. 2020 r.**, a **zysk netto o 28,7 proc.** Liczba subskrybentów usługi **CDA Premium** pod koniec marca przekroczyła **349 tys.** CDA Premium to płatna sekcja serwisu **Cda.pl**, w ramach której oferowany jest dostęp do ponad 8,6 tys. filmów i seriali. Sprzedaż miesięcznych subskrypcji CDA Premium to główne źródło przychodów spółki CDA SA (97 proc.)



– w pierwszym kwartale przyniosła ona 17,4 mln zł. Przychody serwisu z emisji reklam wyniosły 328,5 tys. zł. Zysk netto obliczony po trzech miesiącach to 4,7 mln zł. „Na zwiększenie przychodów ze sprzedaży wpływała z jednej strony obserwowana od kilku lat sezonowość, objawiająca się wzmożoną aktywnością użytkowników na portalu ze względu na zimowy okres sprzyjający spędzaniu czasu w domu. Z drugiej strony istotnym czynnikiem kształtującym wyniki Spółki w dalszym ciągu pozostawały ograniczenia narzucone przez rząd w związku z pandemią COVID-19 - izolacja, zamknięcie kin, »przymusowe« ferie zimowe zachęcały do częstszego niż zwykle konsumowania treści VOD zarówno na urządzeniach mobilnych jak i Smart TV” – napisano w komunikacie spółki. Spółka CDA SA ma już status przedsiębiorcy telekomunikacyjnego, co umożliwia jej świadczenie usług związanych z transmisją programów radiofonicznych lub telewizyjnych.

Koniec Superstacji?

We wrześniu br. informacyjno-rozrywkowa telewizja **Superstacja** (tracąca znacznie na oglądalności) zostanie zastąpiona przez kanał **Wydarzenia 24** – dowiedział się portal Wirtualnemedi.pl. – Rzeczywiście mamy nowy pomysł na ten kanał i jest to związane z bardzo silną marką „Wydarzeń” i świetnymi wynikami jakie osiągają zarówno „Wydarzenia”, jak i Polsat News. O szczegółach będziemy jednak informować w niedalekiej przyszłości – mówi portalowi Tomasz Matwiejczuk, dyrektor ds.

SUPERSTACJA

komunikacji korporacyjnej, rzecznik prasowy Grupy Polsat. Z informacji portalu wynika, że nowy kanał ma zyskać zasięg ogólnokrajowy w ramach naziemnej telewizji cyfrowej. Może się to stać, jeśli zastąpi którąś ze stacji związanych z Polsatem w NTC. W grę mogłyby tutaj wchodzić: Super Polsat, TV6, FOKUS TV, ESKA TV, Polo TV, czy Nowa TV. Inna możliwość to rozszerzenie zasięgu czwartego multipleksu, o którym się spekuluje. Nadaje tam w największych miastach Polsat News. Wg nieoficjalnych informacji, kanał Wydarzenia 24 ma nadawać premierowe programy od godz. 6 do 23 (obecnie Superstacja nadaje premierowe programy między 15 a 19). Będą to głównie treści informacyjne. Publicystyka zostanie w Polsat News. Poza dotychczasowymi dziennikarzami Superstacji nową telewizję mają zasilić dziennikarze Polsat News i Polsatu.

Polsat Plus Arena Gdańsk

Polsat i Plus, dwie kluczowe marki **Grupy Polsat**, zostały **sponsorami tytularnymi stadionu w Gdańsku**. Dzięki zawartej umowie, stadion w Gdańsku będzie nosił nazwę **Polsat Plus Arena Gdańsk**. Umowa została zawarta na 6 lat. – Gdańsk to wizytówka Polski i jedno z najpiękniejszych i najszybciej rozwijających się miast w naszym kraju. Gdańsk to symbol Polski nowoczesnej i otwartej, ale przede wszystkim dbający o swoich mieszkańców. To jest to, co nas łączy – bo Polsat i Plus to również otwartość, nowoczesność, innowacje, rozwój i chęć dostarczania naszym klientom i widzom po prostu tego, czego chcą, aby życie było łatwiejsze, wygodniejsze i pełne pozytywnych emocji. Co więcej z Gdańskiem łączy nas też chęć dbania o klimat, o środowisko i o czyste powietrze – dla wszystkich mieszkańców naszego kraju. I to wielka sprawa, że możemy razem robić coś dla mieszkańców



Stadion Polsat Plus Arena Gdańsk

Gdańska, regionu i całej Polski – **mówi Zygmunt Solorz**.

– Nasza bursztynowa arena stała się współczesną wizytówką Gdańska. Obok fontanny Neptuna, stoczniowych dźwigów to właśnie stadion najczęściej widzimy na zdjęciach. Wyjątkowa architektura i bliskie położenie zarówno do plaży, jak i serca miasta podnoszą atrakcyjność naszego stadionu. Ale stadion to też życie, emocje, wydarzenia, dlatego cieszę się, że nasz nowy partner będzie także organizował w Polsat Plus Arena Gdańsk własne widowiska – dodaje **Aleksandra Dulciewicz, Prezydent Gdańska**.

„Zabiłam swojego męża” w 13 Ulicy

Firma **NBCUniversal International Networks (NBCUIN)** ogłosiła rozpoczęcie przygotowań do produkcji nowego serialu dla francuskiego odpowiednika kanału 13 Ulica, **13ÈME RUE**. Zdjęcia

do „**Zabiłam swojego męża**” rozpoczną się we Francji. Serial pojawi się na innych kanałach z portfolio NBCUIN w tym w Polsce (**13 Ulica**) i Hiszpanii (**Calle 13**). „**Zabiłam swojego męża**” składa się z sześciu 45-minutowych odcinków i przedstawia historię maltretowanej przez męża Anny, która po



latach zastraszania, kłótni i awantur popełnia zbrodnię, która na zawsze zmienia jej los. W dniu, w którym zostaje oskarżona o morderstwo, jej życie ponownie wywraca się do góry nogami, gdy dowiaduje się, że oprawca żyje, a synowi grozi niebezpieczeństwo. Nie pozostaje jej nic innego jak uciec. Nowy francuski serial został stworzony przez Sophie Dab, Rémy'ego Silka Binisti, Lucie Fréjaville i Justine Kim Gautier na podstawie oryginalnego pomysłu Henriego Debeurme'na – twórcy serialu „Trauma”.

„Kompetencje Przyszłości” z KIPA i Netflix

Od pracy z ekipą bezpośrednio na planie, przez postprodukcję z użyciem najnowszych technologii wyświetlania obrazu, tworzenie imponujących efektów specjalnych i zachwycających ścieżek dźwiękowych, po administrację i kwestie organizacyjne – **Krajowa Izba Producentów Audiowizualnych** wraz z **Netflix** wystartowały z cyklem warsztatów, które mają rozwijać kompetencje specjalistów branży filmowej. To ponad 100

petencje przyszłości”, w ramach których rozwijane będą umiejętności z 6 kluczowych obszarów: administracji i produkcji, organizacji i produkcji, koordynatora postprodukcji, produkcji obrazu w technologii High Dynamic Range, produkcji efektów specjalnych (VFX) oraz nadzoru nad produkcją ścieżki dźwiękowej. Szkolenia „Kompetencje przyszłości” przeznaczone są zarówno dla osób, które rozpoczynają swoją



„Kompetencje przyszłości” warsztaty

godzin warsztatów i spotkań z ekspertami, które mają przygotować polską kadrę audiowizualną do pracy w nowoczesnym środowisku, wpisującym się w najnowsze trendy. – Chcemy, aby polscy twórcy i producenci mogli w pełni korzystać z możliwości, jakie ma dziś branża filmowa – mówi **Anna Nagler, dyrektor ds. lokalnych seriali oryginalnych w Netflix**. Powstawanie coraz to nowszych narzędzi i rozwiązań dla ekip filmowych daje im coraz większe możliwości, jednak zmieniające się potrzeby i oczekiwania widzów stawiają przed nimi nowe wyzwania. Ekspert KIPA i Netflix przygotowali cykl szkoleń „Kom-

petencje przyszłości”, w ramach których rozwijane będą umiejętności z 6 kluczowych obszarów: administracji i produkcji, organizacji i produkcji, koordynatora postprodukcji, produkcji obrazu w technologii High Dynamic Range, produkcji efektów specjalnych (VFX) oraz nadzoru nad produkcją ścieżki dźwiękowej. Szkolenia „Kompetencje przyszłości” przeznaczone są zarówno dla osób, które rozpoczynają swoją

Papiery na szczęście

Kanał TVN7 rozpoczął w maju prace nad nowym serialem codziennym „**Papiery na szczęście**”. Produkcja – oparta na autorskim pomysle stacji – trafi na antenę oraz



Adrianna Kalska

na platformę player.pl już jesienią. W rolach głównych zobaczymy **Adrianę Kalską, Jakuba Sasakę** oraz **Mateusza Kmieciaka**. Serial opowiada historię Marty, żony znanego piłkarza Krisa, która wraz z dwójką dzieci decyduje się porzucić swoje luksusowe życie i postanawia zacząć wszystko od zera. Zatrudnia się w rodzinie zamożnych deweloperów, gdzie poznaje przystojnego Adama. Oboje zakochują się w sobie, ale Adam – król życia – jest otoczony wianuszkami kobiet i wydaje się najgorszym kandydatem na nową miłość, zwłaszcza, że Marta obiecała sobie już nigdy nie związać się z kimś takim jak jej mąż... Czy Marta odnajdzie w życiu szczęście? Czy pomimo przeciwności losu uda jej się znaleźć prawdziwą miłość? Na te pytania widzowie poznają odpowiedź już jesienią! Za produkcję odpowiadają twórcy sukcesu serialu „Zakochani po uszy” – autorami scenariusza są **Ilona Łeszyk-Moczulska i Michał Zasowski**, reżyserką – **Regina Zawadzka-Bigaj**



Tarapaty 2

FAMILIJNY, 2020, REŻ. MARTA KARWOWSKA, OBSADA: POLA KRÓL, JAKUB JANOTABZOWSKI, MIA GOTI, JOANNA SZCZEPKOWSKA

Polska, przygodowa komedia dla całej rodziny, niosąca ważną praw-



dę, o której czasem zapominamy: warto mieć i dbać o bliskie osoby. Z muzeum zostaje skradziona perła tamtejszej kolekcji, „Plaża w Pourville” Claude’a Moneta. O kradzież zostają oskarżone pracownice muzeum, ciocia Julki i mama Feli. Dziewczynki łączą siły i rozpoczynają śledztwo, by znaleźć prawdziwych winnych kradzieży i oczyścić swoje krewne z zarzutów. Nie będzie to jednak łatwe, bo dziewczynki zaczynają rywalizować

o względy pewnego Olka...

**EMISJA: 1 CZERWCA ,
GODZ. 20.00**

Rezerwat

KOMEDIA OBYCZAJOWA, 2007, REŻ. ŁUKASZ PALKOWSKI, OBSADA: MARCIN KWAŚNY, SONIA BOHOSIEWICZ, GRZEGORZ PALKOWSKI, ARTUR DZIURMAN Nieoczywisty obraz warszawskiej Pragi i relacji romantycznych nominowany do m.in. Orłów i Złotych Lwów. Sonia Bohosiewicz, grająca w filmie główną postać kobietą za swoją rolę została nagrodzona Orłem w kategorii „Odkrycie roku”. Fotograf Marcin Wilczyński wprowadza się do podupadłej kamienicy na warszawskiej Pradze. Właściciel budynku zatrudnia Marcina, by ten wykonał zdjęcia dokumentujące stan posesji. Tak zaczyna się podróż fotografa, podczas której bohater poznaje swoich sąsiadów,



przysparza sobie nowych przyjaciół i... wrogów, przemieszczając się po fascynujących, dziko-miejskich zakątkach prawej strony Wisły.

**EMISJA: 5 CZERWCA,
GODZ. 22.10**

Niewinne

DRAMAT, 2016, REŻ. ANNE FONTAINE, OBSADA: LOU DE LAÂGE, AGATA BUZEK, AGATA KULESZA, VINCENT MACAIGNE Polska, rok 1945. Mathilde Beau-



lieu to młoda stażystka pracująca w lokalnym oddziale francuskiego Czerwonego Krzyża. Pewnego dnia w szpitalu pojawia się zakonnica, która łamanym francuskim błaga Mathilde, by ta udała się z nią do klasztoru. Młoda dziewczyna wkrótce odkrywa, że kilka sióstr mieszkających w zakonie jest w zaawansowanych ciążach.

**EMISJA: 6 CZERWCA ,
GODZ. 21.55**

STOPKLATKA

Jak zostać kotem

KOMEDIA, USA 2016, REŻ. BARRY SONNENFELD, OBSADA: KEVIN SPACEY, ROBBIEAMELL, JENNIFER GARNER, CHRISTOPHER WALKEN



Biznesmen-pracoholik, Tom Brand, wspinając się na sam szczyt kariery zaniedbuje swoją kochającą rodzinę. Gdy jego córka ma urodziny, postanawia spełnić jej największe marzenie i spre-

zentować jej kota. Prowadzony przez nawigację trafia do osobliwego sklepu zoologicznego, prowadzonego przez równie osobliwego właściciela i wybiera tam zwierzę o imieniu Puszek. W drodze do domu Tom ma wypadek. Gdy odzyskuje świadomość, odkrywa, że został uwięziony w ciele Puszka!

**EMISJA: 3 CZERWCA ,
GODZ. 9.25**

Stój, bo mamuśka strzela

SENSACYJNY, USA 1992, REŻ. ROGER SPOTTISWOODE, OBSADA: SYLVESTER STALLONE, ESTELLE GETTY, JOBETH WILLIAMS, GAILARDSARTAIN



Przekleństwem życia detektywa Joe Bomowskiego jest jego własna, nadopiekuńcza matka. Kobieta przyjeżdża w odwiedziny do syna i podczas tego pobytu staje się świadkiem zbrodni, co nie pozwala jej wrócić do siebie. Od tej pory, matka Joe zaczyna kontrolować całe życie mężczyzny i próbować ułożyć je po swojemu.

**EMISJA: 5 CZERWCA,
GODZ. 20.00**



Prawie Raj (sezon 1.)

Odtwórcą głównej roli w nowym projekcie Deana Devlina jest Christian Kane. Serial stanowi



przyjemną mieszankę kryminału i kina akcji okraszonych odpowiednią dawką humoru. Fabuła rozgrywa się na jednej z idyllicznych wysp Filipin, gdzie zmuszony do wcześniejszej eme-

rytury agent DEA, Alex Walker, chce odpocząć od stresującego życia, jakie wiodł w przeszłości. Niestety nie jest mu dane w pełni skorzystać z tej zmiany, bo już wkrótce współpracuje z lokalną policją tropiącą gang narkotykowy. Jak się jednak okazuje, nie jest łatwo zrezygnować z dawnych przyzwyczajeń, i jak wielu innych bohaterów kina akcji, Alex też najlepiej się czuje, pracując we własnym, niepowtarzalnym stylu.

**EMISJA: OD 15 MAJA,
W SOBOTY, GODZ. 21.00**

Agenci NCIS: Nowy Orlean (sezon 2-3).

Pełne napięcia zakończenie drugiego sezonu – informacja o krecie w szeregach NCIS, dramatyczne poszukiwania zaginionych mate-



riałów wybuchowych i odejście kluczowego członka ekipy – zapowiada emocjonujący rozwój wypadków w sezonie trzecim. I ten zgodnie z oczekiwaniami zaczyna się mocnym akcentem. Nie dość, że w mieście szaleje snajper, Pride (**Scott Bakula**) i jego koledzy zostają objęci dochodzeniem FBI, a na przyjaciela Pride'a, analityka wywiadu Elvisa Bertranda, (**Tom Arnold**) pada podejrzenie o popełnienie zabójstwa.

**EMISJA: OD PONIEDZIAŁKU
DO CZWARTKU, GODZ. 21.00.**

SCI FI



DC's legends of tomorrow (sezon 1-2)

Po tym jak rodzina Władcy Czasu, Ripa Huntera, zginęła z ręki nieśmiertelnego szaleńca Vandala Savage'a, Rip postanawia zgromadzić nietypową drużynę by nie tylko pomścić bliskich, ale też zapobiec zniszczeniu świata. Tak w skrócie przedstawia się fabuła

serialu z postaciami znanymi z komiksów DC. Dramatyczne sytuacje i akcje przeplatają się z humorem, a bohaterowie walczą z przeciwnikiem tak groźnym i zepsutym, że stanowi zagrożenie dla samego czasu. Gra toczy się o najwyższą stawkę, więc jeden fałszywy ruch może kosztować herosów bardzo wiele.

**EMISJA: OD 3 MAJA,
OD PONIEDZIAŁKU
DO PIĄTKU,
GODZ. 20.00**

E

Na serio: Historia programów reality tv

„Na serio: Historia Reality TV” przypomina fragmenty z programów reality, które wpłynęły na kształt dzisiejszego świata. Poznamy relacje dotyczące pre-

zentowanych momentów z ust osób, które były uczestnikami



pokazywanych zdarzeń. Od „Z kamerą u Kardashianów” przez „Kawalera do wzięcia” aż po „Żony Beverly Hills” czy „Ryzykantów” – gatunek telewizyjnego reality show przez lata znacząco ewoluował i odcisnął swój ślad na społeczności całego świata. W każdym z odcinków Andy Cohen, przywoła konkretny temat lub przypomni moment z serialu i omówi go z osobami, które brały udział w programie, z jego producentami i dziennikarzami. **PREMIERA: 14 MAJA, GODZ. 21.00**

FOX

Wojna światów (sezon 2.)



Po serii brutalnych strat garstka ludzi, którzy przeżyli atak obcych, rozpoczyna walkę o odzyskanie planety. Minęło sześć miesięcy od pierwszego ataku. Bill (**Gabriel Byrne**) szuka odpowiedzi na dręczące go pytania i odkrywa coraz więcej na temat kosmitów. Najbardziej szokujące ze wszystkich odkryć jest niezaprzeczalne podobieństwo między ludźmi i kosmitami, ale Bill nie może

znaleźć żadnego racjonalnego wyjaśnienia. Zastanawiający jest fakt, że najbardziej podobna do kosmitów jest Emily (**Daisy Edgar-Jones**). Ale jaki jest jej dziwny związek z najeźdźcami z kosmosu? We Francji Catherine

(**Léa Drucker**) i Sophia (**Emilie de Preissac**) muszą poradzić sobie z nowymi problemami osobistymi. Catherine rzuca się w wir nowego celu: odnalezienia profesora Billa Warda. Walka jest coraz trudniejsza, a niektórzy, by przetrwać skłonni są do podjęcia ekstremalnych środków.

PREMIERA: 24 MAJA, GODZ. 21.05; EMISJA: W PONIEDZIAŁKI, GODZ. 21.05

Asy wywiadu

Pracujący dla Agencji Bezpieczeństwa Narodowego USA Jerry (**David Schwimmer**) zostaje wysłany do Wielkiej Brytanii, by



pomóc w walce z cyberprzestępczością. Arogancki Amerykanin nie jest jednak dobrze odbierany przez nowych współpracowników. Za wyjątkiem Josepha (**Nick Mohammed**), analityka komputerowego, który jest zafascynowany Jerryem. Razem ze swoim nowym kompanem Jerry próbuje odnaleźć cyberterrorystę, wprowadzając nieco chaosu do skostniałej brytyjskiej instytucji. W serialu występują także m.in.: **Jane Stanness** jako Mary, **Sylvestra Le Touzel** jako Christine Cranfield oraz **Oliver Birch** jako Quentin O'Higgins.

PREMIERA: 8 MAJA, GODZ. 18.20

FOX comedy

Family guy: Głowa rodziny (sezon 20.)

Przezabawna komedia animowana, opowiadająca historię pewnej rodziny z charakterystycznym dla siebie humorem i brakiem jakichkolwiek świętości powróci na FOX Comedy z dwudziestym



sezonem. Już w pierwszym odcinku wydarzy się coś, na co fani serialu czekali od dawna! Stewie w końcu wypowiada pierwsze słowo. Słowo, które jest przekleństwem, a które Stewie zaczyna bez opamiętania powtarzać. Potępiona przez inne mamy Lois próbuje odkryć, gdzie jej syn mógł się tego nauczyć.

EMISJE: OD PONIEDZIAŁKU DO PIĄTKU O GODZ. 21.00

Spoza układu (sezon 2.)

Serial animowany, skupiający się na losach czwórki kosmitów, którzy po tym, jak ich planeta ulega zniszczeniu, szukają schronienia na Ziemi. Korvo (**Justin Roiland**) oraz Yumyulack (**Sean Giambrone**), Terry (**Thomas Middleditch**) i Jesse (**Mary Mack**) odbudowali



swój statek kosmiczny i postanowili opuścić Ziemię. Niestety, nie wszystko poszło zgodnie z planem i kosmici utknęli na planecie. Dla jej mieszkańców oznacza to dwie rzeczy: chaos i destrukcję. Drugi sezon jest jeszcze bardziej pokreślony i zwariowany!

PREMIERA: OD 7 MAJA, GODZ. 22.00 (2 ODCINKI); EMISJE: W PIĄTKU O GODZ. 22.00 (2 ODCINKI)



Pomysł na miasto

Bohaterami premierowej serii są genialni inżynierowie, architekci i naukowcy – dawni oraz współcześni. Mieli oni duży wpływ na rozwój najwspanialszych miast świata, m.in. Nowego Jorku, Paryża, Berlina, czy Tokio. Podążając ich śladami, wybierzemy się na spacer po zatłoczonych nowojor-



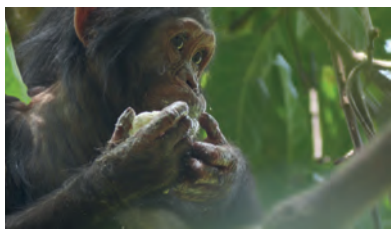
skich ulicach i alejach otoczonych wieżowcami na Manhattanie, które przypominają kaniony. Poznamy sylwetkę barona Haussmanna – prawdziwego wizjonera wśród urbanistycznych elit. Śledząc jego dokonania, zwiedzimy paryskie bulwary oraz centrum

miasta o niskiej zabudowie. Przyjrzymy się również współczesnemu Berlinowi, który jest obecnie nie tylko europejską stolicą start-upów, lecz także modną i kosmopolityczną metropolią, stawiającą na zrównoważony rozwój. Ponadto, udamy się do tokijskiej aglomeracji, w której żyje ponad 37 milionów ludzi. Zobaczymy, jak ten kolosalny organizm stale się powiększa, w odpowiedzi na zapotrzebowanie przemysłu i handlu.

PREMIERY: OD 6 MAJA, W CZWARTKI, GODZ. 21.00



Jane Goodall: Nadzieja na przyszłość



Poruszający portret Jane Goodall – znanej badaczki szympanów, która w 1986 roku postanowiła skupić się na aktywizmie na rzecz obrony zwierząt i ochrony środowiska. W czasach kryzysu klimatycznego jej misją stało się przekonanie społeczeństwa o tym, że jeszcze nie jest za późno na zmiany. Z okazji 60. rocznicy pierwszego przyjazdu Jane do parku narodowego Gombe w Tanzanii badaczka powraca do swoje-

go ukochanego miejsca, w którym rozpoczęła pracę z małpami. Film jest kontynuacją dokumentu, pt. „Jane” z 2017 roku.

EMISJA: 25 MAJA, GODZ. 19.00

Zjednoczeni weterynarze Ameryki

Od słonecznej Florydy po mroźną Alaskę, od Nebraski po Michigan i Ohio. W tej serii przemierzamy Stany Zjednoczone wzdłuż i wszerz, by poznać weterynarzy, których łączy pasja i ogromna miłość do zwierząt. Stawiają oni na nogi małe i większe stworzenia w lecznicach, ogrodach zoologicznych, klinikach, na farmach,



a czasem i pod gołym niebem alaskiej dziczy.

PREMIERA: 2 MAJA, GODZ. 14.00; KOLEJNE ODCINKI W NIEDZIELE, GODZ. 14.00

Sekrety ZOO: Pingwiny



W wodzie – wyśmienici pływacy, na lądzie – rozczulające fajtlapy, kołyszące się na boki. Od pingwinów bardziej urocze są tylko... małe pingwinki. W ogrodzie zoologicznym w Tampie, ku ogromnej radości opiekunów, trwa właśnie sezon lęgowy tych pociesznych ptaków.

PREMIERA: 23 MAJA, GODZ. 15.00



Koci patrol

Miłośniczka kotów, znana pisarka i komiczka, Jo Brand zaprasza na wyjątkową serię poświęconą brytyjskim dachowcom oraz ludziom, którzy ratują je z opresji. Twórcy

produkcji towarzyszą inspektorom RSPCA – organizacji walczącej z okrucieństwem wobec zwierząt, a także weterynarzom i wolontariuszom, którzy z oddaniem ratują koty w całym kraju. Poznamy również osoby, które przysparzają zwierzątka po przejściach.

PREMIERY: OD 17 MAJA, W PONIEDZIAŁKI, GODZ. 18.00



CANAL+
PREMIUMPREMIERA
W POLSKIEJ TELEWIZJI!

Obsesja

Fascynujący serialowy kryminał, w którym równie interesująca jest rozwikłanie zagadki, kto i dlaczego zabił, jak cała egzotyczna dla nas warstwa obyczajowa. Ta sześciuodcinkowa francusko/izraelska koprodukcja rozgrywa się właśnie w tym drugim kraju. To tam w pierwszym odcinku jesteśmy świadkami ślubu i wesela, na którym w pewnym momencie gaśnie światło, a gdy znowu robi się jasno okazuje się, że świeżo poślubiony pan młody nie żyje. I wszystko (łącznie ze śladami krwi) wskazuje na to, że zabiła go panna młoda.

Rozpoczyna się śledztwo, które robi się coraz bardziej skomplikowane, a pochodząca z Francji panna młoda - Nathalie - okazuje się jedną wielką chodzącą tajemnicą. Tylko czy ktoś zdoła ją rozwikłać zanim znowu ktoś zginie? Reżyserem „Obsesji” jest francuski filmowiec Thomas Vincent, który niegdyś zdobywał nagrody na festiwalu w Berlinie („Karnawał” 1999), a od kilku lat specjalizuje się w serialach kręcąc m.in. kilka odcinków historycznego „Wersalu. Prawa krwi” (2015-17), czy świetny brytyjski miniserial sensacyjny „Bodyguard” (2018).

**EMISJA: OD 28 MAJA,
GODZ. 21.00 ORAZ ONLINE NA
CANALPLUS.COM OD 29 MAJA**

Greta

Mroczny wielkomiejski thriller z jeszcze mroczniejszą tytułową bohaterką. Młoda kelnerka Frances znajduje w nowojorskim metrze drogą torebkę. W środku są dokumenty właścicielki - Greta Hideg, więc następnego dnia Frances idzie odnieść torebkę wraz z zawartością. Greta (Isabelle Huppert) okazuje



się pochodzącą z Francji starszą wdową, która zaprasza ją na kawę. Dwie kobiety zaprzyjaźniają się, tym chętniej, że Frances rok wcześniej straciła matkę i z przyjemnością przebywa w towarzystwie starszej, fascynującej osoby. Fascynacja jest obustronna tyle, że ta ze strony Greta szybko okazuje się niezdrowa. Ten pełen napięcia i narastającej dusznej atmosfery film to dzieło słynnego irlandzkiego twórcy Neila Jordana, nagrodzonego Oscarem za „Grę pozorów”, który wyreżyserował także m.in. „Wywiad z wampirem”, „Śniadanie na Plutonie” i był twórcą serialu „Rodzina Borgiów”. W głównych rolach znana z „Pianistki” i „Elle” francuska gwiazda Isabelle Huppert i jedna z najgorętszych młodych twarzy w Hollywood ostatnich lat Chloë Grace Moretz („Pozwól mi wejść”, „Zostań, jeśli kochasz”).

**PREMIERA: 6 MAJA,
GODZ. 21.00 ORAZ ONLINE NA
CANALPLUS.COM OD 7 MAJA**

Eastern

Jeden z najciekawszych, najodważniejszych i najoryginalniejszych polskich filmów ostatnich lat. A przy tym debiut reżyserski Piotra Adamskiego i pierwszy ważne duże role dwóch młodych aktorek - Mai Pankiewicz i Pauliny Krzyżańskiej. Warto zapamiętać te trzy nazwiska, a przede wszystkim warto obejrzeć „Eastern”. To fabuła, która nie boi się przekraczać barier gatunkowych, zonglować chwytami ze współczesnego kina popularnego i niemalże poetyckimi alegoriami.

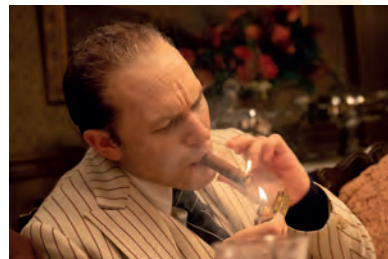


W efekcie dostajemy fascynującą i wciągającą, nieprzesadnie długą (siedemdziesiąt pięć minut) fabułę. Oto Polska jakiej nie ma, ale o której często opowiadamy między sobą wyolbrzymiając swoje obawy i pragnienia. Polska z łatwym dostępem do broni, pełna zamkniętych osiedli, gdzie honor jest najważniejszy, a krwawa rodzinna zemsta jest ceniona ponad wszystko inne. Jak na Dzikim Zachodzie. Jak w średniowieczu. To opowieść o dwóch młodych dziewczynach, które nie do końca potrafią odnaleźć się w takiej rzeczywistości.

**PREMIERA: 21 MAJA,
GODZ. 21.00 ORAZ ONLINE NA
CANALPLUS.COM OD 22 MAJA**

Capone

Takiego filmu o Alu Capone jeszcze nie było, choć powstały ich wcześniej dziesiątki. W najśłynniejszego gangstera w historii wcielali się między innymi Robert De Niro, Jason Robards, czy Jon Bernthal, ale tym razem jest inaczej. Tom Hardy to Al Capone jeszcze nie widzieliście na ekranie. Bo dotąd historie



o Alu kończyły się na tym jak trafia do więzienia. Tymczasem tu, po blisko dekadzie za kratkami, wreszcie wychodzi na wolność. Schorowany, zmęczony, z poważnymi kłopotami psychicznymi. To postać niemalże tragiczna, otoczony bliskimi, którym nie ufa i którzy nie ufają jemu, z agentami FBI na karku, którzy wciąż wierzą, że trafią na trop schowanych przez Capone dziesięciu milionów dolarów. W sumie on też by je chętnie zobaczył, ale nie pamięta, gdzie są... Na ekranie głównemu bohaterowi towarzyszą: Linda Cardellini, jako żona Mae Capone oraz Matt Dillon, Kyle MacLachlan i wcielający się w rolę agenta Harrisa reżyser „Capone”, Josh Trank.

**PREMIERA: 29 MAJA,
GODZ. 21.00 ORAZ ONLINE NA
CANALPLUS.COM OD 30 MAJA**



Klasyczne – elektryczne (sezon 1.)

Obawy związane ze zmianami klimatycznymi i emisją spalin inspirują do różnych działań. Zespół pomysłowych mechaników

wykorzystuje najnowsze technologie i osiągnięcia inżynieryjne, aby restaurować klasyczne pojazdy, przebudowywać je i przekształcać w samochody elektryczne. Każdy odcinek tej serii, wyprodukowanej przez twórców programu „Fani czterech kółek”, skupia się na przebudowie jednego klasycznego pojazdu, takiego jak porsche 911 czy VW camper. Każdy z nich ma wyjątkową



historię, z każdym wiążą się inne wyzwania projektowe i inżynieryjne. Szybkie tempo, duża

dawka wiedzy i rozrywki: „Klasyczne – elektryczne” to współczesne spojrzenie na kwestię renowacji i przebudowy samochodów.

PREMIERA: 14 MAJA, GODZ. 22.00



Mordercza historia (sezon 1.)

Największe miasta przyciągają najróżniejszych ludzi: potężnych i bogatych, skandalistów, osoby zdeprawowane i bohaterów. Gdy



stawka jest wysoka, a w grę wchodzi wiele motywacji i emocji, trudno się dziwić, że to właśnie tam dochodzi do najbardziej dramatycznych

zbrodni. Przestępczość przenika wszystkie aspekty życia społecznego — od zbrodni na szczytach władzy po grzechy ulicy. Co więcej, odzwierciedla także pasje i zainteresowania ludzi w danym momencie historii, dlatego każdy przypadek przestępstwa stanowi wyjątkowe okno na dzieje miast i ich mieszkańców.

PREMIERA: 3 MAJA, GODZ. 22.00; EMISJE: W DNI POWSZEDNIE, GODZ. 22.00



Niebezpieczna Ziemia (sezon 1.)

W ciągu ostatnich pięciu lat nastąpił szybki rozwój technologii rejestracji obrazu, dzięki czemu powstało

mnóstwo nowych materiałów filmowych, które z bliska i niezwykle szczegółowo ukazują niesamowite zjawiska naturalne. Ten bogaty zbiór nagrań wideo



stał się nieocenionym źródłem danych dla naukowców, umożliwiając im badania nieznanych dotąd obszarów. Seria „Niebezpieczna

Ziemia” wykorzystuje te zasoby, aby za ich pomocą ukazać najnowsze osiągnięcia naukowe. Każdy odcinek skupia się na innym zjawisku —

wulkanach, zorzach polarnych, lawinach, górach lodowych, huraganach i błyskawicach

PREMIERA: 15 MAJA, GODZ. 22.00



Biała księżniczka (sezon 1.)

HISTORYCZNY, WLK. BRYT. 2017, REŻ: PHILIPPA GREGORY, EMMA FROST, OBSADA: JODIE COMER, JACOB COLLINS-LEVY, REBECCA BENSON, RICHARD DILLANE, MICHELLE FAIRLEY



Serial telewizyjny oparty na powieści Philippy Gregory o tym samym tytule, będącej częścią serii książek „The Cousins’ War” („Wojna kuzynów”). Anglia jest

pozornie zjednoczona przez małżeństwo księżniczki Elżbiety z Yorku (Lizzie) i króla Henryka VII – ale małżonków dzieli wiele, zarówno na płaszczyźnie osobistej, jak i w kwestiach politycznych. Rozdźwięk między nimi grozi ponownym rozdarciem

królestwa. Krążą plotki, że dawno zaginiony brat Elżbiety, książę Ryszard, żyje i planuje objąć tron, zmuszając Lizzie do dokonania wyjątkowo trudnego wyboru między mężem z rodu Tudorów a chłopcem, który może być jej krewnym i prawowitym królem z rodu Yorków. To opowieść o władzy, rodzinie, miłości i zdradzie, ukazująca jeden z najbardziej burzliwych okresów w historii Wielkiej Brytanii z punktu widzenia kobiet toczących nieustanną walkę o angielski tron.

PREMIERA: 26 MAJA, GODZ. 21.30



SEAL Team (sezon 4.)

Serial pokazuje losy członków najbardziej elitarnego oddziału sił specjalnych amerykańskiej marynarki wojennej. Członkowie grupy SEAL biorą udział

w misjach w różnych zakątkach świata. Życie pod wojskowym rygorem i wyjazdy na śmiertelnie niebezpieczne akcje mają ogromny wpływ na ich psychikę i życie prywatne. Dowódcą tytułowego oddziału jest Jason Hayes (**David Boreanaz**). W skład jego drużyny wchodzi: Ray Perry, prawa ręka Jasona; zdolny i lojalny Sonny Quinn; młody żołnierz, Clay Spenser; analityczka CIA,

Mandy Ellis oraz Lisa Davis, odpowiedzialna za zaopatrzenie drużyny w potrzebny sprzęt przed każdą misją. W 4. sezonie Jason i jego drużyna wyruszą na poszukiwanie przywódcy terrorystów w zaśnieżonych górach Afganistanu.

PREMIERA: 12 MAJA, GODZ. 19.00; EMISJE: OD PONIEDZIAŁKU DO PIĄTKU, PO GODZ. 19.00



Bloom

Serial opowiadający historię australijskiego miasteczka, które nawiedziła niszczycielska powódź. Żywioł zabrał ze sobą życie pięciu osób. Po tych wydarzeniach w miasteczku pojawiła się tajemnicza roślina, dzięki której ponownie można poczuć się młodym. Rośnie ona w miejscu tragicznych wydarzeń, a jeden jej owoc może przywrócić zrozpaczonemu mieszkańcom ich dawną

energię. Jednak wszystko ma swoją cenę. Coraz większa liczba osób jest w stanie zrobić wszystko w zamian za nowy eliksir młodości. Mieszkańcy sielankowego miasteczka będą musieli stawiać czoła niebezpieczeństwu oraz zdecydować, co tak naprawdę jest dla nich w życiu ważne.

PREMIERA: 12 MAJA, GODZ. 21.55; EMISJE: OD PONIEDZIAŁKU DO PIĄTKU, PO GODZ. 22.00



Kryształ (sezon 2.)

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**),

wplątuje się w transakcję, która kończy się śmiercią wpływowego handlarza diamentami. Jego brat, Jake (**Cam Gigandet**), postanawia zadłużyć cały rodzinny interes. Wydarzenia stawiają bohaterów w sytuacji bez wyjścia. W nowym sezonie serialu bracia Green ponownie popadną w niełaskę mafii, po tym jak napadną na kopalnię diamentów w Wenezueli, żeby ratować rodzinny majątek.



PREMIERA: 2 MAJA, GODZ. 0.15; EMISJE: W CZWARTKI, PO GODZ. 22.00



Designated Survivor (sezon 2.)

Historia Thomasa Kirkmana (**Kiefer Sutherland**), który nieoczekiwanie zostaje prezydentem Stanów Zjednoczonych Ameryki. Po zamachu terrorystycznym na Kapitol giną wszyscy członkowie amerykańskiej administracji.

Zgodnie z obowiązującym prawem, stanowisko szefa Białego Domu niezwłocznie obejmuje tak zwany wyznaczony ocalały. Spokojny architekt, pełniący funkcję sekretarza do spraw budownictwa mieszkaniowego i rozwoju miast, w jednej chwili zostaje prezydentem najpotężniejszego mocarstwa na świecie. Musi odbudować siłę Stanów Zjednoczonych na arenie międzynarodowej, decydować o losach amerykańskich żołnierzy i zmierzyć się z wewnętrznymi rozgrywkami w Waszyngtonie. Tymczasem agentka FBI, Hanna

Wells (**Maggie Q**), odkrywa, że atak na Kapitol mógł stanowić jedynie początek misternego planu objęcia władzy i zmiany ustroju Stanów Zjednoczonych. W 2. sezonie serialu prezydent Kirkman dalej będzie próbował odnaleźć sprawców zamachu, który odmienił jego życie oraz stawiać czoła międzynarodowym kryzysom dyplomatycznym na najwyższym szczeblu.

PREMIERA: 13 MAJA, GODZ. 21.30; EMISJE: OD PONIEDZIAŁKU DO PIĄTKU PO GODZ. 20.00



LALIGA SANTANDER (liga hiszpańska)

Rozgrywki **LaLiga Santander** należą do najbardziej widowiskowych w Europie, a końcówka tego sezonu będzie jednym z naj-



bardziej emocjonujących finiszów w ostatnich latach. Na placu boju pozostają **Atlético Madryt**, **Real Madryt** i **FC Barcelona**, które muszą walczyć o każdy punkt, bo różnice w tabeli między nimi są minimalne! W maju odbędzie się pięć serii spotkań, które dadzą ostateczne odpowiedzi na wszystkie pytania. Trójka gigantów zmierzy się z wymagającymi rywalami. Szczególnie ciekawie zapowiada się wyjazdowa konfrontacja **FC Barcelony** z nieprzewidywalną **Valencią CF**. Barça nie może sobie pozwolić na jakiegokolwiek straty, ale musi mieć się na baczności, bo w dwóch poprzednich starciach z tą drużyną zdobyła w sumie tylko jedno „oczko”. Wielką nadzieją Dumy Katalonii będzie niezawodny Leo Messi, który w historii swo-

ich występów przeciwko ekipie z Walencji strzelił w sumie aż 29 goli i zaliczył 13 asyst.

LIGUE 1 UBER EATS (liga francuska)

Sezon nie upływa pod znakiem całkowitej dominacji **Paris Saint-Germain**, jak to miało miejsce w trzech poprzednich latach. Przeciwnie, walka o pierwsze miejsce w tabeli jest bardzo zacięta i będzie toczyć się do ostatniej kolejki. Spore szanse na triumf w całych rozgrywkach, oprócz wspomnianego zespołu z Paryża, mają **LOSC Lille**, **Olympique Lyonnais** oraz **AS Monaco**. W jednym z najciekawszych spotkań decydującej fazy sezonu Paris Saint-Germain zagra z aspirującym do gry w europejskich pucharach Stade Rennais. Kibice ze stolicy Francji będą liczyli na skuteczność swoich największych gwiazd: **Kyliaana Mbappé** i **Neymara**. W maju **ELEVEN SPORTS** pokaże też m.in. mecze z udziałem **Olympique Marsyllia**, gdzie bardzo dobre oceny za grę zbiera napastnik reprezentacji Polski **Arkadiusz Milik**.

2021 FIA FORMULA ONE WORLD CHAMPIONSHIP

Początek nowego sezonu **Formuła 1** pokazał, że w tym roku walka o tytuł mistrza świata może być bardzo zacięta. Głównym rywalem obrońcy tytułu, **Lewisa Hamiltona**, jest **Max Verstappen**, ale wysokie aspiracje zgłaszają też inni kierowcy, m.in. **Valtteri Bottas**, **Sergio Pérez**, **Charles Leclerc** i **Lando Norris**. W maju elita motorsportu spotka się na legendarnym torze w Monte Carlo, by walczyć o zwycięstwo w najbardziej prestiżowym wyścigu w całym cyklu F1. Poprzednie **Grand Prix Monako** dostarczyło kibicom mnóstwa emocji. W wyrównanej walce najlepszy



okazał się Hamilton, ale trzech kolejnych kierowców wpadło na metę tuż za nim. Jak będzie tym razem? Ciekawie zapowiada się także **Grand Prix Hiszpanii**, które odbędzie się już po raz 49. w historii. Tor w Barcelonie jest szczególnie dla **Verstappena**, bo właśnie na nim zaliczył swój pierwszy triumf w karierze i aż cztery razy stawał tam na podium. W ostatnich latach zawsze znajdował się jednak za Hamiltonem. Czy w maju uda mu się wyprzedzić Brytyjczyka?

PGE EKSTRALIGA

Sezon żużlowej **PGE Ekstraligi** rozpoczął się bardzo ciekawie, bo broniąca mistrzostwa Polski **FOGO UNIA Leszno** napotkała silny opór ze strony głównych rywali. W maju w **ELEVEN SPORTS** będzie można zobaczyć między innymi mecz tej drużyny z **MARWIS.PL FALUBAZEM Zielona Góra**, czyli czwartym zespołem poprzedniego sezonu. Na Stadionie im. Alfreda Smoczyka



dojdzie do ciekawej konfrontacji **Emila Sajfutdinowa** i **Janusza Kołodzieja** w barwach gospodarzy z **Patrykiem Dudkiem** i **Piotrem Protasiewiczem** w szeregach gości. Interesująco zapowiada się także starcie **MOJE BERMUDY STALI Gorzów** z **EWINNER APATOREM Toruń**. Formę asa Stalowców, **Bartosza Zmarzlika**, sprawdzi niezwykle groźny **Jack Holder**.

**SEZON FORMULA 1® 2021
TYLKO W ELEVEN SPORTS**

**OGLĄDAJ OD MARCA
DO GRUDNIA**

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

**PGE
EKSTRALIGA**

**MECZE PGE EKSTRALIGI
W ELEVEN SPORTS**

**OGLĄDAJ OD KWIETNIA
DO WRZEŚNIA**

Fot. PGE Ekstraliga



DYSTRYBUCJA: Artur Grobel | Distribution Director

☎ 603 977 308

✉ artur.grobel@elevenports.com

ZAPYTAJ O KANAŁ ELEVEN SPORTS 1 W JAKOŚCI 4K

CSIRT NASK w 2020 roku

Coraz więcej zagrożeń

TEKST NASK

Nasze dane logowania do poczty, banku, portalu społecznościowego czy innej usługi online – głównie na takich informacjach zależy w tej chwili internetowym przestępcom. Według obserwacji specjalistów CSIRT NASK, w porównaniu z rokiem 2019 liczba odnotowanych ataków phishingowych w Polsce wzrosła w 2020 r. o 117 proc.

Zjawisko phishingu to podszywanie się pod inną osobę lub instytucję w celu wyłudzenia loginu i hasła do jakiejś ważnej usługi, np. konta bankowego, poczty elektronicznej lub portalu społecznościowego i właśnie takich incydentów CSIRT NASK zarejestrował w minionym roku najwięcej – ponad **7,6 tys.** Korzystając z możliwości, jakie daje internet, należy zachować podwyższoną czujność i przestrzegać reguł bezpieczeństwa, żeby nie stwarzać cyberprzestępcom okazji do nadużyć. Jest to istotne szczególnie w okresie pandemii, kiedy większość naszej aktywności dzieje się w sieci: praca, nauka, rozrywka, zakupy itp.

Prawie 35 tys. zgłoszeń o naruszeniach w sieci

W 2020 r. eksperci CSIRT NASK zarejestrowali ponad **34,5 tys.**

zgłoszeń o potencjalnych zagrożeniach cyberbezpieczeństwa, w tym przeanalizowali ponad **10,4 tys.** incydentów bezpieczeństwa. Uwagę przestępców zwróciły coraz popularniejsze urządzenia związane z Internetem Rzeczy (IoT). W tym samym czasie odnotowano niemal **6 tys.** powiadomień o infekcjach tego typu urządzeń. Jednocześnie przestępcy wykorzystywali ataki przy użyciu szkodliwego oprogramowania – w ubiegłym roku było **746** takich przypadków.

– Ograniczenie liczby incydentów bezpieczeństwa jest możliwe tylko dzięki wspólnemu zaangażowaniu wszystkich użytkowników sieci. Istotne jest dzielenie się wiedzą o takich zdarzeniach z osobami w najbliższym otoczeniu, w szczególności na poziomie instytucjonalnym. Ważnym elementem monitor-

owania stanu zagrożeń sieci jest rozwój i udostępnianie darmowych narzędzi analitycznych, wspomagających gromadzenie, przetwarzanie i wymianę informacji o zagrożeniach, np. **systemu n6** (stworzony przez CERT Polska system służący do gromadzenia, przetwarzania i przekazywania informacji o zdarzeniach bezpieczeństwa w sieci) oraz MWDB (repozytorium służące do przechowywania próbek złośliwego oprogramowania oraz informacji pozyskanych w toku ich analizy). – mówi **Przemysław Jaroszewski, kierownik Działu CERT Polska**, który realizuje ustawowe zadania CSIRT NASK.

W 2020 r. przy pomocy n6 przetworzono **212 mln** zdarzeń bezpieczeństwa, z czego ponad połowa dotyczyła polskich sieci. Na koniec 2020 r. z platformy n6 korzystało **920** organizacji. W tym samym czasie system MWDB umożliwił przeanalizowanie **492 tys.** próbek szkodliwego oprogramowania, w tym **22 tys.** unikalnych konfiguracji malware.

Coraz więcej materiałów CSAM

Widoczny jest ponadto wzrost liczby incydentów związanych z seksualnym wykorzystywaniem dzieci, na które reaguje **Zespół Dyżurnet.pl**, działający w strukturach





<https://mwdb.cert.pl/register/>

NASK. Na koniec ub. roku liczba zgłoszeń potencjalnie nielegalnych treści wyniosła **13,4 tys.**, a liczba zarejestrowanych incydentów CSAM (materiałów prezentujących seksualne wykorzystywanie dzieci) przekroczyła **2,5 tys.** 183 sprawy zgłoszono policji, a zdecydowaną większość (91 proc.) treści CSAM usunięto w ciągu 48 godz.

Już blisko 70 podmiotów w PdC

Coraz więcej podmiotów uczestniczy w koordynowanym przez NASK programie "Partnerstwo dla Cyberbezpieczeństwa – PdC". Na koniec 2020 r. program wspierało blisko 70 partnerów

reprezentujących różne sektory gospodarki. Ułatwia on m.in. wymianę informacji (przesyłanie ostrzeżeń, rekomendacji) oraz podejmowanie wspólnych inicjatyw i działań, takich jak organizacja konferencji, szkoleń, warsztatów oraz wystąpień ekspertów. W minionym roku w ramach 9 bezpłatnych szkoleń z cyberbezpieczeństwa przeszkolono 806 pracowników jednostek samorządu terytorialnego z różnych województw.

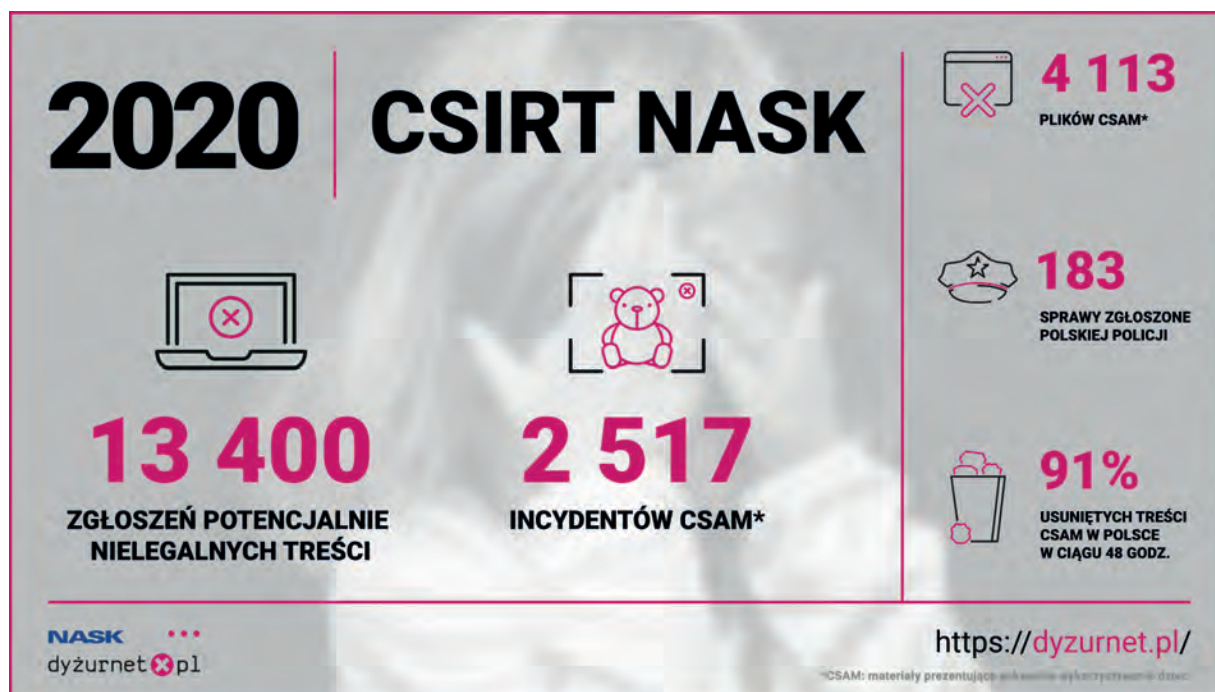
Zgłoś fałszywą stronę lub incydent zagrażający bezpieczeństwu w sieci

Aby ostrzegać użytkowników przed nadużyciami w sieci, CERT

Polska w NASK z inicjatywy Ministerstwa Cyfryzacji pod koniec marca ub. roku uruchomiła specjalną podstronę z listą ostrzeżeń przed fałszywymi i przestępczymi stronami. Lista ostrzeżeń jest efektem porozumienia Ministerstwa Cyfryzacji, NASK i UKE z największymi polskimi operatorami komórkowymi. Z informacji o przestępczych stronach mogą korzystać bezpłatnie również wszyscy inni administratorzy, którzy chcą chronić swoich użytkowników przed atakami

poprzez strony podszywające się pod znane podmioty czy oferowane usługi. Każdy może tam zgłosić naruszenia oraz zapoznać się z ostrzeżeniami https://www.cert.pl/posts/2020/03/ostrzezenia_phishing/.

Informacje o incydentach bezpieczeństwa można zgłaszać za pośrednictwem formularza na stronie: <https://incydent.cert.pl>. Incydenty, dotyczące nielegalnych treści, a w szczególności strony internetowe, na których znajdują się materiały prezentujące dzieci w seksualnym kontekście, należy zgłaszać do zespołu Dyżurnet. pl poprzez stronę <https://www.dyzurnet.pl>.



Raport firmy Veeam

Wyzwalanie zaufania

TEKST EDWIN WEIJDEMA*

Jesteśmy coraz bardziej uzależnieni od technologii, z której korzystamy w celach związanych z pracą, komunikacją i rozrywką. Musimy więc jej zaufać. Jeśli wybraliśmy pracę z domu zamiast dojeżdżania do biura, to chcemy mieć pewność, że nasz laptop jest w pełni sprawny, łącze internetowe stabilne, a niezbędne aplikacje chmurowe zawsze dostępne. Jest jednak naturalne, że podświadomie bardziej boimy się awarii urządzeń i połączeń podczas pracy w domu niż w biurze, gdzie w tym samym budynku pracuje zespół informatyków.

Obdarzenie zaufaniem technologii często oznacza zawierzenie czemuś nieznanemu. Na tym zresztą polega istota zaufania. Czy potrafimy uwierzyć komuś lub czemuś w stopniu, który pozwoli nam przezwyciężyć uczucie niepewności? Bez zaufania nie podejmiemy ryzyka i nie zrobimy kroku w nieznaną, nigdy więc nie niczego nie zmienimy. Przedsiębiorstwa realizują dziś transformację cyfrową. Czy brak zaufania do technologii nie zniechęci ich do podjęcia ryzyka niezbędnego w przypadku każdej zmiany?

Proces obdarzania zaufaniem produktu lub usługi technologicznej jest bardzo podobny jak w przypadku człowieka. Wiąże się z nim kilka mechanizmów. Pierwszy z nich jest oparty na naszym pierwotnym instynkcie. Często wiemy, czy możemy komuś zaufać, już po 30 sekundach od chwili jego poznania. To samo dotyczy technologii. Co decyduje o tym, czy uznamy urządzenie, stronę WWW lub wiadomość za godne zaufania? Wszystko od logotypu marki po pierwszą interakcję z interfejsem użytkownika. Jak wynika z badań, istnieje większe prawdopodobieństwo, że odbierzemy połączenie telefoniczne z numeru, który znamy. Gdy mamy udostępnić dane osobowe

podczas rejestracji na stronie usług online, stajemy się podejrzliwi. Nie wahamy się jednak podać tych samych danych urzędnikowi bankowemu lub doradcy kredytowemu.

Choć nasze instynkty mają wielką siłę, czasem nas zawodzą. W realnym świecie zdarza się, że wierzymy w coś, co nasz przyjaciel powiedział tylko żartem lub jedziemy w niedzielę do biura, ponieważ nasz mózg przełączył się w tryb „autopilota”. W sferze cyfrowej zawierzenie instynktom lub błąd w rozumowaniu może spowodować, że klikniemy w odsyłacz mający na celu wyłudzenie informacji, narazimy na niebezpieczeństwo dane osobowe lub uznamy fałszywą wiadomość za prawdziwą.

Zaufanie nie opiera się jednak tylko na instynktownej reakcji. Nabieramy go z czasem, na podstawie doświadczeń nie tylko naszych, lecz również innych ludzi. Gdy przeczytamy relacje osób, których nigdy nie spotkaliśmy, możemy zmniejszyć poczucie niepewności i niechęć



Edwin Weijde

do ryzyka, aby odważnie zrobić krok w nieznaną. Można to nazwać zaufaniem dystrybuowanym. Łatwiej zaufamy dekoratorowi wewnątrz i powierzmy mu odnowienie mieszkania, jeśli przeczytamy w internecie, że ma on duże doświadczenie i dobre oceny oraz obejrzymy jego prace.

To samo odnosi się do technologii. Przykładowo, większość ludzi nie należy do tzw. „early adapters”, czyli konsumentów, którzy jako pierwsi kupują nowe produkty lub korzystają z nowych rozwiązań technologicznych, zanim wejdą one do powszechnego użytku. Technologia pomaga nam w zmniejszeniu niepewności, zapewniając dostęp do ogromnej liczby informacji, które można nazwać „wyzwalaczami zaufania”.

Większość użytkowników technologii i informatyków woli jednak poczekać. Niezależnie od tego, czy chodzi o nowy smartfon, czy o przeniesienie danych do chmury publicznej, wielu z nas chce przed zakupem zasięgnąć opinii osób, które wcześniej używały już takiego produktu czy usługi.



Trendy w ochronie danych w 2021 r.

Szukamy tych osób wśród kolegów i znajomych, pracowników innych firm, niezależnych konsultantów, a także ludzi zupełnie nam nieznanymi, czasem mieszkających na drugim końcu świata. W branży IT nie bez powodu mówi się, że żaden pracownik nie zostanie zwolniony za korzystanie z produktów niektórych marek. Chodzi o marki, które stały się znane i cenione dzięki swojej niezawodności, spójności i świetnej obsłudze klienta. Ludzie ufają, że produkty i usługi tych marek będą działać zgodnie z zapewnieniami ich dostawców, wspartymi długą historią sukcesów. Postrzegają więc ryzyko inwestycji w taki zakup jako mniejsze niż w przypadku mniej znanych marek. Jednym z najważniejszych czynników, od których zależy zaufanie do technologii w przedsiębiorstwie, jest bezpieczeństwo. Czy dane będą bezpieczne i skutecznie chronione? Firmy chcą również wiedzieć, co się stanie, gdy coś pójdzie nie tak. Na przykład zawiedzie technologia. Jak przywrócić dostęp do usług online i szybko odzyskać dane? Dlatego dziś, gdy zarząd każdej firmy realizuje transformację cyfrową, dyrektorzy ds. informatycznych i informatycy muszą mieć pewność, że dostawcy technologii, którym zaufali, spełnią ich oczekiwania. Jak wynika

z raportu firmy Veeam na temat ochrony danych w 2021 roku, **27 proc. dyrektorów przedsiębiorstw w regionie EMEA uważa, iż zagrożenia cybernetyczne mogą im utrudnić transformację cyfrową w ciągu najbliższych 12 miesięcy.** Dyrektorzy mają więc coraz większą świadomość, że

„Technologia pomaga nam w zmniejszeniu niepewności, zapewniając dostęp do ogromnej liczby informacji, które można nazwać „wyzwalaczami zaufania”.

incydenty z zakresu cyberbezpieczeństwa mogą pogorszyć wyniki finansowe firmy. Z pewnością nie pozostanie to bez wpływu na wybór partnerów w zakresie transformacji cyfrowej. Przedsiębiorstwa zaczynają również rozumieć, że naruszenie bezpieczeństwa danych, zarówno na skutek kradzieży, jak i zgubienia, jest jedną z najpewniejszych dróg do utraty zaufania. Jak wynika z naszych badań, **51 proc. sze-**

fów przedsiębiorstw uważa, iż przestoje i utrata danych mogą osłabić zaufanie klientów, a 34 proc. obawia się w takim przypadku utraty wiary w firmę przez pracowników. Zdaniem 43 proc. ankietowanych incydenty takie szkodzą integralności marki, co wskazuje na nierozzerwalny związek między ochroną danych i zaufaniem.

Jeśli chodzi o obecną skuteczność zabezpieczenia danych w przedsiębiorstwach, to na skutek awarii systemu tworzenia kopii zapasowych i ich niekompletności **nawet 58% danych może pozostawać poza ochroną.** Problemy związane z ochroną danych i cyberbezpieczeństwem stwarzają jednak zagrożenie dla transformacji cyfrowej. Jest oczywiście, że w relacjach człowieka z technologią, niezależnie od tego, czy chodzi o klienta, pracownika czy osobę decyzyjną w firmie najważniejsze jest zaufanie. Przedsiębiorstwa powinny więc zwracać się do zaufanych doradców w zakresie technologii, którzy pomogą im przeprowadzić transformację cyfrową w oparciu o solidne podstawy, z zastosowaniem odpowiednio dobranych zabezpieczeń.

* autor jest globalnym specjalistą ds. technologii w dziale strategii produktowej w Veeam

Polski portfel (nie)elektroniczny

OPR. RED.

Badania zachowań polskich e-klientów pokazują, że tylko 10 proc. badanych deklaruje korzystanie z portfela elektronicznego. Polacy nie są zaznajomieni z tą metodą płatności. Aż 46 proc. nie jest w stanie jasno określić, czy jest to bezpieczne rozwiązanie, pomimo tego, że 76 proc. użytkowników uważa ją za szybki i 74 proc. za wygodny sposób płatności.

W dobie pandemii i przeniesienia wielu aspektów życia do online, skokowo wzrosło zainteresowanie e-zakupami, nawet wśród osób, które dotychczas nie korzystały z cyfrowych rozwiązań i były nieubankowane. Z badania SW Research wynika, że podczas finalizowania e-zakupów Polacy najczęściej wybierają płatności **BLIKIEM** – 58 proc. lub **Pay-by-link** (przelew natychmiastowy) – 27 proc. Na portfel elektroniczny decyduje się 10 proc. badanych. Ta tendencja dotyczy zarówno rozliczania się w sieci, jak i przesyłek wysyłanych za pobraniem, gdzie 39 proc. klientów nadal płaci kartą płatniczą, 9 proc. BLIKIEM, a 87 proc. gotówką. Zaledwie 10 proc. badanych deklaruje korzystanie z portfela elektronicznego, a 21% preferuje tę metodę płatności. Rozbieżność, ponad dwukrotna, wynika najprawdopodobniej z kwestii dostępności tej technologii u sprzedawców online.

Jednak, spośród wszystkich metod płatności, to właśnie w e-portfelu najwyższa liczba badanych (46 proc.) mówi, że „nie wie” lub „trudno im powiedzieć”, czy ta metoda płatności jest bezpieczna. Jest to ponad dwukrotnie wyższy wynik niż w przypadku BLIKA, który jest równie zaawansowany technologicznie. Może to wynikać z braku wiedzy na temat tej metody płatności, ponieważ zaledwie 6 proc. badanych uważa ją za niebezpieczną.



Wierni użytkownicy e-portfela

E-portfel, np. Google Pay jest cyfrowym odpowiednikiem tradycyjnego portfela. W praktyce, jest to konto założone u zewnętrznego pośrednika płatności, umożliwiające przeprowadzanie transakcji bezgotówkowych w czasie rzeczywistym. Za jego pomocą można dokonywać wpłat i wypłat środków, przysyłać pieniądze między e-portfelami oraz podpiąć karty płatnicze i płacić telefonem.

Choć liczba użytkowników e-portfela jest stosunkowo niewielka, to korzystające z niego osoby są przywiązane do jego regularnego użytkowania w codziennych transakcjach. Zapewne świadczy to o korzyściach, jakie wiążą się z tą metodą. 76 proc. badanych uważa e-portfel za szybką, a 74 proc. za wygodną metodę płatności. Co ciekawe, w przypadku pozostałych metod internauci nie wskazywali tych cech tak często.



Paweł Działak

Może to świadczyć o braku wystarczającej wiedzy na temat e-portfela i niewystarczającej popularyzacji go w społeczeństwie. W mojej ocenie wynika to głównie z historii kształtowania się na polskim rynku narzędzi płatniczych. Początkowo największą popularnością cieszyła się płatność automatycznym przelewem pay-by-link, a w ostatnich latach jest to BLIK – komentuje **Paweł Działak, CEO Tpay, operatora płatności online.**

Rejestracja kart w portfelach elektronicznych

Uruchomienie e-portfela wiąże się z rejestracją karty płatniczej w aplikacjach telefonicznych, te w zależności od systemu operacyjnego są różne. Użytkownicy najczęściej korzystają z Google Pay, Apple Pay. Pomimo wymienionych wcześniej dziesięciu procent osób korzystających najczęściej z tej metody płatności, 31 proc. badanych deklaruje zarejestrowanie karty w e-portfelu, 65 proc.

nie wykonało nigdy tej czynności, a 4 proc. nie posiada karty płatniczej. Badani najczęściej nie czują potrzeby korzystania z tej metody płatniczej – 58 proc., nie znają jej – 30 proc., nie mają poczucia bezpieczeństwa przy jej używaniu – 27 proc., nie ufają jej – 23 proc. lub uważają, że jest zbyt skomplikowana – 8 proc..

DDoS atakuje!

OPR. RED.

Przed ponad 2,5 tys. atakami DDoS ochroniła Netia w ostatnich 3 latach jednego ze swoich klientów. Rekordowy pod względem wielkości, skutecznie odparty przez Netię atak miał siłę 162 Gb/s. „Analiza ataków DDoS w latach 2018–2020” przygotowana przez ekspertów z Netii, sugeruje, że wkrótce ataki DDOS mogą się nasilić, m.in. za sprawą spadku notowań kryptowalut

Ataki DDoS (ang. Distributed Denial of Service) inicjowane są przez wysyłanie (przez tzw. urządzenia zombie) wielu zapytań, które swoją skalą paraliżują funkcjonowanie atakowanych serwisów, czy systemów. Tego typu ataki są tanie w realizacji, a mogą skutecznie wyeliminować z sieci dany podmiot na bardzo długi czas. Co więcej, bardzo często atak DDoS służy przygotowaniu gruntu lub zasłony dymnej dla innego typu ataków hakerskich, których skutki mogą być jeszcze dalej idące. Tymczasem w wielu odnotowanych przypadkach wystarczył atak DDoS o skali „zaledwie” 30 proc. maksymalnej przepustowości łącza dostępowego, aby całkowicie sparaliżować krytyczny dla funkcjonowania w sieci serwis klienta. Dlatego **w zakresie cyberbezpieczeństwa ochrona przed atakami DDoS powinna być jedną z pierwszych zaadresowanych kwestii.**

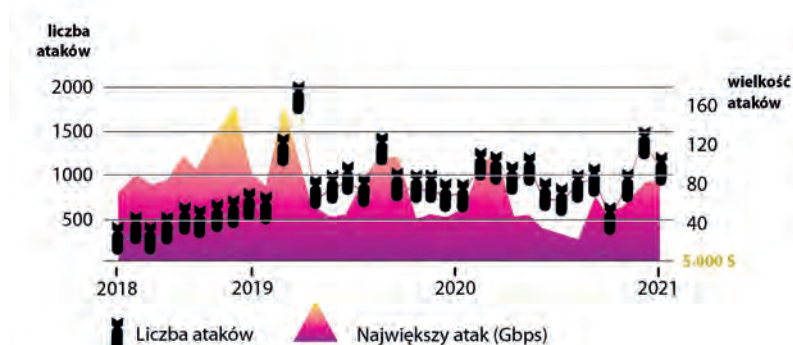
– Netia świadczy usługę ochrony przed atakami DDoS od ponad 6 lat. Z usługi **Netia DDoS Protection** z linii **NetiaNext** korzysta już ponad 300 firm i instytucji. Rekordziści są atakowani po kilkadziesiąt a nawet kilka tysięcy razy w ciągu roku. Gdyby nie nasza ochrona przed atakami DDoS, przez niemal rok mogliby nie istnieć w sieci. – **powiedział Rafał Bakalarz, dyrektor rozwoju sprzedaży B2B ds. ICT w Netii.**

Co ma DDoS do BTC?

Eksperti z Działu Nadzoru Sieci i Security Operations Center Netii, odpowiedzialni m.in. za świadczenie usługi **Netia DDoS Protection** przeanalizowali (zagregowane i zanonimizowane) dane, pochodzące

z platformy monitorującej ataki DDoS w sieci Grupy Netia za lata 2018–2020. Analiza zawiera m.in. przegląd i opis najbardziej powszechnych technik i scenariuszy ataków, metod obrony, prezentuje statystyki na temat zmiętygowanych ataków oraz mapę ich występowania po województwach (nie we wszystkich kategoriach króluje obfitujące w działalność biznesową – Mazowsze i Warszawa). Z wieloletnich obserwacji na temat liczby i siły przeprowadzanych

przychodzący do klienta objętego ochroną jest monitorowany pod kątem anomalii pojawiających się w jego charakterystyce. W przypadku ochrony, po wykryciu przekroczenia przyjętych parametrów ruchu jest przekierowywany do elementu platformy, który służy do mitygacji (oczyszczenia) ruchu. W tym urządzeniu ruch niepożądany jest odfiltrowywany od standardowego ruchu przeznaczonego do danego klienta i odsyłany w kierunku łącza dostępowego klienta.



ataków DDoS można wyciągnąć wniosek, że istnieje, odwrotnie proporcjonalna, korelacja pomiędzy kursami kryptowalut a mocą ataków DDoS. Prawdopodobnie w okresie osłabienia kryptowalut ich posiadacze mają większą skłonność do wydawania ich na cele takie jak właśnie ataki DDoS. Obecny, silny spadek notowań kryptowalut może zatem wywołać nową falę ataków.

Czyszczenie, nie ślepe blokowanie

Netia do odpierania ataków DDoS wykorzystuje zarówno mechanizmy blokowania jak i czyszczenia ruchu do atakowanego klienta. Cały ruch

– Aktywnie rozwijamy i modernizujemy wykorzystywaną platformę, zarówno pod kątem funkcjonalnym – m.in. poprzez wdrożenie i integrację protokołu flowspec – jak i wydajnościowym. Jesteśmy w stanie oczyszczać ruch rzędu 50 Gb/s i odpierać ataki nawet rzędu ponad 160 Gb/s – **powiedział Bartłomiej Zaremba, dyrektor Departamentu Rozwoju i Zarządzania Siecią w Netii.**

Wnioski z analizy ataków DDoS na klientów Grupy Netia w latach 2018–2020 można pobrać ze strony: <https://www.netia.pl/pl/srednie-i-duze-firmy/produkty/bezpieczenstwo/netia-ddos-protection>

OSE pomocne w zdalnej edukacji

OPR. RED.

Ogólnopolska Sieć Edukacyjna (OSE) to program publicznej sieci telekomunikacyjnej, który daje szkołom w całej Polsce możliwość podłączenia do szybkiego, bezpłatnego i bezpiecznego internetu. Program został zaprojektowany przez Ministerstwo Cyfryzacji (obecnie KPRM), a jego założenia realizuje Państwowy Instytut Badawczy NASK – operator OSE – na mocy Ustawy o Ogólnopolskiej Sieci Edukacyjnej.

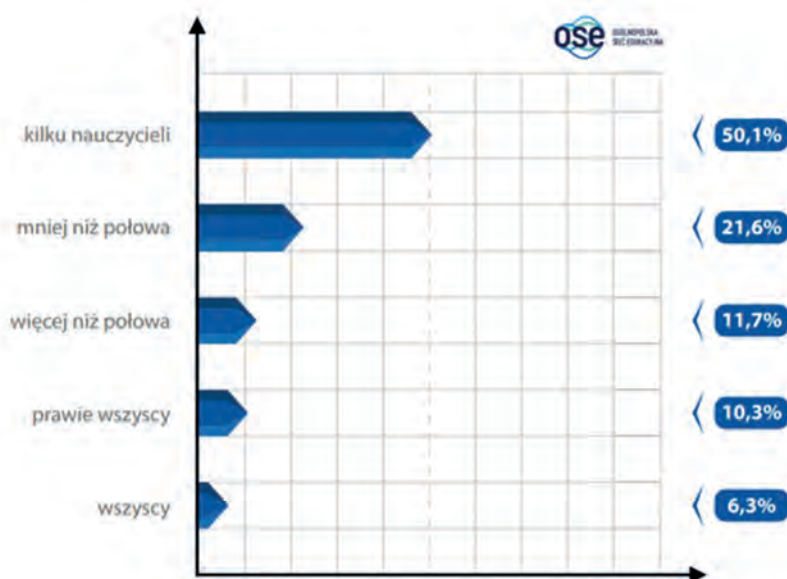
Jest to zarazem jeden z największych projektów teleinformatycznych realizowanych na terenie naszego kraju. NASK dociera z szybkim i bezpiecznym internetem do wszystkich placówek edukacyjnych, szczególnie tych, które dotychczas były go pozbawione lub miały ograniczony dostęp do sieci. Szkoły otrzymują możliwość korzystania z symetrycznego łącza o przepustowości 100/100 Mb/s. Dzięki szybkiemu i bezpiecznemu internetowi każde dziecko w wieku szkolnym może korzystać z nowoczesnych narzędzi. Ma też nieograniczony dostęp do wirtualnych treści edukacyjnych dostarczanych np. za pośrednictwem platformy OSE IT Szkoła. Szerokopasmowy internet OSE pomaga również nauczycielom w sprawnym prowadzeniu lekcji z wykorzystaniem nowych technologii, sprawiając, że są one bardziej atrakcyjne i angażujące.

Szybki, niezawodny, a przede wszystkim bezpieczny internet sprawdził się też podczas pandemii. W wielu przypadkach dzięki programowi OSE edukacja mogła opuścić mury placówek i dotrzeć

do domów wszystkich uczniów. Nauczyciele mają bowiem możliwość korzystania z sieci OSE w szkole i prowadzenia zdalnych lekcji w bezpiecznych warunkach. Jak wynika z badań, robią to bardzo często. Ponadto w ramach

internetu Ogólnopolskiej Sieci Edukacyjnej”, przeprowadzonej w marcu br. wśród szkół należących do programu OSE, pytano dyrektorów placówek m.in. o to, czy nauczyciele chętnie prowadzą lekcje online z budynku szkoły

Wykres 1. Rozkład procentowy odpowiedzi na pytanie: Ilu nauczycieli prowadzi lekcje online z budynku szkoły? n=4552



ministerialnych programów i inicjatywy #OSEWyzwanie szkoły otrzymały niezbędny sprzęt, który trafił też do potrzebujących uczniów. W ankiecie NASK – „Nauka w trybie zdalnym a wykorzystanie

z wykorzystaniem internetu OSE, a także ile czasu dziennie przeznaczają na korzystanie ze szkolnej sieci. Chciano się również dowiedzieć, czy zdaniem respondentów szkoły są wystar-

Ogólnopolska Sieć Edukacyjna nie jest programem obowiązkowym. O przystąpieniu do OSE decyduje dyrektor szkoły za zgodą organu prowadzącego. Do tej pory do programu przystąpiło i zawarło umowę **20 397 szkół** (dane na 13 maja br.). Projekt jest realizowany zgodnie z planem. Blisko 2,5 tys. szkół zdecydowało o nieprzystępowaniu do OSE (powodem jest deklaracja zapewnienia internetu we własnym zakresie lub brak naboru w szkole). Jednocześnie część placówek jeszcze nie zgłosiła się do OSE i w dalszym ciągu możliwe jest zgłoszenie. Proces przystępowania do Ogólnopolskiej Sieci Edukacyjnej jest cały czas otwarty. Codziennie NASK podpisuje nowe umowy ze szkołami. Tylko w tym roku było ich już 1041.

czajaco wyposażone w narzędzia do prowadzenia lekcji online i czy sieć OSE pomaga im w realizacji zadań edukacyjnych.

Duże wsparcie w edukacji online

Z przeprowadzonego badania wynika, że:

- **74,2 proc.** szkół, które są w OSE, prowadzi/prowadziło zdalne zajęcia z budynku szkoły, wykorzystując dostarczany przez NASK internet (z czego **65,7 proc.** – codziennie).

- Im bardziej zurbanizowana gmina, tym częściej lekcje online były prowadzone z budynku szkoły (gmina wiejska – **61,7 proc.**, gmina miejsko-wiejska – **66,6 proc.** oraz gmina miejska – **67,4 proc.**).

- W województwach: dolnośląskim (**76,1 proc.**), zachodniopomorskim (**75,3 proc.**), warmińsko-mazurskim (**73,2 proc.**), lubuskim (**71,9 proc.**) częstotliwość realizacji przez nauczycieli lekcji online „codziennie” z budynku szkoły jest na poziomie ponad **70 proc.** Oznacza to, że prawie trzy na cztery szkoły w tych regionach deklarowały, że kadra pedagogiczna prowadzi lekcje online z budynku szkoły codziennie.

- W szkole podstawowej (**68,4 proc.**) nauczyciele częściej niż w szkole ponadpodstawowej (**53,5 proc.**) prowadzą lekcje online codziennie z klas znajdujących się w budynku szkolnym.

- Prawie w 3/4 szkół co najmniej kilku nauczycieli prowadzi zajęcia online z budynku swojej placówki edukacyjnej („kilku nauczycieli” – **50,1 proc.** oraz „mniej niż połowa” – **21,6 proc.**), a w ponad

10 proc. szkół więcej niż połowa kadry pedagogicznej prowadzi lekcje zdalne stacjonarnie, ze szkoły. W **6,3 proc.** szkół cała kadra nauczycielska prowadzi zajęcia online z budynku szkolnego.

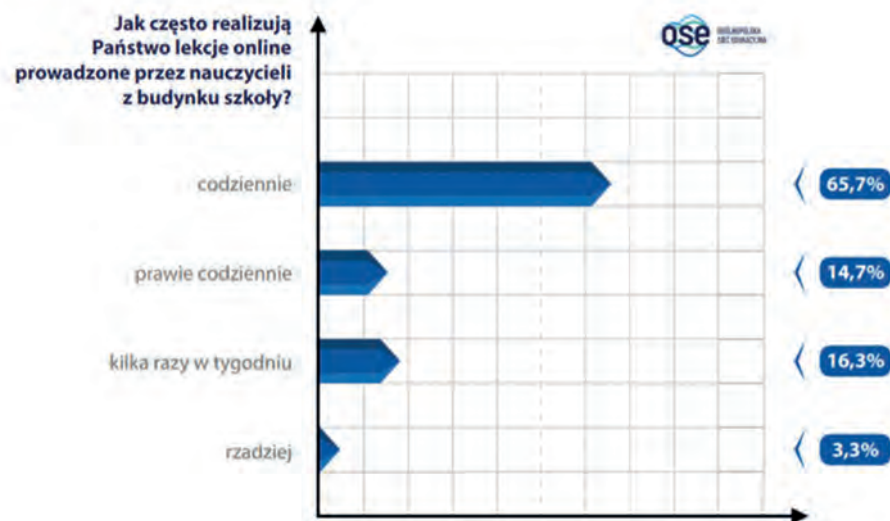
- Ponad połowa (**53,6%**) respondentów każdego dnia korzysta

Nie tylko internet

Szkoły, które przystąpiły do programu OSE, mogą liczyć także na dodatkowe wsparcie w formie wyposażenia i zasobów edukacyjnych

– Przekazaliśmy szkołom 800 pracowni mobilnych z punktem dostępowym do sieci. Każdy zestaw to szafa wyposażona w 16 laptopów, którą szkoła może z łatwością transportować pomiędzy salami, umożliwiając uczniom wykorzystanie narzędzi TIK na wszystkich lekcjach. Szkoły otrzymały również od OSE 60 tys. tabletów z dostępem do internetu. Wiemy, że przekazany sprzęt jest na co dzień wykorzystywany w zdalnym nauczaniu – mówi **Maciej Dudkiewicz, dyrektor Centrum Kontaktu OSE w NASK.**

Wykres 2. Rozkład procentowy odpowiedzi na pytanie: Jak często realizują Państwo lekcje online prowadzone przez nauczycieli z budynku szkoły? n=4552



z internetu w szkole nie dłużej niż sześć godzin. Natomiast **46,4 proc.** ankieterów poświęca na korzystanie ze szkolnego internetu ponad sześć godzin dziennie.

- Prawie **90 proc.** ankieterów deklaruje dobre przygotowanie szkoły do lekcji online w zakresie sprzętowym (**88 proc.**).

- **44,1 proc.** respondentów jest zdania, że nauczycielom nie brakuje narzędzi, które wspomagają nauczanie zdalne.

OSE to także rozwój kompetencji cyfrowych uczniów i nauczycieli. Na **platformie e-learningowej OSE IT Szkoła** znajdują ponad 200 kursów w kilkunastu kategoriach, które pozwolą zdobyć nową wiedzę i lepiej poznać otaczający świat. Cyberbezpieczeństwo, programowanie, sztuczna inteligencja, multimedia, grafika, technologie internetowe i wiele innych – każdy znajdzie tutaj coś dla siebie.

Telefon dla mamy

TEKST MPTECH*

Możliwość stałego kontaktu z rodziną to najcenniejszy prezent jaki możemy podarować. Z okazji majowego Dnia Matki, podpowiadamy, jak wybrać telefon idealny dla mamy! Dziś nawet klasyczna komórka może być przydatnym gadżetem wyposażonym w aparat fotograficzny, radio bądź aplikacje zapewniające rozrywkę, a możliwości jest o wiele więcej.

Na rynku urządzeń mobilnych znajdziemy setki modeli, które różnią się od siebie wyglądem, wielkością, a także dostępnymi funkcjonalnościami. Telefonu dla mamy możemy szukać wśród nowoczesnych smartfonów, klasycznych telefonów komórkowych z klawiszami czy hybrydy łączących dostęp do najpopularniejszych aplikacji z tradycyjnym designem. Przed dokonaniem wyboru warto zastanowić się przede wszystkim na jakie potrzeby ma odpowiadać urządzenie. Czy szukamy jedynie prostego modelu, które pozwoli wykonywać połączenia oraz wysyłać wiadomości czy lepiej sprawdzi się stylowy smartfon posiadający dostęp do najnowocześniejszych aplikacji? Telefon to nie tylko dodatek, ale także przydatne narzędzie, które może stać się nieodłączną częścią życia. Urządzenie dla mamy, tak jak i dla siebie, należy wybierać w oparciu o jej indywidualne potrzeby.

Niezbędny dodatek

Jeśli szukasz prezentu dla aktywnej mamy, która jest prawdziwą duszą towarzystwa, bez trudu odnajduje się w każdej sytuacji, a dodatkowo lubi modne i funkcjonalne urządzenia - rozwiązaniem będzie elegancki smartfon. Dzięki niemu mama nie tylko będzie mogła prowadzić długie rozmowy z rodziną czy przyjaciółmi, lecz także nawiązywać połączenia wideo w aplikacjach mobilnych. Dobry aparat wbudowany w urządzenie, pozwoli jej

tworzyć dokumentację fotograficzną najważniejszych wydarzeń towarzyskich i chwalić się nimi. Duży, przestronny ekran zapewni komfort podczas przeglądania

na smartfonie. **Ułatwieniem dla mamy będzie także funkcja płatności mobilnych dostępnych dzięki technologii NFC - w efekcie nie będzie musiała**



stron, seriali i innych multi-mediów. Na wagę złota może okazać się też możliwość odblokowania urządzenia uśmiechem czy odciskiem linii papilarnych. Ma to szczególne znaczenie dla osób będących w ciągłym ruchu i potrzebujących szybkiego dostępu do danych zapisanych

już pamiętać o portfelu podczas spontanicznych zakupów. Urządzeniem, które sprawdzi się w tym przypadku może być **myPhoneNoweSIM** w kolorze Sapphireblue, z 6-calowym ekranem, aparatem głównym 13 Mpx z trzema obiektywami oraz baterią o pojemności 4000 mAh

zapewniającą długi czas działania na jednym ładowaniu.

Klasyka w nowoczesnym wydaniu

Niektóre mamy wolą tradycyjne, sprawdzone rozwiązania i z rezerwą podchodzą do nowości. Nie wyobrażają sobie życia bez telefonu, ale z tęsknotą wspominają czasy, kiedy urządzenia były prostsze i pozbawione wielu, niepotrzebnych im funkcji. **Ciekawym rozwiązaniem dla mamy, która powoli przekonuje się do nowoczesnych rozwiązań, nie chce „pozostać w tyle”, może być połączenie tradycyjnego telefonu z przyciskami z funkcjami nowoczesnych smartfonów.** Przyjazny design sprawi, że korzystanie z takiego telefonu będzie niezwykle proste, a jednocześnie umożliwi mamie dostęp do takich aplikacji jak WhatsApp, Google Maps i Facebook dzięki systemowi KaiOS. Takie rozwiązanie oferuje m.in. model **myPhone Up Smart LTE**, który może świetnie sprawdzić się także jako pierwszy telefon będący pewnym kompromisem – rozwiązaniem przejściowym – dla starszych kobiet, które chciałyby korzystać z najnowocześniejszych technologii, ale nie czują się jeszcze pewnie w przejściu na model z dotykowym ekranem. Model jest wyposażony w duży ekran 3,2” (największy wśród modeli klasycznych na rynku) i dobry aparat 5 Mpx. Obsługuje LTE oraz GPS i zachwyca stylistyką oferując wszystko, czego potrzeba.

Troska i bezpieczeństwo

Telefon komórkowy powinien także być dobierany do wieku osoby, której ma służyć. Mamie w podeszłym wieku, szczególnie takiej, która na co dzień mieszka z dala od rodziny przyda się urządzenie, które nie tylko zapewni jej możliwość kontaktu z najbliższymi, ale także zadba o jej bezpieczeństwo. W takim przypadku sprawdzą się urządzenia dedykowane specjalnie dla seniorów: wygodne, solidne, proste w obsłudze, a także posiadające funkcję fotokontak-

tów oraz baterię pozwalającą na bardzo długi czas rozmów. **To co może być szczególnie ważne podczas wybierania takiego urządzenia to specjalny, łatwo dostępny przycisk bezpieczeństwa SOS umieszczony na obudowie urządzenia. Umożliwia on natychmiastowe wykonanie połączeń lub wysyłanie wiadomości do zaprogramowanego wcześniej kontaktu.** Korzystanie z tej funkcji nie wymaga odblokowywania telefonu czy wykonywania innych czynności, które mogą być kłopotliwe np. w sytuacji pogorszenia samopoczucia lub nagłego wypadku. Kolejnym udogodnieniem dla mamy, która często rozmawia

o wizycie u lekarza czy wzięciu leków. Zyskujemy także możliwość zdalnego dodawania kontaktów na jej urządzeniu czy sprawdzenia jej przybliżonej lokalizacji. Dzięki temu nawet na odległość, możemy pomóc mamie w codziennych obowiązkach.

Bardzo często rodzice otrzymują telefony „w spadku” po dzieciach czy wnukach, które szukają dla siebie nowego modelu. Takie rozwiązanie sprawia, że szczególnie starsze osoby, zrażają się do nowych technologii, a sprezentowane urządzenia, ze względu na wiele niepotrzebnych i niedostosowanych do potrzeb obdarowanej osoby funkcji, są uciążliwe w codziennym użytkowaniu.



przez telefon z różnych części domu czy ogrodu, może być dołączona do urządzeń mobilnych stacja dokująca. Dzięki niej, telefon odłożony do stacji jest zawsze naładowany i w wiadomym miejscu. Kiedy słuchawka się zawieruszy wystarczy nacisnąć przycisk na stacji, aby komórka zaczęła wydawać dźwięk, który pozwoli ją szybko zlokalizować. Te funkcje posiada klasyczny model telefonu **myPhone Halo Q+ 4family**, który dodatkowo, dla jeszcze większego bezpieczeństwa seniorów, **ma udostępnioną bezpłatną aplikację 4family. Umożliwia ona zdalną pomoc w zarządzaniu telefonem mamy z poziomu smartfona bliskiej osoby – córki bądź syna.** Oznacza to, że po zainstalowaniu oprogramowania na wybranym urządzeniu, możemy nie tylko wysyłać mamie przypomnienia

Jeśli mama woli klasyczny model telefonu – zamiast zachęcać ją do korzystania z dobrodziejstw technologii – lepiej postawić na coś na miarę jej aktualnych potrzeb i możliwości. Pamiętajmy o tym, że najlepszy prezent, to ten подарowany od serca.

* mPTech Sp. z o.o. to jeden z największych polskich producentów smartfonów i telefonów komórkowych, który działa w 15 krajach Europy. Jest członkiem Grupy Kapitałowej TelForceOne, będącej czołowym producentem i dystrybutorem elektroniki użytkowej w Europie Środkowo-Wschodniej. mPTech jest autorem aplikacji mobilnej 4family, zwiększającą bezpieczeństwo i poprawiającą zdalną opiekę nad osobami starszymi oraz dziećmi.

Plan kar przekroczony

Urząd Komunikacji Elektronicznej w 2020 r. zrealizował zakładany plan finansowy z naddatkiem, tj. planowane dochody budżetowe urzędu, były minimalnie wyższe niż zakładano, a wydatki – niższe. Trzeba tu jednak zaznaczyć, że w ciągu 2020 r. w związku z odwołaniem aukcji na pasma radiowe 3,5 GHz początkowy plan dochodów UKE uległ zmianie (nowelizacja ustawy budżetowej). Początkowo bowiem zakładano, że UKE w 2020 r. osiągnie dochody budżetowe na poziomie **2 676 651 tys. zł**, a wydatki – **125 536 tys. zł**. Gdy wiadomo już było, że aukcja 5G się nie odbędzie, plan dochodów UKE na 2020 r. został obniżony do poziomu **763 859 tys. zł**. Ostatecznie okazało się, że Urząd przekroczył ten plan, zapewniając budżetowi dochody w kwocie **796 928 tys. zł**, co oznacza, że wykonał w tym zakresie 104,3 proc. planu. Jeśli chodzi o wydatki UKE, to wyniosły one **112 123 tys. zł** tj. 94 proc. Zakładanych po zmianach. Urząd finansował głównie działalność bieżącą (ok. 103,5 mln zł), na inwestycje przeznaczając natomiast blisko 8,7 mln zł. Największa pozycję w dochodach urzędu stanowiły wpływy z tytułu opłat za koncesje i licencje (w 2020 r. to kwota 380, 2 mln zł) oraz opłaty za prawo do wykorzystywania częstotliwości radiowych, z czego budżet w ub. r. uzyskał 307,4 mln zł. Znacznie więcej niż UKE początkowo zakładał wyniosły wpływ z tytułu kar i grzywien – **sięgnęły 2,3 mln zł**, co oznacza przekroczenie planu o 233 proc.

Orange wzmacnia zespół

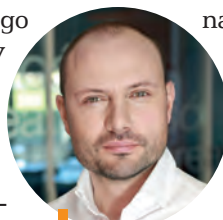
Orange Polska wzmacnia zespół zarządzający przygotowując się do nowej strategii. Z początkiem lipca **Jolanta Dudek**, jako wiceprezes, obejmie nadzór nad działaniami spółki na rynku konsumenckim. **Bożena Leśniewska** poszerzy zakres swojej odpowiedzialności przez dołączenie struktur obsługi i doświadczeń klientów biznesowych do zarządzanego przez nią rynku biznesowego. Do ścisłego kierownictwa firmy dołącza **Artur Stankiewicz**, obejmujący nowo utworzone stanowisko dyrektora wykonawczego ds. digitalizacji. Zmiany zatwierdziła Rada Nadzorcza Orange Polska podczas posiedzenia 19 maja. Nowa struktura ścisłego kierownictwa firmy odpowiada strategicznemu znaczeniu cyfryzacji jako jednemu z kluczowych priorytetów



Jolanta Dudek



Bożena Leśniewska



Artur Stankiewicz

Orange. – Jestem przekonany, że ogłoszone dzisiaj zmiany wzmocnią naszą firmę w realizacji nowej strategii, którą ogłosiliśmy w czerwcu. Powierzenie relacji z klientami dwóm głównym liniom biznesowym, kierowanym przez Jolę i Bożenę, będzie korzystne dla naszych klientów. Dzięki temu wzmacniamy nasze działania na rzecz budowania wartości – mówi **Julien Ducarroz**, prezes Orange Polska. – Aby skutecznie konkurować i dalej podnosić naszą efektywność, musimy szybciej i skuteczniej cyfryzować nasze działania: w sprzedaży, obsłudze klienta czy naszych wewnętrznych procesach. Wierzę, że Artur dzięki swojemu bogatemu doświadczeniu, m.in. związanemu z budową innowacyjnej oferty Orange Flex, jest właściwą osobą, aby rozpędzić cyfrowy rozwój naszej firmy – dodaje.

Targi IFA 2021 – odwołane

Organizatorzy tegorocznych targów IFA w Berlinie, planowanych od 3 do 7 września br., odwołali wydarzenie powołując się na szybkie pojawianie się nowych wariantów COVID-19 oraz utrzymującą się niepewność związaną z wdrażaniem szczepionek na całym świecie. Co prawda, według danych Bloombergu podano już ponad 1,51 miliarda dawek szczepionek, niestety w większości tylko w USA, Europie i Chinach. To nadal za mało. Do tego część terenów, na których organizowane są targi, jest wykorzystywana jako szpi-

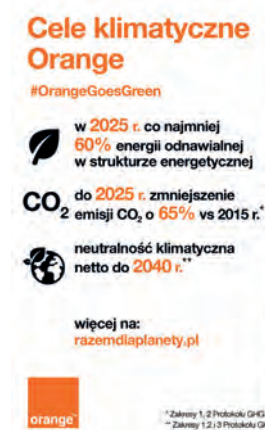


tal polowy i centrum szczepień. Prawdopodobnie miejsca pozostaną zajęte dłużej niż było to planowane. – W tym momencie jest po prostu zbyt wiele niewiadomych. Dlatego teraz jest praktycznie niemożliwe, aby bezpiecznie i odpowiedzialnie wziąć udział w jakichkolwiek targach. – powiedział **Kai Hillebrandt**, członek zarządu gfu Consumer & Home Electronics GmbH

#OrangeGoesGreen

Zmiana klimatu i degradacja środowiska są realnymi zagrożeniami dla przyszłości planety. **Orange Polska** ogłasza konkretne cele klimatyczne, które zobowiązuje się zrealizować, by zminimalizować wpływ dzia-

bepośrednie i pośrednie (zakresy 1 i 2 Protokołu GHG) jak i emisje w łańcuchu wartości (zakres 3). W pierwszym okresie działań, do 2025 r., Orange Polska zmniejszy emisje CO₂ w zakresach 1 i 2 Protokołu GHG (tj. bezpośrednie i pośrednie emisje własne) aż o 65 proc. w porównaniu do roku 2015. Osiągnięcie celu będzie możliwe przede wszystkim dzięki zwiększaniu udziału energii odnawialnej w strukturze energetycznej – do co najmniej 60 proc. w roku 2025 w oparciu o długoterminowe umowy zakupowe bezpośrednio z producentami energii odnawialnej (PPA) a także poprzez dalszą pracę nad efektywnością energetyczną sieci. Operator przyspiesza



łalności na środowisko naturalne. Operator, podobnie jak cała globalna Grupa Orange, chce osiągnąć neutralność klimatyczną netto (**Net Zero Carbon**) do 2040 r., dziesięć lat przed celami klimatycznymi UE w Strategii Zielonego Ładu czy rekomendacjami GSMA dla operatorów telekomunikacyjnych. Neutralność obejmie zarówno własne emisje

także działania zmierzające do redukcji emisji w całości łańcucha dostaw, tj. z uwzględnieniem dostawców i klientów (tzw. zakres 3). To bezpośrednia kontynuacja dotychczasowych działań. Orange Polska zredukował o 20 proc. emisje CO₂ pomiędzy rokiem 2015 i 2020, pomimo zwielokrotnienia transmisji danych w sieciach.

Internet Explorer na odchodnym

Przeglądarka Internet Explorer 11 idzie w odstawkę. Już 15 czerwca 2022 r. przestanie być wspierana przez Microsoft. Program zostanie całkowicie zastąpiony przez **Edge**, czyli nową przeglądarkę amerykańskiej korporacji. IE został powołany do życia jeszcze w 1995 r.



i ma dzisiaj ponad 25 lat na karku. Nic dziwnego, że jego czas dobiegł końca. Koniec wsparcia został oficjalnie ogłoszony za pośrednictwem bloga Microsoftu. Przy okazji twórcy Windowsa przywołali trzy główne powody, dla których warto zmie-

nić Internet Explorera na Edge'a. To przede wszystkim: **większe bezpieczeństwo**, w czym zasługa między innymi Microsoft Defender

SmartScreen, **nowe funkcje, szybsze działanie i mniejsze zużycie energii**, a także kompatybilność zarówno z nowymi, jak i starszymi stronami internetowymi. Internet Explorer 11 zniknie ze wszystkich, konsumenckich wersji Windowsa 10, a także z wersji IoT. Natomiast nadal będzie wspierany w LTSC (Long Term Support Channel) oraz wersjach serwerowych systemu.

Amazon kupi MGM?

MGM Holdings, jak informuje BBC, już od końca 2020 r. bada możliwość sprzedaży **MGM Studios**. Wśród chętnych na zakup historycznego studia filmowego ma być **Amazon**, który oferuje 9 mld dolarów na przejęcie praw do charakterystycznego logo z Lwem i tysięcy filmów. Dla Amazona przejęcie MGM byłoby znaczącym krokiem w rozwoju usługi Prime Video, gdyż katalog studia obejmuje filmy od Złotego Wieku Hollywood po dzień dzisiejszy. Wśród dawnych produkcji to jedno z największych hitów

wszechczasów, jak „Ben Hur” czy „Czarnoksiężnik z Oz”, a wśród nowszych – filmy o Jamesie Bondzie, serial „Opowieści podręcznej” czy ekranizacje „Hobbita”. Z taką biblioteką filmów i seriali Amazonowi łatwiej byłoby konkurować z gigantami – czy to powstającym w wyniku połączenia WarnerMedia z Discovery czy z Disney+ i jego olbrzymim katalogiem hitów. Disney i Warner nadal mają, nawet łącznie, mniej subskrybentów od największego serwisu wideo, Netfliksa, ale obie korporacje mają na wyłączność hity, które mogą przyciągać widzów. Amazon ma w katalogu trochę własnych, uznanych produkcji, jak „The Boys”, „Bosch” czy „Człowiek z Wysokiego Zamku”, ale brak mu jednak w katalogu Prime dużych i starych hitów. Przejęcie MGM oznaczałoby znaczące wzmocnienie w konkurencji z pozostałymi gigantami rynku.



Współpraca Play i Samsunga

Play korzysta z innowacyjnych rozwiązań oferowanych przez różnych dostawców sprzętu infrastruktury telekomunikacyjnej, aby osiągać jeszcze lepsze parametry sieci i zapewniać najlepszą jakość usług swoim klientom. Dlatego we współpracy z firmą **Samsung** przeprowadzi testy sieci mobilnej czwartej i piątej generacji. Podczas badań laboratoryjnych oraz testów komercyjnych, które zostaną przeprowadzone w Warszawie, firmy wspólnie sprawdzą możliwości oraz wydajność najnowszych rozwiązań sieciowych. – W Play jesteśmy otwarci na innowacyjne technologie proponowane przez naszych partnerów. Współpraca z firmą Samsung to kolejna inicjatywa, która pozwala nam wybierać rozwiązania najlepsze dla rozwoju naszej sieci. To właśnie jej rozbudowa i modernizacja bezpośrednio przekładają się na komfort naszych klientów. – powiedział **Michał Ziółkowski**, członek zarządu i dyrektor ds. technicznych Play. W ramach współpracy, Samsung dostarczy swoje najnowsze rozwiązania – stacje bazowe obsługujące technologie 4G i 5G **Massive MIMO** funkcjonujące w niskim i średnim paśmie. Oferowane rozwiązanie dzięki obsłudze technologii 4G i 5G przy użyciu jednego urządzenia, umożliwia osiągnięcie większej przepustowości i większej elastyczności w zarządzaniu siecią. Jest to kolejna z inicjatyw podjętych przez operatora w celu rozwijania zaawansowanych technologicznie rozwiązań i wykorzystania potencjału sieci 5G.

Play z nowym finansowaniem...

Zarząd P4 podpisał w imieniu sieci Play nową **Umowę Kredytów Terminowych i Odnawialnych** na łączną kwotę **5,5 mld zł**. Umowa została zawarta z konsorcjum banków Credit Agricole Corporate and Investment Bank, Raiffeisen Bank International AG oraz Santander Bank Polska. Są one jednocześnie głównymi organizatorami, pierwotnymi kredytodawcami i gwarantami finansowania. Pierwotnym kredytodawcą jest także Credit Agricole Bank Polska. Po spełnieniu uzgodnionych przez

strony umowy warunków, kredyt terminowy w kwocie 3,5 mld zł zostanie udzielony na okres 5 lat, zaś kredyt odnawialny w kwocie 2 mld zł będzie dostępny przez okres 3 lat, z możliwością jego przedłużenia lub zamiany na kredyt terminowy, za zgodą kredytodawców. Kredyty nie są zabezpieczone. Finansowanie wydłuża termin spłaty długu spółki o 5 lat, do 2026 r. Środki finansowe mogą być wykorzystane na spłatę obecnego zadłużenia spółki oraz na ogólne cele korporacyjne.

... i zmianami w strukturze zarządczej

Po przejęciu przez **Grupę Iliad** w listopadzie 2020 r. **Play (P4)** stał się częścią jednej z największych grup telekomunikacyjnych w Europie. Tym samym Play rozpoczyna nowy rozdział swojego rozwoju. **Jean Marc Harion**, którego funkcja CEO została potwierdzona przez Grupę Iliad, pokieruje rozwojem spółki w najbliższych latach, wspólnie z nowym **Executive Team**, składającym się z 9 osób. **Piotr Kuriata**, chief strategy officer, **Mikkel Noesgaard**, chief marketing officer oraz **Michał**



Ziółkowski, chief technology officer pełnią swoje dotychczasowe funkcje i odpowiadają za obecne obszary. Do Executive Committee dołączą **Michał Gramatnikowski** jako chief customer service officer, **Paweł Pasowicz** jako chief IT officer, **Rafał Sidorowicz** jako chief sales officer, **Małgorzata Zakrzewska** jako chief corporate communications officer oraz **Ewa Zmysłowska** jako chief people officer. Na stanowisko chief financial officer zostaje powołana **Beata Zborowska**.



Twitter kupił Scroll

Twitter przejął Scroll, platformę pozwalającą blokować reklamy na stronach wydawców serwisów informacyjnych. Koncern kierowany przez Jacka Dorsey'a przymierza się do wprowadzenia nowej oferty dla partnerów biznesowych. Kwota transakcji nie została ujawniona.



W zamian za subskrypcję wynoszącą 5 USD miesięcznie, użytkownicy mogą przeglądać interesujące ich strony z newsami bez pojawiających się reklam. Umowa pomiędzy Scroll a Twitterem ma zostać sfinalizowana w ciągu kilku miesięcy, na pewno jeszcze w tym roku.

LG rezygnuje ze smartfonów

LG oficjalnie ogłosiło, że zamyka dział odpowiedzialny za projektowanie i produkcję smartfonów. Decyzję zatwierdziła już rada dyrektorów – informuje serwis **benchmark.pl**. Strategiczna decyzja LG o wyjściu z niezwykle konkurencyjnego sektora telefonii komórkowej umożliwi

robotyka, sztuczna inteligencja i rozwiązania typu business-to-business, a także na platformach i usługach. Jak podano w krótkim komunikacie, likwidacja działu telefonii komórkowej zostanie zakończona do 31 lipca br. Jednocześnie LG zapewnia, iż zadba o wsparcie serwisowe oraz zaplanowane aktualizacje oprogramowania dla swoich obecnych klientów (i tych, którzy ewentualnie zdążą kupić smartfona LG). Jeszcze przez pewien czas producent będzie współpracować z dostawcami i partnerami biznesowymi. Idąc dalej, LG wciąż będzie wykorzystywać swoje doświadczenia



Fot. Benchmark.pl

firmie skoncentrowanie się na obszarach, w których notuje wzrosty, takich jak komponenty do pojazdów elektrycznych, urządzenia do łączności, smart home,

w dziedzinie mobilności i rozwijając technologie z nią związane, takie jak 6G, aby wzmacniać konkurencyjność w innych obszarach biznesowych.

Amazon w kosmosie

Amazon ogłosił, że pozyskał dziewięć rakiet od **United Launch Alliance (ULA)**, które pozwolą mu rozpocząć budowę systemu udostępniania internetu z kosmosu w ramach **Projektu Kuiper**, informuje Puls Biznesu za Reutersem. ULA to raketowe joint venture stworzone przez **Boeinga i Lockheed Martina**. Jego rakiety **Atlas V** to pierwsze z wielu, których Amazon użyje do wyniesienia na orbitę satelitów tworzących sieć udostępniającą szerokopasmowy internet nawet w odległych zakątkach Ziemi. Reuters przypomina, że Projekt Kuiper przewiduje budowę kosztem 10 mld USD sieci 3236 sate-

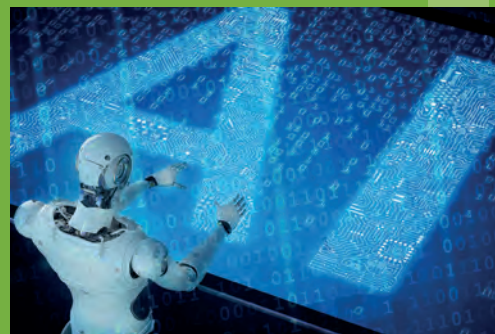
litów. Obecnie w Amazon pracuje przy jego realizacji ok. 500 osób. System udostępniania internetu z kosmosu buduje także **SpaceX**, kosmiczna spółka Elona Muska.



Jej prace są tak zaawansowane, że system Starlink udostępnia już usługi w wersji beta w wielu obszarach świata, głównie na północnej półkuli.

Ryzyko sztucznej inteligencji

Rozwój nowoczesnych systemów nie może doprowadzić do pogwałcenia praw człowieka – uznała **Komisja Europejska**, która przedstawiła program działania UE na najbliższe lata – informuje Dziennik Gazeta Prawna. „Chociaż większość systemów AI (sztucznej inteligencji – przyp. red.)



stwarza niskie ryzyko lub nie stwarza go w ogóle, to niektóre systemy AI powodują zagrożenia, którym należy przeciwdziałać, aby uniknąć niepożądanych skutków. Na przykład nieprzejrzystość wielu algorytmów może prowadzić do niepewności i utrudniać skuteczne egzekwowanie obowiązujących przepisów dotyczących bezpieczeństwa i praw podstawowych”. To kluczowe zdania z prezentacji Komisji Europejskiej poświęconej rozwojowi sztucznej inteligencji w Europie. Mówiąc najkrócej: oprócz inwestowania w robotyzację i nowoczesne technologie, nie można zapomnieć o etyce i poszanowaniu praw jednostki, np. do prywatności. A kto z biznesu zapomni, słono za to zapłaci. Takie założenie przynajmniej przyświeca projektowi nowego rozporządzenia oraz nowym ramom prawnym.

Pay-Per-View na Facebooku

Facebook już od jakiegoś czasu rozwija własny serwis streamingowy w systemie **Pay-Per-View**, na którym mogą być pokazywane różne wydarzenia. Teraz serwis chce rozwinąć się o imprezy sportowe. – dowiedział się serwis telepolis.pl. Nie chodzi jednak o NBA, NHL, UFC czy Mistrzostwa Świata w piłce nożnej. Serwis społecznościowych chce, aby jego platforma służyła do transmitowania mniejszych

wydarzeń, na których zarabiali by bezpośrednio użytkownicy, którzy dany stream prowadzą. W praktyce sprowadza się to np. do możliwości transmitowania meczów piłkarskich drużyn szkolnych, za oglądanie których mogliby płacić rodzice lub inni członkowie rodziny i znajomych. Mechanizm został wykorzystany już między innymi przez organizatorów triathlonu Challenge Miami, gdzie możliwość oglądania zmagania kosztowała 2,99 USD. Wydarzenie cieszyło się dużym zainteresowaniem i przyciągnęło aż 18 tys. oglądających, z czego 70 proc. pochodziło spoza Stanów Zjednoczonych. W ten sposób organizatorzy zarobili dodatkowe 50 tys. dolarów, bowiem Facebook na razie nie pobiera żadnej prowizji od tego typu wydarzeń (to zapewne zmieni się w przyszłości). Funkcja transmitowania wydarzeń na Facebooku w systemie Pay-Per-View jest już dostępna w 44 krajach.

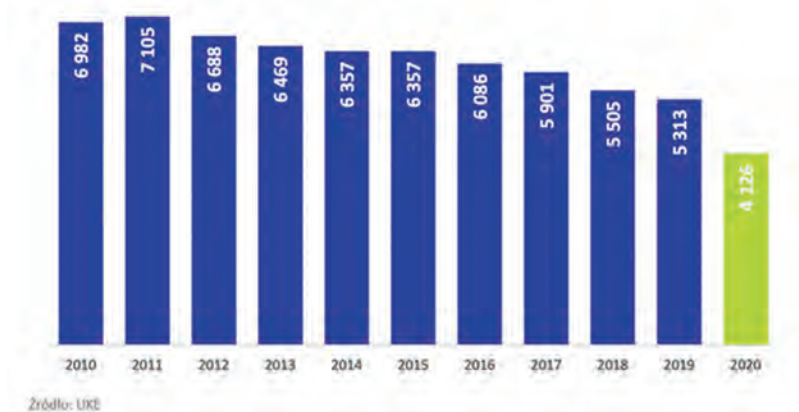


RPT maleje, RJST rośnie

Urząd Komunikacji Elektronicznej podał, że w 2020 r. dokonano **199 wpisów** do rejestru przedsiębiorców telekomunikacyjnych (**RPT**) i **1386** wykreśleń z niego. W przypadku rejestru jednostek samorządowych prowadzących działalność telekomunikacyjną (**RJST**) dokonano **105 wpisów** oraz jednego wykreślenia. Ogółem według stanu na koniec 2020 r. w RPT znajdowało się 4126 podmiotów, a w RJST 524 jednostki. Oznacza to, że liczba podmiotów zarejestrowanych w RTP spadła do najniższego poziomu od dekady i systematycz-

nie zmniejsza się z roku na rok od 2011 r., kiedy to w rejestrze UKE było 7105 przedsiębiorców deklarujących prowadzenie działalności telekomunikacyjnej. Na koniec 2019 r. w RPT było natomiast **5313** podmiotów. Systematycznie rośnie natomiast liczba samorządów zgłaszających prowadzenie działalności telekomunikacyjnej. Tegoroczny skok (ponad 100) był znacznie większy niż w ostatnich latach, co ma związek z uczestnictwem przez nie w takich programach jak WiFi4EU czy uruchamianie hotspotów z dofinansowaniem z POPC.

Przedsiębiorcy telekomunikacyjni wpisani do RPT



Wsparcie KE dla cyberbezpieczeństwa

Komisja Europejska udostępni **11 mln euro** funduszy na **22 nowe projekty** mające na celu wzmocnienie zdolności Unii Europejskiej do powstrzymywania i łagodzenia cyberzagrożeń i incydentów poprzez zastosowanie najnowszych technologii. Projekty, które wybrano spośród wniosków składanych w ramach programu „Łącząc Europę”, będą wspierać różne organizacje zajmujące się cyberbezpieczeństwem w 18 państwach członkowskich. Beneficjentami dofinansowania są zespoły reagowania na incydenty bezpieczeństwa komputerowego, operatorzy usług kluczowych w sek-

torach zdrowia, energetycznym, transportowym i innych, a także podmioty zajmujące się certyfikacją i testowaniem cyberbezpieczeństwa, zgodnie z definicją zawartą w unijnej ustawie o cyberbezpieczeństwie. Jak dotąd UE sfinansowała prawie 47,5 mln euro na wzmocnienie bezpieczeństwa cybernetycznego w UE w latach 2014–2020 za pośrednictwem programu „Łącząc Europę”. Ponadto ponad 1 miliard euro w ramach programu Cyfrowa Europa zostanie skierowany na obszary, na których koncentruje się nowa Strategia UE w zakresie cyberbezpieczeństwa.

HAMMERY

w trzech liniach

HAMMER, polska marka telefonów i smartfonów o wzmocnionej konstrukcji, której właścicielem jest **mPTech**, będzie oferować klientom telefony w trzech subliniach: **HAMMER Adventure**, **HAMMER Athlete** i **HAMMER Industrial**. Podział na sublinie to efekt wewnętrznych analiz i doświadczeń oraz odpowiedź na potrzeby użytkowników wzmocnionych modeli telefonów, oferowanych przez firmę zarówno w kanale B2B, jak i B2C. Tak podzielony asortyment jest dopasowany do oczekiwań poszczególnych grup klientów pod kątem funkcjonalności oraz cech fizycznych produktu np. ze względu na zaawansowanie technologiczne czy odporność. **HAMMER Adventure** to propozycja dla bardziej „hardcorowych” użytkowników, podróżników oraz zawodowców, którzy potrzebują wyjątkowo odpornego telefonu o specjalistycznych funkcjach



i wyższych parametrach technologicznych, umożliwiającym im dokumentowanie ekstremalnych przeżyć. **HAMMER Industrial** powstał z myślą o użytkownikach, którzy pracują w trudnych warunkach, oraz tych potrzebu-

jących nieskomplikowanego, lecz wytrzymałego telefonu. **HAMMER Athlete** to linia dla osób aktywnych zawodowo i sportowo, ceniących rozwiązania bardziej zaawansowane i wytrzymałe, a jednocześnie o mniej „pancernym” designie.

Trio z nju mobile

Od maja w **nju mobile** można oprócz głównego, korzystać z dwóch dodatkowych numerów. Trzeci numer kosztuje **19 zł** i oprócz nielimitowanych połączeń, SMS-ów i MMS-ów oferuje również dodatkowe 10GB internetu. To odpowiedź na potrzeby klientów, którzy komunikowali, że chcieliby mieć w ofercie kolejny numer dodatkowy. Wprowadzenie nowego numeru dodatkowego oznacza, że teraz w **nju** dostępna jest bardzo atrakcyjna oferta



w trio. Do tej pory, aby mieć pełną ofertę dla trzech numerów, trzeba było kupić trzecią kartę

za 29 zł. Teraz trzeci numer jest tańszy o 10 zł. Dzięki temu każdy numer z trio kosztuje tyle samo, czyli po 19 zł.

Zarzuty przeciw TeleGo

Prezes UOKiK **Tomasz Chrósty** wszczął postępowanie przeciwko operatorowi telefonicznemu, spółce **TeleGo**. Spółka świadczy usługi telekomunikacyjne w sieci stacjonarnej, komórkowej, usługi dostępu do internetu oraz usługę teleopieki. Do Urzędu trafiły liczne skargi, z których wynika, że przedstawiciele firmy dzwonią do



konsumentów z propozycją zawarcia umowy i następnie odwiedzając ich w domu, mogą wskazywać lub sugerować, że reprezentują ich dotychczasowego operatora telefonicznego. Konsumenci mogą być przez to przekonani, że rozmowa i przedkładane im dokumenty dotyczą jedynie zmiany warunków umowy z dotychczasowym dostawcą. Kolejny zarzut to niewydawanie konsumentom wzoru oświadczenia lub formularza odstąpienia od umowy, co może utrudniać im odstąpienie od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. Z niektórych skarg wynika, że przedstawiciele spółki w ogóle nie pozostawiają podpisanych dokumentów lub dostarczają je z opóźnieniem, wobec czego konsumenci nie mają możliwości zweryfikowania, z kim i jaką umowę podpisali. Spółce **TeleGo** grozi kara do 10 proc. rocznego obrotu. W przeszłości Prezes UOKiK karał już firmy telekomunikacyjne za podszywanie się pod dotychczasowego operatora, np.: **PGT** (Telefonia Polska Razem), **Telekomunikacja Cyfrowa**, **Tvoja Telekomunikacja**, **Nasza SA** czy **Telestrada**.

Chatbot w e-sklepie

Krajowy Integrator Płatności (Tpay) oraz **KODA**, dostawca systemu operacyjnego do automatyzacji komunikacji, jako pierwsi w Polsce wdrożyli nowe rozwiązanie do płatności w e-commerce. Innowacyjna metoda wykorzystuje bezpieczne płatności **BLIKIEM** oraz rozwiązania chatbotowe, które umożliwiają rozliczenie płatności w komunikatorze, np. w Messengerze lub na chacie sklepu internetowego. Pomysł na wykorzystanie chatbotów do dokonywania transakcji zakupowych jest wynikiem obserwacji i analizy zmieniających się nawyków konsumentów. Oczekują oni



maksymalizacji wygody i skracania procesów płatności, przy jednoczesnym zachowaniu 100 proc. bezpieczeństwa. – Włączenie szybkich płatności online do komunikatorów otworzy kolejny, duży kanał sprzedaży dla całego polskiego e-commerce – mówi **Mateusz Wachowski, KeyAccount Manager Tpay**. Dzięki rozwiązaniu od Tpay i KODA klient przeglądając asortyment w chatboxie będzie mógł w dowolnej chwili dokonać zakupu, bez konieczności przechodzenia do sklepu online marki czy szukania produktu w Google lub w marketplacach. – Docelowo myślimy nie tylko o klasycznych zakupach w sieci, ale o wszystkich transakcjach możliwych do zrealizowania z wykorzystaniem BLIK – przekazaniu darowizny na szczytny cel czy zapłatę za rachunek telefoniczny – dodaje M. Wachowski.

Miliardowy BLIK

BLIK zaliczył kolejny przełomowy moment w swojej historii – zrealizowano miliardową transakcję. Stało się to w serwisie Siepomaga.pl, a wartość transakcji wyniosła 45 zł. Z BLIKA aktywnie korzysta prawie 8 mln klientów banków. – informuje serwis telepolis.pl BLIK został uruchomiony w lutym 2015 r. w 6 bankach, które zdecydowały się na współpracę przy utworzeniu systemu płatności mobilnych. Do końca roku klienci tych banków zapłacili BLIKIEM prawie 2 miliony razy. W szóstym roku funkcjonowania transakcji było już 424 mln. W połowie maja 2021 r. zrealizowano przełomową, miliardową transakcję. BLIK dostępny jest dziś praktycznie dla wszystkich użytkowników bankowych aplikacji mobilnych, można nim płacić w całym polskim e-commerce, stale rosnącej liczbie globalnych platform, a także w ponad 700 tys. terminali płatniczych i 20



tys. bankomatów. Funkcją BLIKA, która obecnie najszybciej zyskuje na popularności, jest przelew na telefon, czyli możliwość natychmiastowego przekazywania pieniędzy między użytkownikami

bez konieczności podawania numeru rachunku bankowego odbiorcy. – Osiągnięcie progu miliarda transakcji to symboliczne wydarzenie naszej obec-

ności na rynku. Zakładaliśmy, że może to nastąpić w drugiej połowie roku, jednak nasi użytkownicy zdecydowanie przyspieszyli ten moment. Rosnące zainteresowanie częstym korzystaniem z BLIKA jest dla nas motywacją do dalszego rozwoju i udostępniania naszym użytkownikom nowych możliwości. Nie tylko w Polsce, ale także za granicą. Przed nami już niebawem kolejne przełomowe wydarzenie – uruchomienie płatności zbliżeniowych BLIK. – powiedział **Dariusz Mazurkiewicz, prezes Polskiego Standardu Płatności**

Nadchodzi 6G

Branża telekomunikacyjna jest dopiero na początku drogi we wdrażaniu łączności najnowszej, piątej generacji, a już naukowcy prowadzą prace nad 6G. – informuje cyfrowa.rp.pl. To ma być jednak zupełnie nowa technologia, a nie jedynie ulepszone 5G. Eksperci twierdzą, że 6G pojawi się już w trzeciej dekadzie XXI w. Z najnowszych analiz ABI Research wynika, że pierwsze projekty zostaną wdrożone już w 2026 r. i mają stać się systemem, który pozwoli rozwijać zaawansowane projekty z zakresu wirtualnej, rozszerzonej i mieszanej rzeczywistości w czasie rzeczywistym. **Jiancao Hou**, starszy analityk ds. infrastruktury 5G i sieci mobilnych w **ABI Research**, wskazuje, że dzięki 6G możliwa będzie również zaawansowana interakcja ludzi

z maszynami. – 6G może być kluczowym czynnikiem umożliwiającym realizację wszechobecnej łączności z szeroką gamą urządzeń i czujników wykorzystywanych w różnorodnych środowiskach – podkreśla Hou. Analitycy ABI Research wskazują, że o ile 5G ma zapewniać maksymalną szybkość transmisji danych **20 Gb/s** i średnią szybkość działania wynoszącą **120 Mb/s**, o tyle w przypadku 6G liczby te sięgną odpowiednio do **1000 Gb/s** oraz **1 Gb/s**. Nad wykorzystaniem sieci kolejnej generacji pracują już od 2018 r. badacze z fińskiego Uniwersytetu w Oulu. Badania prowadzą też Chiny, Korea Płd. oraz Stany Zjednoczone.



**POZNAJ NOWY KANAŁ
TELEWIZYJNY**



ŚWIAT TURECKICH SERIALI



© materiały dystrybutora

IMPERIUM MIŁOŚCI

MACIEJ KANIGOWSKI

Sales Manager

tel. +48 506 493 111

mkanigowski@kinopolska.pl

JOANNA JAKUBOWSKA

Sales Executive

tel. +48 694 416 968

jjakubowska@kinopolska.pl

DIZI.PL

 **DIZI POLSKA**