

KABELMIX

Prawo, biznes,
pieniądze

TELEMIX

Dla każdego
coś innego

TELEKOMUNIKACJA

Prawdziwe
przestępstwo

listopad/grudzień 2021 cena 14,99 zł (w tym 8% VAT) 5 euro

ISSN 2299-9248

12 (214)

TELEKABEL & digital tv

REKLAMA

FOX SZPITAL
NEW AMSTERDAM

PREMIERA SEZONU 4
19 STYCZNIA 22:00





STYCZEŃ
MIESIĄC POD ZNAKIEM

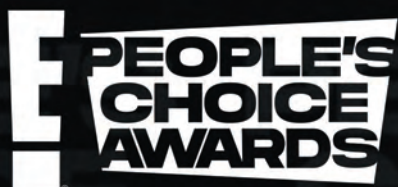
STAR TREK

SCI FI



NBCUniversal
INTERNATIONAL NETWORKS
&
DIRECT-TO-CONSUMER

TOGETHER | TODAY | TOMMOROW



QCZAJ

**GRATULUJEMY
ZWYCIĘZCY**

**POLISH
SOCIAL MEDIA
STAR**



KONTAKT:
Dystrybucja i marketing:
Łukasz Wysocki
M: +44 73 8725 7958
E: Lukasz.Wysocki@nbcuni.com

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

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



Andrzej Konaszewski
Redaktor Naczelny

Są sprawy ważne i ważniejsze, a Kevin w święta należy do tych drugich – stwierdził Stanisław Janowski, prezes Telewizji Polsat, komunikując obecność słynnego hitu komediowego także w tegorocznej świątecznej ramówce stacji. „Kevin sam w domu” zarobił już na świecie ponad 477 mln dolarów. Cały czas daje też zarabiać innym. Emisja spotu reklamowego przy tej kultowej już produkcji kosztuje krocie, a film ogląda co roku ok. 4 mln Polaków. Do zjawisk tyleż ważnych co ciekawych należy zdecydowanie zaliczyć pandemię COVID-19. Dlaczego ważnych, nikomu chyba (oprócz antyszczepionkowych mądrali) tłumaczyć nie trzeba. Ciekawe jest natomiast, że lockdown, liczne ograniczenia sanitarne i wprowadzenie dystansu społecznego spowodowały, że tempa nabrała transformacja cyfrowa. Kryzys wywołany pandemią spowodował konieczność weryfikacji planów i założeń wielu biznesów

w różnych obszarach, tym samym przyspieszając wdrożenie innowacyjnych rozwiązań kluczowych dla funkcjonowania firmy w nowej rzeczywistości. Znaczącą przewagę spośród dostępnych narzędzi zdobyły technologie służące do komunikacji – korzysta z nich już blisko 7 na 10 przedsiębiorców. Sytuacja epidemiologiczna spowodowała też przededefiniowanie pojęcia pracy oraz wzrost popularności modelu zdalnego i hybrydowego. Zdecydowanie ważne zmiany dokonują się na podwórku telekomunikacyjnym. Po ubiegłorocznej akwizycji Multimediów Polska przez Vectrę, w tym roku spółka P4 (operator sieci Play) nabrała ochoty na UPC Polska. O nieuchronności dużych przejęć w branży CATV dyskutowało się już od lat kilku. Teraz wreszcie słowo stało się ciałem. Co to oznacza dla tego biznesu, a w szczególności dla abonentów, dowiemy się pewnie niebawem. No i wreszcie sprawa najważniejsza – życzymy szanownym czytelnikom Wesołych Świąt i zdrowiutkiego Nowego Roku!!!

TELEKABEL
& digital tv

WYDAWCA

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

ADRES REDAKCJI

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

REDAKTOR NACZELNY

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

REDAGUJĄ

Andrzej Marciniak
(redaktor działu telewizji)
Marek Pawłowicz
(redaktor działu telekomunikacji)

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

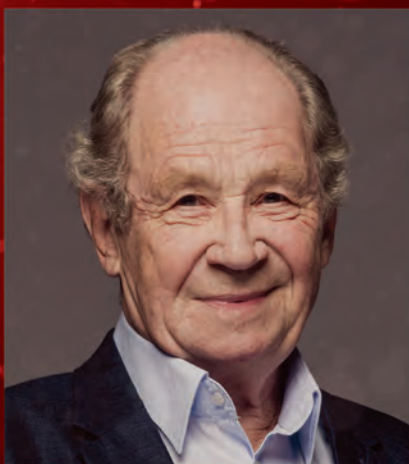
FOX



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

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

CANAL+



Planeta Singli | *osiem* historii

DYSTRYBUCJA:

Rafał
Wilczewski
605 456 460

Marcin
Czechowicz
603 234 233

Katarzyna
Łagodzińska
513 111 776

MARKETING:

Aleksandra
Sokołowska
513 111 645

teletemat

48. Konferencja PIKE 2021 Przyszłość zaczyna się dzisiaj Andrzej Marciniak	8
--	---

48 Konferencja PIKE w obiektywie	14
--	----

kabelmix

Pierwszy Lokalny Zjazd MiŚOT Prawo, biznes, pieniądze Opr. AK	16
---	----

Postaw na innowacje Marcin Ozych	18
---	----

TK Chopin radzi: Uwolnij się od kabli Bogdan Łąga	20
---	----

kabelmix – aktualności	22
------------------------------	----

telemix

Skoki narciarskie w TVN Historyczna zmiana Opr. AK	28
--	----

Medium pierwszego wyboru Opr. AK	31
---	----

Dla każdego coś innego Opr. AK	32
---	----

Telewizja WP świętuje 5. urodziny! Ciekawa, odważna, różnorodna Opr. AK	34
---	----

Cel – czołowa piętnastka z Krzysztofem Górskim, dyrektorem programowym Telewizji WP rozmawia Andrzej Marciniak	36
---	----

AXN w rękach Greków Opr. AK	38
--------------------------------------	----

wieści z platform	39
-------------------------	----

telemix – aktualności	42
-----------------------------	----

warto zobaczyć

zapowiedzi AXN, AXN White, AXN Black, AXN Spin	48
---	----

zapowiedzi Planete+, CANAL+ Premium, CANAL+ Dokument	49
---	----

zapowiedzi Filmbox Premium HD, Kino TV	50
--	----

Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat History, Polsat Viasat Nature, Epic Drama	51
---	----

zapowiedzi Polsat Play, Polsat Rodzina, Polsat Cafe	52
--	----

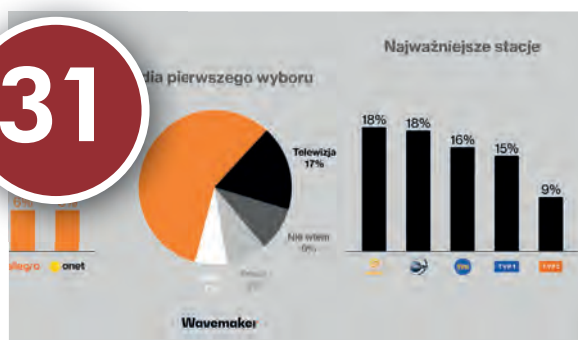
8



48. KONFERENCJA PIKE 2021 PRZYSZŁOŚĆ ZACZYNA SIĘ DZISIAJ

Z pewnością działalność OTT nie do końca jest obecnie zbieżna z interesami operatorów kablowych, którzy powinni szukać sposobu na udział w zyskach serwisów streamingowych, korzystających przecież z ich łączów internetowych. Dla nadawców nie jest istotne, w jaki sposób dotrą do końcowego odbiorcy. Wierzą, że dobry контент zawsze daje przewagę i przyciąga widzów.

31



MEDIUM PIERWSZEGO WYBORU

Gdyby musieli ograniczyć korzystanie z mediów do zaledwie jednego kanału, 58 proc. Polaków wskazuje na sieć jako tę najbardziej niezastąpioną. Dla 17 proc. badanych najważniejszym medium pozostaje telewizja. Jej znaczenie rośnie wraz z wiekiem badanych – wśród osób po 45 roku życia niemal co czwarta postawiłaby na TV jako medium pierwszego wyboru.

o/o Chała i... chwała o/o

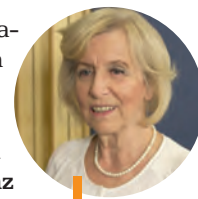
grudzień 2021



Jacek Piekara

„Adam Michnik jest zapewne jedną z najbardziej odrażających postaci w historii współczesnej Polski. Ten brat stalinowskiego oprawcy i syn sowieckiego terrorysty oraz przyjaciel komunistycznych zbrodniarzy, został w III RP jedną z osób o największym wpływie na świadomość społeczną. Jako redaktor naczelny „Gazety Wyborczej” poświęcił zawodowe życie zwalczaniu polskiego patriotyzmu i polskiej tradycji narodowej”. – twierdzi pisarz i publicysta Jacek Piekara.

Źródło: *Warszawska Gazeta* – 15 grudnia 2021 r.



Janina Jankowska

Janina Jankowska, współzałożycielka Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich, zdecydowała o opuszczeniu tej organizacji. „Odrzucenie przez Zjazd Delegatów SDP projektu uchwały „w sprawie umożliwienia dziennikarzom pracy w strefie stanu wyjątkowego” oraz wybór do ZG SDP rzeczniczki prasowej ministerstwa sprawiedliwości, uważam za złamanie podstawowych standardów dziennikarskich. To ostatnie jest niezgodne ze statutem SDP, dopuszcza bowiem do władz Stowarzyszenia nie czynną dziennikarkę, lecz osobę pracującą na rzecz rządu. Następuje tu konflikt interesów i polityczne uzależnienie organizacji dziennikarskiej od partii sprawujących władzę. To już nie jest moje SDP” – napisała w uzasadnieniu.

Źródło: *Facebook* – 1 listopada 2021 r.

zapowiedzi FOX, FOX Comedy	54
zapowiedzi National Geographic, National Geographic Wild, Nat Geo People	55
zapowiedzi Telewizja WP	56
zapowiedzi SCI FI, 13 Ulica, E! Entertainment	57
zapowiedzi Eleven Sports	58

telekomunikacja

Polska w ognie cyfryzacji	
Opr. AK	62
Prawdziwe przestępstwo	
Dave Russell	64
telekomunikacja – aktualności	66



36

CEL – CZOŁOWA PIĘTNASTKA

Dziś można nas znaleźć w ofercie wszystkich znaczących operatorów. Problem z MUX 8, niestety, pozostał i obecnie tą drogą możemy dotrzeć najwyżej do 73 proc. polskich gospodarstw domowych. Cieszymy się, że przejście na nadawanie w DVB-T2 w przyszłym roku rozwiąże ten problem i pozwoli nam dotrzeć z przekazem praktycznie do wszystkich odbiorców naziemnej telewizji cyfrowej – mówi **Krzysztof Górski**, dyrektor programowy Telewizji WP.



POLSKA W OGONIE CYFRYZACJI

Polska spadła z 23 na 24 miejsce w rankingu zaawansowania cyfrowego w państwach UE – wynika z unijnego Indeksu gospodarki cyfrowej i społeczeństwa cyfrowego (DESI 2021). W zestawieniu wyprzedzamy tylko: Grecję, Bułgarię i Rumunię. Jak wynika z raportu, w ubiegłym roku Polska poczyniła postępy w zakresie wielu wskaźników unijnego indeksu, ale biorąc pod uwagę również pozytywne zmiany w innych krajach, nie przełożyło się to na zmianę naszej ogólnej pozycji.

48. Konferencja PIKE 2021

Przyszłość zaczyna się dzisiaj



TEKST ANDRZEJ MARCINIAK, FOT. PIKE

Świat mediów i telekomunikacji zmienia się tak szybko, że kreślenie wieloletnich perspektyw jego rozwoju jest zadaniem karkołomnym. Mimo to, uczestnicy 48. Międzynarodowej Konferencji i Wystawy PIKE 2021 postanowili zagrać *à la banque* i wskazać, co może nas czekać do roku 2025.

Ci, którzy zjawili się w łódzkim hotelu DoubleTree by Hilton, nie kryli radości z możliwości bezpośredniego kontaktu „na żywo”, co ostatnio było bardzo ograniczone. Na konferencji zameldowało się ponad 300 osób – operatorów telekomunikacyjnych, ekspertów branżowych, przedstawicieli regulatorów oraz nadawców. Jak przyznał **Jerzy Straszewski, prezes PIKE**, „pandemia dała nam inną perspektywę. Zamknęła ludzi w domach, a my otworzyliśmy się na abonentów, dając im większe możliwości korzystania z naszych usług. Obecnie rynek telewizyjny

jest silniejszy niż dotąd, co przeczy tezie o szybkiej śmierci tradycyjnej telewizji”. Dodał, że 77 proc. abonentów sieci kablowych korzysta z dwóch usług (telewizja + internet), a 16,5 proc. płaci za trzy usługi. To dobrze wróży na przyszłość, pod warunkiem, że będzie można zaoferować odbiorcom także serwisy OTT różnych nadawców.

Nadchodzą wyniszczająca wojna?

Właśnie problem współpracy i konkurencji z nadawcami serwisów OTT dominował w pierwszy dzień konferencji. W Polsce działa już

kilka takich platform i w najbliższych miesiącach dołączą kolejne. – Dzisiaj wielu nadawców buduje własne platformy OTT i nie byłoby w tym nic złego, gdyby nie wykorzystywali swojej pozycji i np. nie blokowali dostępu do kontentu innym podmiotom – stwierdził **Witold Kołodziejski, przewodniczący KRRiT**. – Uważam, że to, czy nadawca jest tylko nadawcą, czy również operatorem, powinno zostać uregulowane w ustawie. Bez tego przewiduję wyniszczającą wojnę na rynku platform. Dzisiaj mamy do czynienia z mechanizmem, w którym nadawca rozwijający swoją platformę OTT blokuje innym operatorom dostęp do treści, próbując przejąć ten rynek i odbiorców. Nie sądzę, żeby to na dłuższą metę zakończyło się sukcesem, ale na pewno może szkodzić. Szczególnie użytkownikowi końcowemu, który nagle może być postawiony w bardzo trudnej sytuacji – musi kupić dostęp do kilku platform, by oglądać swoje ulubione programy. Jeśli chodzi o regulacje, to KRRiT stoi na stanowisku, że zgodnie z przepisami dotyczącymi zasady „must carry/must offer”, podstawowe kanały naziemne powinny być dostępne także na platformach streamingowych. Nie do końca przekonani są o tym nadawcy, którzy przecież także rozwijają własne



Dyskusja nad rozwojem technologii i usług cyfrowych – perspektywa 2025

serwisy i nie bardzo chcą dzielić się swoimi kanałami z innymi. Witold Kołodziejki przypominał, że KRRiT wygrała ostatnio trzy sprawy sądowe z nadawcami, ale problem nie został rozwiązany. – Chciałbym, by nadawcy mieli jak największe możliwości rozwoju i dążymy do wypracowania modelu, w którym każdy może zarabiać – zapewniał przewodniczący KRRiT. – Kanały objęte zasadą „must carry” oferowane są w modelu dystrybucyjnym opartym na reklamach. Jak najszerszy zasięg powinien być w interesie każdego takiego nadawcy. Niestety, ich motywacje są różne. Chyba, że chcą zapanować nad całym rynkiem, także w sferze dystrybucji. Temu będziemy się przeciwstawiać, by utrzymać konkurencję możliwie w każdym segmencie rynku.

Jak tłumaczył jednak **Sebastian Urban z Kancelarii Media**, sprawa jest bardziej złożona, co wynika z niespójnych definicji ustawowych. – Nie określono jednoznacznie, czy operatorzy OTT mogą korzystać z „must offer” i czy mają obowiązek „must carry”. Nowelizacja ustawy o radiofonii i telewizji, która wchodzi w życie w listopadzie, nie rozwiązuje tego problemu. Europejski Kodeks Łączności Elektronicznej wydaje się nie harmonizować tych definicji. Pozostaje liczyć na KRRiT, która bardzo spójnie podchodzi do tego tematu. Orzeczenia sądów administracyjnych wydają się popierać linię, która mówi o tym, że zasady „must carry” i „must offer” dotyczą również operatorów OTT – podkreślił Sebastian Urban.

Zapanować na OTT

Wspomniany temat powrócił w dyskusji panelowej z udziałem przedstawicieli nadawców, zastanawiających się, jak utrzymać przewagę w zmieniającej się rzeczywistości biznesowej i technologicznej. **Dorota Żurkowska-Bytner, członek zarządu TVN Grupa Discovery**, przyznała, że „segment OTT nie jest jeszcze wystandaryzowany i należy to zrobić, by umożliwić monetyzację treści, co jest niezwykle ważne”. Z kolei **Dariusz Dąbski, prezes Telewizji Puls**, zwrócił uwagę, że „platformy streamingowe mają ułatwione zadanie w porównaniu

z tradycyjnymi nadawcami. My ponosimy przecież opłaty za częstotliwość i koncesję, mamy różne ograniczenia, co generuje wysokie koszty działalności. W serwisach internetowych jest inaczej. To głównie efekt tego, że regulacje nie nadążają za rozwojem rynku. A regulacje są potrzebne, by telewizja jako oddzielny biznes była wciąż konkurencyjna za 5–10 lat”. Choć Polska jest znaczącym rynkiem na mapie płatnej telewizji, to wciąż daleko nam do najlepszych, jeśli chodzi o segment OTT. – W Stanach Zjednoczonych ponad 50 proc. tre-

nie ma już odwrotu od rewolucji na rynku telewizyjnym, który coraz bardziej dominować będą serwisy OTT. Ich przewagą, poza ofertą, jest wygoda korzystania, wszędzie i w dowolnym czasie.

Andrzej Kozłowski, prezes Emitela, stwierdził, że obecnie można wyodrębnić trzy grupy odbiorców treści wideo. Tradycyjna telewizja linearna wciąż dominuje wśród osób starszych, zwłaszcza w mniejszych miejscowościach, gdzie internet nie jest głównym medium. Drugą grupę stanowią ci, którzy oglądają treści linearne, ale w sieci szukają



Uczestnicy panelu „Jak utrzymać przewagę w zmieniającej się rzeczywistości biznesowej i technologicznej?”

ści odbieranych jest przez platformy OTT w grupie wiekowej poniżej 50. roku życia – stwierdził **Bogusław Kisielewski, prezes Kino Polska TV**. – To daje do myślenia. Zwłaszcza, że w tym roku podobnym wynikiem będzie mogło pochwalić się ponad 40 krajów na świecie. Tymczasem w Polsce to ciągle ok. 15 proc. Z pewnością działalność OTT nie do końca jest obecnie zbieżna z interesami operatorów kablowych, którzy powinni szukać sposobu na udział w zyskach serwisów streamingowych, korzystających przecież z ich łączności internetowych. Dla nadawców nie jest istotne, w jaki sposób dotrą do końcowego odbiorcy. Wierzą, że dobry контент zawsze daje przewagę i przyciąga widzów. Też to dostrzegamy, czego potwierdzeniem jest nasza aplikacja Filmbox+ i Dizi z tureckimi serialami. Mamy przy tym świadomość, iż nadmiar ofert sprawia, że część klientów nie jest w stanie płacić za kilka subskrypcji. Z pewnością jednak

czegoś nowego. I wreszcie są ci – głównie młodzi – którzy nie mają w domu telewizora. Dla nich przestało być istotne zaprojektowanie w mieszkaniu miejsca, w którym można oglądać telewizję. – Powinniśmy walczyć o widza, by zechciał jednak usiąść przed telewizorem – twierdzi A.Kozłowski. – By tak się stało, konieczne jest połączenie świata internetu i telewizji. Zwłaszcza w sytuacji, gdy popularność streamingu systematycznie rośnie.

Droga Netflixu

Potwierdzają to dane zaprezentowane przez **Guya Bissona, executive directora w firmie Ampere Analysis**. Żyjemy w czasach nie tylko powstawania wciąż nowych serwisów streamingowych, ale także ich łączenia i globalizacji. Procesowi temu bardzo pomogła pandemia, bo zamknięci w domach ludzie szukali w sieci atrakcyjnych treści, by zrekomensować sobie brak możliwości korzystania



Uczestnicy panelu „Operatorzy vs. Nadawcy vs. OTT – walka czy współpraca, co się bardziej opłaca?”

z innych form rozrywki. Tylko na europejskim rynku liczba odbiorców SVoD wzrosła w 2020 roku o 57 mln w porównaniu z rokiem 2019, co w dużej mierze było skutkiem COVID-19.

Netflix wytyczył drogę dla nowych graczy, którzy zaczynają nią podążać. To sprawiło, że zaproponowany nowy sposób produkcji i dystrybucji treści wideo okazał się najważniejszą zmianą minionej dekady w świecie cyfrowych mediów i znacząco wpłynął na odbiór telewizji przez widzów i produkcję filmową. Choć rynek tradycyjnej telewizji płatnej w Europie wciąż rośnie, to jednak w tym roku liczba jej abonentów jest już mniejsza niż liczba osób korzystających z serwisów streamingowych. Ponadto prawie połowa gospodarstw domowych z SVoD abonuje więcej niż dwa serwisy OTT. A przecież do walki przystępują kolejni wielcy gracze, czego przykładem może być choćby Disney.

– Dzisiaj w badaniach Nielsena pierwsze miejsce wśród kanałów o największej oglądalności zajmują „others”, czyli inne – przypomniał **Edward Miszczak, członek zarządu TVN Grupa Discovery**. – Tak naprawdę pod tym określeniem kryją się m.in.: Netflix, Player, Amazon Prime czy HBO GO. Obecnie mniej ludzi ogląda telewizję w tradycyjny sposób, a coraz więcej sięga po inne urządzenia. Nawet konsole do gier, czego precyzyjne badania telemetryczne w ogóle nie obejmują. Na początku roku nasza platforma Player zaczęła

pobierać opłaty nawet za pakiet z reklamami. Efekt jest taki, że liczba osób wykupujących pakiet wzrosła czterokrotnie. Mamy do czynienia ze złotą epoką w produkcji telewizyjnej. Budżety rosną i przybywa zamawiających. I chodzi nie tylko o polskich nadawców, ale także graczy światowych, którzy zdają sobie sprawę, że bez lokalnych produkcji trudno im będzie zawojować nasz rynek.

Konkurencja czy współpraca?

Nie ulega wątpliwości, że serwisy OTT radykalnie zmieniły telewizyjny rynek, co nie oznacza, że udało się stworzyć odpowiednie relacje między nimi a operatorami. A przecież sukces tych pierwszych nie byłby możliwy bez infrastruktury telekomunikacyjnej tych drugich. Na ten temat dyskutowano w czasie panelu prowadzonego przez **Jacka Kobierzyckiego, dyrektora generalnego TOYA**. Podkreślił on, że obecnie serwisy OTT są mocno uprzywilejowane, bo za darmo wchodzą na internetową autostradę, zbudowaną przez innych. Nie płacą też różnych podatków i danin, którymi obciążeni są właściciele sieci kablowych i nadawcy.

– Konieczne są zmiany prawne, bo serwisy OTT wymykają się spod istniejących regulacji, podczas gdy inni uczestnicy rynku mają określone ograniczenia. Bez równego traktowania nie ma mowy o sensownej konkurencji – przyznał **Jacek Koskowski, dyrektor sprze-**

daży i dystrybucji Kino Polska. O potrzebie współpracy mówiła **Ewelina Rabsztyń, dyrektor telewizji i kontentu Orange Polska**. – Taka współpraca, zarówno na rynku lokalnym, jak i globalnym, będzie lepsza dla klienta, a światłowód wszystko udźwignie. Nadawcy OTT potrzebują operatorów, by dotrzeć ze swą ofertą do odbiorców. Co ciekawe, minione miesiące większość nadawców uznała za znakomite pod względem wyników. Oglądalność niektórych kanałów Kino Polska wzrosła o 37 proc., przy 10-proc. wzroście całej grupy. Orange chwali się pozyskaniem kilkudziesięciu tysięcy abonentów i uważa, że tak dobrze w telewizji kablowej było... przed 15 laty. CANAL+ uznał rok 2020 za bardzo dobry, a TVP uważa, że pandemia przyczyniła się do zatrzymania trendu spadkowego „wielkiej czwórki” i utrzymania wskaźnika oglądania telewizji na poziomie ponad 4 godz. dziennie.

Okazuje się, że tego dobrego nastroju polskich nadawców nie psuje zagrożenie ze strony serwisów OTT. – Naszą przewagą jest lokalność i umiejętność produkowania wysokiej jakości kontentu – zapewniał **Marcin Skabara, dyrektor ds. produkcji oryginalnej TVP**. – Na ekspansję OTT patrzę z nadzieją na pobudzenie naszego rynku i inwestowania w jakość oferty wideo. Nie wyobrażam sobie, by międzynarodowy serwis wyprodukował serial o Agnieszce Osieckiej. Ich treści mają charakter uniwersalny, co wcale nie jest zaletą, bo

coraz więcej produkcji jest bardzo podobna do siebie.

– Czujemy oddech gigantów, ale przyjęliśmy strategię ich przytulenia – stwierdził **Artur Przybysz, członek zarządu CANAL+ Polska**.

– To znaczy, że kontynuując strategię agregatora, chcemy ich mieć w swoim portfolio. Przykładem jest produkt C+ z Netflixem, który jest bardziej atrakcyjny niż każdy z tych serwisów oddzielnie. Mamy więc HBO i Netflixa, dzięki czemu klient ma do nich dostęp w jednym miejscu. Stawiamy też na lokalny kontent, zarówno jako nadawca, jak i producent.

Na ciekawy trend zwrócił uwagę **Tomasz Strożek, VP EMEA SeaChange International**. Chodzi o pomysł łączenia kanałów telewizyjnych z biblioteką VoD w formie platform FASSPTV (freeat-supported streaming platform tv). Pozwalają one widzom oglądać kontent VoD za darmo w formie tradycyjnych kanałów telewizyjnych, tworzonych z materiałów wideo pochodzących od ponad 170 partnerów, którzy dostarczają około 100 tys. unikatowych godzin programów. To staje się niezmiernie popularne w USA, gdzie zaczyna przynosić więcej dochodu niż model subskrypcyjny. – Przykładem jest choćby Pluto TV, która może się pochwalić ok. 50 milionami aktywnych użytkowników każdego tygodnia – twierdzi Tomasz Strożek. – Abonenci są zmęczeni subskrypcjami i nie są w stanie udźwignąć kolejnych. Szukają więc innych rozwiązań bezpłatnych. Potwierdzają to również doświadczenia zebrane przez serwis Hulu, który zarabia więcej z platformy darmowej (z reklamami) niż poprzez subskrypcję. Platformy subskrypcyjne powinny myśleć o agregacji kontentu, by widz nie tracił kilkunastu minut na znalezienie czegoś, co może go zainteresować. Na zakończenie wspomnianej dyskusji jej uczestnicy zapytani zostali, czy opowiadają się za utrzymaniem neutralności internetu. Taka sytuacja staje się trudna dla operatorów kablowych, bo sprawia, że po raz pierwszy w historii nadawcy elektroniczni, rozprowadzający treści w sieci, nie płacą za nośnik prze-

kazu, czyli internet. – O ile jestem za równym opodatkowaniem podmiotów, o tyle neutralność internetu przynosi więcej korzyści niż strat. Dlatego ewentualną zmianę obecnej sytuacji oceniałbym negatywnie – przyznał **Marcin Malicki, dyrektor obszaru subscriptions&new services Wirtualnej Polski**. Jego pogląd podzielili pozostali paneliści, choć zwracali uwagę na potrzebę wypracowania nowej formuły biznesowej w kontaktach między nadawcami OTT a operatorami dostarczającymi internet do końcowego odbiorcy.

Trudne liczenie widzów

Po raz kolejny pojawił się na konferencji PIKE temat telemetrii. Jak poinformował **Wojciech Pawlak, dyrektor NASK PIB**, zakończyła się

danych jest stworzenie platformy DAI, bo w tej chwili trudno przekonać wielu o sensowności całego przedsięwzięcia związanego z RPD. Ubolewam, że stacje telewizyjne nie wykazują zainteresowania naszym projektem. Wcześniej czy później będą musiały jednak zmienić swe nastawienie.

Z kolei z prezentacji **Michała Buszko z AGB Nielsen** wynika, że nie ma jednego miernika treści wideo i rozwiązaniem jest podejście hybrydowe. – Internet sprawił, że nie ma już jednej drogi dotarcia do telewizzka – powiedział Michał Buszko. – Technologia zmieniła sposób konsumpcji tego medium. Przykładem może być Netflix, który ogląda w Polsce ponad 9 mln osób. Tymczasem pod względem mie-



Uczestnicy panelu „Ekonomiczne perspektywy rynku kablowego – otwarte sieci światłowodowe”

faza projektowa badań ogólnopolskiego panelu gromadzenia i przetwarzania danych RPD. Objęto nim ok. 400 tys. gospodarstw domowych, mających dostęp łącznie do 269 stacji telewizyjnych. Nie było, niestety, możliwości porównania uzyskanych danych z danymi Nielsena. Obecnie NASK pracuje nad czymś, co wydaje się niezwykle obiecujące, czyli wykorzystaniem algorytmów przetwarzania języka naturalnego.

– To, co zrobiliśmy, uświadamia nam, jak wiele jest jeszcze do zrobienia – przyznał Wojciech Pawlak. – Wciąż jesteśmy na etapie przedbiegów. Przed nami analiza danych w czasie rzeczywistym, zwiększenie panelu i jego zakresu, modelowanie i profilowanie behawioralne. Sensem uzyskiwanych

sięcznych zasięgów jego udział na telewizorze wynosi 14 proc.

Reklama szyta na miarę

Nowym otwarciem dla rynku mediów ma stać się DAI (Dynamic Ad Insertion). Chodzi o dostarczanie w czasie rzeczywistym zróżnicowanego przekazu reklamowego, w zależności od profilu odbiorcy. To pozwoli tworzyć spersonalizowane kampanie reklamowe, które mają szansę być zdecydowanie bardziej efektywne dla reklamodawcy, co może przełożyć się na większe zyski nadawców. By stało się to możliwe, trzeba stworzyć odpowiednie otoczenie prawne, uzyskać akceptację nadawców i operatorów, a także zapewnić finansowanie takiej działalności. Rozmowy na ten temat trwają od dwóch lat.

Krokiem w tym kierunku ma stać się podpisana w czasie konferencji PIKE umowa między Giełdą Papierów Wartościowych i Narodowym Centrum Badań i Rozwoju, dotycząca realizacji projektu „Telemetry Operator” (TeO). Chodzi o stworzenie platformy aukcyjnej, sprzedającej spersonalizowane reklamy telewizyjne. – GPW ma 30-letnie doświadczenie w tworzeniu, ale też rozwoju platform obrotu efektywnie łączących kupujących i sprzedających – stwierdził **dr Marek Dietl, prezes zarządu GPW**. – Dysponujemy środkami oraz technologią umożliwiającą bezpieczną realizację transakcji i ich rozliczenie oraz zapewniamy najwyższy poziom zabezpieczenia

Oczywiście będziemy bardzo ściśle współpracować również z reklamodawcami, którzy dzięki niezależnej platformie aukcyjnej będą mogli w sposób prosty planować kampanie kierowane do konkretnych grup użytkowników.

List intencyjny w tej sprawie podpisała PIKE i przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. – Taki projekt z założenia wymaga wypracowania wielostronnego porozumienia rynkowego oraz, w ramach samoregulacji, kodeksu dobrych praktyk DAI. Chcemy w tym aktywnie pomóc. Istotnym czynnikiem dla powodzenia projektu jest sama GPW. Organizacja o bezsprzecznej wiarygodności i niezależności, gwarantująca

zmuszeni są do kupowania różnych serwisów, co znacząco podnosi koszty korzystania z telewizji. Co innego ma przecież do zaoferowania CANAL+, a co innego Eleven Sport, Eurosport, Polsat Sport czy Viaplay. Zdaniem **Marka Szkolnikowskiego, dyrektora TVP Sport**, rynek kanałów i serwisów OTT o tematyce sportowej jest nasycony i należy spodziewać się obniżki cen. – Przyszłość jest w agregacji. Prędzej czy później dojdzie do tego, że użytkownik będzie mógł wybrać sobie w jakiejś aplikacji lub u operatora mecze Legii, Roberta Lewandowskiego czy Igi Świątek. Gdy je wybierze, algorytm obliczy, ile za to trzeba będzie zapłacić – stwierdził Marek Szkolnikowski.

Podobny pogląd zaprezentowała **Dorota Żurkowska-Bytner z TVN Grupa Discovery**, która przyznała, że „agregacja będzie następowała i to użytkownik streamingu odpowie, na ile go jeszcze stać. Uważam, że rynek może przyjąć kolejne platformy, ale jednocześnie nasilą się też trendy akwizycyjne. Nowi gracze podnoszą wartość praw sportowych, a co za tym idzie, skłaniają inne firmy do inwestowania”.

Uczestnicy dyskusji zwracali uwagę, że obecnie poważnym problemem w odniesieniu do treści sportowych jest piractwo, z którym bardzo trudno jest walczyć. To właśnie efekt rozdrobnienia praw sportowych i wysokich opłat abonenckich. Ceny praw nie spadają, a ich nabywcy nie dosyć, że muszą sięgać głębiej do kieszeni, to muszą też coraz bardziej starać się zabezpieczać sygnał przed nielegalnym odbiorem. W dobie technologii cyfrowej przypomina to jednak walkę z wiatrakami. W przypadku transmisji atrakcyjnej imprezy sportowej w jednej minucie zamykanych jest kilkanaście pirackich serwisów, ale w ich miejsce powstają natychmiast kolejne. Mimo takich problemów nadawców zainteresowanych kupnem praw sportowych wcale nie ubywa.

48. Międzynarodowa Konferencja i Wystawa PIKE 2021 zakończyła się uroczystą galą, w trakcie której ogłoszono laureatów konkursu o nagrodę „Tytanowego Oka” oraz wręczono nagrodę „Złotej PIKE”.



Wymiana dokumentów po podpisaniu umowy między GPW i Narodowym Centrum Badań i Rozwoju, dotyczącej realizacji projektu „Telemetry Operator” (TeO)

danych. Chcemy zapewnić wszystkim stronom rynku mediowego niezależne i nowoczesne rozwiązanie technologiczne. Projekt docelowo ma być dedykowany całemu rynkowi mediowemu, tj. nadawcom, operatorom i reklamodawcom.

Koszt projekt ma wynieść 33 mln zł, z czego 13 mln zł pochodzić będzie z Narodowego Centrum Badań i Rozwoju. Platforma TeO ma wykorzystywać narzędzia profilowania użytkowników, znane z internetu, wraz z algorytmami rekomendacyjnymi. – W zbudowaniu dużego zasięgu tego typu reklamy adresowalnej ważną rolę będą mieli operatorzy, którzy będą mogli zasilić platformę DAI swoimi dekodernami – przyznał **Marcin Grabowski, pełnomocnik zarządu GPW ds. budowy platformy DAI**. –

transparentność i bezpieczeństwo działania systemów kupna – sprzedaży, rozliczeń i audytów – powiedział Witold Kołodziejski. Warto dodać, że gra toczy się o duże pieniądze. Obecnie rynek reklamy telewizyjnej szacowany jest na około 4,4 mld zł rocznie. Potencjał DAI, według ostrożnych szacunków, to dodatkowe 660 mln zł rocznie.

Drogi sport i piractwo

Ciekawym punktem drugiego dnia konferencji PIKE była dyskusja o trendach w kanałach sportowych, które są przecież – poza filmami i serialami – największym magnesem przyciągającym przed ekrany telewizyjną widownię. Tymczasem prawa do najciekawszych wydarzeń są obecnie rozproszone i kibice



Fanfary dla laureatów

Zgodnie z oczekiwaniami, w tym roku honorowa statuetka „Tytanowego Oka”, przyznawana przez prezesa PIKE, przypadła w udziale stacji TVN24, która przez ponad półtora roku czekała na przedłużenie koncesji. KRRiT wydała ją ostatecznie na kilka dni przed upływem terminu poprzedniej koncesji.

– To nie był dla nas łatwy czas, ale nie o nas w tym wszystkim chodzi. Chodzi o to, jak rozumiemy dziś dziennikarstwo i jak rozumiemy wolność, niezależność mediów i wreszcie jak rozumiemy odpowiedzialność za słowo i obraz, gdzie kończy się dziennikarstwo, a zaczyna propaganda – powiedziała **Brygida Gysiak**, zastępczyni redaktora naczelnego TVN24, odbierając statuetkę.

W kategorii „Sportowy przekaz roku” wyróżniono **Eurosport** za realizację Letnich Igrzysk Olimpijskich Tokio 2020.

Laureatem nagrody „Tytanowego Oka” w kategorii „Polska produkcja telewizyjna” została platforma **CANAL+ Polska**, doceniona za produkcję serialu „Król”.

W kategorii „Współpraca z operatorami” najwyższej oceniono firmę **AMC Networks**.

Laureatem „Złotej PIKE” w kategorii „Osoba” został **Andrzej Zarębski**, ekspert rynku mediów.

„Nasz Laureat dla rynku telewizji kablowej przez szereg lat był kluczową postacią, która wspomagała jego powstanie i rozwój. Nasze tegoroczne uznanie znalazła nie tylko jego wieloletnia praca na rzecz branży, ale przede wszystkim niezwykła wiedza i wielki talent organizatora szeregu przedsięwzięć medialnych, a także niezawodnego mediatora” – mówił podczas laudacji prezes PIKE, Jerzy Straszewski. „Ukończył on studia na Wydziale Humanistycznym Uniwersytetu Gdańskiego i w czasie pierwszej „Solidarności” związał się z opozycyjną prasą studencką i związkową. Współorganizował Biuro Informacji Prasowej Komisji Krajowej związku, za co w stanie wojennym był internowany. W latach 80. działał w strukturach podziemnej Solidarności i gdańskich liberałów, by po 1989 roku w pełni zaangażować się w tworzenie struktur nowego państwa. Piastował stanowisko rzecznika prasowego w rządzie Jana Krzysztofa Bieleckiego, był posłem na Sejm I kadencji, a od 1993 do 1999 roku zasiadał w KRRiT, pełniąc funkcję jej sekretarza. Po zakończeniu kadencji został doradcą do spraw mediów elektronicznych, służąc rynkowi swoją nieocenioną pomocą i głęboką wiedzą. Właściwie nie ma w minionych 30 latach przedsięwzięcia medialnego, w którym nie byłoby widać jego zaangażowania, choć o tym często wiedzieli tylko nieliczni. To właśnie za dyskrecję i wielką umiejętność działania za kulisami i łagodzenia sporów jest szczególnie ceniony, ale znamy go także jako elokwentnego i niezawodnego eksperta rynku medialnego, barwnie wypowiadającego się publicznie, ale i świetnie prowadzącego spotkania biznesowe – niezawodnie kojarzącego firmy i ich interesy na rynku. O wadze tej kandydatury przesądził także niezwykle dar bycia osobą towarzyską i obdarzoną wspianym poczuciem humoru, czego wielokrotnie mieliśmy okazję doświadczyć. Dlatego jest mi szczególnie miło zakomunikować, iż laureatem Złotej PIKE 2021 został nasz niezawodny Przyjaciel, współtwórca polskiego rynku medialnego w obecnym jego kształcie – Andrzej Zarębski”.





48. Konferencja PIKE 2021

FOT. PIKE, TELEKABEL & DIGITAL TV





Pierwszy Lokalny Zjazd MiŚOT

Prawo, biznes, pieniądze

OPR. AK

18 i 19 listopada br. w Bukowinie Tarzańskiej odbył się pierwszy z cyklu Lokalnych Zjazdów Małych i Średnich Operatorów Telekomunikacyjnych (MiŚOT). Uczestnicy spotkania, operatorzy ISP z województw: śląskiego, małopolskiego, opolskiego i dolnośląskiego, wysłuchali prelekcji z zakresu prawa, finansów i zarządzania, zapoznali się z analizami aktualnej sytuacji w branży, wzięli także udział w interesujących panelach dyskusyjnych, przedstawiając własny punkt widzenia.

Zjazd rozpoczęła dyskusja na temat cyberbezpieczeństwa, podczas którego **Marcin Zemła** ujawnił szczegóły przeprowadzonego dzień wcześniej na uczestnikach zjazdu testu. Wskazał też, jakie są słabe punkty firm i wykazał, że bezpieczeństwo sieci jest dziś kluczowe dla operatorów i ich klientów. **Maciej Linscheid**, reprezentujący **Projekt MdS (MiŚOT dla Security)**, zaktualizował harmonogram prac nad oprogramowaniem, które już na kolejnym zjeździe ma zostać zaprezentowane jako produkt dedykowany małym i średnim operatorom telekomunikacyjnym. **Łukasz Bazański z kancelarii itbLegal** poruszył także problematykę związaną z pracami nad nowelizacją ustawy o krajowym systemie cyberbezpieczeństwa. Wyraził przy tym opinię, że rozwiązania proponowane przez ustawodawcę w ostatniej wersji projektu nowelizacji wracają do wersji krytykowanych już wcześniej między innymi w stanowiskach Krajowej Izby Komunikacji Ethernetowej.

Nie tylko EPIX

Pierwszego dnia zjazdu informowano także o rozwoju największego węzła wymiany ruchu IXP w Polsce i o tym, co zyskują MiŚOT-y współpracujące z EPIX. **Krzysztof Czuszek** podkreślał, że ceny za usługi konsekwentnie maleją,

rośnie zaś wzajemne zaufanie i zadowolenie współpracowników węzła. Podkreślał także brak korporacyjnych utrudnień, opóźnień oraz niepotrzebnych kosztów.

Duże zainteresowanie wzbudziła także prezentacja i dyskusja dotycząca projektu budowy ogólnopolskiej sieci LoRaWAN, którą rozpo-



częła Grupa MiŚOT. Wykorzystanie lokalizacji i potencjału małych i średnich operatorów telekomunikacyjnych ma służyć popularyzacji i komercjalizacji Internetu Rzeczy między innymi w rolnictwie i transporcie. **Artur Tomaszczyk** wymienił też inne zalety wdrażanego rozwiązania i jego możliwe wykorzystanie w ramach rozwiązań typu smart, począwszy od inteligentnych domów po czujniki usprawniające produkcję rolniczą i smart city (m.in. systemy zarządzające miejscami parkingowymi). – Pracujemy nad LoRaWAN już od kilku lat – dodał **Sebastian Kachel, wiceprezes**

zarządu MiŚOT SA. – Jesteśmy obecni we wszystkich województwach, a we wszystkich powiatach pojawimy się już w 2022 roku. Realne zapotrzebowanie na takie usługi zacznie się od 2023 roku. Będziemy wówczas znacznie wyprzedzać konkurencję. Krzysztof Czuszek odniósł się do możliwych zastosowań LoRaWAN i IoT, przekazując, że jednym z pierwszych zadań dla nowego produktu Grupy MiŚOT będzie monitorowanie pojazdów i towarów dla dużych korporacji transportowych. Oszacował też, że docelowo lokalni operatorzy mają szansę nawet na 20 proc. tego rynku. **Kinga Pawłowska-Nojszewska**, radczyni prawna specjalizująca się w prawie telekomunikacyjnym, wyjaśniła natomiast, że choć obecnie prawo nie nadąża za rozwiązaniami technicznymi, regulacja komunikacji M2M (machine-to-machine) nastąpi stosunkowo niedługo w ustawie prawo komunikacji elektronicznej (PKE). O praktycznych zastosowaniach LoRaWAN w postaci inteligentnych kart rejestracji czasu pracy opowiedział **Sebastian Młodziński, inwestor i prezes spółki TIMATE.**

MiŚOT w sieci

O tym, jak na wizerunek firmy w sieci wpływa spójność komunikacji oraz otwartość i styl reagowania na krytykę, opowiedziała



Projekt LoRaWAN przedstawiali operatorom od lewej: Sebastian Kachel ze Stowarzyszenia e-Południe, Kinga Pawłowska-Nojszewska z KIKE, Artur Tomaszczyk, odpowiedzialny w MiSOT za projekt, Tomasz Brol z Syriona i Krzysztof Czuszek ze Stowarzyszenia e-Południe
(Źródło: TELKO.in)

Monika Kosińska, prowadząca panel „Nieprzychylnie komentarze, trolling i hating w sieci”. – Bardzo często słyszę, że operatorzy nie chcą prowadzić swoich profili na Facebooku lub innych mediach społecznościowych, gdyż boją się hatingu, trollingu i wylewania pompy przez niezadowolonych klientów, hejterów oraz konkurencję – zaznaczyła, po czym przedstawiła garść gotowych rozwiązań i przykładowych odpowiedzi na komentarze online. – Nie należy ignorować krytyki, odpowiadać sarkastycznie, wyśmiewać ani obrażać klientów – uczulała M. Kosińska. – Dobre reakcje to rozbrojenie, odwołanie do faktów, a przede wszystkim zrozumienie stanu emocjonalnego rozmówcy. Nie zaszkodzi nam przyznanie się do błędu, po którym nastąpi szczerza chęć pomocy, szukanie rozwiązania i propozycja kontaktu. Ważne jest także, by dziękować za zgłoszenie. Buduje to wiarygodność i dobry wizerunek operatora.

O pieniądzach

Bardzo istotnym tematem dla MiSOT-ów okazała się także opcja pozyskania akcji MiSOT SA, która stoi obecnie na czele grupy kapitałowej utworzonej przez Stowarzyszenie e-Południe. Lokalni ISP będą mogli obejmować akcje spółki MiSOT SA i to docelowo nie mniej niż 61 proc. ich ogólnej liczby. Pierwsza pula akcji trafi do członków Stowarzyszenia e-Południe. Krzysztof Czuszek zaznaczył, że

operatorów zostanie propozycja objęcia określonego pakietu akcji spółki. W tym celu przygotowywany jest już odpowiedni algorytm. Poinformowano także, że największy pakiet, jaki będzie mógł docelowo objąć jeden operator, to około 2 proc. akcji spółki, zaś średnio jeden

co najmniej przez pięć lat zarząd e-Południa chce mieć wpływ na działania spółki i zachować jej sterowność. Zapewnił też, że w ciągu kilkunastu najbliższych miesięcy około tysiąca lokalnych

prawnego KIKE, omówiła działania, które prowadzi izba w sferze legislacyjnej w związku z ustawą prawo komunikacji elektronicznej. Przeszła następnie do funduszy unijnych i krajowych, które w najbliższych latach mogą trafić do operatorów (podkreśliła, że w kontekście LoRaWAN szczególnie wart uwagi jest unijny fundusz o akronimie FENG). Członkowie zarządu przedstawili też priorytety Izby na nadchodzącą kadencję i zaapelowali o wsparcie i dołączanie kolejnych operatorów z sektora MŚP w jej szeregi. Podkreślili przy tym, że KIKE jest najliczniejszą reprezentacją telekomów w Polsce. Izba zamierza w dalszym ciągu pracować nad integracją działań w branży. Bogdan Kozicki przyznał, że przyszłość branży telekomunikacyjnej w Polsce zależy od przedsiębiorców, którzy wspólnymi siłami mogą budować nowe, lepsze rozwiązania dla wszystkich uczestników rynku.



Bogdan Kozicki (z lewej) i Adam Wołk-Jankowski z zarządu KIKE zachęcali operatorów do przystąpienia do izby (Źródło: TELKO.in)

operator będzie mógł kupić około 5 tys. akcji. Pozyskane środki ze sprzedaży akcji będą przeznaczone na dalszy rozwój grupy.

Priorytety KIKE

Drugi dzień Lokalnego Zjazdu MiSOT zdominowała Krajowa Izba Komunikacji Ethernetowej. Reprezentowali ją **Kinga Pawłowska-Nojszewska**, **Adam Wołk-Jankowski** i **Bogdan Kozicki**. Kinga Pawłowska-Nojszewska, jako dyrektor biura

Warto też podkreślić, że wielu uczestników Zjazdu MiSOT nastawiło się przede wszystkim na indywidualne spotkania i rozmowy. Lokalne spotkania w małym gronie to w przekonaniu organizatorów optymalna i bezpieczna formuła. Kolejne Zjazdy MiSOT planowane są w 2022 roku i zorganizowane będą w następujących rejonach: Centrum, Wschód i Północ. Ich zwieńczeniem będzie ogólnopolska konferencja.

Postaw na innowacje

TEKST MARCIN OZYCH

6:30 rano, Berlin. Chłodny, dżdżysty poranek przed spotkaniem z niemieckim producentem sprzętu sieciowego. W Polsce też płucha. Włączę żonę grzejnik w łazience. Dwa kliknięcia w aplikację do obsługi domowego routera i gotowe. Ciekawe, czy pomyśli o mnie, gdy weźmie do ręki ciepły ręcznik...?

Media społecznościowe, serwisy streamingowe w 4K, gry sieciowe, praca z domu, zdalne nauczanie przez Zooma – wszystko to bazuje na dostępie do internetu, który stał się tak powszechny, że prawie go nie zauważamy, jak powietrza. Z tego powodu ISP to dziś niemal zawód zaufania publicznego, gdyż sprzedając klientowi dostęp do sieci, odpowiada się za coraz większą część codziennej egzystencji i komfortu życia swoich odbiorców. Nie powinno być więc problemu ze sprzedażą usług i powiązanych z nią produktów, bez których ludzie nie wyobrażają sobie życia. Jednak na rynku operatorów dla odbiorców detalicznych wieje trochę nudą. Niemal wszyscy bez wyjątku oferują usługi łączone z TV i telefonem, a zachęta w postaci dodatkowych paruset Mb/s, czy większej ilości kanałów w TV, nie robi już na klientach wielkiego wrażenia. Do

tego częsta walka o klienta przez zaniżanie cen, co w praktyce okazuje się bronią obosieczną – z negatywnymi konsekwencjami zarówno dla konsumentów, jak i operatorów. Co więc ma robić ISP? Może nie musi tak jednoznacznie podchodzić do problemu, jak proponują J. Trout i S. Rivkin w kultowej pozycji „Wyróżniaj się lub zgin”. Jak przetrwać w erze morderczej konkurencji? Wyróżnić bowiem można się, oferując wartość dodaną do usługi, np. w postaci naprawdę wszechstronnego rozwiązania. Takiego, które odpowie na potrzeby klienta (zapewni stabilne i szybkie Wi-Fi w całym domu), a z drugiej strony da operatorowi możliwość bardziej efektywnego zarządzania terminalami i oferowania rozwiązań dla bardziej wymagających klientów. Mam tu na myśli routery **FRITZ!Box 5530 Fiber** i **FRITZ!Box 6660 Cable** od firmy **AVM**, które – warto to dodać – zaprojektowane zostały z myślą o potrzebach firm ISP.

Prędkość światłowodu z szybkim Wi-Fi 6

FRITZ!Box 5530 Fiber to model dla sieci światłowodowych. Dzięki

wymiennym modułom SFP może być używany ze wszystkimi popularnymi technologiami (AON/GPON/XGS-PON) i jest w stanie obsłużyć do 10 Gb/s. Certyfikaty Broadband Forum (BBF) potwierdzają zgodność ze światowymi standardami, a tym samym bardzo dobre parametry współpracy routerów FRITZ!Box 5530 Fiber z różnymi platformami OLT.

FRITZ!Box 6660 Cable to z kolei propozycja dla sieci kablowych. Router posiada interfejs zgodny z DOCSIS 3.1, mogący pracować z prędkością 6 Gbit/s, i otrzymał stosowny certyfikat CableLabs.

Wi-Fi mesh, czyli jeszcze więcej sieci w domu

Apka do routera w telefonie pokazuje, że w specjalnej sieci Wi-Fi dla gości pojawił się telefon o nazwie „Viola1985”. Pewnie sąsiadka Viola wpadła na kawę i plotki. Chyba kupiła nowego iPhone’a, bo widzę, że połączyła się z prędkością powyżej 2 Gb/s. No, tak, Wi-Fi 6.

Wydajność sieci szkieletowej operatora, liczba styków międzyoperatorów, routery brzegowe, mechanizmy QoS czy SLA to istotne elementy dla każdej sieci

BBF.247
XGS-PON
CERTIFIED

BBF.247
GPON
CERTIFIED



ISP. Mimo, iż abonenci otrzymują szybkie i stabilne łącza na przy-słowiowym gniazdku od operatora czy terminalu ONT, zdecydowana większość z nich utożsamia usługę internetową od operatora także ze swoją siecią bezprzewodową. Pisząc w skrócie, jeśli Wi-Fi jest mało wydajne albo niestabilne, to konsument zwykle obwinia za to łącze od dostawcy.

Nie bez znaczenia jest zatem jakość samego terminala abo-

wiednio łączyć się między sobą bezprzewodowo, za pomocą kabla LAN Ethernet lub przez instalację elektryczną przez PLC. Pozwala to na elastyczne tworzenie sieci mesh, dopasowanej do wymagań i specyfiki domu abonenta.

Wszystkie węzły czy punkty w sieci mesh inteligentnie dostosowują parametry swojej pracy, aby zaoferować użytkownikowi maksymalny zasięg i jak największą prędkość. Konfiguracja zestawu

Smart Home

– inteligentni pomocnicy we wszystkich obszarach: światło, ogrzewanie i prąd

W aplikacji widzę, że inteligentna głowica grzejnika w salonie pokazuje nagle zwiększenie się temperatury. Na wykresie jest wyraźny peak. Pewnie wyszło słońce i nagrzało pomieszczenie, bo kaloryfer, zgodnie z harmonogramem, jest praktycznie o tej porze dnia zamknięty. Darmowe ciepło. Super!

Dla użytkownika ważne będzie też to, że router FRITZ! to prawdziwe serce domowej sieci w jej wielu zastosowaniach. Jednym z ciekawszych jest sterowanie terminalami inteligentnego domu Smart Home, co stanowi wstęp do realizacji idei Internetu rzeczy (IoT – Internet of Things). Za pomocą technologii DECT ULE (minimalne zużycie prądu, transmisja w paśmie 1,8 GHz – mniej zakłóceń ze strony Wi-Fi czy Bluetooth), router steruje różnorodnymi urządzeniami w domu, jak np. inteligentne gniazdko



nenckiego i sieci Wi-Fi u konsumenta. Dodatkowo, pandemiczna rzeczywistość spowodowała, że klienci coraz częściej szukają jakościowych produktów i chcą za nie zapłacić. Ten trend wykorzystują niektórzy polscy operatorzy i oferują już usługi typu „Wi-Fi Premium”, w których za niewielką dopłatą klient otrzymuje urządzenia, które pozwalają mu stworzyć wydajną i rozległą sieć Wi-Fi w topologii mesh.

W routerach FRITZ!Box 5530 Fiber i FRITZ!Box 6660 Cable wyposażonych w sieć Wi-Fi 6 generacji znajdziemy dodatkowe, wbudowane kontrolery do zarządzania siecią w topologii mesh. Urządzenia AVM pozwalają na stworzenie sieci mesh opartej na routerach FRITZ!Box, repeaterach np. FRITZ!Repeater, lub adapterach PLC FRITZ!Powerline – wszystkie urządzenia mogą odpo-

mesh sprowadza się właściwie do naciśnięcia jednego przycisku: urządzenia automatycznie dobierają najmniej zatłoczony kanał transmisji radiowej, propagują jednolitą nazwę sieci i wymieniają się ustawieniami bezpieczeństwa, dzięki czemu infrastruktura, składająca się fizycznie z wielu elementów, tworzy funkcjonalną jedność – internet działa w całym domu, a przejście z zasięgu jednego urządzenia do drugiego jest dla użytkownika niezauważalne. Na koniec coś dla BOK i serwisu operatora: router FRITZ!Box może przekazać, według potrzeby, cały szkic sieci mesh i urządzeń podłączonych do niej wraz parametrami przez ACS i protokół provisioningowy TR069. Dzięki temu już na etapie zdalnej diagnozy operator może wspierać klienta w jego codziennych problemach w sieci domowej.

FRITZ!DECT 200 i FRITZ!DECT 210, które można załączać automatycznie: zgodnie ze skonfigurowanym harmonogramem, na podstawie temperatury pomieszczenia czy nawet poziomu zużycia energii. Do tego termostaty do sterowania ogrzewaniem FRITZ!DECT 301, przyciski i żarówki LED. Co istotne, system FRITZ!Box jest kompatybilny z rozwiązaniami innych producentów automatyki domowej opartych na protokole HAN FUN (Home Area Network Functional protocol).

Późno już. Spotkania zakończone. Podgląd sieci w aplikacji pokazuje, że telefony młodzieży są zalogowane w repeaterze, który nazywałem „U dzieci”, a iPhone żony w routerze, który jest bliżej naszej sypialni. Czyli wszyscy są w domu i powoli szykują się do snu. W naszej domowej sieci brakuje tylko mnie. Czas uciekać.

TK Chopin radzi:

Uwolnij się od kabli

TEKST: BOGDAN ŁAGA*

Na przestrzeni lat dystrybucja sygnału telewizyjnego ulega nieustannym zmianom. Od przekazu analogowego, poprzez kablowy i satelitarny, aż po wykorzystanie internetu. Jeżeli posiadamy dostęp do internetu, możemy w końcu zapomnieć o uciążliwej instalacji antenowej oraz kolejnych kablach w naszym salonie.

Zakończył się tym samym okres, w którym ulubiony program telewizyjny można oglądać tylko w naszym domu. Stawiając na mobilność, stawiamy na telewizję internetową, która daje szerokie możliwości odbioru programów telewizyjnych praktycznie w każdym miejscu, gdzie jest dostęp do internetu. Nawet tam, gdzie korzystamy z sieci tylko drogą radiową, możemy oglądać do kilkudziesięciu kanałów telewizyjnych.

Telewizja internetowa, dzięki zaawansowanym protokołom transmisji treści wideo, dopasowuje się w sposób elastyczny do szerokości dostępnego pasma internetowego, zapewniając poprawny odbiór, nawet przy niskich parametrach łącza.

Mobilność to nie jedyna cecha telewizji internetowej. Kolejną jest wolność abonenta. To on decyduje, co i kiedy chce oglądać. Każdą audycję, znajdującą się w pakiecie kanałów telewizji internetowej, wyemitowaną do kilku dni wstecz, można łatwo odnaleźć i odtworzyć. Komfort oglądania podnoszą możliwości przewijania oglądanych treści lub funkcja przerwy w oglądaniu. Do odbioru telewizji internetowej wymagany jest dedykowany



Bogdan Łaga

dekoder HD lub UHD z wyjściem HDMI, który podłączamy do odbiornika telewizyjnego. Oprócz tego, treści wideo mogą być dostępne za pomocą aplikacji na urządzeniach mobilnych lub za pośrednictwem dedykowanego portalu internetowego na komputerach osobistych.

To użytkownik decyduje, na którym urządzeniu będzie oglądać swój ulubiony program. Na Smart TV, smartfonie, tablecie, komputerze? A może na kilku ekranach jedno-

cześnie?

Dekodery telewizji internetowej są uniwersalne i współpracują z dowolnym odbiornikiem TV posiadającym złącze wysokiej rozdzielczości HDMI. Dekoder może być podłączony do sieci internetowej zarówno kablem (do gniazdka LAN), jak i bezprzewodowo poprzez sieć

Wi-Fi. Do obsługi dekodera służy dedykowany pilot, który oprócz klawiatury numerycznej oferuje dostęp do wielu użytecznych funkcji poprzez przyciski szybkiego dostępu.

Telewizja internetowa daje drugie życie telewizji liniowej. Wysokiej jakości treść telewizyjna (doskonałość techniczna i merytoryczna) staje się równie łatwo dostępna jak przekazy w popularnych serwisach streamingowych. Zbudowanie usługi telewizji internetowej, pozwalającej abonentom korzystać z przynajmniej kilkudziesięciu programów, wymaga znaczących nakładów na sprzęt i oprogramowanie. Konieczna jest wiedza, by tę technologię skutecznie wdrożyć i eksploatować.

Finansowa i technologiczna „bariera wejścia” jest dość wysoka dla średniego i bardzo wysoka dla małego operatora telekomunikacyjnego. Skalowanie systemu, to jest rozbudowa dla większej liczby odbiorców lub większej liczby kanałów telewizyjnych, będzie mniejszym obciążeniem i rozłożonym w czasie.



Ubique 4.0

TELESTE



CMS



CRM



Middleware



Multiscreen



Billing



Monitoring

Budowę systemu telewizji internetowej **Telewizja Kablowa Chopin z Wejherowa** rozpoczęła w 2018 roku. W 2021 roku do projektu dołączyła **Telewizja Kablowa Spółdzielni Mieszkaniowej w Grudziądzu**. Powstała wspólna usługa, która będzie spersonalizowana dla każdej z telewizji. Usługa została wdrożona, jest stabilna i wchodzi do sprzedaży

w TK Chopin. Telewizja Kablowa w Grudziądzu przygotowuje się aktualnie do jej wprowadzenia. Idea współpracy w tworzeniu wspólnej usługi dla abonentów sprawdziła się. Partnerzy projektu uzyskali większą siłę zakupową wobec dostawców zarówno technologii, jak i treści. Każdy z partnerów ponosi tylko część wydatków związanych z budową

i utrzymaniem systemu telewizji internetowej. Dzięki temu koszt wytworzenia usługi utrzymuje się na racjonalnym poziomie. Wsparcie technologiczne projektu zapewnia firma **Teleste**. Grupa Teleste specjalizuje się w wysoce zaawansowanych technologiach i najnowszych rozwiązaniach dla systemów wideo. Posiada wieloletnie doświadczenie w projektowaniu, budowie i wdrażaniu infrastruktury stacji czołowych, CDN, telewizji internetowej, storage, systemów szyfrowania treści oraz systemów pomiarowych. Wspiera również aktywnie klientów w implementowaniu zaawansowanego i innowacyjnego oprogramowania Ubique (CRM, CMS, Middleware, aplikacje mobilne) rozwijanego przez doświad-

czony zespół deweloperski.

W opinii Telewizji Kablowej Chopin z Wejherowa oraz Telewizji Kablowej Spółdzielni Mieszkaniowej w Grudziądzu wspólna realizacja projektu sprawdza się i może być atrakcyjna dla innych sieci kablowych.

* Autor jest prezesem Zarządu TK Chopin

TELEWIZJA INTERNETOWA ZAWSZE Z TOBĄ!

Uwolnij się od kabli i oglądaj do

kilkudziesięciu
kanałów TV!

CHOPIN
TELEWIZJA KABLOWA



ASTA-NET rozbudowuje sieć

Dzięki współpracy z operatorem **ASTA-NET**, superszybki internet światłowodowy, telewizja 4K i usługi mobilne **UPC Polska** dotrą do kolejnych blisko 40 tys. gospodarstw domowych w województwie wielkopolskim i zachodniopomorskim. Rozwój zasięgu umożliwiają wybudowane przez ASTA-NET sieci światłowodowe w ramach **Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa (POPC)**. Łącznie, zasięg usług UPC na sieciach POPC, przekracza już 0,5 miliona gospodarstw domowych. Operator ASTA-NET intensywnie rozbudowuje sieć światłowodową na terenie północno-zachodniej części Polski. Spółka jako pierwsza w Polsce zrealizowała projekt w ramach drugiego konkursu POPC, z powodzeniem umożliwiając dostęp do światłowodu w niemal 250 miejscowościach, podłączając do internetu ponad 17 tys. gospodarstw domowych. Wybudowana w tym projekcie sieć światłowodowa to niemal 800 kilometrów. Obecnie jest w trakcie realizacji projektu na terenie Pomorza, który swym zasięgiem obejmie kolejne 21 tysięcy gospodarstw domowych. – Dzięki inwestycjom unijnym byliśmy w stanie diametralnie zmienić model biznesowy, nastawiając się na współpracę z partnerami hurtowymi. Wierzymy, że partnerstwo z UPC w znaczący sposób wpłynie na wzrost saturacji bazy abonenckiej, przyczyniając się tym samym do zmniejszenia wykluczenia cyfrowego mieszkańców objętych zasięgiem nowoczesnej sieci światłowodowej ASTA-NET – mówi Łukasz Hetman, członek Zarządu ASTA-NET.

P4 w sieci Fiberhost

P4 dołączył do grona operatorów, którzy będą korzystać z sieci **Fiberhost**. Zawarte porozumienie pozwoli rozszerzyć ofertę dostępną dla mieszkańców obszarów objętych inwestycjami własnymi oraz trzema konkursami Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa, gdzie sieć zarządza Fiberhost. – Do grona dostawców usług na naszych sieciach dołączył **P4**. To dla nas kolejny ważny krok w procesie rozwoju modelu open access w Polsce. Obecność **P4** w naszej sieci wzbogaci ofertę detaliczną dostępną dla mieszkańców obszarów obję-

tych zasięgiem otwartych sieci światłowodowych Fiberhost.

Wiemy, jak ważny jest dziś dostęp do niezawodnego i bezpiecznego internetu światłowodowego. Tym bardziej cieszymy się, że podpisane porozumienie da mieszkańcom szerokie spektrum wyboru usług, szczególnie w obszarze usług stacjonarnych. Witamy



Marta Wojciechowska

P4 w gronie naszych partnerów – mówi **Marta Wojciechowska, CEO Fiberhost SA**. Marka Fiberhost działa w sieciach wybudowanych w ramach inwestycji własnych INEA SA oraz programów współfinansowanych ze środków unijnych.

Beskid Media z 1 Gb/s

Beskid Media, lokalny ISP działający na pograniczu województw śląskiego i małopolskiego, wprowadził do oferty usługę o przepływności **1 Gb/s** w miejsce wcześniej oferowanego 800 Mb/s. Operator sprzedaje tę przepływność za 79,9 zł klientom z domów wielorodzinnych, a w domach jednorodzinnych o 10 zł drożej. Beskid

Media ma w ofercie obecnie cztery plany internetowe: 1 Gb/s, 600 Mb/s, 400 Mb/s i 200 Mb/s. W przypadku domów jednorodzinnych tylko trzy (bez 200 Mb/s). Jednocześnie operator wprowadził do oferty usługę Multi Wi-Fi, w ramach której oferuje klientom dodatkowy router w celu rozszerzenia zasięgu WiFi



i poprawy jakości sygnału. Beskid Media podkreśla, że w ramach usługi klienci otrzymują nie tylko sprzęt, ale także kompleksową obsługę techniczną i opiekę nad prawidłowym funkcjonowaniem urządzenia oraz usługi. Technicy operatora dokonają montażu i odpowiedniej konfiguracji routera.



Spokojnych
Świąt Bożego Narodzenia
i zdrowego, pomyślnego 2022 roku
życzy



Przyspieszenie wzrostu

W III kw. 2021 r. UPC Polska przyspieszyła wzrost, przenosząc jakość internetu w domu na wyższy poziom dzięki innowacjom – „**Inteligentnemu Wi-Fi**” oraz **UPC Wi-Fi Pods** (bezobsługowemu, inteligentnemu wzmacniaczowi sygnału Wi-Fi, zwiększającemu jego moc i zasięg). Na koniec III kw. spółka miała **1 548 500 klientów** (wzrost o 13100) i **3 307 200** abonamentów cyfrowych. Liczba subskrypcji usługi internetowej wzrosła o 16 500 do **1 325 600**. W III kw. UPC powiększyło bazę abonentów telewizji cyfrowej o 17 900 do poziomu **1 372 900** subskrypcji. O 10 700 do **1 116 100** wzrosła w III kw. liczba użytkowników telefonii mobilnej. Aby zmniejszać wykluczenie cyfrowe, UPC kontynuowało rozwój usług cyfrowych w nowych lokalizacjach, zwiększając zasięg na sieciach hurtowych POPC do ponad pół miliona gospodarstw domowych. Niezależnie od ekspansji na terenach wiejskich dzięki POPC, UPC inwestowało także w rozwój własnej sieci, zwiększając jej zasięg o 14 900 gospodarstw domowych do łącznie **3 684 300** domostw. – Stały rozwój usług, w tym wprowadzenie Inteligentnego Wi-Fi i wzmacniaczy UPC Wi-Fi Pods, jak również najbogatszej telewizyjnej rozrywki ze sportem na czele, potwierdza nieśląbną determinację zespołu UPC, by stale być krok przed konkurencją. Osiągając wzrost kluczowych wskaźników biznesu, w trzecim kwartale zajęliśmy też pierwsze miejsce w rankingu przenośności numerów na rynku mobilnym, potwierdzając tym samym słuszność obranej strategii usług konwergentnych – powiedział **Robert Redeanu, CEO UPC Polska**.

UPC poszerza zasięg usług...

UPC Polska poszerza zasięg cyfrowych usług o kolejne lokalizacje w Polsce. Dzięki współpracy z **Tauronem**, superszybki internet światłowodowy, telewizja 4K i usługi mobilne UPC dotrą do kolejnych ponad 100 tys. domostw

w 132 gminach na terenie województw: **dolnośląskiego, śląskiego i małopolskiego**. Rozwój zasięgu umożliwiają wybudowane przez Tauron sieci światłowodowe w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa (POPC).

...oraz wprowadza 5G i świąteczny „Hit Mikołaja”

UPC Polska wprowadziła do oferty mobilną technologię przyszłości – **5G** w elastycznych pakietach (**25 GB za 24,99 zł/m-c** i **50 GB za 59,90 zł/m-c**), wraz z nielimitowanymi rozmowami i SMS-ami. Na ofertę UPC składają się również 3 modele nowoczesnych smartfonów obsługujących 5G: Samsung A52 5G, Realme GT ME oraz Realme 8 5G. Oferta jest dostępna dla obecnych i nowych klientów, którzy wykupią usługi stacjonarne lub tylko mobilne. Operator wprowadziła także świąteczny pakiet „**Hit Mikołaja**”, kompleksowy pakiet usług cyfrowych premium dla domu, który pozwoli zaspokoić potrzeby najbardziej wymagających użyt-

kowników i nowoczesnych rodzin w zakresie dostępu do internetu i cyfrowej rozrywki, w cenie **99,99 zł**, przez cały okres obowiązywania umowy, w tym: **internet** – 750 Mb/s szerokopasmowy oparty na



światłowodzie z „**Inteligentnym Wi-Fi**”; **TV** – Max Premium z 184 kanałami, w tym kanały premium Cinemax i Filmbox; **4 pakiety Premium** – HBO, Polsat Sport Premium, Eleven Sports i Viaplay; **dekodery 4K** – UPC 4K TV BOX lub 4K CI CARD; Aplikację **UPC TV GO**.

DG-Net DG-NET S.A. zwiększa przychody

Spółka **DG-Net**, ISP z Dąbrowy Górniczej, dostawca usług **Triple Play**, w III kw. 2021 r. wygenerowała przychody w wysokości **3 mln zł**. W porównaniu z ub.r. oznacza to wzrost o 36,6 proc. – informuje serwis telko.in. Spółka odnotowała zysk z działalności operacyjnej na poziomie **92,1 tys. zł** wobec straty na poziomie 564 zł w tym samym okresie 2020 r. Zysk netto wyniósł

81,9 tys. zł (wobec straty 14,2 tys. zł w 2020 r.). W III kw. DG-Net pozyskał 493 nowych klientów indywidualnych oraz 36 klientów biznesowych. W omawianym okresie DG-Net objął zasięgiem swojej sieci 212 nowych budynków (głównie jednorodzinnych) oraz wybudował 5,3 km nowej infrastruktury dostępowej oraz 6 km nowej infrastruktury szkieletowej.

UPC POLSKA

W III KWARTALE 2021



Najszybszy
OGÓLNOPOLSKI
DOSTAWCA INTERNETU



Najbardziej
POLECANY OPERATOR



INNOWACJE

WZBOGACAJĄCE
DOŚWIADCZENIE
Z KORZYSTANIA Z UPC
JAKO ULUBIONEJ MARKI

INTELIGENTNE WIFI



UPC WIFI PODS



ŚREDNIA PRĘDKOŚĆ
UŻYWANA PRZEZ KLIENTÓW



390 Mb/s



**#1 W RANKINGU
PRZENOŚNOŚCI
NUMERÓW
W SIECIACH
MOBILNYCH**

NAJBOGATSZA
OFERTA TREŚCI
I WIĘCEJ
FUNKCJI



>0,5 mln

GIGA EKSPANSJA TRWA
- PONAD **0,5 mln** GOSPODARSTW
W ZASIĘGU NA SIECIACH **POPC**

UPC W LICZBACH



1 548 500 KLIENTÓW

+ **13 100** w III kw.



SUBSKRYPCJI
USŁUG
CYFROWYCH

3 307 200



KLIENTÓW
USŁUGI
INTERNETOWEJ

1 325 600



KLIENTÓW
USŁUGI
TELEWIZYJNEJ

1 372 900



SUBSKRYPCJI
KOMÓRKOWYCH

116 100

RGU DODANE W III KW 2021:



INTERNET

+ 16 500



TV

+ 17 900



USŁUGI
MOBILNE

+ 10 700

WIĘCEJ POŁĄCZEŃ GOTOWYCH NA POŁĄCZENIA GIGA



GOSPODARSTW
DOMOWYCH
W ZASIĘGU 1Gb/s

3 044 665



WSZYSTKICH
GOSPODARSTW
DOMOWYCH
W ZASIĘGU SIECI UPC

3 684 300

#DZIAŁAMY Z TROSKĄ PODCZAS COVID-19



BEZPŁATNE PODWYŻSZENIE
PRĘDKOŚCI WYSYŁANIA DANYCH
DLA NASZYCH KLIENTÓW



INTERNET
DLA NAUCZYCIELI
I MEDYKÓW



INTERNET
RÓWNYCH SZANS

Vectra podlicza 2020 r.

777 mln zł przychodów miała w 2020 r. gdyńska **Vectra** – wynika ze sprawozdania jednostkowego tego operatora kablowego – informuje serwis telko.in. Skonsolidowane przychody grupy Vectra, które uwzględniają wyniki za 11 m-cy ub.r. przejętych 31 stycznia **Multimediów**, wyniosły **1,45 mld zł**. Grupa skończyła rok ze **stratą netto na poziomie 111,1 mln zł** (rok wcześniej zysk netto wynosił 49,2 mln zł), zaś jednostkowy zysk netto Vectry wynosił 5,8 mln zł (rok wcześniej 63 mln zł). 93,5 proc. przychodów spółki i 95,8 proc. przychodów grupy pochodziło z działalności telekomunikacyjnej. Mocną pozycją w przychodach finansowych spółki są dywidendy. W 2020 r. wpływy Vectry z tego tytułu wyniosły 158,4 mln zł, a rok wcześniej – 98,9 mln zł. Zobowiązania długoterminowe spółki z tytułu pożyczek i kredytów bankowych oraz innych instrumentów dłużnych spółki w końcu 2020 r. wynosiły 1,32 mld zł i były blisko 12-krotnie wyższe niż rok wcześniej. Zobowiązania krótkoterminowe wyniosły 314,7 mln zł i było o 38 proc. niższe niż rok wcześniej. W kasie spółki było 146,6 mln zł. Z raportu Vectry wynika, że **na przejęcie Multimediów spółka wydała 925,1 mln zł**, zaś spółkę **Nette** kupiła w samym końcu ub.r. za nieco ponad **4 mln zł**. Z raportu wynika także, że Vectra i byli właściciele Multimediów toczą w Sądzie Arbitrażowym spór dotyczący ostatecznej wyceny przejętej spółki. Według Vectry cena powinna być o 168 mln zł niższa, zaś według byłych właścicieli Vectra powinna im dopłacić 1,5 mln zł.

Vectra pod lupą UOKiK

Prezes UOKiK Tomasz Chróstny postawił zarzuty telewizji kablowej **Vectra**. Dotyczą one jednostronnej zmiany umów przez operatora. Abonenci tej firmy dostali listy informujące ich o dodaniu do ogólnych warunków umowy postanowienia, na podstawie którego Vectra może podnosić wysokość abonamentu raz w roku. Co istotne, dotychczasowe warunki umowne



Tomasz Chróstny

nie przewidywały uprawnienia przedsiębiorcy do wprowadzenia tego rodzaju zapisów. Już na tym etapie prezes Urzędu wystąpił do spółki z tzw. wezwaniem miękkim, w którym wezwał do wycofania się z dopiero mających wejść w życie zmian, co pozwoliłoby firmie uniknąć postępowania administracyjnego. Vectra jednak zignorowała tę propozycję. Następnie, po kilku miesiącach klienci otrzymali informację, że ich abonament miesięczny wzrósł o 5 zł, mimo że pierwotne warunki umowne nie pozwalały na takie działanie operatora. W konsekwencji klienci,

k którzy nie wypowiedzieli umowy, zostali zmuszeni przez przedsiębiorcę do płacenia rocznie aż 60 zł więcej za usługi telekomunikacyjne. – W podejmowanych przez nas na rynku interwencjach wielokrotnie wskazywaliśmy, że zmiana istotnych warunków trwającej umowy, a do takich bez wątpienia zalicza się cenę usługi, może nastąpić tylko wówczas, gdy umowa to wyraźnie

przewiduje. Temu służą właśnie klauzule modyfikacyjne, dzięki którym konsument zawierając umowę, dysponuje informacją, w jakich konkretnie sytuacjach może wystąpić modyfikacja warunków świadczonej usługi, w tym jej ceny. Nie można jednak takich postanowień wprowadzać jednostronnie, to jest z pozycji silniejszej strony, jaką jest przedsiębiorca – mówi **Tomasz Chróstny**. Postępowanie w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów może zakończyć się nałożeniem kary do 10 proc. obrotu, nakazem zaniechania praktyki i usunięciem jej skutków.

Netfala dla Jaktorowa

Netfala, podwarszawski ISP z Ożarowa Mazowieckiego, podpisała list intencyjny z gminą Jaktorów w sprawie budowy sieci światłowodowej na jej terenie – informuje serwis telko.in.

Inwestycja zaplanowana została na lata 2022–2023. Gmina Jaktorów zobowiązuje się do stworzenia dogodnych warunków do realizacji inwestycji, natomiast Netfala zobowiązuje się dostarczyć mieszkańcom usługi najwyższej jakości. – Kluczowa dla rozpoczęcia inwestycji była dla nas inicjatywa, którą podjęły władze gminy oraz ich zapewnienia o dobrej, partnerskiej współpracy nie tylko



w okresie trwania inwestycji, ale również po jej zakończeniu – mówi **Mariusz Chmielewski**, właściciel firmy **Netfala**. Operator obecnie świadczy już usługi FTTH w takich gminach jak: Ożarów Mazowiecki, Błonie, Grodzisk

Mazowiecki, Stare Babice, Żabia Wola oraz Teresin. Firma zapewnia, że dla mieszkańców Gminy Jaktorów dostęp do usług sieci światłowodowej możliwy będzie najszybciej, jak tylko pozwolą na to warunki techniczne i operacyjne. Po zakończeniu inwestycji z dostępu do nowoczesnego, szybkiego internetu światłowodowego będzie mogło skorzystać ponad 12 tys. mieszkańców gminy.

Nowy CFO INEA

Robert Biedrzycki dołączył do zarządu INEA Sp. z o.o., obejmując **funkcję CFO** odpowiedzialnego za całokształt kwestii finansowych spółki oraz tzw. Digital Transformation. R. Biedrzycki jest absolwentem Szkoły Głównej Handlowej, Wydziału Finansów i Bankowości. Swoje wcześniejsze doświadczenia w obszarze finansów zdobywał w takich firmach, jak: Avenga, Lagardere, Allegro Group czy Biomet. – Dziękuję za zaufanie i cieszę się, że mogę dołączyć do organizacji na tak ważnym dla niej etapie.



Robert Biedrzycki

Przed nami nowe wyzwania i jeden, nadrzędny cel – dostarczanie szybkiego i niezawodnego internetu światłowodowego oraz pozostałych usług INEA do jak największej grupy mieszkańców naszego kraju. Z przyjemnością będę wspierał spółkę w ich realizacji – komentuje. – Witamy Roberta na pokładzie. Jestem przekonany, że jego umiejętności i doświadczenie zawodowe jeszcze bardziej wzmocnią INEA i pomogą nam mierzyć się z nowymi wyzwaniami oraz osiągać kolejne sukcesy – mówi **Maciej Piechociński, prezes INEA Sp. z o.o.**

Udany kwartał Korbanku

O ponad 25 proc. zwiększył przychody w III kwartale **Korbank**, ISP z Wrocławia. Skonsolidowane przychody netto grupy wyniosły w tym okresie blisko **8,6 mln zł**, podczas gdy rok wcześniej było to ok. 1,8 mln zł mniej. Narastająco – od stycznia do końca września – Korbank wygenerował już sprzedaż na poziomie **24,5 mln zł** (rok wcześniej było to 20,7 mln zł). Zysk netto grupy w III kw. 2021 r. wzrósł o 498,7 proc. do **2,5 mln zł**. Wskaźnika EBITDA osiągnął poziom **3,1 mln zł** i był

o 204 proc. wyższy niż rok wcześniej. Marża EBITDA w III kwartale br. wyniosła **36,4 proc.**, wobec 15 proc. w tym samym okresie ub.r. Zarząd operatora podkreśla, że to efekt konsekwentnie realizowanej strategii – inwestycji światłowodowych oraz rozwoju usług IPTV, tj. telewizji Avios. Operator kontynuuje też budowę data center we Wrocławiu. W III kw. 2021 r. Korbank kontynuował również inwestycje w sieci światłowodowe, zarówno te szkieletowe, jak i dostępowe.

TOYA ostrzega

Sieć kablowa TOYA ostrzega swoich abonentów przed fałszywymi wiadomościami mailowymi. Operator wystosował komunikat następującej treści: UWAGA! Ostrzegamy przed fałszywymi wiadomościami mailowymi wysłanymi z adresów: support@toya.net.pl oraz team@toya.net.pl. Bardzo prosimy o nieotwieranie ich i pod żadnym pozorem nie klikanie w zamieszczone w nich linki. Uczulamy, że maile te

prawdopodobnie są próbą wyłudzenia Państwa danych lub spowodują zainfekowanie komputerów niebezpiecznymi wirusami. Jednocześnie podkreślamy, że wiadomości te nie zostały wysłane przez naszą firmę. TOYA to kolejny operator, który w ostatnim czasie informuje swoich abonentów o zasadach cyberbezpieczeństwa. Przykładowo we wrześniu br. przed atakami hakerskimi ostrzegała abonentów platforma CANAL+.

Trójmiejska zabawa

Z okazji premiery najnowszego sezonu serialu „Dom z papieru”, Vectra wraz z **Netflix** zaprosili mieszkańców wybrzeża do udziału w niecodziennej zabawie. W Trójmieście stanął sejf z logotypami Vectry i Netflixa. W sejfie zamknięto wyjątkową nagrodę – zestaw monet platerowanych 24-karatowym złotem. Aby wygrać



i zdobyć skarb, zainteresowani musieli rozwiązać serię zagadek publikowanych na profilach mediów społecznościowych Vectry. Zebrane odpowiedzi pozwalały uczestnikom na złożenie kodu otwierającego sejf. Pierwsza osoba, która tego dokonała, zdobyła nagrodę. Akcja była kontynuacją współpracy pomiędzy firmami. Od listopada br. osoby decydujące się na wybór usług Vectry mogą bowiem skorzystać z oferty zawierającej również Netflix w pakiecie. Przykładowo, Vectra oferuje połączenie internetu światłowodowego o prędkości do 600 Mb/s oraz 39 kanałów telewizyjnych z dostępem do Planu Podstawowego Netflix. Całości towarzyszy także nowoczesny dekoder TV Smart 4K BOX. To wszystko, dostępne w cenie 49,99 zł przez pierwsze 6 m-cy, przy podpisaniu umowy na 12 m-cy.

Skoki narciarskie w TVN

Historyczna zmiana

OPR. AK

W pierwszej połowie października Discovery ogłosiło, że przedłużyło do końca sezonu 2025/26 umowę dotyczącą transmisji m.in. z Pucharu Świata w skokach i innych dyscyplinach narciarskich. Nadawca nie udzielił sublicencji Telewizji Polskiej do pokazywania zawodów w kanale otwartym, Sam transmituje konkursy w głównym TVN, Eurosporcie 1 oraz w Playerze.

Przez wiele lat prawa do transmisji PŚ w skokach narciarskich Discovery sprzedawało Telewizji Polskiej. – Podjęliśmy jednak decyzję, aby rozwinąć naszą grupę, a tym samym prawa zachować u siebie. To już nie jest ani Discovery, ani TVN, tylko nowa organizacja medialna, która ma wszelkie możliwości, aby szeroko pokazać tak duże wydarzenie sportowe – komentuje portalowi Wirtualnemedial.pl **Edward Miszczak, dyrektor programowy TVN Discovery Polska**. – W TVN mamy bezkonkurencyjną ofertę rozrywkową, świetne seriale, niedoścignione w swojej kategorii newsy, najlepszą telewizję śniadaniową, a teraz dodatkowo jedno z najważniejszych wydarzeń sportowych tej zimy. To historyczna zmiana w naszej ofercie programowej. Damy z siebie wszystko, by widzowie zobaczyli tę kultową dyscyplinę w niespotykanej dotąd odsłonie – dodaje.



Na potrzeby relacji PŚ w TVN nadawca zbudował nowoczesne studio, do którego zapraszani są goście związani ze skokami narciarskimi. Wśród nich pojawia się także wiele kobiet, ponieważ stacja chce również promować kobiece skoki narciarskie. W studiu są wykorzystywane nowoczesne technologie, dzięki czemu widzowie mogą zobaczyć „teleportację” ekspertów i skoczków oraz grafiki w rozszerzonej rze-

czywistości ze statystykami. Do prezentacji licznych materiałów wideo, wywiadów, relacji pogodowych oraz wpisów w mediach społecznościowych służą specjalne wirtualne ekrany funkcyjne. Sportowe studio jest nadawane tuż przed rozpoczęciem oraz po zakończeniu zawodów. Zaplanowano także kilkuminutowe wejścia w przerwie konkursów (pomiędzy I a II serią).

Bez opamiętania

Jak się nie trudno domyślić, decyzja Discovery wywołała na Woronicza wściekłość. Odebranie telewizji publicznej skoków narciarskich to także odebranie jej sporej części tortu reklamowego i widowni. Na otarcie łez TVP pozostały tylko transmisje z zawodów odbywających się w Zakopanym i Wiśle. Nadawca wydał oficjalne oświadczenie, w którym czytamy m.in.: „Dbając o polski sport oraz interes społeczny, apelujemy do grupy Discovery o wyłączenie



Damian Michałowski

MOC WSPÓLNEGO KIBICOWANIA

PUCHAR ŚWIATA W SKOKACH NARCIARSKICH

SOBOTA, NIEDZIELA

player



★EUROSPORT



Zapraszam :)
Barbara Klement

sportu z trwającego sporu politycznego i podjęcie negocjacji w dobrej wierze, aby nie niszczyć tego, co Telewizja Polska przez wiele ostatnich lat budowała i pozwolić dalej milionom Polaków na przeżywanie wspólnych sportowych emocji. (...) Liczymy na opamiętanie, powrót zdrowego rozsądku, odrzucenie intencji politycznych i współpracę, tak jak w przypadku najbliższych Igrzysk Olimpijskich w Pekinie". Discovery nie zamierzała się jednak „opamiętać”. Jak jednak twierdzi wielu obserwatorów,

a potem przez lata jako główny komentator (obok Włodzimierza Szaranowicza, Przemysława Babiara i Stanisława Snopka). W TVP komentował także gale boksu czy wyścigi kolarskie.

Teraz, razem z **Damianem Michałowskim**, prowadzi studio Pucharu Świata w TVN. Same zawody komentują **Marek Rudziński i Igor Błachut**. Kulisy narciarskich zmagania relacjonują natomiast spod skoczni m.in. reporterzy TVN: **Krzysztof Skórzyński, Paweł Łukasik i Kacper Merk**.

pokolenie naszych widzów, aby ci zaczęli marzyć o uprawianiu tego sportu – podsumowuje E. Miszczak

Na tym nie koniec?

Umowa przedłużona przez Discovery Sports i pośredniczącą w sprzedaży praw firmę Infront obejmuje transmisje Pucharu Świata kobiet i mężczyzn w skokach narciarskich, narciarstwie alpejskim, biegach narciarskich, kombinacji norweskiej, snowboardzie, narciarstwie dowolnym,



Sebastian Szczęsny i Damian Michałowski w studiu PS

na gwałtowną miłość TVN-u do sportu nie wynika jedynie z chęci wzbogacenia oferty programowej tego nadawcy. „Kropkę nad i” postawiło tu zamieszczenie polityczne związane z odwołaniem decyzji o przyznaniu koncesji dla TVN24. – Dużo łatwiej rozmawiało się z Discovery przed zawieruchą polityczną związaną z TVN i ostrym sporem, który się przy tej okazji pojawił. Wcześniej rozmowy były szybkie, konkretne i w bardzo przyjacielskiej atmosferze – zauważa **Marek Szkolnikowski, dyrektor TVP Sport**. Jakby tego nie było dość, Discovery „ukradła” TVP **Sebastiana Szczęsnego**, który z Telewizją Polską związany był od 2004 roku – najpierw jako ekspert w trakcie Pucharu Świata w skokach,

O ile w TVN możemy oglądać tylko zawody główne, o tyle Eurosport transmituje także kwalifikacje. Studio Eurosportu prowadzi **Paweł Kuwik i Michał Korościel**. – Transmisja Pucharu Świata w TVN Grupa Discovery da ogromną korzyść Polskiemu Związkowi Narciarskiemu, a także może odmienić środowisko narciarskie. Chcemy kreować rzeczywistość, tak jak to robią niemieckie czy austriackie stacje telewizyjne. Naszym podstawowym celem jest odmłodzenie widowni oglądającej tę dyscyplinę m.in. dzięki wykorzystaniu takich platform jak player.pl. Pragniemy również pokazać, że sport w Polsce to nie tylko piłka nożna, ale i inne dyscypliny. Skokami chcemy zafascynować najmłodsze

a także mistrzostw świata w narciarstwie klasycznym i alpejskim oraz zawodów ISU w łyżwiarstwie oraz biathlonowego World Team Challenge i letniego Grand Prix w skokach narciarskich. Jak jednak zapowiada dyrektor programowy TVN Discovery Polska, telewizja TVN nie powiedziała jeszcze ostatniego słowa w sprawie imprez sportowych transmitowanych na kanałach należących do amerykańskiej firmy. Z informacji, które udało się uzyskać dziennikarzom Onetu, dowiadujemy się, że TVN mogłaby w najbliższym czasie dołożyć do swojej oferty sportowej indywidualne mistrzostwa świata na żużlu – koncern Discovery od 2022 roku ma zarządzać słynnym cyklem Grand Prix.

Medium pierwszego wyboru

OPR. AK

Gdyby Polacy musieli ograniczyć korzystanie z mediów do jednego kanału, niemal 6 na 10 badanych wskazuje internet – pokazuje badanie agencji mediowej Wavemaker. To wciąż najbardziej niezastąpione medium, ale już nie aż tak jak w szczycie pandemii, gdy było pierwszym wyborem dla 2/3 internautów. Podium najważniejszych dla Polaków stacji telewizyjnych tworzą Polsat, TVN 24 i TVN.

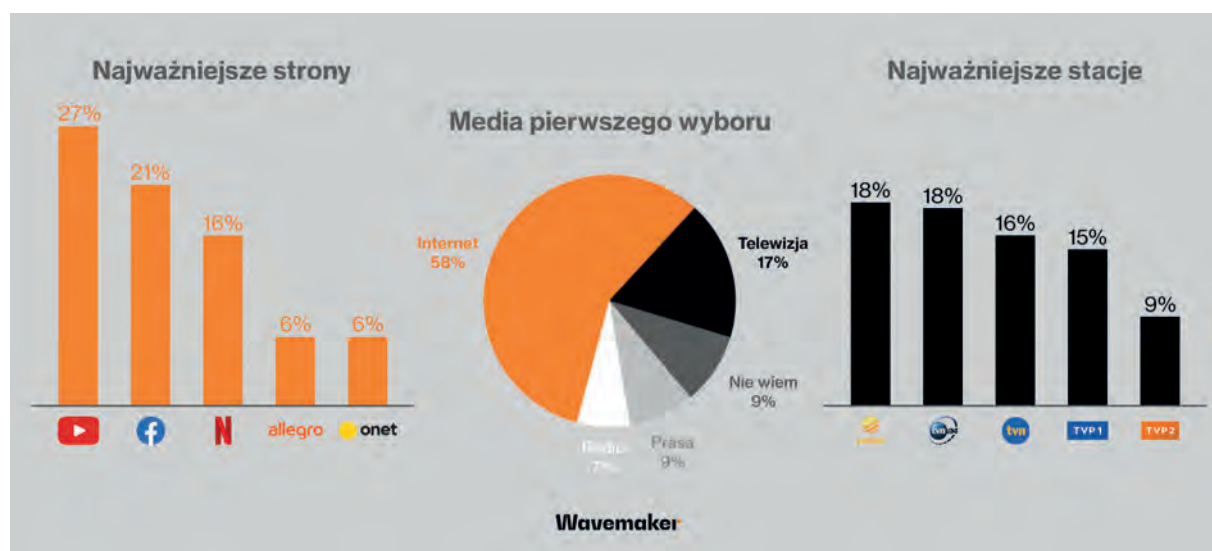
Gdyby musieli ograniczyć korzystanie z mediów do zaledwie jednego kanału, 58 proc. polskich internautów wskazuje na sieć jako tę najbardziej niezastąpioną. Dla 17 proc. badanych najważniejszym medium pozostaje telewizja. Jej znaczenie rośnie wraz z wiekiem badanych – wśród osób po 45. roku życia niemal co czwarta postawiłaby na TV jako medium pierwszego wyboru. W stosunku do wiosny ub.r. nastąpił lekki spadek znaczenia sieci (z 67 proc.), a wzrost znaczenia TV (z 12 proc.). Niewykluczone, że jest to efekt pandemii, która zwiększyła znaczenie domowej rozrywki, w tym telewizji, w życiu sporej części badanych – wskazano w badaniu.

YouTube najważniejszy w internecie, Polsat i TVN24 w telewizji

W przypadku Polaków najbardziej przywiązanych do internetu nie zmienił się ranking top 3 najważniejszych stron w sieci. Gdyby byli zmuszeni, by ograniczyć korzystanie z internetu do jednego serwisu, najwięcej badanych zdecydowałoby się na Youtube z wynikiem 27 proc., który na podium uzupełniają Facebook (21 proc.) i Netflix (16 proc.). Z kolei w rankingu najważniejszych stacji TV ranking top 3 tworzą Polsat (18 proc.), TVN 24 (także 18 proc.) i TVN (16 proc.). Pozycja TVN 24 wyraźnie wzrosła, co zapewne również ma związek z rosnącą wagą informacji w pandemicznej

wciąż rzeczywistości. Ostatnie miejsce zajęła TVP2 z wynikiem 9 proc. – Choć Wavemaker stawia badanych przez czysto hipotetycznym wyborem, to ich wskazania dowodzą całkiem realnej siły mediowych marek. Szczególnie w odniesieniu do Youtube i Facebooka otrzymujemy obraz silnej dominacji i potwierdzenie, że dla wielu osób te serwisy to niemal synonim internetu. Nie dziwią więc rosnące oczekiwania wobec ich właścicieli – mówi **Paweł Gala, szef Wavemaker.**

Badanie znaczenia mediów to część Projektu Cyfrowizja VI, który agencja Wavemaker realizowała pod koniec czerwca 2021 roku na grupie 1500 Polaków z dostępem do sieci.



Dla każdego coś innego

OPR. AK

TVP1 i TVP2 najwyższe wyniki oglądalności notują wśród osób starszych. TVN cechuje się widownią miejską i z wysokimi dochodami, a Polsat – najbardziej zbieżną z profilem całego rynku telewizyjnego – wynika ze szczegółowego raportu portalu Wirtualnedia.pl.

Od stycznia do końca października 2021 roku telewizyjną Jedynekę oglądało średnio 54,79 proc. kobiet i 45,21 proc. mężczyzn (wg wskaźnika ADH*). Struktura widowni stacji w podziale na płeć jest podobna do całego rynku telewizyjnego w naszym kraju. W analizowanym okresie wszystkie stacje śledziło średnio 54,14 proc. kobiet i 45,86 proc. mężczyzn – wynika z udostępnionej portalowi analizy One House, opracowanej na podstawie danych Nielsen Audience Measurement. Nieco większą przewagę kobiet w porównaniu do TVP1 i całego rynku ma Polsat – ta płeć stanowi 57,44 proc. udziału całej widowni tej stacji (42,56 proc. stanowią panowie). Jeszcze bardziej sfeminizowaną widownię mają Dwójka i TVN. Widownia tych stacji stanowi odpowiednio 63,59 proc. i 62,87 proc. osób płci żeńskiej oraz 36,41 proc. i 37,13 proc. osób płci męskiej. Wszystkie cztery analizowane stacje charakteryzują się niskimi wynikami oglądalności wśród młodych widzów. Udziały widowni każdej z tych stacji w grupach wiekowych 4–9, 10–11, 13–15, 16–17 i 18–19 wynoszą z reguły poniżej 1 proc. Niskie zainteresowanie tych stacji w najmłodszych grupach wiekowych pokazuje również wskaźnik AFF**, którego wartość waha się od 25 do 48. Dla porównania w całym rynku wskaźnik ten waha się od 38 do 70. W kolejnych grupach wiekowych zainteresowanie kanałami

tzw. wielkiej czwórki stopniowo zaczyna rosnąć. Jest ono wysokie w starszych grupach wiekowych. Zdecydowanie najwyższe wyniki oglądalności wszystkie stacje mają w grupie 65+, zwłaszcza TVP1 i TVP2. Widownia Jedynki w tej grupie stanowi 48,35 proc. wszystkich widzów, a Dwójki – 45,42 proc.

Kto ogląda Polsat i TVN?

Względnie mniej zróżnicowana jeśli chodzi o wiek jest widownia Polsatu i TVN. Obie stacje komercyjne na tle anten publicznych mają z reguły wyższe udziały

w całym rynku. Gdy porównany między sobą wszystkie cztery analizowane stacje, to względnie najmłodszą widownię z nich ma TVN, a tuż za nim plasuje się Polsat. Dużo starszą widownią cechują się kanały publicznego nadawcy, zwłaszcza TVP1.

TVN dla mieszkańców

Mniejsze dysproporcje oglądalności stacji newsowych względem całego rynku notowane są ze względu na miejsce zamieszkania widzów. Z porównania wszystkich czterech stacji ze sobą wynika, że TVN chętniej oglądają



widowni młodej i niższe w przypadku widowni starszej, dotyczy to zwłaszcza TVN. Na przykład udział widowni w wieku 65+ w przypadku Polsatu wynosi 27,15 proc., a TVN – 25,17 proc. Również gdy spojrzymy na wskaźnik AFF, widzimy, że wraz ze starszą grupą wiekową zwiększa się on wśród stacji tzw. wielkiej czwórki (zwłaszcza jest to widoczne w przypadku TVP1 i TVP2). Wzrost tego indeksu wraz z wiekiem jest widoczny również

mieszkańcy miast (względnie duży odsetek z miast największych), a w przypadku pozostałych trzech stacji przeważa widownia wiejska i małomiasteczkowa. Biorąc pod uwagę średni miesięczny dochód netto danego gospodarstwa domowego w przeliczeniu na 1 mieszkańca (w zł), można zauważyć, że wszystkie cztery stacje mają względnie podobną strukturę widowni do całego rynku. Gdy porównany między sobą

analizowane stacje, to względnie większą część osób z niskimi dochodami stanowią widzowie TVP1, TVP2 i Polsatu, a z wysokimi – TVN. Gdy spojrzymy na AFF dla całego rynku, to widoczna jest zależność, że najchętniej telewizję oglądają osoby z niższymi dochodami, a czym wyższy dochód, tym zainteresowanie telewizją maleje. TVN dużo chętniej oglądają osoby z wykształceniem wyższym. W przypadku TVP1, TVP2 i Polsatu przeważają widzowie z wykształceniem podstawowym. Ze względu na wykonywany zawód wszystkie cztery stacje najchętniej oglądane

są przez emerytów, chociaż w przypadku TVN względnie wysokie wyniki notują również: wyższa kadra zarządzająca i pracownicy szczebla średniego.

* ADH% (Adhesion) – udział procentowy widzów poszczególnej grupy względem liczebności grupy odniesienia, np. udział widzów w wieku 65+ względem wszystkich widzów. Wskaźnik ten informuje o strukturze demograficznej widzów, a tym samym opisuje atrakcyjność programu. Adhesion dla kilku grup sumuje się do 100 proc. pod warunkiem, że badane

grupy w całości zawierają się w grupie odniesienia – np. kobiety 4+ i mężczyźni 4+ w odniesieniu do grupy wszyscy 4+.

** AFF (Affinity) – wskaźnik porównujący oglądalność w wybranej grupie docelowej względem grupy odniesienia. Forma indeksu powoduje, że gdy np. oglądalność w obu grupach jest na tym samym poziomie, wskaźnik wynosi 100. Wyższy AMR w grupie docelowej to Affinity powyżej 100. Oglądalność na poziomie dwukrotnie wyższym w badanej grupie to 200, ale gdy oglądalność jest dwukrotnie gorsza – wskaźnik wynosi 50.

Oglądalność ADH% kanałów z listy TOP4 wg kategorii		TVP1	TVP2	Polsat	TVN	Cały rynek
Płeć	kobiety	54,79	63,59	57,44	62,87	54,14
	mężczyźni	45,21	36,41	42,56	37,13	45,86
Wiek	13–15	0,52	0,58	1,08	0,94	0,99
	18–19	0,63	0,61	0,94	0,93	0,85
	20–24	1,00	0,99	1,50	1,74	1,50
	30–34	3,17	4,12	6,04	6,70	5,51
	40–44	5,14	6,54	9,47	10,68	8,06
	50–54	6,35	5,97	8,84	7,45	8,03
	60–64	13,30	13,44	12,94	11,44	11,49
	65+	48,35	45,42	27,15	25,17	32,20
Miejsce zamieszkania	wieś	44,51	45,17	36,44	33,27	37,31
	miasta pon. 50 tys.	26,49	25,61	26,65	28,74	26,50
	miasta 50–100 tys.	8,62	8,46	8,80	8,23	8,80
	miasta 100–200 tys.	6,96	6,89	10,61	9,34	9,38
	miasta 200–500 tys.	5,73	5,73	7,89	8,80	7,50
	miasta pow. 500 tys.	7,70	8,13	9,61	11,62	10,50
Wykształcenie	podstawowe	52,20	50,23	50,46	36,59	43,76
	średnie	31,40	34,18	31,72	35,20	32,34
	wyższe	14,17	13,32	13,87	24,25	18,68
Wykonywany zawód	top management	6,34	6,03	7,92	12,40	9,48
	pracownicy średniego szczebla	13,87	15,99	18,26	24,01	18,67
	pracownicy fizyczni i rolnicy	10,86	11,46	15,99	14,03	14,16
	emeryci	60,67	57,64	43,98	36,43	44,00

Telewizja WP świętuje 5. urodziny!

Ciekawa, odważna, różnorodna

OPR. AK

2 grudnia 2016 roku, o godzinie 16.50, programem „#dziejesię”, prowadzonym przez Macieja Orłosa, rozpoczęła nadawanie Telewizja WP.

Tak zaczęła się historia telewizji naziemnej tworzonej przez **Wirtualną Polskę**. Przez 5 lat kształtowała się i dopasowywała do potrzeb swoich widzów. Teraz w jej ramówce są zarówno programy informacyjne – „**WP News**”, jak i szeroki wybór polskich i zagranicznych programów rozrywkowych. Prawdziwymi hitami są programy, z których można dowiedzieć się wielu ciekawostek o kulinariach – „**Prosto z grilla**”, remontach – „**Nowy aranż**”, „**Pokochaj lub sprzedaj Vancouver**”, modzie i stylizacji – „**Daj się odmienić**”, „**American Beauty Star**”. Humor widzów

poprawiają najlepsze polskie kabarety oraz słynny talent show „**Mam Talent Ameryka**”. Fani kina znajdują dla siebie wybór filmowych hitów i seriali. Codziennie o godz. 19.50 na antenie Telewizji WP emitowany jest serial „**Zapukaj do moich drzwi**”, który bije rekordy popularności w ponad 50 krajach!

Telewizja WP dostępna jest w ramach bezpłatnej telewizji naziemnej, na platformach CANAL+ i Cyfrowy Polsat oraz w sieciach kablowych. Można ją oglądać również online przez WP Pilot oraz na stronie głównej Wirtualnej Polski.

Jaka jest telewizja WP?

Nowoczesna! Tworzona z myślą o ludziach – zawsze blisko Polaków i tematów życia codziennego. To lifestyle połączony z rozrywką i dobrym dokumentem. Ramówka Telewizji WP zawiera programy pełne pozytywnych emocji i dopasowane do potrzeb widza. Zapewnia zarówno dawkę humoru, dobrej zabawy, jak i ciekawości, lekkości czy niezwykłych przeżyć, które widzowie mogą dzielić z bohaterami filmów, seriali i programów.

Życzymy telewizji WP sukcesów przez kolejne 5 lat!!!

POLECANE



**DARMOWA NAZIEMNA
TELEWIZJA
W TWOIM
TELEWIZORZE**

DVB-T telewizja naziemna	CANAL+ kanal 73	vectra kanal 114	upc - kanał 12/116/158	polsat box kanal 104
TOYA kanal 25	inea kanal 28	kanal 29	WP pilot	i wielu innych dostawców

5 lat

WP | telewizja



**ZAPUKAJ
DO MOICH
DRZWI**



Cel

– czołowa piętnastka

z **Krzysztofem Górkim**,
dyrektorem
programowym
Telewizji WP,
rozmawia
Andrzej Marciniak



2 grudnia 2016 roku zaczęła nadawać w przekazie naziemnym telewizja WP1. Czy z perspektywy minionych 5 lat pomysł na stworzenie tego kanału okazał się dobry?

Zdecydowanie tak. Telewizja WP stała się ważną częścią medialnego portfolio Wirtualnej Polski. Kluczowa w tym przypadku jest z pewnością synergia między telewizją online, WP Pilotem i radiem. Wirtualna Polska konsekwentnie rozwija swoje marki, czego przykładem jest wystąpienie o koncesję dla radia Open FM w DAB+. Braliśmy też udział w konkursie na kolejny kanał w telewizji naziemnej na MUX 1. Pokazuje to, że rozwój różnego rodzaju mediów i dotarcie do kolejnych odbiorców jest dla całej naszej grupy niezwykle ważne.

Początki Telewizji WP nie były jednak usłane różami?

To prawda, ale wynikało to z ograniczonego zasięgu technicznego MUX 8, na którym się znaleźliśmy.



Od początku toczyliśmy walkę o jego większy zasięg, ale decyzje w tej sprawie nie zależały od nas. Dlatego też szybko zaczęliśmy budować dystrybucję kanału w sieciach kablowych i na platformach satelitarnych. I to się udało. Dziś można nas znaleźć w ofercie wszystkich znaczących operatorów. Problem z MUX 8, niestety, pozostał i obecnie tą drogą możemy dotrzeć najwyżej do 73 proc. polskich gospodarstw domowych. Cieszymy się, że przejście na nadawanie w DVB-T2 w przyszłym roku rozwiąże ten problem i pozwoli nam dotrzeć z przekazem praktycznie do wszystkich odbiorców naziemnej telewizji cyfrowej. To nas mobilizuje do kolejnych zakupów programów i zwiększenia poziomu produkcji własnej.

Wróćmy jeszcze do początków. Dlaczego pierwotna nazwa WP1 przetrwała zaledwie kilka dni, do 8 grudnia 2016 roku?

Ta zmiana związana była z budowaniem lepszej świadomości marki. Uznaliśmy, że posiadanie w nazwie słowa „telewizja” sprawia, że jesteśmy zdecydowanie bardziej rozpoznawalni, zarówno przez odbiorców, jak i naszych partnerów rynkowych.

Czy można to uznać za jeden z tzw. kroków milowych w rozwoju stacji?

Raczej nie. Telewizja WP cały czas rozwijała się w sposób harmonijny, bez nagłych zmian i zwrotów. Dlatego też trudno wskazać jakieś przełomowe momenty.

W pierwszych latach największą gwiazdą stacji był Maciej Orłoś, który rozstał się z Telewizją WP w kwietniu 2018 roku. Kogo dzisiaj można uznać za taką gwiazdę?

Brak Macieja Orłosa nie oznacza, że nie dorobiliśmy się nowych „twarzy” stacji. Chodzi głównie o osoby występujące w naszych własnych produkcjach. Świetnym przykładem może być tu Jarosław Juźwin, prowadzący program „Daj się odmienić”, który pojawił się na antenie w lutym 2021 roku, czy Karolina Jakubowska, która prowadzi „Nowy aranż”. Mogę wspomnieć też Patrycjusza Wyżgę i Agnieszkę Kopacz, prowadzących program „WP NEWS”. Z naszą stacją kojarzy się również Kabaret Chyba, tworzący program „1, 2, 3...kabaret”. Staramy się budować potencjał stacji właśnie z wykorzystaniem produkcji własnych.

W jak dużej części zapełniają one ramówkę?

Staramy się zwiększać udział własnego kontentu o 5 proc. każdego roku.

Czy można więc powiedzieć, że po pięciu latach własne produkcje Telewizji WP stanowią ok. 25 proc.?

To bliskie prawdy, choć do wspomnianej granicy trochę nam jeszcze brakuje.

Jak zmieniał się profil stacji przez minione 5 lat?

Początkowo Telewizja WP bardzo angażowała się w programy informacyjne, publicystykę oraz filmy i seriale. Oferta kierowana była głównie do bardziej wymagających widzów z dużych miast. Kiedy dołączyłem do zespołu w połowie 2019 roku, podjęliśmy decyzję o pewnych zmianach w układzie ramówki. Bardziej otworzyliśmy się również na widzów w wieku 30–49 lat, z lekką przewagą kobiet, z mniejszych miejscowości. Dziś jesteśmy kanałem rozrywkowym z atrakcyjnymi propozycjami lifestyle’owymi i dokumentalnymi. Oczywiście, nadal chcemy być postrzegani jako źródło aktualnych i wiarygodnych wiadomości. Tworzymy program dla tych, którzy szukają dobrej rozryw-

ki, informacji i programów łatwo przyswajalnych oraz atrakcyjnych wizualnie.

Czy to przemeblowanie profilu stacji pomogło w osiągnięciu większej oglądalności?

Zdecydowanie, tak. Proszę jednak pamiętać, że na poziom oglądalności wciąż wpływa ograniczony zasięg techniczny MUX 8. Mimo to, wprowadzone zmiany sprawiły, że w 2020 roku udało nam się osiągnąć rekordowy wynik. Niestety wzrostowy trend uległ spowolnieniu, do czego przyczynia się w dużej mierze pandemia. Nie ukrywam, że obecna sytuacja jest dla nas sporym wyzwaniem. Podobnie jak szybko zmieniający się sposób konsumpcji

„ Tworzymy program dla tych, którzy szukają dobrej rozrywki, informacji i programów łatwo przyswajalnych oraz atrakcyjnych wizualnie. „

mediów przez widzów, którzy coraz częściej wybierają ofertę platform VoD. Jestem jednak optymistą i uważam, że w dłuższej perspektywie – maksymalnie w ciągu dwóch lat – uda nam się wrócić do wyników oglądalności sprzed pandemii i pobić rekord stacji, który w lutym 2020 roku wyniósł 0,82 proc. SHR w grupie A 16–59.

Na ile pomocne w rozwoju stacji jest całe zaplecze grupy Wirtualna Polska?

Bez niego trudno byłoby w ogóle myśleć o kanale telewizyjnym. Mamy wsparcie redakcyjne, techniczne, dostęp do studia, w którym nagrywamy nasze programy, oraz możliwość szybkiego reagowania na różne wydarzenia. Przykładem jest choćby program „Koronawirus”, który uruchomiliśmy zaraz po wybuchu pandemii. Duże znaczenie

ma także współpraca z WP Pilot, który dystrybuuje nasz program także online. Tak naprawdę naszą siłą jest cały ekosystem WP, który wzajemnie się napędza i którego istotnym elementem się staliśmy.

Co jest obecnie, poza niższą oglądalnością, największym zmartwieniem stacji?

To głównie niepewność związana z procesem przejścia naziemnej telewizji cyfrowej na standard DVB-T2. Wymaga to przecież wymiany przez wielu odbiorców posiadanych telewizorów bądź konieczność kupienia specjalnych dekodów. Mam nadzieję, że wszystko przebiegnie sprawnie, ale przekonamy się o tym za kilka miesięcy. Jako nadawca jesteśmy zainteresowani jak najszerzym dotarciem do potencjalnych widzów i dlatego będziemy wspomagać informacyjnie wspomniany proces przejścia na DVB-T2. Liczymy, że spełnią się nasze nadzieje i naziemny sygnał Telewizji WP od czerwca przyszłego roku będzie można odbierać w całej Polsce.

Czy w związku z tym szykujecie też zmiany w ofercie programowej?

Cały czas staramy się ją uatrakcyjnić. Z pewnością rozwijamy programy własne. Za wcześnie jednak na ujawnianie planowanych przez nas nowości. Mogę jedynie zdradzić, że chcielibyśmy wprowadzić programy z obszarów tematycznych, które nie są obecne dzisiaj w ramówce. Myślimy też o programach na żywo.

W jakim miejscu rozwoju widziałby Pan stację za kolejnych pięć lat?

To długa perspektywa z punktu widzenia dzisiejszych mediów elektronicznych. Mamy jednak ambicję, by za pięć lat znaleźć się w czołowej piętnastce kanałów telewizyjnych. Myślę, że jest to jak najbardziej realne. Dlatego też, mimo pandemicznych zawirowań, cały czas inwestujemy w naszą telewizję i zabiegamy o przyciągnięcie nowych widzów. Wierzę, że obrona strategii sprawi, że osiągniemy stawiane sobie cele.

AXN w rękach Greków

OPR. AK

Grecka Antenna Group przejęła kanały Sony Pictures Television Network w Europie Środkowowschodniej. W Polsce zmiana obejmie stacje telewizyjne AXN, AXN Black, AXN White, AXN Spin i serwis streamingowy AXN Now.

Transakcja łącznie obejmuje 22 stacje telewizyjne oraz dwa serwisy OTT na 12 rynkach. Poza kanałami AXN w regionie to m.in. węgierskie Viasat 3, Viasat 6 i Sony Channel. Właściciel Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat History, Polsat Viasat Nature i Epic Drama się nie zmieni. – Grupa Viasat World jest niezależną spółką medialną, nie jest częścią Sony Networks ani Antenna Group i ta transakcja nie ma na nią wpływu – informuje portal Wirtualnemedia.pl **Karin Heijink, SVP content, marketing & products Viasat World.**

Nowo nabyte kanały rozrywkowe i usługi na żądanie są w ofercie 90 proc. operatorów płatnej telewizji i docierają do 24 mln abonentów na 12 terytoriach: Polska, Węgry, Czechy, Rumunia, Bułgaria, Słowacja, Chorwacja, Serbia, Słowenia, Bośnia i Hercegowina, Macedonia Północna i Czarnogóra. Emitują mieszankę oryginalnych produkcji i międzynarodowych programów produkowanych przez największe studia, w tym Sony Pictures Entertainment, CBS, Warner Bros, NBC Universal, Disney i eOne. Antenna Group zapowiada, że będzie dążyć do rozszerzenia oferty tych kanałów i będzie inwestować w serwisy streamingowe.



Kanały i usługi firmy docierają obecnie do 150 mln odbiorców, a ich wartość w regionie Europy Środkowowschodniej przekracza 1 mld euro.

– Antenna Group nieustająco poszukuje możliwości inwestycji w sektorze medialnym na całym świecie, region Europy Środkowowschodniej pozostaje dla nas ważnym celem. Inwestujemy w tym regionie od ponad 20 lat, starając się zapewnić lokalnie najlepsze programy rozrywkowe i informacyjne. To przejęcie jest kolejnym krokiem w tym kierunku, jednocześnie otwierającym perspektywę dalszego wzrostu na tych rynkach – stwierdził **Theodore Kyriakou, dyrektor generalny Antenna Group.** – Cieszę się, że mogę powitać w Antenna Group zespoły Sony Networks w Warszawie, Budapeszcie i Bukareszcie. Razem wznowimy

nasze starania na rzecz zapewnienia rozrywki rzeczom fanów, którzy zaufali AXN i Viasat, a tym samym potwierdzimy naszą pozycję jako preferowanego partnera dostarczającego treści dla operatorów płatnej telewizji i reklamodawców, którzy podzielają nasze ambicje rozwijania rynku płatnej telewizji

w Europie Środkowowschodniej – przekonuje z kolei **Adam Theiler, dyrektor generalny płatnych kanałów telewizyjnych w Antenna Group.**

Antenna Group, lepiej znana jako ANT1 Group, jest obecnie największą firmą medialną w Grecji. Rozpoczęła działalność w 1989 roku. ANT1 wraz z uruchomieniem Radio 97.2 (obecnie Easy 97.2), stacji radiowej w Atenach. W tym samym roku uruchomiła ANT1 Radio 97.5 Thessaloniki (obecnie Easy 97.5). W 1990 roku powstała z kolei ANT1 Television. Później spółka inwestowała także w usługi dostępu do internetu. Obecnie jest właścicielem rozgłośni radiowych Kiss FM, Magic FM, Rock FM, One FM w Rumunii, Mołdawii i na Cyprze. W Rumunii nadaje też muzyczne kanały telewizyjne Kiss TV, Magic TV, Rock TV. Na Cyprze kanał ANT1.

20 mln usług Grupy Polsat Plus

OPR. AK

Grupa Polsat Plus zakończyła III kw. 2021 roku dobrymi wynikami zarówno operacyjnymi, jak i finansowymi. Po raz pierwszy zaprezentowała dane operacyjne uwzględniające działalność Netii i Premium Mobile, których Grupa została wyłącznym właścicielem.

Najważniejsze dane operacyjne dla segmentu usług B2C i B2B:

- Łącznie Grupa Polsat Plus świadczy ponad 20 mln usług płatnej telewizji, internetu i telefonicznych.

- Liczba klientów usług multiplay wzrosła o 105 tys. r/r (4 proc.) do **2,44 mln**.

- Liczba usług kontraktowych u klientów B2C wzrosła o 410 tys. r/r (3,1 proc.) do **13,5 mln**.

- Średniomiesięczny przychód od klienta kontraktowego (ARPU) dla usług B2C wzrósł do **68,6 zł** (+5,7 proc. r/r).

- Wskaźnik odejść klientów B2C (churn) jest na niskim poziomie 6,9 proc. w skali roku.

- Wzrosła liczba usług prepaid – do **2,77 mln** oraz ich ARPU – o 3,1 proc. r/r, do poziomu **16,4 zł**.

- Klienci Cyfrowego Polsatu i Plusa przetransferowali w ciągu 9 m-cy ok. **1303 PB danych** (wzrost o 19 proc. r/r).

- Łączna liczba klientów B2B wynosi ok. **70 tys.**, a każdy z nich generuje średniomiesięcznie blisko **1,4 tys. zł** przychodu.

Najważniejsze dane operacyjne dla segmentu mediowego:

- Kanały Grupy Telewizji Polsat były w czołówce rynku oglądalności w grupie komercyjnej, osiągając wynik **24,3 proc.** w III kw. (8,7 proc. kanału głównego oraz 15,6 proc. kanałów tematycznych) i **24,2 proc.** w pierwszych dziewięciu miesiącach roku (9 proc. kanału głównego oraz 15,3 proc. kanałów tematycznych).



- Przychody Grupy Telewizji Polsat z reklamy telewizyjnej i sponsoringu rosły szybciej niż cały rynek reklamy TV. Zwiększyły się o 6,1 proc. r/r do **267 mln zł** w III kw., a udział Grupy w rynku reklamy TV wzrósł do **28,8 proc.** W pierwszych trzech kwartałach br. przychody Grupy wzrosły o 19,5 proc. do **869 mln**

zł, a udział w rynku reklamy telewizyjnej zwiększył się do **28,8 proc.**

- Wiodąca pozycja Grupy Polsat-Interia na rynku wydawców internetowych – **19,9 mln użytkowników** miesięcznie oraz średniomiesięcznie ponad 2 mld odsłon serwisów internetowych Grupy.

– Nasza Grupa nie zwalnia tempa i pozostaje liderem technologii 5G, mając w jej zasięgu już ponad 17 mln osób. Zapewniamy najlepsze, najszybsze i jedyne prawdziwe 5G w Polsce. Tylko w ciągu ostatnich dwóch miesięcy zasięg naszej sieci 5G objął kolejne 2 mln mieszkańców Polski, a takie tempo rozwoju jest możliwe m.in. dzięki partnerstwu z Cellnex Telecom – mówi **Mirosław Błaszczuk, prezes zarządu Cyfrowego Polsatu i Polkomtela, Grupa Polsat Plus**.

Wyniki finansowe Grupy Polsat Plus

mln zł	III kw. 2021 r.	Zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	3,032	+1%
Koszty operacyjne	2,596	+4%
Skorygowana EBITDA	904	-1%
Skorygowana marża EBITDA	29,8%	-0,6 p.p.
EBITDA	4,595	>100%
Zysk netto	3,149	>100%

CANAL+ Polska ściślej z ADB

Platforma **CANAL+ Polska**, udostępni abonentom nową odsłonę swojej usługi telewizyjnej opartej na systemie **graphyne3™** i **oprogramowaniu na dekodery od ADB**. Operator, wykorzystując szerokie możliwości konfiguracyjne oprogramowania **graphyne3™**, wprowadzi również nowy interfejs użytkownika, odpowiadający stylem usług **CANAL+ online**. Nowe rozwiązanie zapew-

CANAL+

ni abonentom **CANAL+** dostęp do najnowszych funkcjonalności na dekodernach **4K UltraBOX+**, tj. możliwość oglądania treści wyemitowanych w przeszłości, bez konieczności ich nagrywania (Catch-up TV), możliwość odtworzenia od początku trwającego programu na żywo (Start-over) oraz dostęp do obszernej biblioteki treści na życzenie i aplikacji streamingowych, takich jak Netflix (inne aplikacje pojawiają się już wkrótce). Wszystko to wzbogaci dotychczasową ofertę telewizyjną operatora i będzie dostępne poprzez nowoczesny interfejs **graphyne3™** od ADB. W grudniu, w ramach pilotażowego wdrożenia, nowa odsłona usługi została udostępniona dla części użytkowników dekodernów **4K UltraBOX+**. W I kw. 2022 r., upgrade do nowych funkcjonalności i nowego interfejsu w stylu **CANAL+ online** otrzymają pozostali klienci posiadający dekodery **UHD** od **CANAL+**.

Eutelsat przeciw kosmicznym śmieciom

Operator satelitarny **Eutelsat Communications** ogłosił przy okazji paryskiego Forum Pokojowego, że przyłączył się do **inicjatywy „Net Zero Space”**,

która została uruchomiona przy wsparciu kilku wiodących graczy w branży kosmicznej. Ambicją tego sojuszu jest stworzenie zrównoważonego środowiska kosmicznego w 2030 r. poprzez podjęcie natychmiastowych działań w celu zmniejszenia liczby kosmicz-

nych śmieci na orbicie. Od nadejścia ery kosmosu w 1957 r. na orbicie umieszczono ponad 12 tys. satelitów, które stopniowo przekształciły się w ponad milion obiektów o średnicy co najmniej 1 cm, które obecnie

uważa się za szczątki orbitalne. W obliczu tej sytuacji istnieje pilna potrzeba podjęcia działań międzynarodowych w celu zapewnienia ciągłego monito-



rowania postępów w rozwiązywaniu problemu zagęszczenia przestrzeni kosmicznej, tak aby wszystkie zainteresowane strony mogły rozwijać swoje działania w zrównoważonym środowisku orbitalnym Ziemi.

8555 kanałów z satelitów SES

Na dzień 30 września 2021 r. operator satelitarny **SES**, właściciel m.in. floty **Astra**, dystrybuował na swoich satelitach łącznie **8555** kanałów telewizyjnych, przy zasięgu technicznym wynoszącym **361 mln gospodarstw domowych** na całym świecie. Są to dane pochodzące z raportu operacyjnego i finansowego **SES** za pierwsze dziewięć miesięcy 2021 r., opublikowanego 4 listopada br. Spośród tej liczby **3150** to stacje w wysokiej rozdzielczości (**HD**). Ich liczba wzrosła o 8 proc. w porównaniu ze stanem na dzień 30 września 2020 r. Operator nie podał w raporcie liczby kanałów **UHD**. 71 proc. wszystkich kanałów telewizyjnych dystrybuowanych na satelitach **SES** nadawanych jest w **MPEG-4**, 5 proc. w nowym standardzie kompresji **H.265/HEVC** (około 430 kanałów), a pozostałe



24 proc. to kanały w przestarzałym **MPEG-2**. Łączne przychody **SES** za pierwsze dziewięć miesięcy 2021 r. wyniosły **1,319 mld euro** (spadek o 6,5 proc. w porównaniu z analogicznym okresem 2020 r.), a skorygowany zysk **EBITDA** **823 mln euro** (mniej o 6,8 proc.). 60 proc. przychodów **SES** pochodzi z biznesu wideo. Pozostała część (40 proc.) to przychody z łączności satelitarnej.

Nowy dekoder Polsat Box

Polsat Box (wcześniej Cyfrowy Polsat) wprowadził do oferty nowoczesny, kompaktowy dekoder **polsatbox4K lite** w zestawie z pilotem Bluetooth.

Można go podłączyć zarówno do anteny satelitarnej, jak i do internetu. Z urządzenia można korzystać w każdej z trzech technologii, w jakich Polsat Box świadczy usługi TV: satelitarnej, kablowej IPTV oraz internetowej OTT. Wybrane programy można oglądać w 4K. Są to: **Eleven Sports 1 4K**, **Insight TV UHD**, **Fashion TV 4K** i **NASA TV UHD**. Polsatbox 4K lite to także nowa na rynku i unikatowa



polsatbox4K lite

funkcjonalność DUO, dostępna wyłącznie dla klientów Polsat Box. Umożliwia ona swobodne przełączanie pomiędzy telewizją satelitarną a kablową IPTV w ramach tej samej oferty TV i jednej opłaty za pakiet. Nowy dekoder dzięki aplikacji Polsat Box Go pozwala na dostęp do bogatej biblioteki materiałów VOD, także w jakości 4K.

Zimowa niespodzianka

Polsat Box przygotował dla swoich abonentów kolejną niespodziankę. Do 9 stycznia 2022 r., w ramach świątecznego otwartego okna, wszyscy klienci telewizji satelitarnej, kablowej IPTV oraz telewizji internetowej OTT mogą oglądać nawet **31 kanałów telewizyjnych** bez dodatkowych opłat. Wśród nich znalazły się najlepsze stacje z serialami i filmami, programami rozrywkowymi oraz treściami dla dzieci, m.in. 13Ulica, BBC Brit, Comedy Central, Disney Channel, Cartoon Network, Paramount Channel, History czy NationalGeographic.

REKLAMA

Prezentami rządzisz

**Nowy superpakiet
ze sportem
już za 60 zł/mies.**

**Dekoder
polsat box I 4K lite
za 1 zł.**



TV satelitarna TV kablowa IPTV

Promocja dla nowych Klientów telewizji satelitarnej i kablowej IPTV przy umowach na pakiet M Sport ze zobowiązaniem od 60 zł/mies. i z okresem podstawowym na 24 okresy rozliczeniowe. „Bez opłat” nie dotyczy opłaty jednorazowej za aktywację dekodera oraz opłat za Internet. Technologia kablowa IPTV działa z Internetem stacjonarnym Plusa, Netii i Orange i wymaga łącza o min. prędkości 8 Mb/s dla kanałów w jakości HD i 25 Mb/s dla kanałów w jakości 4K na dekoder. „Od 1 zł” – opłata uiszczana przy podpisaniu umowy dotyczy aktywacji i udostępnienia dekodera. Szczegóły w Warunkach Oferty i Regulaminie dostępnych u Sprzedawców i na polsatbox.pl LaLiga Santander w ELEVEN SPORTS | Zdjęcia: Getty Images. Oferta ważna na dzień 19.11.2021 r.

polsat box

Wybierz swoje wszystko

Viasat World nagrodzony

Międzynarodowy koncern medialny **Viasat World** został wyróżniony dwiema nagrodami na prestiżowej gali **Promax Global Excellence Awards**. Główna nagroda w kategorii **najlepsza identyfikacja kanału** trafiła w ręce zespołu kreatywnego za identyfikację kanału **Polsat Viasat Explore**. Wyróżnienie otrzymali: **Paul Evans**, szef zespołu kreatywnego Viasat



World; **Simone Heineck**; **Aleksandra Terczyńska**; **Steve Simmonds**, dyrektor kreatywny w Weareseventeen oraz **David Johnston**, dyrektor kreatywny w Echoic. Drugą nagrodą, która trafiła do zespołu kreatywnego Viasat World, była **srebrna statuetka Promax** za spot promujący serię dokumentalną „**Epidemia: wielka zaraza w Londynie**”, emitowaną na Polsat Viasat History.

Opłata z VoD dla PISF

Łącznie **5,6 mln zł** opłaty audiowizualnej wpłaciły podmioty wideo na żądanie za III kw. 2021 r. Tak zwany podatek od Netflixu obowiązuje od lipca 2020 r. Opłata w wysokości 1,5 proc. przychodu pobierana od dostawców VoD jest przekazywana do **Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej**.

Andrzej Andrysiak naczelnym News 24

Redaktorem naczelnym nowej telewizji **News 24** zostanie **Andrzej Andrysiak** – ustalił „Presserwis”. A. Andrysiak, wydawca m.in. „Gazety Radomszczańskiej”, nową funkcję obejmie 1 stycznia. W przeszłości był on naczelnym „Życia Warszawy” i wicenaczelnym „Dziennika Gazety Prawnej”. Dyrektorką nowego kanału jest już **Karolina Szymańska**, była prezesa



Andrzej Andrysiak

Astro. W uruchomienie telewizji zainwestuje spółka **ASI Tech Tier Investment**. Na początek obejmie 3 mln nowych akcji Astro, płacąc 1 zł za każdą. Pieniądze zostaną przeznaczone na rozwój kanału News 24. Łącznie spółka może zainwestować w Astro do 10 mln zł. W związku z pojawie-

niem się inwestora zmieniła się rada nadzorcza Astro. Weszli do niej: **Jan Dworak (przewodniczący)**, **Kamil Bilecki (wiceprzewodniczący)**, **Ewelina Kachniarz**, **Anna Garwolińska**

i **Andrzej Krajewski**.

J. Dworak od czerwca 2020 jest ekspertem i doradcą zarządu Astro do opracowania i wdrożenia News 24. Z kolei K. Bilecki jest prezesem i głównym akcjonariuszem Tier Investment. Wcześniej w radzie nadzorczej spółki zasiadali: **Maria Góralska**, **Wiesław Jasiński**, **Grzegorz Molewski** i **Andrzej Ostrowski**. News 24 ma być stacją informacyjną z wiadomościami z kraju i ze świata, ale będącą też platformą dla samorządów.

KSW z Polsatu do Viaplay

Viaplay uzgodnił długoterminowe partnerstwo z **KSW**, wiodącą europejską organizacją mieszanych sztuk walki (**MMA**), aby stać się jedyną platformą streamingową transmitującą na żywo gale KSW w Polsce i 9 innych krajach (Szwecji, Norwegii, Danii, Finlandii, Islandii, Estonii, na Łotwie, Litwie i w Holandii) od grudnia 2021 r. Od 2022 r. **KSW będzie organizować 12 gal** rocznie z udziałem najlepszych polskich i międzynarodowych zawodników MMA. Wszystkie wydarzenia będą dostępne w ramach regularnej subskrypcji Viaplay obejmującej sport. W Polsce transmisje z KSW Viaplay będą wzbogacone studium premium podczas gali i komentarzem w języku polskim. Współpraca KSW z Polsatem została zakończona po 17 latach. – Chcemy podziękować Polsatowi za



współpracę. Zaznaczmy, że nasze rozstanie z holdingiem Polsat nie jest związane z tym, że coś było nie tak. Po prostu koniunktura, sytuacja rozwojowa, ekspansja na świat zmusza nas do tego – powiedział **Maciej Kawulski, współzałożyciel KSW**. Dodał, że jakościowe transmisje muszą być opłacane nie tylko przez rodzimy rynek. – Polsat jest skoncentrowany jednak na Polsce. Rozstajemy się w przyjaźni. Idziemy po Europę i po świat z partnerem, który w tej Europie i na świecie już jest – podkreślił.



eUTELSAT

Infinite connectivity

**Spokojnych i radosnych
Świąt Bożego Narodzenia
oraz wszelkiej pomyślności i sukcesów
w Nowym Roku 2022**

życzy

Eutelsat

WP Pilot na Fire TV

Od 17 listopada **WP Pilot** jest dostępny w nowych międzynarodowych wersjach urządzeń **Amazon – Fire TV Stick 4K Max**, sprzęcie do przesyłania strumieniowego oraz **Fire TV Stick**, przeznaczonego do streamingu w **Full HD**. Aplikacja **WP Pilot** na Fire TV umożliwia użytkownikom **WP Pilota** korzystanie z ponad 120 kanałów i transmisji na żywo w ramach wygodnej i elastycznej subskrypcji – bez kabla, podpisywania umowy i długoterminowych zobowiązań. Międzynarodowa



dowa wersja Fire TV Stick od Amazon to urządzenie do przesyłania strumieniowego w rozdzielczości full HD, które umożliwia szybki dostęp do seriali telewizyjnych, filmów, aplikacji oraz platform z muzyką. Międzynarodowa wersja Fire TV Stick 4K Max to strumieniowy odtwarzacz multimedialny, który obsługuje streaming 4K Ultra HD, a także Dolby Vision i Dolby Atmos. Wysyłka urządzeń do klientów rozpoczęła się 17 listopada. Do międzynarodowych wersji Fire TV Stick 4K Max oraz Fire TV Stick dołączony jest pilot Alexa Voice Remote, który pozwala na przeszukiwanie i uruchamianie zawartości przy użyciu sterowania głosowego w języku angielskim.

Koszykówka zostaje w TVP

Telewizja Polska, na mocy umowy z **FIBA (Międzynarodowa Federacja Koszykówki)**, uzyskała prawa do transmitowania wydarzeń związanych z koszykówką w latach 2021–2025, w tym najważniejszych: mistrzostw świata kobiet

i mężczyzn, turniejów kwalifikacyjnych do igrzysk olimpijskich oraz meczów polskiej kadry. Pasjonaci koszykówki będą mogli zobaczyć również zmagania w kategoriach U17 i U19 oraz Eurobasket 2023 kobiet, a także, na mocy odrębnej umowy, przyszłoroczny Eurobasket



mężczyzn z udziałem reprezentacji Polski. Nie zabraknie też zmagania biało-czerwonych drużyn w walce o udział w igrzyskach olimpijskich 2024 w Paryżu. TVP będzie transmitować również mecze Polaków w eliminacjach MŚ 2023 i kolejnych ME.

Wystartował kanał TVP World

W listopadzie br. **Telewizja Polska** uruchomiła w pełni anglojęzyczny, całodobowy kanał **TVP World**. To odpowiedź nadawcy publicznego na narastający kryzys na granicy polsko-białoruskiej oraz atak hybrydowy ze strony Białorusi i Federacji Rosyjskiej, noszący znamiona wojny informacyjnej. Misją kanału jest zwalczanie dezinformacji oraz fake newsów. Uruchomiony kanał składa się z informacji i komentarzy. W ciągu dnia na antenie TVP World emitowane będą także filmy dokumentalne dotyczące obecnej sytuacji na granicy, oraz programy publicystyczne: „**Eastern Express**”, „**Business Arena**”, „**Future Insight**” oraz „**The Culture Tribe**”. Ze względu na nadzwyczajne okoliczności ramówka programu jest



podporządkowana bieżącym wydarzeniom na granicy polsko-białoruskiej. Kanał TVP World jest aktualnie dostępny na portalu internetowym pod adresem **tvpworld.com**, **satelitarnie**, także **w USA, za pośrednictwem TVP Info**. Za przygotowanie materiałów antenowych odpowiadają: **Grzegorz Kuczyński**, kierownik Redakcji Serwisów Informacyjnych, i **Paweł Pietkun**, kierownik Redakcji Publicystyki, Reportażu i Dokumentu.

Disney
Czas, by być razem

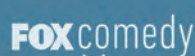
*Magicznych Świąt w zdrowiu,
wypełnionych miłością,
niosących spokój i odpoczynek!*

*Szczęśliwego Nowego Roku,
pełnego nadziei i optymizmu!*

Zespół Disneya



© 2021 Disney



Bogatsza oferta FilmBox+

Kanały naziemne **Stopklatka** i **Zoom TV** dołączyły do oferty platformy wideo na żądanie **FilmBox+**. Już teraz można je oglądać na żywo przez 24 godziny na dobę w aplikacji lub na stronie internetowej. Tym samym Stopklatka i Zoom TV poszerzyły ofertę FilmBox+ do czternastu kanałów telewizyjnych z portfolio Kino Polska TV / SPI International, do których użytkownicy usługi mają dostęp przez cały czas. – Uzupełnienie oferty



FilmBox+ o kanały naziemne Stopklatka i Zoom TV, które od lat cieszą się dużą popularnością wśród polskich widzów, to duży krok naprzód w rozwoju oferty programowej naszej platformy. W niedalekiej przyszłości pozwoli nam to poszerzyć ofertę VOD o najpopularniejsze formaty dostępne w tej chwili wyłącznie w kanałach telewizyjnych – mówi **Wojciech Szupelak**, digital development manager Kino Polska TV SA. Usługa FilmBox+ jest dostępna poprzez stronę www.filmbox.com, dedykowaną aplikację na urządzenia mobilne oraz aplikacje w telewizorach. – Platformę FilmBox+ zintegrowaliśmy już z 10 operatorami z Europy, dzięki czemu docieramy do prawie 300 tys. użytkowników. Liczymy na to, że wkrótce do tego grona dołączą również polscy operatorzy – dodaje W. Szupelak.

Duży wzrost Grupy Kino Polska TV

Blisko **100-proc.** wzrost zysku netto i przychody większe o **20 proc. r/r** odnotowała **Grupa Kino Polska TV** po trzech kwartałach 2021 r. Największe wzrosty odnotowano w segmencie sprzedaży reklam i emisji kanałów filmowych marki FilmBox i kanałów tematycznych (**+13,5 mln zł, +17,1 proc. r/r**), w sprzedaży reklam na kanale Stopklatka (**+8 mln zł, wzrost o 38,9 proc. r/r**) oraz sprzedaży praw licencyjnych (**+4,3 mln zł, +27,4 proc. r/r**). Wzrost przychodów osiągnęły także kanały marki Kino Polska (**+3,7 mln zł, +16,5 proc. r/r**) oraz Zoom TV (**+1,6 mln zł, +13,8 proc. r/r**). Sprzedaż reklam przyniosła Grupie łącznie **66,5 mln zł, tj. o 33,2 proc. więcej** niż rok wcześniej. Przychody Grupy z emisji urosły po trzech kwartałach br. o **11,6 proc. r/r** i **wyniosły 93,6 mln zł**. Miniony kwartał był bardzo dobry dla **Stopklatki** – to już czwarty kwartał z rzędu, kiedy kanał ten utrzymał dodatnią rentowność, po dziewięciu miesiącach 2021 r. wyniosła ona **15,3 proc.** Tym samym wynik tego segmentu ukształtował się na poziomie **4,4 mln zł**, wobec straty 2,3 mln zł w analogicznym okresie roku poprzedniego. Grupa

umocniła swoją pozycję również na rynkach międzynarodowych, po trzech kwartałach 2021 r., odnotowując przychody na poziomie **64,3 mln zł**, co oznacza wzrost o **14,3 proc. r/r**. Urosła także łączna oglądalność kanałów Grupy. Najwyższe wzrosty oglądalności odnotowały takie kanały filmowo-serialowe z portfolio nadawcy jak **Kino Polska (+28,6 proc.)**, **Kino TV (+27,8 proc.)** i **Stopklatka (+22,1 proc.)**. Udział kanału **Zoom TV** był niższy w porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku o **11,7 proc.**, co wynika m.in. ze zmian w pomiarach oglądalności kanałów dostępnych na MUX-8.

Wyniki Grupy Kino Polska TV w III kw. 2021 r.

	w mln zł	zmiana r/r
przychody łącznie	182,5	20%
zysk netto	30,3	96,6%
przychody ze sprzedaży reklam	66,5	33,2%
przychody z emisji	93,6	11,6%
marża EBITDA	45,3%	39,9%

ESE Entertainment przejmuje Frenzy

Spółka **ESE Entertainment** przejęła firmę **Frenzy**, produkującą programy dla **Polsat Games**. Dotychczas większościowym udziałowcem Frenzy był **Piotr Żak** – członek rady nadzorczej Cyfrowego Polsatu i najmłodszy syn twórcy Polsatu Zygmunta Solorza. Mniejszościowy pakiet udziałów miał Arkadiusz Piotr Wilczewski. Do zespołu Frenzy na stanowisko dyrektora

sprzedaży dołączył **Hubert Habas**, który przez ostatnich pięć lat współpracował z ESL Gaming. Spółka Frenzy w 2020 r. miała 8,1 mln zł przychodów i 414 tys. zł zysku netto (dane KRS). ESE Entertainment to kanadyjska spółka rozrywkowa i technologiczna zajmująca się grami i e-sportem. Polsat Games nadaje od października 2018 r.

NAJLEPSZA TELEWIZJA MUZYCZNA

S T A R S



**ŻYCZY WAM
SZCZĘŚLIWEGO NOWEGO ROKU
2022**

WWW.STARSTV.EU

TNT stał się Warner TV

Kanał TNT w Polsce przeszedł oficjalny rebranding i stał się kanałem **Warner TV**. Ramówka Warner TV zawiera jedno z najczęściej nagradzanych i uznanych filmów i seriali telewizyjnych, w tym takie tytuły jak trylogia „Władca Pierścieni”, „Mroczny Rycerz” i wiele innych. Klasyczne produk-



cje, jak „Strażnik Teksasu”, „Domek na prerii” czy seria filmów „Rocky”, które do tej pory były emitowane przez TNT, również będą pojawiać się w Warner TV. – Rebranding TNT w Warner TV daje nam szansę na dotarcie do szerszej publiczności. Korzystamy z wyjątkowej tradycji Warner Bros, oferując polskim fanom ramówkę z uwielbianymi przez nich produkcjami. Autentycznie i kreatywnie opowiedziane historie są podstawą marki i gwarancją głębi filmów i seriali, które będą emitowane przez kanał. To one sprawiają, że polscy odbiorcy będą mogli wybierać z bogatej oferty Warner TV. – powiedziała **Marion Rathmann, VP Entertainment Channels, Germany, Poland, Romania & UK, WarnerMedia**. Marka Warner TV jest już obecna we Francji, a od września również w regionie GAS. Rebranding, który ma miejsce w Polsce, równocześnie odbywa się w Rumunii.

Nielsen powiększa panel

Od stycznia 2022 r. Nielsen powiększa panel telemetryczny do wielkości **3500 gospodarstw domowych**, a liczba osób objętych badaniem wzrośnie do **9630**. Obecny panel (3050) jest efektem zakończenia drugiego etapu powiększania panelu z 2000 do zaplanowanych 3500. Pierwszy etap (powiększenie do 2540 gospodarstw) miał miejsce 1 czerwca 2020 r. Drugi etap (powiększenie do 3.050 gosp.) – 1 lipca 2021 r. – Powiększenie panelu do 3500 gospodarstw domowych było jednym z priorytetowych zadań, jakie realizowaliśmy w ostatnim czasie. Dzięki temu nasi klienci uzyskują stabilniejsze wyniki, przede wszystkim dla mniejszych stacji, oraz możliwość przeprowadzenia bardziej szczegółowych analiz oglądalności. Niewątpliwą korzyścią z powiększenia



panelu dla naszych klientów będzie również mniejsza liczba spotów z zerową oglądalnością – stwierdziła **Agnieszka Gosiewska, dyrektor zarządzająca Nielsen Media w Polsce**. – Warto dodać, że pracom nad powiększeniem panelu gospodarstw domowych równolegle towarzyszą kolejne instalacje mierników streaming meter, które dostarczają dane z pomiaru streamingu wideo na wszystkich urządzeniach w gospodarstwie domowym. To oznacza, że pomiar za pośrednictwem streaming meterów od stycznia 2022 r. obejmie ponad **4000** panelistów – dodała A. Gosiewska.

„Minuta ciszy” w CANAL+

CANAL+ rozpoczął zdjęcia do 6-odcinkowego komediodramatu, którego autorami są **Jacek Lusiński** (odpowiedzialny także za reżyserię) i **Szymon Augustyniak**. Za zdjęcia odpowiada **Witold Piłciennik**. **Świeżo emerytowany listonosz z małego miasteczka, Mietek Zasada (Robert Więckiewicz)**, musi samodzielnie zająć się pochówkiem przyjaciela **Czesława (Mirośław Zbrojewicz)**, kiedy jedyny w okolicy zakład pogrzebowy odmawia wykonania usługi. Nieświadomy przeszkód oraz absurdów funeralnego biznesu zakłada własną firmę i wkrótce jest zmuszony balansować na granicy przepisów prawa i moralnych zasad. Szybko wchodzi też w konflikt z lokalnym potentatem z branży (**Piotr Rogucki**),



Kadr z serialu „Minuta ciszy”

a na wsparcie może liczyć tylko ze strony ekscentrycznej córki zmarłego przyjaciela (**Karolina Bruchnicka**) oraz swojej niepełnosprawnej żony (**Aleksandra Konieczna**). Kiedy dodatkowo na jaw zaczynają wychodzić mroczne tajemnice z przeszłości eks-listonosza, świat wokół niego i jego najbliższych zaczyna zmieniać się bezpowrotnie.

M. Włodarczyk nowym dyrektorem KIM

Michał Włodarczyk, były dyrektor zarządzający **Gemiusa**, objął nowo utworzone stanowisko **dyrektora ds. operacyjnych Krajowego Instytutu Mediów (KIM)**, powołanego przez **Krajową Radę Radiofonii i Telewizji**. Jako dyrektor ds. operacyjnych odpowiada m.in. za koordynację współpracy pomiędzy departamentami instytutu i rozwój jego struktur. Do jego zadań należy również utrzymywanie relacji z interesariuszami rynku mediów i organizacjami branżowymi. KIM został powołany z końcem



Michał Włodarczyk

2020 r. przez przewodniczącego KRRiT w ramach realizacji programu **Telemetria Polska**. Instytut na zlecenie Krajowej Rady ma realizować badanie założycielskie, przeprowadzone na reprezentatywnej próbie co najmniej 30 tys. gospodarstw domowych. Realizacja przez Krajowy Instytut Mediów badania założycielskiego ma w 2022 r. kosztować ok. 33 mln zł. Tyle pochłoną m.in. wywiady terenowe, budowa sieci rachmistrzów i paneli walidacyjnych.

Romance TV Award

Widzowie oraz Jury stacji **Romance TV** już po raz piąty wybrały najbardziej romantyczne hotele i restauracje w Polsce. Statuetki **Romance TV Award** wręczono podczas uroczystej Gali połączonej z 10. urodzinami stacji. Jury pod przewodnictwem Ambasadora Romance TV **Daniela QCZAJA** oraz internauci wyłonili zwycięzców w 5 kategoriach. Nagrodę Publiczności, którą przyznają widzowie w głosowaniu internetowym, i tytuł „Najbardziej romantycznego hotelu” otrzymał **Pałac Mortęgi Hotel & Spa** z Lubawy. Jury przyzna-

ło nagrody dwóm laureatom zeszłorocznej edycji: hotelowi **Weranda Home ze Sławic** za „Najbardziej romantyczną ofertę dla par” oraz hotelowi **Almond Business & SPA** z Gdańska w kategorii „Najbardziej romantyczne hotelowe SPA”. Według Jury „Najbardziej romantyczne eventy” organizuje **Pałac Mała Wieś**, a „Najromantyczniejszą restauracją” w Polsce została **Restauracja Patio** z Rzeszowa. Wszyscy laureaci otrzymali statuetki Romance TV Award i miesięczną kampanię reklamową na antenie Romance TV.



Romance TV Award 2021

konkurs dla najromantyczniejszych hoteli i restauracji w Polsce

QCZAJ zwycięzcą

Należący do **NBCUniversal International Networks** kanał **E! Entertainment Television** poinformował o wynikach głosowania w kategorii **Polish Social Media Star 2021**, która po raz pierwszy w historii została zaprezentowana w ramach plebiscytu **E! People's Choice Awards**. Decyzją internautów tytuł **Polish Social Media Star 2021** otrzymał trener motywator **Daniel QCZAJ**. Internetowe głosowanie



rozpoczęło się 27 października i trwało do 17 listopada br. W trakcie trzech tygodni kanał **E! Entertainment** zachęcał widzów na całym świecie do oddawania głosów w 40 kategoriach dotyczących telewizji, świata muzyki i kina oraz szeroko pojętej popkultury. W wyścigu o tytuł polskiej gwiazdy social media, oprócz **Daniela QCZAJA** wzięli udział: aktorka **Klaudia Halejcio**, sensacja TikToka **Maria Jeleniewska**, podróżniczka i prowadząca reality-show **Aggie Lal**, influencerka modowa **Julia „Maffashion” Kuczyńska**, YouTuber **Karol „Blówek” Gązwa**, aktorka i wokalistka **Julia Wieniawa** oraz aktor **Adam Zdrójkowski**.



Spider-Man: Daleko od domu

W filmie Peter Parker (**Tom Holland**) powraca jako Spider-Man. Superbohater z sąsiedztwa

wyrusza ze szkołą na europejskie wakacje. Jednak plan porzucenia obowiązków Spider-Mana na kilka tygodni nie udaje się, kiedy Peter decyduje się pomóc Nickowi Fury'emu (**Samuel L. Jackson**) odkryć sekret tajemniczych ataków w europejskich miastach.

PREMIERA: 11 GRUDNIA, GODZ. 20.00



Układ (sezon 2.)

Serial opowiada historię komisarz Moniki Brzozowskiej, która nie może podnieść się psychicznie po dramatycznych wydarzeniach poprzedniego sezonu serialu. Wysłana na przymusowy urlop wraca do nałogu, który przed laty niemal doprowadził ją do śmierci. W tym czasie zaczynają ginąć świadkowie, którzy mieli pomóc



w rozbiciu szajki pedofilskiej, na której trop wpadła Brzozowska. Wszystko wskazuje na to, że to właśnie członkowie grupy przestępczej odpowiadają za morderstwa. Sprawa okazuje się jednak

znacznie bardziej skomplikowana, a bycie oprawcą nie wyklucza bycia ofiarą. Na ekranie ponownie zobaczymy m.in. **Julię Kijowską, Dawida Ogrodnika, Kingę Preis, Mariusza Ostrowskiego, Zuzannę Zielińską i Sylwię Juszczak-Krawczyk**. Do

obsady dołączyli również **Adam Woronowicz i Piotr Witkowski**. **PREMIERA: 21 GRUDNIA, GODZ. 22.05. KOLEJNE ODCINKI OD PONIEDZIAŁKU DO PIĄTKU O GODZ. 22.00**



Agenci NCIS (sezon 15.)

Serial opowiada o grupie dochodzeniowej, która rozwiązuje zagadki kryminalne dotyczące Marynarki Wojennej i Korpusu Marines. Grupą dowodzi agent specjalny Leroy Jethro Gibbs, doświadczony były komandos. Pracuje wraz ze starszym agen-

tem **Timothyem McGee**, specjalistką sądową **Abby Sciuto** i lekarzem sądowym, **Doktorem Mallardem**. W 15. sezonie serialu zespół będzie próbował odszukać i uwolnić z niewoli **Gibbsa i McGee**, po tym jak zostali porwani podczas nieudanej misji w Paragwaju.

PREMIERA: 19 GRUDNIA, GODZ. 17.10. KOLEJNE ODCINKI W NIEDZIELĘ O GODZ. 17.05



SEAL Team (sezon 3.)

Produkcja 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 rygiem i wyjazdy na śmiertelnie niebezpieczne akcje mają ogromny wpływ na ich rodziny, psychikę i życie prywatne. Dowódcą tytułowego oddziału jest

Jason Hayes (David Boreanaz). W skład jego drużyny wchodzi: **Ray Perry**, prawa ręka Jasona; **Sonny Quinn**, zdolny i lojalny żołnierz, który boryka się z tendencjami do zachowań samodestrukcyjnych; **Clay Spenser**, młody żołnierz,

który chce zostać stałym członkiem oddziału; **Mandy Ellis**, analityczka CIA (Central Intelligence Agency), której życiowym celem jest walka z terroryzmem, oraz **Lisa Davis**, odpowiedzialna za zaopatrzenie drużyny w potrzebny sprzęt przed każdą misją. W nowym sezonie Jason wyruszy ze swoim oddziałem w misję do Serbii, w celu schwytania terrorysty odpowiedzialnego za zamachy bombowe na amerykańskie jednostki wojskowe.

PREMIERA: 10 GRUDNIA, GODZ. 21.00, KOLEJNE ODCINKI: OD PONIEDZIAŁKU DO PIĄTKU O GODZ. 21.55



Planete +

Polska z góry. Nad wodą

Tym razem spojrzymy z góry na polskie rzeki i jeziora. Woda jest źródłem życia, lecz jej zasoby się kurczą. Coraz częściej zmagamy



się z suszą, a z drugiej strony trapią nas powodzie. Dlaczego tak

się dzieje? By lepiej zrozumieć te zjawiska, przyjrzymy się polskim rzekom i jeziorom z lotu ptaka. Poszybujemy nad Wisłą, Odrą, Narwią i Bugiem. O złożonym systemie zależności pomiędzy wodą a środowiskiem i człowiekiem opowie hydrolog, profesor Artur Magnuszewski.

**PREMIERA 6 GRUDNIA,
GODZ. 18.30**

CANAL+
PREMIUM

Małyszomania. Kochaj i rzuć

Dokumentalna dwuczęściowa opowieść o sporcie i jego fanach. I o tym, jak budzi się wielka miłość do konkretnego sportowca. Jak jego sukcesy napędzają emocje. I jak te emocje są uzewnętrzniane. A także co się z nimi dzieje, gdy sukcesy się kończą, gdy kończy się kariera. Czy przechodzą płynnie w innym kierunku, na kogoś, kto w tej chwili odnosi sukcesy? Czy jednak zostają już na zawsze? A może miłość od nienawiści dzieli tylko mały krok? Czy fani potrafią wybaczyć swym idolom niepowodzenia? Historię sukcesów Adama Małysza i innych sportowców,



popularność, jaką przed laty zdobyli w Polsce, będziemy w tym dokumencie oglądać z najróżniejszych perspektyw. Oczywiście przede wszystkim z perspektywy fanów, ale także: trenerów, komentatorów i współpracowników gwiazd. Wiele anegdot i oryginalnych relacji sprzed lat pozwoli widzom zbudować sobie pełny obraz ówczesnego wizerunku sportowych idoli i tego, jak byli traktowani w naszym kraju. I wciąż są, bo przecież gwiazdy się zmieniają, ale mechanizmy ich popularności są te same.

**PREMIEROWE ODCINKI:
25 I 26 GRUDNIA, GODZ. 20.10**

Herbert. Barbarzyńca w ogrodzie

Próba uchwycenia w pełnometrażowym dokumencie fenomenu jednego z najważniejszych polskich poetów XX wieku – **Zbigniewa Herberta**. Poznajemy tu jego skomplikowane życie i twórczość, ale równocześnie wpływ, jaki wywarł na kulturę. I to nie tylko naszego kraju. O Herbercie i jego dziełach

wypowiadają się w filmie krytycy, poeci i intelektualiści z całego świata. Wszak jego poezję przetłumaczono na czterdzieści języków i przez wiele lat był jednym z faworytów do literackiej nagrody Nobla. Jego wiersze dziś są dla wielu poetyckim i moralnym kom-



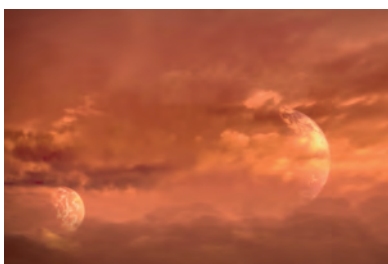
pasem. Możemy je znaleźć nie tylko w tomikach i podręcznikach literatury, ale także śpiewane na płytach Przemysława Gintrowskiego czy Grzegorza Turnaua. Film „Herbert. Barbarzyńca w ogrodzie”, w którym lektorem jest **Andrzej Chyra**, został wyreżyserowany przez **Rafała Lewandowskiego**. Scenariusz zaś to dzieło reżysera oraz literaturoznawcy i krytyka literackiego **Andrzeja Franaszka**. **PREMIERA: 21 GRUDNIA,
GODZ. 21.00**

CANAL+
DOKUMENT

W poszukiwaniu planety B

Właściwie jesteśmy już pewni. Gdzieś tam daleko w kosmosie jest planeta podobna do naszej. Pewnie nawet niejedna. Czas więc na kolejne pytania. Czy jest tam życie? Albo równie ważne – czy

mamy szansę dotrzeć na taką planetę, zanim do końca zniszczymy naszą własną? Czy w ogóle jesteśmy sobie w stanie wyobrazić taką podróż i takie miejsce? Czy dane, jakie dziś mamy, pozwalają nam na taką dyskusję? Co dla naszej



cywilizacji oznacza odległość trzydziestu siedmiu lat świetlnych? O tym właśnie traktuje najnowsza dokumentalna produkcja telewizji CNN „W poszukiwaniu planety B”. Jej twórcy w dużej mierze oddają głos pracownikom NASA, w zaskakującej większości kobietom, które pracując przy teleskopie, próbują odkryć tajemnice dalekiego kosmosu.

**PREMIERA: 24 GRUDNIA,
GODZ. 20.00**



Poradnik pozytywnego myślenia

KOMEDIODRAMAT, USA 2012,
REŻ. DAVID O. RUSSELL, OBSADA:
BRADLEY COOPER, JENNIFER
LAWRENCE, ROBERT DE NIRO,
JACKI WEAVER



Historia Pata Solitano, nauczyciela, który w wyniku załamania nerwowego po zdradzie żony trafia na leczenie do zakładu psychiatrycznego. Po opuszczeniu kliniki wprowadza się ponownie do domu rodziców i stara się odbudować swoje życie. Czyta książki, uprawia sport – robi wszystko, by zachować pozytywne samopoczucie i odzyskać swoją żonę. Rodzina, chociaż bardzo się stara, nie do końca uła-

twia mu to zadanie. Ojciec Pata to wybuchowy hazardzista z nerwicą natręctw, z kolei matka, Dolores, jest nadopiekuńczą introwertyczką. Pewnego dnia mężczyzna poznaje jednak intrygującą sąsiadkę, która także ma za sobą trudne przejścia i z którą Pat szybko się zaprzyjaźnia... Film obsypany nagrodami, wśród których znalazły się Oscar i Złoty Glob dla Jennifer Lawrence.

**EMISJA: 4 GRUDNIA,
GODZ. 19.00**

Wielkie oczy

DRAMAT BIOGRAFICZNY, USA 2014,
REŻ. TIM BURTON, OBSADA: AMY
ADAMS, CHRISTOPH WALTZ, DANNY
HUSTON, KRISTEN RITTER.

Film oparty na prawdziwej historii z lat 60. XX wieku. Malarz Walter Keane odnosi światowy sukces, dzięki swoim wyjątkowym obrazom, przedstawiającym dzieci i kobiety z wielkimi oczami. Jednak to nie on jest prawdziwym autorem dzieł, a jego żona Margaret. Kobie-



ta postanawia walczyć o siebie, prawdę i wyzwolenie od męża. Odtwórczyni głównej roli, Amy Adams, za swoją kreację aktorską zdobyła Złoty Glob, a sam film doceniono licznymi nominacjami, m.in. do nagrody BAFTA.

**EMISJA: 18 GRUDNIA,
GODZ. 21.00**

Niezawodny plan

KOMEDIA KRYMINALNA, USA 2003,
REŻ. PHILLIPS WILLIAM, OBSADA:
RYAN REYNOLDS, KRISTIN BOOTH,
JORIS JARSKY, DAVID SUCHET



Kevin, Sam i Rob są przyjaciółmi i wspólnie tworzą plany napa-
dów... które nigdy nie dochodzą do skutku. Dowiaduje się o tym Leo, gangster, który szantażuje ich, by dokonali prawdziwego wielomilionowego napadu. Teraz to od nich zależy, czy wyjdą z tego cało.

**EMISJA: 23 GRUDNIA,
GODZ. 21.00**



Notting Hill

KOMEDIA ROMANTYCZNA, USA
1999, REŻYSERIA: ROGER MICHELL,
OBSADA: JULIA ROBERTS, HUGH
GRANT, RHYS IFANS, EMMA
CHAMBERS

Księgarnię Williama odwiedza kobieta, kupuje kilka książek i wychodzi. Żadne z nich nie



wie wtedy jeszcze, że spotkanie zmieni ich życie na zawsze, stając się początkiem wielkiej miłości. Tylko, czy zwyczajny, londyński właściciel sklepu z książkami może zbudować stabilny związek z jedną z najsłynniejszych amerykańskich aktorek? Zdobycza nagrody BAFTA i trzech nominacji do Złotych Globów, który okazał się kasowym hitem, zarabiając na sprzedaży biletów ponad 360 milionów dolarów.

**EMISJA: 25 GRUDNIA,
GODZ. 17.15**

Osaczeni

THRILLER, USA 1999, REŻ. JON
AMIEL, OBSADA: SEAN CONNERY,
CATHERINE ZETA-JONES, VING
RHAMES, WILL PATTON



Po kradzieży cennego dzieła sztuki agentka ubezpieczeniowa, Gin Baker, przekonuje swoich pracodawców, aby pozwolili jej zaprzyjaźnić się ze starszym mistrzem złodziei, aby lepiej chronić swoich klientów. Kasowy hit, którego odtwórcy głównych ról otrzymali Nagrody Publiczności na ceremonii Europejskiej Akademii Filmowej

**EMISJA: 26 GRUDNIA,
GODZ. 20.00**



Łowcy samochodów z Australii (sezon 1.)

GT i Dave, miłośnicy motoryzacji, wyruszają na wyprawę w poszuki-

waniu porzuconych lub zapomnianych klasycznych samochodów i związanych z nimi pamiątek, które można kupić i odsprzedać z zyskiem. Podróżują przez wspaniałe krajobrazy zachodnioaustralijskich pustkowi, ale nie jest to wycieczka krajoznawcza – stawka jest wysoka, ponieważ obaj inwestują w to własne pieniądze. Sami decydują, które samochody kupić i ile na nie wydać. W kolejnych odcinkach znajdują i odrestaurowują 20



klasycznych samochodów z USA, Japonii, Wielkiej Brytanii i Europy kontynentalnej.

PREMIERA: 3 GRUDNIA, GODZ. 22.00



Mity: tajemnice ludzkości (sezony 1. i 2.)

Ile prawdy mieści się w mitach? Wspierani przez naukowców i pasjonatów dogłębnie przeanalizujemy różne legendy i mity. Archeolodzy odkrywają starożytne grobowce i wyruszają na podwodne wyprawy. Od postaci historycznych po współczesne miejskie legendy – poszukiwania

zaprowadzą nas do starożytnego Egiptu, do państwa Attyli, króla Hunów, i do niesławnego Trójkąta Bermudzkiego. Gdzie jest prawdziwy Święty Graal, czy tajemnicze wyspiarskie państwo Atlantyda istniało naprawdę i czy wilkołaki są tylko wytworem naszej wyobraźni? W tej serii przyjrzymy się różnym – często nieprawdopodobnym – teoriom na temat mitów i sprawdzimy ich naukowe wyjaśnienia.

PREMIERA: OD 6 GRUDNIA, W DNI POWSZEDNIE, GODZ. 21.00



Ziemia: cztery pory roku (sezon 1.)

Ta seria ukazuje niezwykłą naturę czterech pór roku na naszej planecie oraz to, jak zwierzęta i rośliny stawiają czoła przynoszonym

przez nie wyzwaniom. W każdym odcinku przyjrzymy się innej porze roku i zobaczymy, że każda z nich ma własną, niepowtarzalną naturę. Przekonamy się, jak różne zwierzęta znajdują niezwykle sposoby, aby prze-



trwać. Przedstawiciele fauny muszą zdobyć wystarczająco dużo do jedzenia, znaleźć partnerów, wychowywać młode i radzić sobie z pogodą – a każda pora roku stanowi dla nich nowe, trudne wyzwanie.

PREMIERA: OD 20 GRUDNIA, W DNI POWSZEDNIE, GODZ. 19.00



W głowie Agathy Christie

Książki Agathy Christie poczytnością ustępują jedynie Biblii i dziełom Szekspira; wszyscy znamy jej bohaterów i niesamowite zwroty akcji z jej utworów, ale co wiemy o niej samej? Rozmowy z rodziną pisarki i dokumenty



z jej archiwum pomogą nam zrozumieć fenomen jej talentu. Dowiemy się, jak samotne dzieciństwo pobudziło wyobraźnię Agathy, jak praca farmaceutki podczas I wojny światowej dała jej wiedzę na temat medycyny, a II wojna światowa uświadomiła jej, że wszyscy jesteśmy śmiertelni. Wszystko to sprawiło, że Agatha Christie pisała trzy do czterech książek rocznie!

EMISJA: 20 GRUDNIA, GODZ. 23.30



Sam tata i pełna chata

Ten rodzinny serial dokumentalny opowiada o rodzicielskiej trosce i miłości, ale przede wszystkim o losach ojców, którzy samodzielnie wychowują swoje dzieci. Pełen pozytywnych emocji, radości, wzruszeń, dobrego humoru i rodzinnego ciepła program z pewnością dostarczy widzom niezapomnianych wrażeń. W serialu pokażemy, jak wygląda dom, w którym dziećmi opiekuje się



tylko ich tata, który przejmując wszystkie rodzinne i wychowawcze obowiązki, staje przed trudnym wyzwaniem zastąpienia im obojga rodziców. Nasi bohaterowie, pomimo różnych przeciwności, koncentrują się na pozytywnych rzeczach, nie poddają się, po prostu robią

wszystko, aby stworzyć ciepły, rodzinny dom. W programie pokażemy, że samodzielne ojcostwo wymaga również licznych poświęceń. Samodzielny ojciec musi bowiem pogodzić rolę mamy i taty, nauczyć się wszystkich czynności niezbędnych do prowadzenia domu, zaspokoić potrzeby materialne i emocjonalne swoich pociech. I choć nie jest to proste zadanie, bohaterowie serialu starają się ze wszystkich sił, aby ich dzieci były szczęśliwe i miały kochającą rodzinę.

EMISJA: W PIĄTKI, GODZ. 22.00



Sekrety Wawelskiej Katedry

Dokument przygotowany z wielkim rozmachem i dbałością o szczegóły. Narratorem jest abp Grzegorz Ryś – metropolita łódzki, popularny duszpasterz i historyk średniowiecza. Widzowie zobaczą m.in. bezcenne przedmioty i dokumenty z katedralnego skarbcza i archiwum – na co dzień niedostępne dla zwiedzających. Katedra Wawelska to perła architektury

podziwiana przez miliony turystów. Miejsce koronacji polskich królów poczynawszy od Władysława Łokietka, a zarazem miejsce pochówku władców i biskupów. Za marmurami i złotem kryją się jednak niezwykle historie o namietności i władzy, świętości i zdradzie, ale to potrafią dostrzec nieliczni. Arcybiskup Grzegorz Ryś – znakomity historyk średniowiecza – odkryje przed widzami najciekawsze tajemnice katedry. Pomysłodawcą, współscenarzystą (obok **Joanny Linczuk**) oraz producentem z ramienia telewizji Polsat jest **Marek Zając**. Całość reżyserują **Rafał Wójcik** i **Tomasz Bardorsch**. Producentem wykonawczym jest Inbornmedia – firma kierowana przez **Macieja**



Pawełczyka i **Radosława Wikierę**. W programie wykorzystano ikonografię i materiały archiwalne m.in. z Muzeum Narodowego w Warszawie, Krakowie i Wrocławiu, Archiwum Kurii Metropolitalnej w Krakowie oraz Zamku Królewskiego na Wawelu.

EMISJA: W NIEDZIELE, GODZ. 21.00



Body Fixers, naprawcie moje ciało

Jesteś zmęczony patrzeniem wciąż na te same tatuaże lub piercing? W szkole lub pracy nie akceptują Twojego wizerunku? A może jest odwrotnie i chcesz pokazać swoje prawdziwe oblicze i wzmocnić wizerunek? Jeżeli chcesz się odmienić i poczuć jak



zupełnie nowa osoba, musisz obejrzeć ten program. Piątka specjalistów odmieni Twój wizerunek. **Mishon**, czyli **Ola Kasprzyk-**

-Dąbrowska przypomni stylizacji, **Marcin Ambroziak** naprawi największe problemy urody, **Aga Superhair**, czyli **Agnieszka Kober** zajmie się włosami, **Emma Kiworkowa** spowoduje, że uśmiech pojawi się na twarzy,

a **Stysio**, czyli **Staś Wołosz** zrobi wyjątkowy makijaż

EMISJA: OD 6 GRUDNIA W PONIEDZIAŁKI, GODZ. 21.00



polsat



Na Święta wybierz swoje wszystko

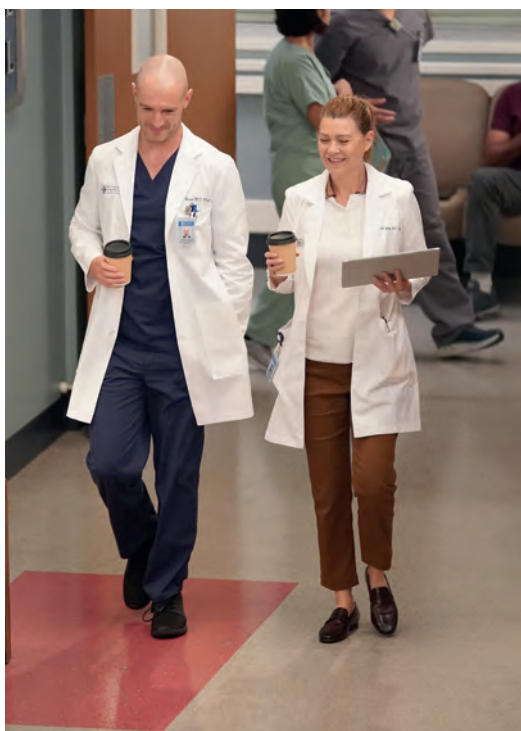
Dział handlowy: dystrybucja@polsat.com.pl, Anna Łomako 660 700 932, Danuta Rojewska 600 060 185,
Marta Zabłocka 887 834 489. Promocja B2B: Marta Skaryszewska 694 120 631.



FOX

Chirurdzy (sezon 18A)

18. sezon to przełomowy moment zmian. I będzie to coś więcej niż tylko porzucenie maseczek i protokołów COVID-19 – sale operacyjne w szpitalu Gray Sloan tętnią życiem! Nikt nie przeżywa załamań psychicznych i nie zostaje na ławce w szatni. W serialu



występują: **Ellen Pompeo** jako Meredith Grey, **Chandra Wilson** jako Miranda Bailey, **James Pickens Jr.** – serialowy Richard Webber, **Kevin McKidd** – Owen Hunt, **Kim Raver** wcielający się w postać Teddy'ego Altmanna, **Camilla Luddington** jako Dr. Jo, **Caterina Scorsone** grająca Amelie Shepherd, **Kelly McCreary** – Maggie Pierce oraz **Scott Speedman** jako Nick Marsch. Jak zmieni się życie lekarzy i samego szpitala Gray Sloan?

PREMIERA: 8 GRUDNIA, GODZ. 21.05;
EMISJE: W ŚRODY, GODZ. 21.05

Genialna Morgane (sezon 1.)

38-letnia Morgane Alvaro (**Audrey Fleurot**) urodziła się z wysokim potencjałem intelektualnym. Samotna matka z trójką dzieci, które mają dwóch różnych ojców, jest obdarzona talentem intelektualnym, ale nieprzystosowana społecznie. Jedyną osobą, z którą Morgane dobrze się dogaduje, jest jej 75-letni sąsiad Henri (Rufus Magloire), z którym nawiązała bliską więź. Ze względu na trudności w utrzymaniu pracy dłużej niż kilka miesięcy, zajmuje się dorywczymi zleceniami. Pewnej nocy, gdy Morgane



sprząta posterunek policji w Lille, dostrzega akta śledztwa, które natychmiast uruchamiają jej mentalny radar. Dzięki poprawkom, jakie nanosi w aktach, policjanci są bliżej znalezienia podejrzanych. Po przesłuchaniu i przetestowaniu jej metody, policja postanawia dołączyć ją do zespołu, aby pomóc im wyśledzić i złapać bardzo inteligentnych przestępców... Jak Morgane poradzi sobie w nowej roli i czy uda jej się rozwiązać zagadkę sprzed lat i odnaleźć zaginioną pierwszą miłość?

PREMIERA: 9 GRUDNIA, GODZ. 21.05

FOX comedy

Duncanville (sezon 2.)

Niezwykłe pomysły 15-letni Duncan z rodziną i przyjaciółmi wracają po więcej przygód w drugim sezonie animowanej komedii autorstwa Amy Poehler („Parks and Recreation”) oraz Mike’a i Julie Scully („Simpsonowie”). W najnowszych odcinkach Harrisowie wybiorą się na wakacje, Duncan i Kimberly pojedą na obóz terapeutyczny, Jing i Jack założą zespół muzyczny, którego

menedżerem zostanie Annie. Ponadto, Duncan weźmie udział w wyścigach starych samochodów. **PREMIERA: 27 GRUDNIA, GODZ. 23.30 (W TRZY PONIEDZIAŁKI PO CZTERY ODCINKI)**



Na widzów FOX Comedy w grudniu czekać będą także kolejne sezony serialu Futurama – cztery nowe odcinki 8. części kultowych przygód w każdy poniedziałek o godz. 23.30 oraz 8. i 9. sezon

„Diabli nadali”. Kolejne historie i perypetie Douga oraz Carrie przez 5 dni w tygodniu – od poniedziałku do piątku o godz. 17.00. Jak co miesiąc, pojawiają się również filmy!



Aatak na Pearl Harbor

Ta porywająca seria historyczna jest nie tylko próbą analizy wydarzeń z dnia ataku na Pearl Harbor, który zmienił bieg II wojny światowej, ale również



na losy poszczególnych okrętów i ich załóg. Łącząc odrębne wątki w jedno wydarzenie, każdy odcinek skupia się na analizie innego etapu zdarzeń, by opowiedzieć widzom kompletną, pełną emocji historię japońskiego ataku na amerykańską bazę lotniczą na Hawajach.

**PREMIERA: 10 GRUDNIA
O GODZ. 22.00 I 23.00**

J. Wade na nieznanych wodach

W nowych odcinkach popularnej serii podróżniczej, legendarny odkrywca Jeremy Wade udaje



się w głąb puszczy Ameryki Południowej, by zbadać kapryśną rzekę – Amazonkę. Chcąc odkryć jej tajemnice, Jeremy analizuje bieg jednej z najdłuższych rzek świata fala po fali, by udowodnić widzom, że jest ona bijącym sercem i pulsującymi tętnicami naszej planety.

**PREMIERY: OD 21 GRUDNIA,
WE WTORKI, GODZ. 21.00**



Dzika Arktyka: królestwo lodu

Na północ od koła podbiegunowego rozpościera się nieprzyjazna dla życia kraina lodu. Zimą temperatury są tam tak niskie, że mogłyby zatrzymać ludzkie serce. W odległej Arktyce żyją jednak zwierzęta, które, zdane na łaskę żywiołów, są w stanie przetrwać w tych okrutnych warunkach. Jak przyroda przygotowała je do życia na tak wymagającym terytorium? Jak wiele muszą poświęcić, by przetrwać kolejny mroźny dzień?



Kamera programu śledzi zwierzęta, które z pewnością można zaliczyć to najwytrwalszych gatunków.

**PREMIERA: 5 GRUDNIA,
GODZ. 14.00**

Królestwo niedźwiedzi polarnych

Doświadczony tropiciel niedźwiedzi polarnych, Dennis Compayre, przemierza pustkowia kanadyjskiej prowincji Manitoba w poszukiwaniu miejsc, w których niebawem ma przyjść na świat kolejne pokolenie tych niezwykłych stworzeń. Po wyczerpującej wędrówce i długim oczekiwaniu w nadzwyczaj trudnych warunkach, następuje upragniony moment, kiedy z nory wylaniają się niedźwiadki. Compayre obserwuje i uwiecznia na zdjęciach pierwsze chwile życia maluchów.

**PREMIERA: 26 GRUDNIA, GODZ.
14.00 I 15.00**



Sekrety ZOO: Karolina Północna

Trzystu opiekunów i weterynary, 1800 podopiecznych najróżniejszych gatunków i obszar o powierzchni 1000 hektarów – oto największy ogród zoologiczny, w którym zwierzęta żyją w naturalnych dla siebie warunkach. Zapraszamy do amerykańskiej miejscowości Asheboro w Karolinie Północnej, gdzie mieści się zoo inne niż wszystkie!

**PREMIERY: OD 10 GRUDNIA,
W PIĄTKI, GODZ. 18.00**

CYKL SPECJALNY: Ten wspaniały świat

W ramach wyjątkowego zimowego cyklu na kanale pojawiają



się ulubione przez widzów serie z najpiękniejszymi ujęciami miejsc i ludzi z całego świata. W ramach cyklu zobaczymy: „Europa z powietrza”, „Indie

z powietrza”, „Egipt z powietrza”, „Japonia – krajobraz niezwykły”, „Pomysł na city break”, „Długi weekend z Rorem”, „Włoski smak”.

**EMISJA: OD 5 GRUDNIA,
W NIEDZIELE
OD GODZ. 14.00 I 15.00**

WP | telewizja

Wymazane z historii (sezon 2.)

Twórcy serii podążają za stawianymi przez siebie teoretycznymi pytaniami. Zastanawiają się m.in., jak



zmieniłby się świat, gdyby z dziejów usunąć mające fundamentalne znaczenie osoby czy wynalazki.

EMISJA: OD 2 GRUDNIA, W CZWARTKI, GODZ. 20.50

Wyremontuj i pokochaj (sezon 2.)

Kiedy kupisz dom i odkryjesz, że czegoś mu brak – wtedy wkraczają Kortney i Dave Wilson, którzy zmieniają każdy budynek tak, aby stworzyć z niego dom marzeń. Mając klucze i stosowny budżet pod ręką, przekształca każdą niekochaną przestrzeń w rewelacyjną – czyniąc ją piękną, funkcjonalną i sprawiając, że poczujesz się w niej jak w domu!

EMISJA: OD 5 GRUDNIA, W NIEDZIELE, GODZ. 13.00



Seria – Święta z Jamiem Olivierem

Jamie łączy swoje dwie wielkie pasje: świąteczny obiad i włoskie jedzenie! Dołączamy do Jamiego oraz jego najlepszego przyjaciela i mentora Gennaro Contaldo we włoskich Alpach, gdzie odkrywają najbardziej spektakularne smaki i tajemnice, które składają się na włoską ucztę bożonarodzeniową. Będziemy degustować wszystkie najlepsze dania świąteczne i wybierać te najlepsze, aby



dodać klasycznego włoskiego smaku i stylu do tradycyjnych dań bożonarodzeniowych. Święta po włosku z Jamiem Olivierem – 11 grudnia, godz. 14.00; Świąteczne odliczanie z Jamiem Olivierem – 18 grudnia, godz. 14.00; Przedświąteczne gotowanie z Jamiem Olivierem – 23 grudnia, godz. 20.50

PREMIEROWE FILMY

Świąteczna renowacja

Samantha podejmuje się wyremontowania i przygotowania do Świąt Bożego Narodzenia hotelu Bell Harbor. Okazuje się, że jej



zleceńodawcą jest Coop, mężczyzna, który złamał jej serce.

EMISJA: 17 GRUDNIA, GODZ. 19.50

Słoiki świątecznej pomocy

Hope, pełna zapału, młoda pisarka, oddałaby wszystko, by zostać dziennikarką w internetowym magazynie informacyjnym, w którym pracuje jako asystentka. Zbliżają się Święta Bożego Narodzenia. Po trudnych chwilach, w tym śmierci przybranej matki i włamaniu do jej mieszkania, Hope znajduje pod drzwiami słoik wypełniony pieniędzmi. Okazuje się, że nie jest jedyną osobą, która otrzymała tak zaskakujący prezent. Hope postanawia odkryć, kto kryje się za rozdawaniem tak dużych sum



pieniędzy nieznanym ludziom, będącym w potrzebie, i napisać o tym artykuł.

EMISJA: 12 GRUDNIA, GODZ. 19.50



Weekendy sensacji

W grudniu 13 Ulica zaprasza na weekendowe seanse filmowe z intrygą, dreszczykiem i akcją w tle. Na początek Uma Thurman w „Kill Billu” i „Kill Billu Vol. 2” (4 i 5 grudnia). Potem zobaczymy Nicolasa Cage’a w thrillerze „Zapowiedź” (11 grudnia) i Bruce’a Willisa w **Kodzie Merkurym** (12 grudnia). Kolejne obrazy poświęcone będą groźnej naturze. To „Twister” (18 grudnia) i „Góra Dantego” (19 grudnia). Na koniec zaś czeka nas mroczne „Sin City: Miasto grzechu” (25 grudnia) i „Death Race: Wyścig

śmierci” (26 grudnia) z Jasonem Stathamem

EMISJA: PRZEZ CAŁY GRUDZIEŃ, W SOBOTY I NIEDZIELE O GODZ. 22.00

Prawdziwe zbrodnie: Wypadek, samobójstwo czy morderstwo (sezon 1.)

W grudniu 13 Ulica prezentuje kolejne prawdziwe historie dotyczące podejrzanych zgonów. Na początek sprawa policjanta z Tekساسu, który znajduje zwłoki zmarłej



od postrzału żony. Prowadzone przez kolegów mężczyzny śledztwo stopniowo ujawnia ponure fakty dotyczące tragedii. Czy dowody pozwolą na jednoznaczne rozwiązanie zagadki? Kolejny przypadek wiąże się z kraksą, w wyniku której ginie kobieta, a jej mąż zostaje ranny. Policja ma wątpliwości, czy do zdarzenia doszło przypadkiem.

EMISJA: W ŚRODY, GODZ. 22.00

SCI FI

Limetown (sezon 1.)

Serial z gatunku mystery, w którym role główne grają Jessica Biel i Stanley Tucci, został zainspirow-

wany przez popularny podcast o tym samym tytule. Lia, dziennikarka zajmująca się prawdziwymi zbrodniami, chce zbadać sprawę zagadkowego zniknięcia setek ludzi z małego, tajnego ośrodka badań neurobiologicznych, znanego jako Limetown. Stopniowo, wraz z gromadzonymi przez Lię informacjami, niepokojąca prawda o tym, co się wydarzyło, zaczyna wychodzić na jaw.

EMISJA: OD 19 GRUDNIA, CODZIENNIE, GODZ. 22.00.

Wybuchowe święta

W okresie świątecznym SCI FI rozpieści widzów wyjątkowymi seansami filmowymi. Warto zarezerwować na nie czas, zając

wygodne miejsce i wyposażyć się w popcorn. Wśród premierowych emisji znajdują się: „Lucy” (24 grudnia) – obraz opowiadający o kobiecie przemycającej narkotyki, która pała żądzą zemsty na swoich porywaczach; „Władcy umysłów” (25 grudnia) o typowym dla Philipa K. Dicka psychodelicznym klimacie oraz thriller „Wanted – Ścigani” (26 grudnia) – historia przeciętnego mężczyzny, który dowiaduje się, że po ojcu, płatnym zabójcy i członku tajnego stowarzyszenia, odziedziczył niezwykle zdolności. Obok nich pojawi się wiele innych, godnych uwagi tytułów obfitujących w sceny akcji, intrygujące fabuły i ludzkie dramaty.

EMISJA: OD 24 GRUDNIA DO 2 STYCZNIA, CODZIENNIE OD GODZ. 20.00 (PO TRZY FILMY)



Ekipa Bradshaw (sezon 2.)

Legendarny quarterback i komentator telewizyjny Terry Bradshaw,



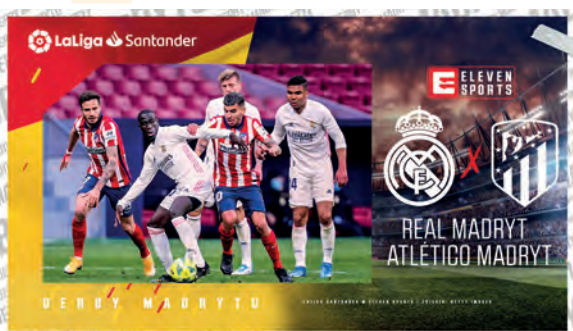
niegdyś okrzyknięty „najwspanialszym w historii”, teraz spełnia się w roli najwspanialszego taty. Otoczony przez kobiety – żonę i trzy córki – Terry pomaga swojej rodzinie pokonywać życiowe meandry, a czyni to w przeżabawny sposób. Wyjątkowa okazja, by zobaczyć Terry’ego Bradshawa, jakiego nie znacie!

EMISJA: OD 5 GRUDNIA, GODZ. 21.00



LALIGA SANTANDER (liga hiszpańska)

Rywalizacja o mistrzostwo Hiszpanii ma w tym sezonie wyrównany przebieg, a grono kandydatów do tytułu jest znacznie szersze niż w ostatnich latach. Broniące trofeum **Atlético Madryt** musi uważać przede



wszystkim na **Real Madryt (12 grudnia)**, ale wiele do powiedzenia mają również **Real Sociedad**, **Sevilla FC** i **Real Betis**. Poniżej oczekiwań spisuje się **FC Barcelona**, jednak po przejęciu drużyny przez trenera Xavięgo Hernándezę, byłego wybitnego zawodnika tego klubu, kibice liczą na to, że Duma Katalonii na nowo włączy się do walki o najwyższe cele. W grudniu zaplanowano trzy pełne kolejki rozgrywek LaLiga Santander. Na pierwszy plan wysuwają się derby Madrytu, które odbędą się na słynnym Estadio Santiago Bernabéu. W ekipie Realu wiele

będzie zależało od Karima Benzemy i Viníciusia Júniora, którzy tworzą obecnie jeden z najgroźniejszych ofensywnych duetów na świecie. Z kolei w szeregach Atlético kluczową postacią będzie Luis Suárez, który w historii swoich występów przeciwko Realowi strzelił dotychczas 12 goli i zanotował pięć asyst.

SERIE A (liga włoska)

Przed początkiem obecnego sezonu Serie A za głównych faworytów do mistrzostwa Włoch



uznawano broniący tytułu **Inter Mediolan** i pragnący odzyskać trofeum **Juventus FC**. Ostatnie miesiące mocno zweryfikowały te przewidywania, bo w rozgrywkach dominują na razie inne kluby – **SSC Napoli** oraz **AC Milan**. Inter

i Juve muszą więc gonić rywali, a to oznacza, że w grudniu emocji na pewno nie zabraknie. Największy wpływ na układ w czołówce tabeli będzie miała konfrontacja na San Siro, gdzie **Milan** zmierzy się z **Napoli (19 grudnia)**. Oba zespoły pozostają niepokonane we włoskiej ekstraklasie od kwietnia i mogą pochwalić się najlepszymi formacjami defensywnymi na Półwyspie Apenińskim. Dzięki takim gwiazdom jak Zlatan Ibrahimović, Rafael Leão, Olivier Giroud, Victor Osimhen, Lorenzo Insigne czy **Piotr Zieliński** zdobywają także dużo bramek. Co ciekawe, Rossoneri nie wygrali na własnym stadionie żadnego z ostatnich sześciu

spotkań z ekipą z Neapolu. Czy tym razem uda im się przełamać niekorzystną serię?

CARABAO CUP – ĆWIERĆFINAŁY

W grudniu odbędą się ćwierćfinały Pucharu Ligi Angielskiej z udziałem gigantów brytyjskiego futbolu. Na pierwszy plan wysuwa się konfrontacja na Anfield, gdzie utytułowany **Liverpool FC** podejmie ekipę **Leicester City (22 grudnia)**. Obie drużyny są w ścisłej czołówce Premier League i w tym sezonie mają szanse

na potrójną koronę na brytyjskich boiskach. Dla The Reds to okazja do rewanżu za poprzednie spotkanie tych drużyn, przegrane 1:3. Ozdobą tego starcia będzie pojedynek asa gospodarzy, Mohameda

Salaha, ze skutecznym Jamiem Vardym po stronie Lisów. Obaj są kluczowymi zawodnikami swoich zespołów i mają na koncie mnóstwo goli. Wielką atrakcją tego starcia będą także występy Sadio Mane, Trenta Alexandra-



–Arnolda, Youriego Tielemansa i Wilfreda Ndidię, czyli piłkarzy zaliczanych do światowej czołówki na swoich pozycjach. W pozostałych ćwierćfinałach Carabao Cup **Arsenal FC** zmierzy się z **Sunderlandem AFC (21 grudnia)**, **Brentford FC** z **Chelsea FC (22 grudnia)** oraz **Tottenham Hotspur** z **West Ham United (22 grudnia)**.



**Wspaniałych Świąt
oraz Szczęśliwego Nowego Roku
obfitującego w piękne chwile
i wielkie sportowe emocje!**

życzy **ELEVEN SPORTS**



SUPERPUCHAR HISZPANII OD 12 STYCZNIA W ELEVEN SPORTS



**Atlético
Madryt**



**Athletic
Club**



**SUPERCOPA
DE ESPAÑA**



FC Barcelona



**Real
Madryt**



DYSTRYBUCJA: Artur Grobel | Distribution Director

☎ 603 977 308

✉ artur.grobel@elevensports.com

ZAPYTAJ O KANAŁ ELEVEN SPORTS 1 4K

Polska w ogonie cyfryzacji

OPR. AK

Polska spadła z 23. na 24. miejsce w rankingu zaawansowania cyfrowego w państwach UE – wynika z unijnego Indeksu gospodarki cyfrowej i społeczeństwa cyfrowego (DESI 2021*). W zestawieniu wyprzedzamy tylko: Grecję, Bułgarię i Rumunię. Najwyżej w rankingu są: Dania, Finlandia, Szwecja i Holandia.

Jak wynika z raportu, w ubiegłym roku Polska poczyniła postępy w zakresie wielu wskaźników unijnego indeksu, ale biorąc pod uwagę również pozytywne zmiany w innych krajach, nie przełożyło się to na zmianę naszej ogólnej pozycji. Osiągnęliśmy wynik 41 przy średniej unijnej wynoszącej 50,7 – dla porównania w ubiegłym roku 45 do 52,6.

Niskie umiejętności cyfrowe

Nadal utrzymują się znaczne różnice, zwłaszcza jeśli chodzi o kategorię „**Kapitał ludzki**”, w przypadku której jako kraj zajmujemy 24. miejsce, uzyskując wynik poniżej średniej dla większości wskaźników (37,7 przy średniej unijnej 47,1). Poziom umiejętności cyfrowych pozostaje więc niski w porównaniu ze średnią dla UE – tylko 44 proc. osób w wieku 16–74 lat posiada co najmniej podstawowe umiejętności cyfrowe (UE 56 proc.), a tylko jedna na pięć osób (21 proc.) posiada ponadpodstawowe umiejętności cyfrowe. Jeśli chodzi o co najmniej podstawowe umiejętności informatyczne, Polska uzyskała wynik jedynie 46 proc., tj. znacznie poniżej średniej unijnej wynoszącej 58 proc.

– Problemem okazują się często podstawowe umiejętności cyfrowe osób związanych z innymi branżami niż IT. Okazuje się na przykład, że tylko 27 proc. Polaków deklaruje, że potrafi stworzyć prezentację na komputerze –

komentuje Olga Zelent, country manager szkoły programowania Codecool. – Zaawansowane umiejętności cyfrowe Polaków w wieku 35–65 lat bywają niższe o prawie 80 proc. w porównaniu z umiejętnościami cyfrowymi obywateli krajów Europy Północnej – dodaje. Ponadto, specjaliści w dziedzinie ICT i kobiety-specjaliści w tej dziedzinie stanowią w Polsce niższy odsetek siły roboczej niż średnio w UE – odpowiednio 3,4 proc. PL – 4,3 proc. UE i 15 proc. PL – 19 proc. UE. Z kolei absolwenci kierunków w dziedzinie ICT tworzą obecnie 3,8 proc. wszystkich absolwentów w Polsce (3,9 proc. w UE). Warto podkreślić również, że zaledwie 18 proc. polskich przedsiębiorstw zaoferowało swoim pracownikom specjalistyczne szkolenia z zakresu ICT.

Najlepiej w „Łączności”

Jeśli chodzi o tę kategorię, to w 2020 roku nadal odnotowano postępy w zakresie wykorzystania stałych łączy szerokopasmowych i nastąpił wzrost odsetka gospodarstw domowych będących w zasięgu stałych sieci o bardzo dużej przepływności – 64,6 proc w porównaniu z 60,3 proc. w 2019 roku. Wartość ta plasuje nasz kraj powyżej średniej unijnej w przypadku tego wskaźnika (59,3 proc.). Wzrost odnotowano również w odniesieniu do zasięgu w Polsce łączy FTTP (ang. Fiber-to-the-Premises, technologia

„światłowód do lokalu”) – 44,6 proc. w 2020 roku w stosunku do 38,3 proc. w roku 2019. Zasięg łączy FTTP na obszarach wiejskich pozostaje na nieznacznie niższym poziomie – w 2020 roku technologią tą objętych było jedynie 24,1 proc. wiejskich gospodarstw domowych przy średniej dla UE wynoszącej 24,9 proc.

W ubiegłym roku 68 proc. gospodarstw domowych posiadało dostęp do jakiegoś rodzaju stałych łączy szerokopasmowych, co stanowi niewielki wzrost w porównaniu z rokiem 2019 (62 proc.). Jak się okazuje, Polska osiąga dobre wyniki w zakresie dostępu do stałych łączy szerokopasmowych o przepływności co najmniej 100 Mb/s – 37 proc. polskich gospodarstw domowych korzystało z takich łączy w 2020 roku, co oznacza wynik powyżej średniej dla UE wynoszącej 34 proc. w odniesieniu do tego samego wskaźnika.

Natomiast co do zasięgu sieci 5G, to w 2020 roku technologią tą objętych było 10,3 proc. gospodarstw domowych, co oznacza wynik nieco poniżej średniej dla UE wynoszącej 13,8 proc. w odniesieniu do tego samego wskaźnika. Co ciekawe, chociaż zasięg sieci 4G wynosi 99,9 proc., poziom wykorzystania mobilnych usług szerokopasmowych (58 proc.) jest znacznie niższy od średniej UE (71 proc.).

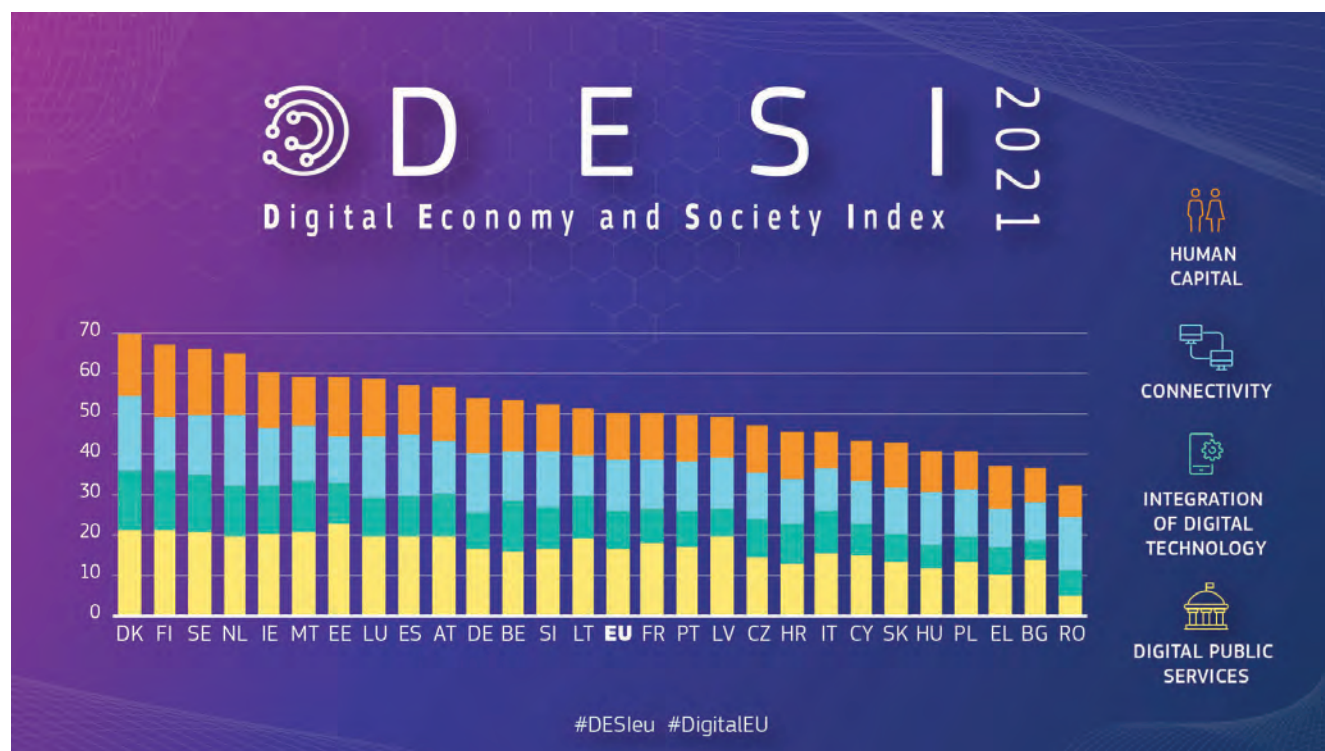
Mimo pewnych postępów w tej kategorii, autorzy opracowania

wskazują, że nadal „konieczne są dalsze starania, zwłaszcza w odniesieniu do przepisów sprzyjających rozwojowi niezawodnej łączności, zapewniających pełną transpozycję ram regulacyjnych UE”. Co istotne, podkreślają również, że ponieważ Polska wciąż nie udostępniła żadnego zharmonizowanego widma radiowego na potrzeby wdrożenia sieci 5G, konieczne będzie zapewnienie szybkiego przydziału w celu zagwarantowa-

elektroniczny – 13 proc. MŚP prowadziło sprzedaż internetową, a 5 proc. sprzedaż transgraniczną do innych krajów UE.

Również zaawansowane technologie zyskują powoli na popularności wśród polskich przedsiębiorstw. Jak wynika z badania, 15 proc. organizacji korzysta z rozwiązań chmurowych (26 proc. średnia unijna), a 18 proc. wykorzystuje w swojej działalności technologię sztucznej inteligencji (25 proc. UE). Niemniej jednak tylko 14

nieznacznie lepszy od średniej dla UE (65 w porównaniu z 63). Polska nadal znajduje się jednak poniżej średniej unijnej pod względem dostępności cyfrowych usług online z wynikiem 65, jeżeli chodzi o cyfrowe usługi publiczne dla obywateli (średnia dla UE: 75) i 67, jeżeli chodzi o cyfrowe usługi publiczne dla przedsiębiorstw (średnia dla UE: 84). Uzyskaliśmy natomiast dobry wynik, jeżeli chodzi o otwarte dane (90 proc. w porównaniu z 78 proc. dla UE).



nia łączności 5G na przejrzystych, otwartych i niedyskryminujących warunkach.

Poziom integracji technologii cyfrowej

Jeśli chodzi o integrację technologii cyfrowej w działalności przedsiębiorstw, Polska zajmuje 24. miejsce wśród krajów UE. 52 proc. polskich MŚP osiągnęło co najmniej podstawowy poziom wskaźnika wykorzystania technologii cyfrowych, co stanowi wynik poniżej średniej dla UE wynoszącej 60 proc. Polskie przedsiębiorstwa powoli kontynuowały też wykorzystywanie możliwości oferowanych przez technologie cyfrowe, angażując się w handel

proc. polskich przedsiębiorstw aktywnie korzysta z mediów społecznościowych, a 29 proc. angażuje się w elektroniczną wymianę informacji. E-faktury i duże zbiory danych nie są jeszcze szeroko rozpowszechnione, czytamy w opracowaniu.

Cyfrowe usługi publiczne

W czwartej kategorii, cyfrowych usług publicznych, zajmujemy jako kraj 22. miejsce w UE. Z indeksu wynika, że z usług administracji elektronicznej korzystało 49 proc. użytkowników internetu, w porównaniu z 64 proc. w UE. Jeżeli chodzi natomiast o wstępnie wypełnione formularze, to wynik Polski jest

Autorzy opracowania podkreślili również, iż jedno konkretne polskie rozwiązanie cyfrowe – cyfrowy portfel dokumentów i usług **mObywatel** – jest obecnie przykładem jednego z najbardziej rozwiniętych narzędzi wśród europejskich rozwiązań w zakresie portfeli tożsamości cyfrowej. Dodano, że Polska mogłaby odgrywać jeszcze bardziej proaktywną rolę w opracowywaniu i wdrażaniu europejskich ram tożsamości cyfrowej.

* Indeks gospodarki cyfrowej i społeczeństwa cyfrowego (DESI) monitoruje ogólne wyniki cyfrowe Europy i śledzi postępy krajów UE w zakresie ich konkurencyjności cyfrowej.

Prawdziwe przestępstwo

TEKST DAVE RUSSELL*

Od kilku lat społeczna świadomość zagrożeń cybernetycznych rośnie. Wciąż jednak można usłyszeć, oczywiście poza branżą informatyczną, że cyberataki to po prostu „coś, co zdarza się w internecie”. Nie każdy potrafi określić i porównać skutki ataków cybernetycznych. Jest to trudne zarówno w odniesieniu do osób, które padły ofiarą oszustw internetowych, jak i przedsiębiorstw zmuszonych do zapłacenia okupu w celu odzyskania dostępu do swoich systemów. Dlatego można odnieść wrażenie, że cyberprzestępczość nie zawsze jest postrzegana i traktowana jako „prawdziwa” przestępczość.

Choć wiemy, że cyberprzestępstwo jest przestępstwem jak każde inne, niektórzy sobie tego nie uświadamiają. Trudno oczekiwać, aby ktoś poczuł się wstrząśnięty tym, iż jakiś haker przejął system międzynarodowej korporacji. Wynika to prawdopodobnie ze stereotypów, przedstawiających cyberprzestępców jako młodych, zbuntowanych geniuszy informatyki, którzy „walczą z systemem”, bo nie mają nic lepszego do roboty. Tymczasem za większością cyberataków stoją wielkie, zorganizowane i bogate organizacje przestępcze. Stosują one zaawansowane metody w celu okradania firm i instytucji publicznych, a to przecież okradane firmy i instytucje płacą nam wynagrodzenia czy świadczą nam codzienne, niezbędne usługi. Czy ktoś ma wątpliwości, że jest to przestępstwo?

Dlaczego obwiniane są ofiary?

Cyberprzestępstwo jest prawdziwym przestępstwem, a zaatakowane przez cyberprzestępców firmy są ofiarami. Ofiarami, które ponoszą straty na skutek popełnianych przeciwko nim czynów. Mimo to nasze współczucie wobec przedsiębiorstwa, które



padło ofiarą ataku, jest nieporównanie mniejsze od tego, jakim gotowi jesteśmy obdarzyć pojedynczą, konkretną osobę. Gdy ktoś nam mówi, że hakerzy włamali mu się do systemu, przejęli dane osobowe i ukradli pieniądze, nigdy nie przyszłoby nam do głowy, aby go o to obwiniać. Jeśli jednak chodzi o firmy, to w następstwie cyberataków ponoszą one długotrwałe szkody na reputacji.

W przypadku firm często zakładamy, że atak był spowodowany błędem lub brakiem ostrożności ofiary. Jako człowiek, który ma za sobą ponad 32 lata pracy w branży ochrony danych, nie mogę temu zaprzeczyć. Zdecy-

dowanej większości incydentów cybernetycznych da się uniknąć.

Mają one miejsce dlatego, że firmy nie przestrzegają sprawdzonych procedur, nie dbają o higienę cyfrową, używają przestarzałego oprogramowania lub nie instalują poprawek zabezpieczających.

Nie ma chyba jednak drugiego takiego typu przestępczości, w przypadku którego wszyscy skupiają się

niemal wyłącznie na obwinianiu ofiar zamiast na ściganiu sprawców. Zaatakowane firmy traktowane są raczej jak winowajcy, natomiast akceptuje się fakt, że przestępcy unikają kary na skutek braku globalnie uzgodnionych



Dave Russell

ram prawnych i odpowiedniego systemu sprawiedliwości. Przykładowo, jeśli przestępca z innego kraju przebywający w Stanach Zjednoczonych popełni przestępstwo przeciwko firmie mającej siedzibę w tym kraju, to istnieją procedury dyplomatyczne, które umożliwiają postawienie tego przestępcy przed sądem i zapewnienie ofierze odszkodowania. W przypadku ataku ransomware nie ma takich możliwości.

Jak stworzyć środowisko, w którym ryzyko dla cyberprzestępców jest większe niż zysk? Niezbędna jest w tym celu współpraca międzynarodowa i międzykontynentalna. Podczas pandemii plaga ataków ransomware nasiliła się, co zachęciło liderów sektora publicznego i biznesu do podjęcia działań w celu przełamania geopolitycznego impasu, który zapewniał cyberprzestępcom bezkarność. Nie będzie to jednak łatwe, a stworzenie całościowego, sprawnie działającego rozwiązania wymaga lat.

Nauczmy bronić się sami

Podczas gdy prawo nie zapewnia nam pełnej ochrony przed cyberprzestępczością, pierwotny ludzki instynkt przetrwania podpowiada, że powinniśmy bronić się sami. Wymaga to podjęcia kilku podstawowych kroków. Po pierwsze, każde przedsiębiorstwo powinno zatrudniać dedykowanego menedżera ds. bezpieczeństwa informatycznego, pracującego na miejscu, mającego zarówno stały kontakt z kierownictwem firmy, jak i uprawnienia do podejmowania inicjatyw w zakresie bezpieczeństwa. Również w mniejszych firmach niezbędna jest osoba odpowiedzialna za cyberbezpieczeństwo i wyspecjalizowana w ochronie danych. Po drugie, przedsiębiorstwa muszą bezwzględnie przestrzegać higieny cyfrowej. Dotyczy to w szczególności obowiązkowego szkolenia wszystkich pracowników w taki sposób, aby potrafili wykrywać potencjalne ataki, wiedzieli, komu je zgłaszać i rozumieli, dlaczego jest to tak ważne. Im



bardziej pracownicy będą się angażować we wdrażanie zasad higieny cyfrowej, tym większą będą mieć świadomość zagrożeń i skuteczniej im zapobiegać.

Na zakończenie jeszcze jedna

„Nigdy nie należy płać okupu. Firmy, które płać, dają cyberprzestępcom sygnał, że ataki ransomware to sposób na łatwe pieniądze, i zachęcają ich do kolejnych przestępczych działań.”

rada: **nigdy nie należy płać okupu.** Firmy, które płać, dają cyberprzestępcom sygnał, że ataki ransomware to sposób na łatwe pieniądze, i zachęcają ich do kolejnych przestępczych działań. Gdy ofiary przestaną płać, ataki ransomware staną się rzadsze, ponieważ stracą swoją skuteczność. Niezależnie od tego, że przedsiębiorstwa dotknięte cyberprzestępczością są ofiarami, mają one obowiązek ochrony wszelkich danych przez siebie używanych, przetwarzanych i przechowywanych. Płacenie cyberprzestępcom za przywrócenie dostępu do systemów nie może być traktowane jako stra-

tegia obrony, bo na dłuższą metę ona nie działa. Organy i instytucje rządowe podejmują coraz więcej działań, aby zapobiegać rozprzestrzenianiu się ataków ransomware. Firmy, które płać okupy, mogą być ścigane i upominane przez niezależnych regulatorów.

Trzeba pamiętać, że mamy do czynienia z bezlitosnymi cyberprzestępcami, którzy działają na masową skalę, uderzając zarówno w firmy, jak i osoby prywatne. Walka z nimi wymaga podjęcia działań o zasięgu międzynarodowym, obejmujących sektor publiczny i prywatny. Nie ulega wątpliwości, że cyberprzestępczość powinna być traktowana jak każdy inny rodzaj przestępczości, a sprawcy ataków – ścigani i karani. Firmy muszą jednak pamiętać, że to one ponoszą odpowiedzialność wobec swoich klientów i pracowników za ochronę ich danych. Wszystkie te cele można osiągnąć tylko w jeden sposób – poprzez wdrożenie strategii nowoczesnej ochrony danych, która łączy efektywne zabezpieczenia cybernetyczne w obszarze interakcji z klientami z całościowym podejściem do tworzenia kopii zapasowych danych i przywracania systemu po awarii.

* Autor jest wiceprezesem ds. strategii korporacyjnej w firmie Veeam

TeleGo ukarana

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów nałożył na operatora telekomunikacyjnego **TeleGo** karę w wysokości **prawie 8 mln zł** za wprowadzanie konsumentów w błąd. TeleGo to spółka telekomunikacyjna, która świadczy usługi w sieci stacjonarnej i komórkowej, a także usługi dostępu do internetu i w zakresie teleopieki. **UOKiK** otrzymał



liczne skargi na klientów operatora, dlatego wszczął postępowanie wyjaśniające. W jego toku Urząd potwierdził, że przedstawiciele firmy odwiedzali konsumentów w domach i **podawali się za ich dotychczasowego, innego operatora**. Wskazywali oni przy tym, że przedstawiane do podpisu dokumenty dotyczą zmiany warunków umowy, a nie podpisania nowej. Konsumentom nie otrzymywali odpowiednich dokumentów, w tym formularzy odstąpienia od umowy, co mogło utrudnić im skorzystanie z tego prawa. – Spółka TeleGo za cel swoich praktyk obierała przede wszystkim seniorów, szczególnie wrażliwą grupę społeczną – powiedział **Tomasz Chróstny, prezes UOKiK**. Urząd nakazał spółce TeleGo zaniechać zakwestionowanych praktyk pod rygorem natychmiastowej wykonalności oraz nałożył na operatora **karę w wysokości 7 906 551 złotych**. TeleGo ma również opublikować decyzję na stronie internetowej w terminie miesiąca od jej uprawomocnienia oraz wysłać informacje o decyzji do konsumentów, którzy zawarli ze spółką umowy.

Rządowe „Polskie 5G”

Prace nad nowelizacją ustawy o **krajowym systemie cyberbezpieczeństwa (KSC)** trwają już od wielu miesięcy, a ostatnie projekty opracowane zostały w styczniu i marcu. Wtedy też powstał pomysł na powołanie **Operatora Sieci Komunikacji Strategicznej**, czyli państwowego operatora telekomunikacyjnego. Najnowszy projekt uściśla związane z tym kwestie. Państwowy operator określany jest teraz mianem **Operator Strategicznej Sieci Bezpieczeństwa (OSSB)**. Podmiot

ratorów lub konsorcjów. Każdemu z nich częstotliwości zostaną przyznane w częściach równych w zamian za wkłady pieniężne, po zakończeniu przetargu. Finalnie OSSC otrzyma w **paśmie 700 MHz dwa bloki „częstotliwości rządowych”** o szerokości 10 MHz, z kolei **dwa bloki po 20 Hz** trafią na komercyjny przetarg. Spółka Polskie 5G będzie zobowiązana do budowy lub zapewnienia infrastruktury telekomunikacyjnej gwarantującej dostęp do sieci na terenie całego kraju. To



ten ma realizować zadania na rzecz obronności, bezpieczeństwa państwa oraz bezpieczeństwa i porządku publicznego w zakresie telekomunikacji. Projekt zakłada, że OSSB może być wyłączenie **jednoosobowa spółka Skarbu Państwa**, będąca jednocześnie operatorem telekomunikacyjnym. Na to miejsce wskazywany jest **Exatel**. W celu realizacji ustawowych zadań OSSB ma stworzyć spółkę kapitałową o nazwie **„Polskie 5G”**, która będzie pełnić funkcję hurtowego operatora sieci 5G w zakresach 713–733 MHz oraz 768–788 MHz. Największe udziały w spółce Polskie 5G obejmą **OSSB** oraz **Polski Fundusz Rozwoju** (spółka akcyjna należąca do Skarbu Państwa) – każda z tych spółek dostanie **26 proc.**, co zapewni rządowi w projekcie większościowy pakiet **52 proc.** Z kolei pozostałe **48 proc.** zostało zarezerwowane dla **komercyjnych telekomów** – pojedynczych ope-

zadanie spoczywać będzie na udziałowcach albo akcjonariuszach, czyli także **na operatorach komercyjnych**. Ma też dbać o szczególny poziom bezpieczeństwa publicznego. Zaoferuje **hurtowe usługi telekomunikacyjne**, zachowując przy tym możliwość zwiększenia wykorzystania sieci poprzez odpowiednie zarządzanie ruchem, w szczególności poprzez jego priorytetyzację, w sytuacjach szczególnego zagrożenia. Finansowanie działania strategicznej sieci bezpieczeństwa ma zagwarantować **powołany przez rząd fundusz celowy**. Będzie to organ uprawniony do pobrania opłat jednorazowych za rezerwacje częstotliwości 700 MHz oraz czekającego też na przetarg **pasma 3,6 GHz**. Do funduszu wpłyną także opłaty roczne za prawo do dysponowania tymi częstotliwościami. Szacunkowo jest to kwota rzędu 1 mld zł.

Darmowy roaming UE do 2032 r.

Unijny program roamingu po cenach krajowych (RLAH) zostanie przedłużony do 2032 r. – wynika ze wstępnego porozumienia, które osiągnęli negocjatorzy z Rady i Parlamentu Europejskiego. Zaktualizowane przepisy dotyczące roamingu w Unii Europejskiej spowodują, że będzie można nadal wykonywać połączenia telefoniczne, wysyłać SMS-y oraz przeglądać internet podczas podróży po państwach UE bez martwienia się o rachunek. 30 czerwca 2022 r. wygasa aktualne rozporządzenie w tej sprawie. – Polityka „roamingu po cenach krajowych” sprawiła, że komunikacja stała się łatwiejsza i tańsza za każdym razem, gdy ludzie podróżują po Europie. Nic więc dziwnego, że jest to jeden z największych sukcesów jednolitego rynku cyfrowego. Bardzo się cieszę, że prezydencja słoweńska osiągnęła porozumienie politycz-



Boštjan Koritnik

ne z Parlamentem Europejskim na czas, tak aby zarówno konsumenci, jak i przedsiębiorstwa mogli nadal czerpać z tych wymiernych korzyści, które wspierają również jedną z naszych najbardziej podstawowych wartości, a mianowicie swobodny przepływ osób w UE. – powiedział **Boštjan Koritnik, słoweński minister administracji publicznej, przewodniczący Rady**. Zmienione rozporządzenie obejmuje środki mające na celu zapewnienie dobrej jakości obsługi klienta pod względem jakości usług i dostępu do służb ratunkowych, w tym dla osób o specjalnych potrzebach. Zwiększa przejrzystość usług, które mogą podlegać dodatkowym kosztom, a także chroni klientów przed wysokimi rachunkami wynikającymi z nieumyślnego korzystania z roamingu w sieciach telefonii komórkowej na promach lub w samolotach.

Mobile na topie

W 2021 r. dostęp do internetu posiada **92,4 proc.** gospodarstw domowych w Polsce, czyli o 2 pkt. proc. więcej niż w 2020 r. – wynika z informacji sygnalnej „Społeczeństwo Informacyjne”, opublikowanej przez **Główny Urząd Statystyczny**. Liczba ta obejmuje zarówno internet przewodowy, jak i mobilny. Popularność tego drugiego rośnie szybciej. W tym roku odsetek gospodarstw domowych posiadających szerokopasmowy dostęp sięgnął **72 proc.** wszystkich, powiększając się o 5,3 pkt. proc. Jest tym samym większy niż procent domów z internetem przewodowym, który także urósł, ale wolniej (o 1,1 pkt. proc. do **68,8**



proc.). GUS przygotował powyższą informację na podstawie danych z badań finalizowanych w maju br. Urząd badał m.in. to, gdzie domów z internetem jest najwięcej. Tradycyjnie, dostęp do internetu częściej posiadały gospodarstwa domowe z dziećmi oraz te z obszarów o wysokim stopniu urbanizacji. Badania wykazały także, że więcej osób korzysta z usług administracji publicznej przez internet. Zadeklarowało to 47 proc. osób w wieku 16–74 lata (41,9 proc. rok temu). W porównaniu z rokiem poprzednim najbardziej wzrósł odsetek osób wysyłających wypełnione formularze – o 6,4 p. proc.

UKE tworzy CRKE

Czterech największych operatorów mobilnych podpisało z Prezesem UKE dobrowolne porozumienie w sprawie współpracy w zakresie bezpieczeństwa teleinformatycznego – poinformował na urzędowym blogu **Jacek Oko**, prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej. Ma to związek z przygotowaniem się regulatora do uruchomienia



ISAC (ang. Information Sharing and Analysis Center) stanowiącego centrum analiz i wymiany informacji o przyjętej nazwie **CRKE**. CRKE, czyli **Centrum Reputacyjne Komunikacji Elektronicznej**, ma być sektorem centrum z zakresu bezpieczeństwa i integralności szeroko rozumianych sieci telekomunikacyjnych. Ma stanowić odpowiedź na potrzebę dostępu do wiedzy, standardów oraz bieżących informacji od podmiotów w sektorze telekomunikacyjnym. Prezes UKE wierzy, że poprzez interakcje, przedsiębiorcy telekomunikacyjni zyskają większą świadomość na temat ryzyka, zagrożeń i incydentów. Centrum będzie współtworzyć i dystrybuować zarówno standardy i rekomendacje sektorowe dla telekomunikacji, jak i regulacje, które przyczyniają się do poprawy bezpieczeństwa. Planowany budżet realizacji projektu CRKE to około **27 mln zł**.

Nokia z nagrodą „5G World”

Nokia w 5G World (plebiscycie sponsorowanym przez Informa Tech, dostawcę informacji w sektorze technologii informacyjnych i komunikacyjnych (ICT) uhonorowana została nagrodą „Najbardziej innowacyjna technologia sztucznej inteligencji lub uczenia maszynowego dla sieci” za Anomaly-Detection Service, oprogramowanie opracowane wspólnie z Vodafone, które



wykrywa i usuwa anomalie sieciowe, zanim wpłyną one na użytkowników. Usługa wykrywania anomalii wprowadzona została w lipcu br. i jest oparta na technologii Nokia Bell Labs. Wdrażana jest w ogółośeuropejskiej sieci Vodafone. Produkt ten szybko wykrywa i usuwa nieprawidłowości, takie jak przeciążenie sieci komórkowej, zakłócenia i nieoczekiwane opóźnienia, które mogą mieć wpływ na jakość obsługi klienta. Vodafone spodziewa się, że około 80 proc. wszystkich nietypowych problemów z siecią komórkową i zapotrzebowaniem na przepustowość będzie automatycznie wykrywanych i rozwiązywanych za pomocą usługi Anomaly-Detection Service.

Internetowy Eurobarometr

Według specjalnego unijnego badania opinii publicznej – **Eurobarometr, przeprowadzonego we wrześniu i październiku 2021 r.**, ponad ośmiu na dziesięciu Europejczyków (**81 proc.**) uważa, że do 2030 r. narzędzia cyfrowe i internet będą odgrywały ważną rolę w ich życiu. Ponad **80 proc.** obywateli Unii uważa, że korzystanie z nich przyniesie co najmniej tyle samo

lub organy administracji publicznej. Około jedną trzecią (**34 proc.**) Europejczyków martwi to, że trudno jest im „odstawić” internet i znaleźć właściwą równowagę między życiem online a offline, a około jedna czwarta (**26 proc.**) jest zaniepokojona trudnościami w nabyciu nowych umiejętności cyfrowych niezbędnych do aktywnego uczestnictwa w życiu społecznym. Około

Eurobarometer

Public Opinion in the European Union



korzyści co niedogodności. Tylko niewielka mniejszość (**12 proc.**) spodziewa się, że w perspektywie 2030 r. z korzystaniem z narzędzi cyfrowych i internetu wiązać się będzie więcej niedogodności niż korzyści. Ponad połowa (**56 proc.**) ankietowanych obywateli Unii obawia się cyberataków i cyberprzestępstw, takich jak kradzież danych osobowych i ich wykorzystanie w nielegalnych celach, złośliwe oprogramowanie czy też phishing. Ponadto ponad połowa (**53 proc.**) z nich wyraziła również obawy o bezpieczeństwo i dobrostan dzieci w internecie, a blisko połowę (**46 proc.**) obywateli UE niepokoi to, w jaki sposób ich dane osobowe i informacje są wykorzystywane przez przedsiębiorstwa

jeden na pięciu (**23 proc.**) obywateli Unii jest również zaniepokojony wpływem, jaki produkty i usługi cyfrowe wywierają na środowisko. Wyniki badania wskazują, że większość obywateli Unii uważa, że UE dobrze chroni ich prawa w środowisku internetowym. Jednocześnie znaczna liczba (niemal **40 proc.**) obywateli Unii nie jest świadoma, że przysługujące im prawa takie jak wolność wypowiedzi, prywatność czy niedyskryminacja powinny być przestrzegane również w internecie, przy czym w sześciu państwach członkowskich UE myśli tak ponad trzech na czterech ankietowanych. Niemniej jednak zdecydowana większość obywateli Unii uważa, że warto posiadać większą wiedzę o tych prawach.

Nexera członkiem FTTH Council Europe

Decyzją Rady Dyrektorów **FTTH Council Europe** do prestiżowego grona ekspertów organizacji, jako trzecia polska firma, dołączyła **Nexera**. Celem FTTH Council Europe (Fiber-To-The-Home) jest wspieranie i promowanie efektywnego rozwoju

technologicznego kontynentu oraz integracja interesariuszy zaangażowanych w rozwój infrastruktury światłowodowej w Europie. Organizację tworzy ponad 150 firm, a członkami stowarzyszenia są m.in. NOKIA, HUAWEI i Bank ING.

Zmiany w zarządzie NetWorkS!

Od 1 stycznia 2022 r. **Maciej Zengel**, reprezentujący w spółce **NetWorkS! Orange Polska**, obejmie stanowisko prezesa firmy. W dwuosobowym zarządzie **M. Zengel**, który dotychczas pełnił funkcję członka zarządu ds. technicznych, odpowiadać będzie za koordynację działania firmy, nadzór nad obszarami finansów, bezpieczeństwa, HR, zakupów, compliance, prawnym i sprzedażowym. Z kolei reprezentujący **T-Mobile Patryk Borkowski** obejmie stanowisko członka zarządu ds. technicznych odpowiedzialnego za operacyjne działanie spółki i nadzór nad obszarami planowania i rozwoju, budowy i optymalizacji sieci, network operations center oraz IT. P. Borkowski odpowiedzialny był w T-Mobile m.in. za projekty rozwoju i modernizacji sieci, zapewnienia jakości sieci RAN oraz wdrażanie i rozbudowę sieci w technologiach 4G i 5G. Od



**Maciej
Zengel**

początku uczestniczył w przygotowaniu projektu współpracy T-Mobile Polska i Orange Polska w ramach spółki NetWorkS!, a także nadzorował jej działanie jako członek rady nadzorczej. **Piotr Markowski**, który z ramienia T-Mobile Polska obejmował dotychczas stanowisko prezesa NetWorkS!,

po zakończeniu kadencji na stanowisku prezesa zdecydował się odejść z firmy i podjąć inne wyzwania zawodowe poza branżą telekomunikacyjną. NetWorkS!, to firma której głównymi udziałowcami są T-Mobile Polska SA i Orange Polska SA., którzy w 2011 r. podpisali umowę o współwykorzystywaniu swoich radiowych sieci dostępowych. Jednym z głównych celów firmy jest świadczenie obu spółkom usług planowania, budowy i utrzymania sieci, aby zapewniać im optymalną bazę technologiczną do konkurowania na rynku.



**Patryk
Borkowski**

T-Mobile zwiększa zasięg

Dzięki umowie ze **Światłowód Inwestycje TMobile** zyskał dostęp do **730 tys. gospodarstw domowych** w budynkach

jedno- i wielorodzinnych, zwiększając zasięg usług do **4,7 mln gospodarstw** w Polsce. Światłowód Inwestycje to największy ogólnokrajowy niezależny, wyłącznie hurtowy i otwarty operator sieci światłowodowej w standardzie FTTH, który obecnie zarządza siecią światłowodową docierającą do ponad 700 tys. gospodarstw domo-



wych kraju. W najbliższych latach planuje zbudować kolejne 1,7 mln łączy światłowodowych, zwiększając tym samym zasięg sieci do 2,4 mln gospodarstw domowych i biur. Łączy będą budowane przede wszystkim na terenach, gdzie dziś brakuje nowoczesnej infrastruktury. W ramach umowy TMobile zyska dostęp do całej obecnej i budowanej w przyszłości sieci Światłowód Inwestycje, na której będzie mógł oferować klientom usługi własne na terenie całej Polski.

100 zł w prezencie

Z okazji świąt **Plus** przygotował specjalną ofertę. Klienci, którzy w okresie od 3 listopada do 31 stycznia skorzystają z oferty na kartę, otrzymają „100 zł w prezencie”. Będą mogli przeznaczyć je na rozmowy, SMS-y, MMS-y oraz dostęp do internetu. Aby skorzystać z promocji, wystarczy spełnić następujące warunki: kupić jeden ze starterów Plusa na

kartę; wysłać darmowy SMS o treści „100 zł” pod numer 80600. W ramach promocji klient otrzyma pakiet o wartości 50 zł zaraz po wysłaniu SMS-a, a kolejny pakiet 50 zł po 30 dniach – czyli łącznie 100 zł przez 2 miesiące. Taki prezent sprawdzi się idealnie w gorącym, okołoswiątecznym okresie – podczas składania świątecznych życzeń, szukania prezentów dla najbliższych czy wysyłania gwiazdkowych, a później sylwestrowych zdjęć i życzeń.



Fanka technologii

35-letnia mieszkanka pow. Świebodzińskiego, pracująca w firmie związanej z nowymi technologiami (policja nie ujawnia szczegółów), w ciągu kilku tygodni wyniosła z zakładu elektronikę wartą niemal 100 tys. zł. Pod ubraniem szmuglowała sukcesywnie m.in. smartfony znanych marek jak Apple czy Huawei, ale też m.in. tablety, inteligentną galanterię i pomniejsze akcesoria. Wszystko to albo już trafiło, albo dopiero miało trafić do sprzedaży w sieci. Najprawdopodobniej jednak to ona trafi, ale na 5 lat za kratki.

Warsaw Data Hub już działa

Trwająca od ubiegłego roku budowa najnowszego **data center Orange Polska** dobiegła końca. Obiekt jest gotowy do użytku. Znajdą się w nim zarówno kluczowe elementy sieci operatora, jak i infrastruktura jego klientów. **Warsaw Data Hub**, który po przeniesieniu najważniejszych systemów Orange



Warsaw Data Hub

Polska stanie się jednym z kluczowych węzłów sieci operatora, pozwoli także Orange zaoferować klientom biznesowym nowoczesne, bezpieczne i ekologiczne zaplecze w postaci usług data center i kolokacji zgodnie z ich potrzebami. Według Raportu PMR powierzchnia netto w centrach danych i komercyjnych serwerowniach w Polsce będzie w najbliższych latach rosła średnio o 7,9 proc. rocznie, by na koniec 2025 r. przekroczyć 90 tys. m kw. Potwierdzeniem wysokiej jakości i bezpieczeństwa obiektu jest uzyskana dla jego projektu certyfikacja klasy 3, zgodna z wymogami normy PN-EN 50600. Na potrzeby centrum przetwarzania danych zaprojektowane i wykonane zostały dwutorowe zasilania budynku, realizowane z dwóch obszarów zakładu energetycznego po 4,1 MW każdy, oraz zasilanie gwarantowane w formie 3 agregatów prądotwórczych – każdy o mocy 1800 kW.

20 lat PPE Orange Polska

Pracowniczy Program Emerytalny Orange Polska – jeden z największych i najdłużej działających w Polsce – zarządza dziś kwotą ponad 1,7 mld zł. Wypracowana przez 20 lat stopa zwrotu sięga ponad 238 proc. Do tej pory z PPE Orange, gromadzącego i inwestującego środki uczestników Programu, wypłacono ponad 860 mln zł. To dodatkowe zabezpieczenie finansowe dla pracowników na czas emerytury. Orange Polska, zatrudniający obecnie ponad 10 tys. osób, finansuje pracownikom comiesięczną składkę w wysokości 7 proc. wynagrodzenia brutto. To – wg obowiązujących regulacji – najwyższa składka, jaką może wpłacać pracodawca. Pracownicy mogą ponadto zdecydować się na składkę dodatkową



Pracowniczy Program Emerytalny Orange Polska ma 20 lat



ponad 1,7 mld zł aktywów netto to 10% aktywów wszystkich PPE w Polsce

i zwiększyć w ten sposób pulę oszczędności. Obecnie niemal 90 proc. pracowników Orange Polska uczestniczy w PPE. Wpłacane do Funduszu składki trafiają na indywidualne rachunki uczestników. Zarządzaniem Funduszem zajmuje się Pracownicze Towarzystwo Emerytalne Orange Polska.

Poczta Polska z aplikacją mobilną

Poczta Polska podpisała umowę na wdrożenie kompleksowego rozwiązania informatycznego, obejmującego aplikację mobilną na smartfony oraz, dla osób korzystających z komputerów, dostęp do dedykowanego **Panelu Klienta**. Dzięki nowemu, multifunkcjonalnemu oprogramowaniu, klienci zyskają możliwość wygodnego i szybkiego zarządzania usługami oferowanymi przez pocztę.

Umowa zawarta ze spółką **Poczta Polska Usługi Cyfrowe**, firmą z Grupy Kapitałowej PP, obejmuje zaprojektowanie, wytworzenie i wdrożenie kompleksowego Rozwiązania Informatycznego, w skład którego wchodzi: Aplikacja Mobilna na urządzenia przenośne oraz Panele Centralny i Klienta, dedykowane osobom, które korzystają z komputerów. Nowy software umożliwi przygotowanie kompleksowej obsługi przesyłek

KEP (kurierskich, paczkowych i ekspresowych) poczynawszy od nadania, po śledzenie jej drogi, kończąc na odbiorze w automatach paczkowych. Ponadto klienci zyskają możliwość szybkiego wyszukania placówek pocztowych, skrzynek oraz punktów partnerskich, a docelowo – także realizację e-usług. Wszystkie te funkcjonalności będą



dostępne zarówno w wygodnej i podręcznej formie aplikacji mobilnej, jak i w formie desktopowej. Zgodnie ze strategią Spółki na najbliższe 3 lata, Poczta Polska zamierza przeznaczyć ok. 1,2 mld zł na inwestycje w automatyzację i informatyzację, w szczególności związane z kluczowymi kierunkami rozwoju Poczty, do których należą przesyłki kurierskie.



**Wesołych Świąt
i szczęśliwego Nowego Roku 2022**

życzy Redakcja „TELEKABEL & digital tv”



Czekając
na gwiazdkę i filmy
z gwiazdami

Szczęścia, zdrowia, powodzenia, żeby spełniły się
wszystkie życzenia. **Najlepszego!**

AXN