

TELETEMAT

AI w służbie mediom
i telekomunikacji

KABELMIX

Małe telewizje
– wielki potencjał

TELEMIX

Żony, goście,
lokatorka

wrzesień-październik 2023 cena 14,99 zł (w tym 8% VAT) 5 euro

ISSN 2299-9248

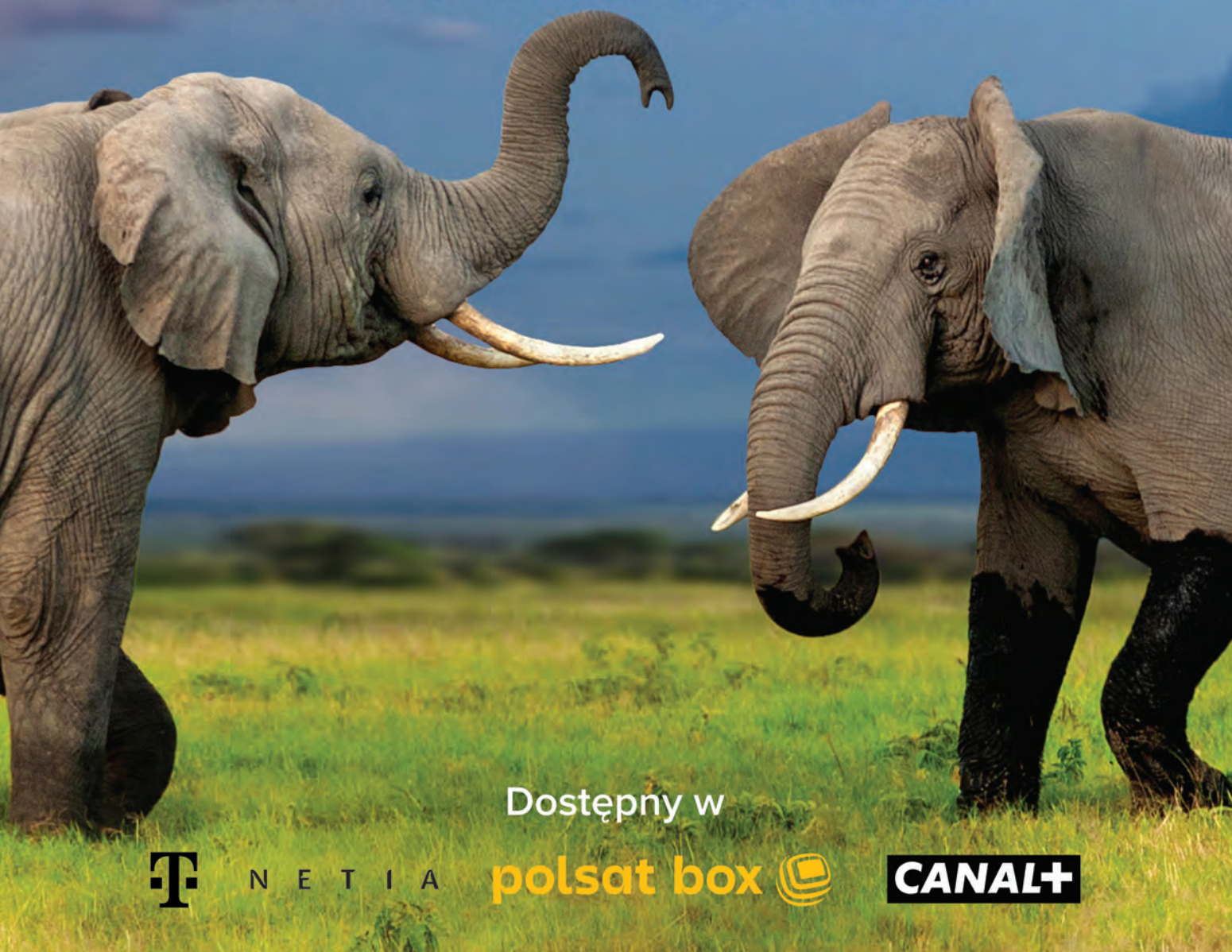
9/10 (224)

TELEKABEL & digital tv



Love NATURE

ZACHWYCAJĄCA JAKOŚĆ W 4K
TYLKO ORYGINALNE PRODUKCJE
PEŁNE PRAWA | 100% PO POLSKU
BOGATA BIBLIOTEKA VOD | **KANAŁ 24/7**



Dostępny w



N E T I A

polsat box



CANAL+

Po więcej informacji prosimy o kontakt z
b.szulc@pasjativ.pl i r.banak@pasjativ.pl i chiara.mckee@blueantmedia.com

**SERIALE, KTÓRE KOCHASZ
BOHATEROWIE, KTÓRYCH ZNASZ**

FOX

FX

7 LISTOPADA FOX ZMIENIA SIĘ W FX

SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI:

Marlena Pasowski
marlena.pasowski@disney.com
607 14 71 44

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

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

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

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

Lokalnie nadzwyczajni



Andrzej Konaszewski
Redaktor Naczelny

Potrzebujemy wyrównania szans. Jako jedyne media nie mamy dostępu do ogólnopolskiego rynku reklam, a lokalny przestał istnieć. Jesteśmy różni i bardzo lokalni, ale w tym nasza siła. Potrzebujemy mechanizmu dofinansowania naszych telewizji, który będzie sprawiedliwy, proporcjonalny i obiektywny. To słowa Juliusza Marka preza Stowarzyszenia Polskie Telewizje Lokalne i Regionalne wygłoszone 5 lipca br. w Senacie RP podczas debaty pt. „Panel ekspercki. Rola telewizji lokalnych w debacie publicznej”. Czy potrzeba było czekać 30 lat, od czasu uruchomienia pierwszych stacji regionalnych, żeby wreszcie pojąć, jak wielką rolę informacyjną dla lokalnych społeczności odgrywają te małe najczęściej podmioty. Pasjonaci, którzy dysponując nierzadko jedną kamerą i wolontariackim zapalem pojawiają się wszędzie tam, gdzie nigdy nie

zajrzy „wypasiony” wóz transmisyjny telewizji, zwanej żartobliwie publiczną. Telewizji, na której jednostronną propagandę przeznaczane są co roku miliardy złotych z państwowej kasy i którą zasilają dodatkowymi milionami spółki skarbu państwa w postaci reklam. W Senacie dostrzeżono wreszcie problemy telewizji „małych ojczyzn”. Zapowiedziano konkretne propozycje legislacyjne. Drugim krokiem będzie debata podczas 50 Konferencji PIKE, pod hasłem – „Ratujmy Telewizje Lokalne – misja i finansowanie”. Wezmą w niej udział przedstawiciele wszystkich liczących się opcji politycznych. W podsumowaniu nastąpi Uroczyste proklamowanie dnia 3 października – Dniem Telewizji Lokalnych w Polsce. Czy za obietnicami pójdą także jakieś konkrety? Jak mawiają – „Po owocach ich poznacie”. Trzeba mieć nadzieję, że nie będą to tylko ulegalki. Bo, jak onegdaj stwierdził, a właściwie stwierdziła pani klasyk – Im się to po prostu należy!

TELEKABEL
& digital tv

REDAKTOR NACZELNY

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

WSPÓŁPRACOWNICY MIESIĘCZNIKA „TELEKABEL & digital tv”

Danuta Harenda, Artur Górski,
Tomasz Świderek, Jerzy Papuga,
Michał Pietrus

PROJEKT OKŁADKI

TELEKABEL & DIGITAL TV

WYDAWCA

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

REDAGUJĄ

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

PRZYGOTOWANIE DO DRUKU

Krzysztof Rembelski
k.rembelski@telekabel.pl
tel. (+48) 22 628 90 65

ADRES REDAKCJI

Al. Solidarności 64 m. 118
00-240 Warszawa
tel. (+48) 22 628 90 65
e-mail: sekretariat@telekabel.pl

ASYSTENTKA REDAKCJI

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

PROJEKT GRAFICZNY

Joanna Świerczyńska

KOREKTA

Anna Czerwińska



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**

+

+ +
+ +
+ +
+ +
+ +
+ +
+ +



PRZYKRYWKOWCY: PODWÓJNA GRA

PONIEDZIAŁKI 22:00



teletemat

AI w służbie mediom i telekomunikacji
Jerzy Papuga 8

Sztuczna inteligencja w codziennym użyciu
Opr. AK 12

kabelmix

30 lat minęło...
w drodze do 50. Konferencji PIKE
Opr. AK 14

Program 50. Konferencji PIKE 22

TOYA na 50. Konferencję PIKE
Opr. AK 24

Niedoceniona lokalność
Ewa Michalska 25

Małe telewizje – wielki potencjał
Opr. AK 28

Ogólnopolski Zjazd MiŚOT
Szkolenia, obrady, debaty
Aleksandra Czerech 35

kabelmix – aktualności 36

telemix

Koniec Sejmu IX i Senatu X kadencji
Spuścizna „mediowych” komisji
Jerzy Papuga 44

Jesień na głównych antenach
Żony, goście, lokatorka
Opr. AK 48

Ideologia, pieniądze i prestiż?
Dziennikarze do parlamentu
Opr. AK 59

Jesteśmy seksi
TELEKABEL & digital tv rozmawia z Tonym Cochi, prezesem Worldwide Broadcasting
Penthouse World Media, Inc. 60

IFA 2023
Targowisko nowości
Opr. AK 64

Piraci na falach wideo
Opr. AK 72

wieści z platform 74

telemix – aktualności 76

warto zobaczyć

zapowiedzi Kino Polska 86

Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat History,
Polsat Viasat Nature, Epic Drama 87

zapowiedzi History, History2,
Crime+Investigation Polsat 88

zapowiedzi Polsat Film, Polsat Seriale 90

zapowiedzi Polsat Café, FOKUS TV, Czwórka 91

8



AI W SŁUŻBIE MEDIOM I TELEKOMUNIKACJI

Sztuczna inteligencja nie jest może dzieckiem zrodzonym z platonicznej miłości (raczej potomkiem związku partnerskiego innowacji z biznesem), ale póki co jest posłuszna rodzicom i nie myśli na razie wymykać się spod jego kontroli. W mediach od dawna służy segmentacji odbiorców i ich podporządkowaniu, zarówno pod względem grup wiekowych i innych danych identyfikacyjnych, jak i bieżących potrzeb oraz bliższych i dalszych oczekiwań. Właściwie nie ma dziś zarządzania mediami i telekomunikacją bez sztucznej inteligencji

25



NIEDOCENIONA LOKALNOŚĆ

Kanały lokalne od zawsze były szczególną ofertą w pakiecie każdej telewizji kablowej. Dla wielu odbiorców były i są jedynym źródłem informacji lokalnych oraz lokalnej publicystyki. Lokalne telewizje to typowe telewizje „małych ojczyzn” i w tym należy dostrzegać ich wyjątkowość i niepowtarzalność. Trzeba również mocno podkreślić fenomen tych mediów, iż mimo tak poważnych problemów finansowych, które w chwili obecnej dotyczą każdego nadawcy, nieprzerwanie są blisko swoich widzów i niezmiennie dostarczają codziennych rzetelnych i wiarygodnych informacji.

o/o Chęta i... chwęta o/o

wrzesień-październik 2023



Michał Rachoń

19 września br odbyła się konferencja prasowa **Donalda Tuska** pod siedzibą TVP. Zanim jednak były premier zdążył się wypowiedzieć, jego słowa zaczął przekrzykiwać **Michał Rachoń**, gwiazda telewizji publicznej, prowadzący m.in. program „Jedziemy” w TVP Info. Utrzymywał, że chce zadać jedno pytanie, choć podczas przepychanki wygłaszał całe oświadczenie – zagłuszone przez polityków i polityczki KO. (...) Awantura trwała kilkanaście minut (...). – Mam wrażenie, że docenicie wysiłki funkcjonariusza PiS-u, które mają tak naprawdę walor wspólnie ilustracji tego, na czym polega telewizja rządowa dzisiaj w Polsce. Chcę powiedzieć państwu, że nie zagłuszą nas. – powiedział Donald Tusk.

Źródło: OKO.press, 19 września 2023 r.



Jacek Nizinkiewicz

Nie ma organu kontrolnego, który monitorowałby przekaz TVP i czuwał nad jego bezstronnością i pluralizmem, poza KRRiT, która w większości jest podporządkowana rządzącym. (...) Bez zmian w prawie i odpolitycznieniu mediów publicznych KRRiT oraz SSP wybory w Polsce nie będą nigdy uczciwe. Nawet jeśli PiS straciłoby władzę, a stan prawny i faktyczny pozostałby bez zmian, podczas kolejnych wyborów również państwo byłoby podporządkowane partii. – twierdzi Jacek Nizinkiewicz

Źródło: „Rzeczpospolita”, 12 września 2023 r.

zapowiedzi National Geographic, National Geographic Wild	92
zapowiedzi AXN, AXN White, AXN Black, AXN Spin ...	93
zapowiedzi BBC Brit, BBC Earth, BBC First, BBC Lifestyle	94
zapowiedzi Eleven Sports	95

telekomunikacja

W stronę cyfrowej tożsamości Opr. AK	96
Konferencja KIKE 2023 Opr. AK	98
telekomunikacja – aktualności	99



44

SPUŚCIZNA „MEDIOWYCH” KOMISJI

W całej IX kadencji Sejmu Komisja Kultury i Środków Przekazu zebrała się 161 razy, ale pracowała jedynie na 26 projektach ustaw. Nie zakończyła pracy nad 5 projektami, część ze zgłoszonych inicjatyw z zakresu mediów i telekomunikacji utknęła w Łasce Marszałkowskiej – jak ostatnia inicjatywa KO w sprawie procesu koncesyjnego – nie uzyskując nawet numeru druku ani skierowania do prac. Takich projektów można w sumie naliczyć kilkanaście: od abonamentu rtv i podatku cyfrowego po treści nieodpowiednie w internecie, radiofonii i telewizji, organy regulacyjne czy reklamę



96

W STRONĘ CYFROWEJ TOŻSAMOŚCI

Internet oraz cyfrowe aplikacje mają stać się bezpieczniejsze dla wszystkich obywateli UE. W tym celu Unia Europejska promuje rozwój cyfrowych tożsamości, które są kluczowe dla digitalizacji i dalszej integracji europejskiej. W krajach UE rozpoczął się rozległy pilotaż, którego celem jest rozwój cyfrowego dowodu tożsamości oraz jego standaryzacja w całej UE, aby zapewnić obywatelom dostęp do cyfrowej tożsamości. Operatorzy sieci komórkowych Grupy DT, w tym T-Mobile Polska, o2 Telefónica, i Vodafone są partnerami UE w tym teście.

AI w służbie mediom i telekomunikacji

TEKST JERZY PAPUGA

Jeśli komuś się jeszcze wydaje, że sztuczna inteligencja nie jest dziełem ludzkim i definitywnie wypadła człowiekowi spod kontroli, to na dziś jest zapewne jeszcze w mylnym błędzie. W mediach i telekomunikacji już od dawna (czyli jakieś 3 do 5 lat wstecz) zarządza procesami, pilnie się uczy i na razie słucha swoich mocodawców. A obecnie będzie przedmiotem refleksji na 50 Międzynarodowej Konferencji i Wystawie PIKE 2023 – o czym informuje również hasło tegorocznej konferencji „Media i telekomunikacja w dobie AI”.

Sztuczna inteligencja nie jest może dzieckiem zrodzonym z platonicznej miłości (raczej potomkiem związku partnerskiego innowacji z biznesem), ale póki co jest posłuszna rodzicom i nie myśli na razie wymykać się spod jego kontroli. W mediach od dawna służy segmentacji odbiorców i ich podporządkowaniu, zarówno pod względem grup wiekowych i innych danych

identyfikacyjnych, jak i bieżących potrzeb oraz bliższych i dalszych oczekiwań. Właściwie nie ma dziś zarządzania mediami i telekomunikacją bez sztucznej inteligencji i nie chodzi tu bynajmniej o problemy z zatrudnieniem aktorów drugiego planu w słonecznej Kalifornii, ale o to, że ai wspiera na co dzień analityków mediów w najlepszym zrozumieniu potrzeb swoich

odbiorców. A od tego zaczyna się planowanie wszystkiego, co nazywa się kontentem, kreacją i rozrywką audiowizualną.

Algorytmy mają długą brodę

Działanie algorytmów w mediach i telekomunikacji ma nadspodziewanie długą brodę i zaczęło się dokładnie wtedy, kiedy rynek medialny i telekomunikacyjny



ogarnął szal zmian, fuzji i przejęć. Wielkie studia filmowe, jak Warner Bros., Disney, Sony, Universal czy Paramount z dnia na dzień stały się właścicielami telewizji i de facto światowymi nadawcami bądź dostarczycielami na globalny rynek wszelkiego kontentu, a globalne telekomy przejęły operatorów telewizji kablowych i coś z tą masą przeróżnych danych trzeba było zrobić. Do poszczególnych korporacji napływały falami miliardy danych o odbiorcach kolejnych nabywanych usług, jak i kupionych elementach rynku, i korporacje dzieląc je na segmenty, porządkowały sobie świat i biznes wyciskając zyski ze wszystkiego, co miało jakąkolwiek wartość. Oczywiście szybko schodziło to coraz niżej i dziś jest podstawowym narzędziem pracy każdej firmy sektora mediów i telekomunikacji, przy wykorzystaniu takich parametrów, jak: demografia, zachowania widzów i odbiorców, zainteresowania, preferencje zakupowe, miejsce zamieszkania, rozkład dnia, ilość czasu spędzana przed poszczególnymi screenami czy wreszcie przynależność do danej grupy wiekowej. Wychodzi więc na to, że były prezes TVP Jacek Kurski, robiący swego czasu raban w sprawie badań oglądalności, doskonale wiedział o czym mówi. AI stawalo się bowiem w badaniach rynkowych narzędziem tak powszechnym, że ożywiło nawet od dawien dawna zainstalowany w dekodernach telewizyjnych kanał zwrotny, czyniąc go coraz bardziej sobie posłusznym. Tym bardziej, że wprowadzenie swego czasu w tvk protokołu DOCSIS po trosze tę rewolucję zapowiadało...

Co nas bawi, co nas podnieca?

Ale to, co naprawdę grzeje ten temat, to oczywiście wejścia AI w obszar kreacji, a także wykorzystania jej zdolności w działach reklamy, marketingu i public relations. Dzieje się tak pod hasłem automatyzacji i optymalizacji wszelkich procesów. Tam gdzie algorytm oszczędza, bądź zastępuje, pracę ludzi i pozwala zop-



tymalizować koszty zatrudnienia, jest niezwykle cennym nabytkiem i podstawowym narzędziem. Przecież poszczególne firmy sektora mediów czy telekomunikacji od dawna wykorzystują AI do obsługi abonentów (co na razie ich wścieka, nikt bowiem nie lubi rozmawiać z maszyną), ale także do tworzenia tekstów czy obsługi social mediów (czyt.: generowania ruchu). Co z tego, że tekstów

wskaźnik 90 proc. tekstów pisanych taką „metodą”. Lepiej jest w social mediach – współczesnym kreatorze zainteresowania wszelakim kontentem. Nie ma na świecie nadawcy, który nie prowadziłby na social mediach swoich kampanii wizerunkowych, oczywiście pobudzanych i kontrolowanych przez AI. Odbывa się to oczywiście pod hasłem budowy funpage, ale służy niczemu więcej, jak zyskowi, który

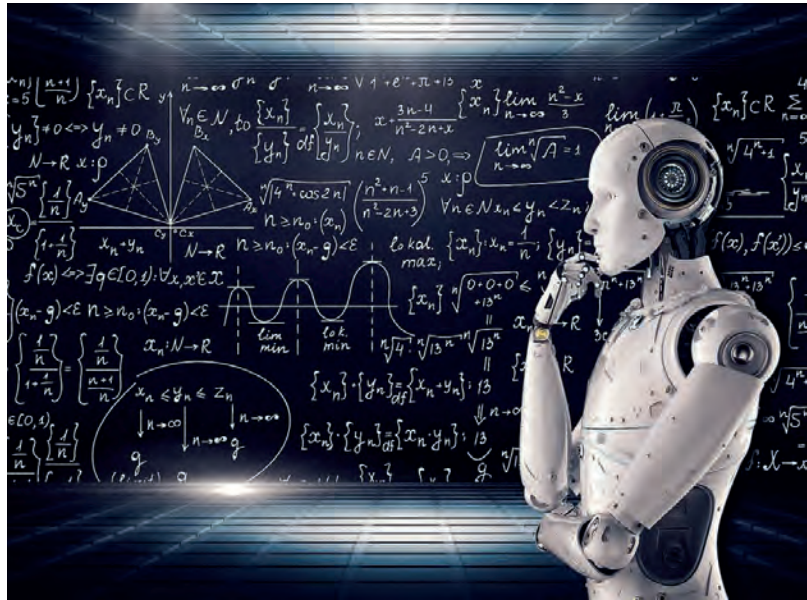
„ Sztuczna inteligencja przenikła do naszych działań i najzupełniej słuszne jest jej ustawienie w równym szeregu z takimi zjawiskami, jak wynalazek druku, radia, telefonii i telewizji, internetu i social mediów oraz usług mobilnych dostępnych „zawsze i wszędzie”. ”

generowany jest skutek szerokiego zainteresowania filmem/serialem/programem/formatem/gwiazdą/wątkiem (niepotrzebne skreślić). A tak na co dzień, jeśli już trzeba „na cito” przygotować wyimek z długiego raportu, opracowania czy danych z arkusza kalkulacyjnego, zdolności AI są coraz bardziej niezawodne i powszechnie wykorzystywane. To co nieraz z wielkim zespołem współpracowników, możemy przecież przy pomocy AI osiągać góra w pół godziny. Menedżerowie sektora mediów i telekomunikacji to doskonale wiedzą, przesuwając swoje kompetencje na pole umiejętności odpowiedniego użycia algorytmów

na razie jednak dość prostych i generalnie mało lotnych – ważne, że stworzonych automatycznie i samodzielnie w oparciu o odpowiedniego chatgpt – i tylko na finale przedstawionych „autorowi” do korekty. Możliwe że za parę lat osiągniemy mało krzepiący

w codziennej pracy. Byłaby to więc nowa perspektywa dla białych kołnierzyków, którą umownie można by nazwać władztwem nad AI? Bo już na co dzień przy wsparciu algorytmów buduje się reklamy (graficznie, treściowo i tekstowo, a nawet aktorsko), kreuje godzino-

pierwszy z brzegu - peerelowski serial „Życie na gorąco” o bohaterem red. Maju, kiedyś symbol obciachu i gierkowskiej udawanki, dziś element szpanu i małpowania niezapomnianych lat 70. I przy okazji filmowy kontent, który skupia fanów, reklamy i komentarze w social mediach o Borewiczu, Klossie czy Kiepskich nie wspominając. Bo przecież walka o widza to także wyczuwanie nastrojów społecznych, analiza mód i trendów, tego co w danej chwili jest obciachem, a mimo to ma potencjał wzrostu. AI jeszcze wiele razy zbije nas tu z pantałyku! Spece wskazują jeszcze na wykrywanie w przestrzeni informacyjnej fake newsów, które AI może skutecznie odsiewać. Nie ma co ukrywać, że rozpowszechnianie fałszywych wiadomości, w sytuacji VUCA (czyli niepewności, spowodowanej m.in. wojną na Ukrainie) stało się zasadniczym problemem w branży medialnej. Choć zajmuje się tym cały dział, jakim jest cyberbezpieczeństwo, to bardzo ingeruje w nasze życie i wolność wyboru. Ostatnie doniesienia prasowe wskazują, że setki tysięcy, a może nawet miliony moderatorów AI na całym świecie śledzą codziennie przyływy tego typu treści, a sama AI może niepomrotnie zwiększyć skuteczność walki z wszelką dezinformacją i fake newsami. Ostatecznie chodzi o to by oddzielać prawdę od nieprawdy, zwiększając wiarygodność i niezawodność pierwszych źródeł wiadomości. Owszem, dziś czynią to na ekranie red. Werner, Kraśko czy Kajdanowicz, ale jest niemal pewne, że to co prezentują w swoich serwisach, przeszło solidną preselekcję narzędziami AI. Dla biznesu stosowanie AI da być może większe pole do personalizowania usług, czyli czegoś, w czym słusznie upatruje się przyszłość telewizji i w ogóle dostępu do treści. Faktem jest, że rekomendacje oparte na sztucznej inteligencji są poprzedzone analizą wszelkich zachowań odbiorcy, jego preferencji i zachcianek, a także wzorców konsumpcji - wcale nie opartych na sile nabywczej - ale także na aspekcie aspiracyjnym dokonywanych wyborów. Bierze



się na warsztat wszystko to po to, aby dostarczać decydomentom rekomendacje dotyczące treści.

A co nas martwi i zasmuca?

Niewątpliwie perspektywa utraty pracy. AI wchodzi w wiele kompetencji pracowników, szczególnie sektorów kreatywnych, ale w tvk być może pierwsi pod kariatą pójda... serwisanci sprzętu. Nie dość, że zdolność samonaprawy jest już wpisana w dostępny na rynku medialnym i telekomunikacyjnym sprzęt poprzez jego oprogramowanie, to jeszcze AI zawczasu stwierdzi, czy warto w ogóle podjąć naprawę i szybko zdiagnozuje problemy. Serwis wyposażony w taką wiedzę być może ograniczy się tylko do niezbędnych, wręcz rudymenarnych czynności i nie będzie do tego potrzebna armia specjalistów. Drugą rzeczą jest oczywiście sterowana przez AI zastępowalność żywego człowieka wszędzie tam, gdzie występuje obraz. To nie tylko ból głowy Hollywoodu i okolic, ale zupełnie prozaiczne zabezpieczanie sobie prawa do własnego wizerunku - czego na dziś prawo autorskie i w ogóle prawo nie ujmuje. A już na pewno archaiczne okażą się dotychczasowe pola eksploatacji - bo jak płać za zarządzanie prawami do avatarów aktorskich? Jak wiadomo, UE jest zwolennikiem trzeciej drogi rozwoju systemów sztucznej inteligencji opartej na ramach etycznych, ujętych w kon-

cepcję godnej zaufania sztucznej inteligencji. Stanowi ona pewną alternatywną wobec amerykańskiego podejścia uylitarnego, co należy rozumieć jako zblokowanie wszelkich możliwych zysków po stronie korporacji. I jest to temat do wielkiej dyskusji, którą ludzkość będzie prowadziła wszędzie gdzie to tylko możliwe. Czy dlatego aż 3/4 Amerykanów solidnie obawia się szybkiego rozwoju sztucznej inteligencji i uważa, że może ona z czasem stać się zagrożeniem dla ludzkości? Aż 56 proc. respondentów sondażu firmy YouGoc chce, by rząd USA nadzorował prace nad AI i domaga się niezbędnych regulacji. Tymczasem jak wynika z prognoz Światowego Forum Ekonomicznego sam sektor AI będzie wzrastał o 50 proc. rocznie, a w 2025 roku może osiągnąć wartość ok. 130 mld USD. Według raportu PWC w mediach i branży rozrywkowej wykorzystanie algorytmów przyniesie temu sektorowi ok. 150 mld USD rocznie. I tu tkwi odpowiedź o przyszłość AI w mediach i telekomunikacji. Choć trzeba uczciwie przyznać, że na naszym krajowym gruncie legislacyjnym wzrasta świadomość przeróżnych zagrożeń, a wysiłki takich posłów, jak Napieralski z KO czy Zandberg z Lewicy służą ochronie interesu pracowników w starciu z AI. **O czym naprawdę warto solidnie podyskutować podczas 50. Międzynarodowej Konferencji i Wystawie PIKE 2023.**

Sztuczna inteligencja w codziennym życiu

OPR. AK

Niektóre technologie sztucznej inteligencji istnieją od ponad 50 lat, ale postęp w zakresie mocy obliczeniowej, dostępność ogromnych ilości danych i nowe algorytmy doprowadziły do wielkich przełomów w tej dziedzinie. Sztuczna inteligencja (AI) jest postrzegana jako centralny element cyfrowej transformacji społeczeństwa i stała się priorytetem UE. Przewiduje się, że jej przyszłe zastosowania przyniosą ogromne zmiany, ale sztuczna inteligencja jest już obecna w naszym codziennym życiu. Oto przykłady:

Zakupy i reklamy online

Sztuczna inteligencja jest szeroko stosowana do dostarczania spersonalizowanych rekomendacji podczas zakupów online, np. na podstawie historii wyszukiwań i zakupów lub innych zachowań online. Jest niezwykle ważna w handlu, jeśli chodzi o optymalizację produktów, planowanie zasobów, logistykę itp.

Wyszukiwanie w internecie

Wyszukiwarki uczą się na podstawie ogromnych ilości danych dostarczanych przez użytkowników, aby zapewnić trafne wyniki wyszukiwania.

Cyfrowi asystenci

Smartfony wykorzystują AI do dostarczania jak najbardziej trafnych i spersonalizowanych produktów - wirtualni asystenci odpowiadają na pytania, dają rekomendacje i pomagają w organizacji codziennych zajęć stali się wszechobecni.

Tłumaczenia maszynowe

Oprogramowanie do tłumaczenia tekstów pisanych lub mówionych wykorzystuje sztuczną inteligencję. Dotyczy to również automatycznego tworzenia napisów.

Inteligentne budynki, miasta i infrastruktura

Inteligentne termostaty uczą się na podstawie naszego zachowania, dzięki czemu oszczędzają energię, a w inteligentnych miastach AI mogłaby regulować ruch drogowy.

Samochody

Chociaż pojazdy autonomiczne nie są jeszcze standardem, samochody już korzystają z funkcji bezpieczeństwa opartych na AI. UE pomogła sfinansować np. VI-DAS - zautomatyzowane czujniki wykrywające możliwe niebezpieczne sytuacje i wypadki. Nawigacja jest też w dużej mierze oparta na AI.

Cyberbezpieczeństwo

Systemy SI mogą pomóc w rozpoznawaniu i zwalczaniu cyberataków i innych zagrożeń cybernetycznych w oparciu o ciągle wprowadzanie danych, rozpoznawanie wzorców i śledzenie ataków.

Zwalczanie dezinformacji

Sztuczna inteligencja może też wykrywać fałszywe wiadomości i dezinformację, sprawdzając informacje z mediów społecznościowych, szukając niepokojących słów oraz identyfikując wiarygodne źródła online.

Opieka zdrowotna

Naukowcy badają możliwości zastosowania sztucznej inteligencji do analizy dużych ilości danych dotyczących zdrowia i rozpoznawania wzorców, co może prowadzić do nowych odkryć w medycynie i ulepszenia diagnostyki indywidualnej. Opracowano również program

sztucznej inteligencji do odbierania połączeń alarmowych, który ma rozpoznawać zatrzymanie akcji serca podczas połączenia szybciej i skuteczniej niż dyspozytor medyczny. Innym przykładem jest współfinansowany ze środków UE projekt **KConnect** opracowujący wielojęzyczne teksty i usługi wyszukiwania, które pomagają znaleźć najbardziej trafne dostępne informacje medyczne.

Transport

Sztuczna inteligencja mogłaby poprawić bezpieczeństwo, prędkość i efektywność ruchu kolejowego, poprzez minimalizację tarcia kół, maksymalizowanie prędkości i umożliwianie jazdy autonomicznej.

Produkcja przemysłowa

Sztuczna inteligencja może pomóc producentom zwiększyć wydajność dzięki wykorzystaniu robotów w produkcji, optymalizacji ścieżek sprzedaży lub przewidywaniu na czas potrzeby serwisu maszyn i awarii w inteligentnych fabrykach. **SatisFactory**, współfinansowany przez UE projekt badawczy, wykorzystuje systemy współpracy i rzeczywistości rozszerzonej w celu zwiększenia satysfakcji z pracy w inteligentnych fabrykach.

Żywność i rolnictwo

SI może być wykorzystywana do budowy zrównoważonego systemu żywnościowego UE: dzięki minimalizowaniu stosowania nawozów, pestycydów i irygacji

może zapewnić zdrowszą żywność, może też zwiększyć produktywność i zmniejszyć wpływ tego sektora na środowisko. Roboty mogą być wykorzystywane do usuwania chwastów, co powinno ograniczyć stosowanie środków chwastobójczych. Wiele gospodarstw rolnych w UE już wykorzystuje sztuczną inteligencję do monitorowania ruchu, temperatury i spożycia paszy przez zwierzęta hodowlane.

Administracja i usługi publiczne

Korzystając z szerokiego zakresu danych i rozpoznawania wzorców, AI może wcześniej ostrzegać o klęskach żywiołowych i umożliwić skuteczne przygotowanie i łagodzenie skutków.

Sztuczna inteligencja

Codzienne i potencjalne zastosowania

Kilka przykładów tego, jak już używamy SI i możliwości, jakie daje



30 lat minęło...

...w drodze do **50. Konferencji PIKE**

OPR. AK FOT. ARCHIWUM

Droga do 50. Jubileuszu branżowych konferencji i wystaw operatorów kablowych rozpoczęła się 3 listopada 1992 r. kiedy to zorganizowano I Konferencję Programową ówczesnego Ogólnopolskiego Stowarzyszenia Operatorów Sieci Telewizji Kablowej w Zielonej Górze. W końcu 1998 r. Sąd Rejestrowy w Zielonej Górze wpisał do rejestru Ogólnopolską Izbę Gospodarczą Komunikacji Kablowej (OIGKK), która po kilku miesiącach zastąpiła OSTvK. Z kolei w sierpniu 2005 r. OIGKK ulega kolejnej transformacji i przekształca w Polską Izbę Komunikacji Elektronicznej (PIKE). W maju 2007 r. na 30 już Konferencji w Jachrance PIKE świętowała 15-lecie działalności w zorganizowanej formie, najpierw jako stowarzyszenie, a później izba gospodarcza. Z kolei w październiku tego roku w Zakopanem podczas 31. Międzynarodowej Konferencji i Wystawie PIKE odbyła się pierwsza edycja Festiwalu Kanałów Tematycznych o Nagrodę Tytanowego Oka, który odbywa się do dziś. Poniżej przypominamy w skrócie konferencyjną drogę od 2009 r. kiedy to obchodziliśmy 35. Jubileusz branżowych, najważniejszych w naszym regionie Europy konferencji mediów elektronicznych, na stałe już wpisanych w kalendarz branż kablowej, telewizyjnej i telekomunikacyjnej.

35. Międzynarodowa Konferencja i Wystawa PIKE 2009

Hotel Ossa k. Rawy Mazowieckiej pod hasłem:
„Witamy w cyfrowym domu – Dwudziestolecie telewizji kablowej w Polsce”



37. Międzynarodowa Konferencja i Wystawa PIKE 2010

Centrum Konferencyjne Hotelu Sheraton w Sopocie
 Konferencja z udziałem Lecha Wałęsy pod hasłem: **„Wkraczamy w trzeci wymiar”**



38. Międzynarodowa Konferencja i Wystawa PIKE 2011

Hotel Novotel w Poznaniu
 pod hasłem: **„Cyfrowa Polska – Cyfrowa Europa”**



39. Międzynarodowa Konferencja i Wystawa PIKE 2012

Hotel Warszawianka w Jachrance k. Warszawy
pod hasłem „Cyfrowy świat wokół nas”.



40. Międzynarodowa Konferencja i Wystawa PIKE 2013

Hotel DoubleTree by Hilton w Łodzi
pod hasłem „Cyfrowa Ziemia Obiecana”.



41. Międzynarodowa Konferencja i Wystawa PIKE 2014

Hotelu DoubleTree by Hilton w Łodzi
Konferencja z udziałem Lecha Wałęsy pod hasłem
„W świecie globalizacji mediów i telekomunikacji”.



42. Międzynarodowa Konferencja i Wystawa PIKE 2015

Centrum Kongresowe ICE Kraków

pod hasłem: „**W stronę jednolitego rynku cyfrowego**”.



43. Międzynarodowa Konferencja i Wystawa PIKE 2016

Hotel DoubleTree by Hilton w Łodzi

pod hasłem: „**Czas na zmiany – europejski świat mediów cyfrowych**”.



44. Międzynarodowa Konferencja i Wystawa PIKE 2017

Hotel Novotel w Poznaniu

pod hasłem: „**Nowe wyzwania i trendy w globalnym świecie medialnym**”



45. Międzynarodowa Konferencja i Wystawa PIKE 2018

Hotel DoubleTree by Hilton w Łodzi
pod hasłem: „**Nowa generacja mediów i telekomunikacji**”



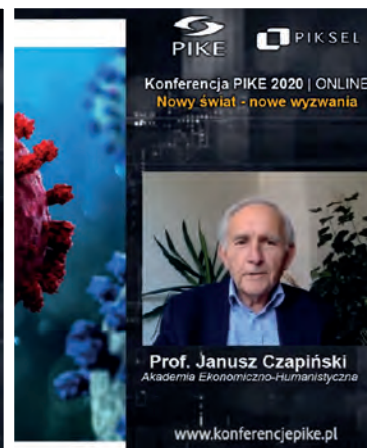
46. Międzynarodowa Konferencja i Wystawa PIKE 2019

Hotel Warszawianka w Jachrance k. Warszawy
pod hasłem: „**Gigabitowa rewolucja w mediach i telekomunikacji**”



Konferencja PIKE 2020

Zorganizowana online z powodu pandemii COVID-19
pod hasłem „**Nowy Świat – Nowe Wyzwania**”



50

International Conference and Exhibition PIKE

MEDIA AND TELECOMMUNICATIONS IN THE AGE OF AI

2-4.10.2023

DoubleTree by Hilton Łódź

www.konferencjepike.pl

HONORARY PATRONAGE



HONOROWY PATRONAT
Sekretarstwa Stanu w KPRM ds. Cyfryzacji
Janusza Cieszyńskiego



STRATEGIC PARTNERS



PARTNERS



MEDIA PATRONAGE



COOPERATION

48. Międzynarodowa Konferencja i Wystawa PIKE 2021

Hotel DoubleTree by Hilton w Łodzi

pod hasłem: „**VABANK w Mediach i Telekomunikacji**”



49. Międzynarodowa Konferencja i Wystawa PIKE 2022

Hotel Copernicus w Toruniu

pod hasłem: „**Media i Telekomunikacja w Świecie VUCA**”



50. Międzynarodowa Konferencja i Wystawa PIKE 2023

Hotel DoubleTree by Hilton w Łodzi

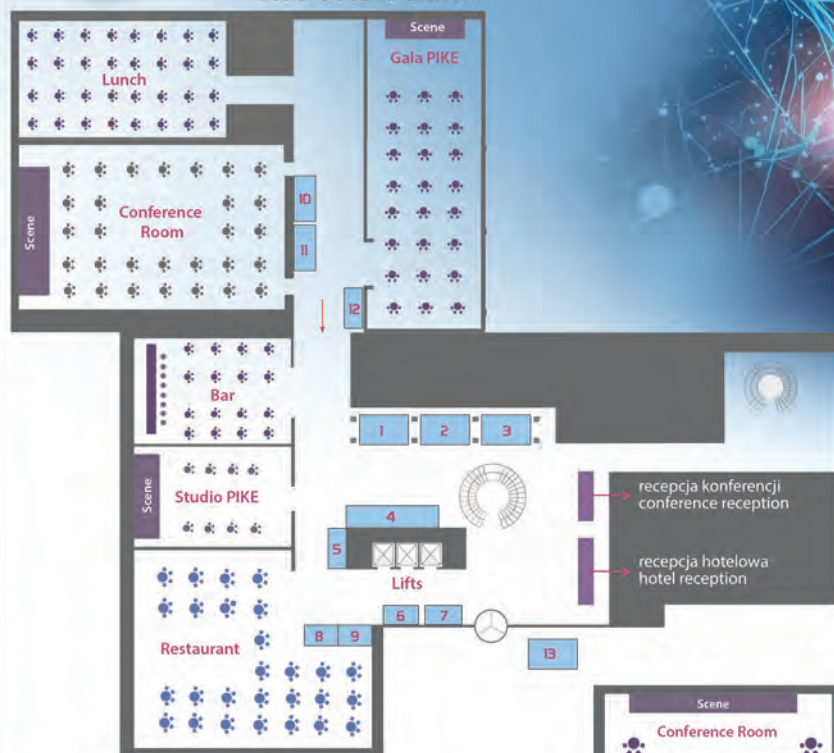
pod hasłem: „**Media i telekomunikacja w dobie sztucznej inteligencji**”



50

Międzynarodowa Konferencja i Wystawa PIKE

GROUND FLOOR



1ST FLOOR



1-2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



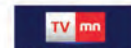
12



13



14



15



16



17



18



19



20



21



22



23



24



25



26





Międzynarodowa Konferencja i Wystawa PIKE PROGRAM KONFERENCJI

PONIEDZIAŁEK (2 października) SALA GŁÓWNA

9.30-10.00 Uroczyste otwarcie 50 Międzynarodowej Konferencji i Wystawy PIKE 2023

Jerzy Straszewski – Prezes Zarządu, PIKE
Włodzimierz Zieliński – Prezes Zarządu, Fundacja PIKSEL

10.00-10.15 Wartości będące fundamentem współczesnej demokracji

Mark Brzezinski – Ambasador USA w Polsce

10.15-11.10 Wyzwania cyfrowej dekady

Moderator: Jacek Oko – Prezes, UKE
Cezary Albrecht – Członek Zarządu, T-Mobile Polska
Andrzej Abramczuk – Prezes Zarządu, Netia
Małgorzata Zakrzewska – Dyrektor Wykonawczy ds. Korporacyjnych, Członek Executive Committee, P4
Magdalena Russyan – Członek Zarządu, Światłowód Inwestycje
Maciej Nowohorski – Członek Zarządu ds. Rynku Hurtowego i Sprzedaży Nieruchomości, Orange Polska
Leszek Lis – Członek Zarządu ds. Operacyjnych, Cellnex Poland
Leszek Chwalik – Wiceprezes Zarządu, Tauron Obsługa Klienta, Grupa Tauron

11.10-11.30 Jakie są wiodące trendy w świecie telekomunikacji i mediów? Fakty i spostrzeżenia

Richard Cooper – Research Director, Ampere Analysis

11.30-11.40 Telekomunikacja w czasie wojny

Olena Lutsenko – Dyrektor Zarządzający, RETN Black Sea Region

11.40-12.20 Jak chronić i budować infrastrukturę w świecie VUCA

Moderator: Patrycja Gołos – Wiceprezes Zarządu, PIKE
Olexander Savchuk – Prezes Zarządu, The Ukrainian Internet Association
Steven Harris – Executive Director, The Society of Cable Telecommunications Engineers, USA
Carsten Engelke – Director of Technology, ANGA COM, Niemcy
Mikhail Shelemba – Dyrektor Zarządzający, Datagroup, Ukraina
Olena Lutsenko – Dyrektor Zarządzający, RETN Black Sea Region

12.20-12.40 Rynek FTTH w Europie – wyzwania, możliwości i zagrożenia. Prezentacja najnowszych wyników badań

Vincent Garnier – Dyrektor Generalny, FTTH Council

12.40-13.30 Panel: Wyzwania światłowodowego rynku telekomunikacyjnego w Europie

Moderator: Marta Wojciechowska – Prezes Zarządu, Fiberhost
Andreas Waber – Prezes Zarządu, Swiss Fibre Net AG
Tim Shaw – Prezes Zarządu, KCOM
Christof Sommerberg – Head of Public Affairs, Deutsche Glasfaser
Ignacio Irurita – Prezes Zarządu, Polski Światłowód Otwarty
Iciar Martínez Núñez – Dyrektor ds. Dystrybucji i Produktu, Onivia

13.30-14.15 Inwestycje w telekomunikacji w dobie inflacji

Wprowadzenie: Wojciech Dziomdziora – General Counsel and Chief Compliance Officer, Nexera
Moderator: Paweł Hordyński – Członek Zarządu, Nexera
Prof. Paweł Wojciechowski
Tomasz Żurański – Członek Rady Nadzorczej, Vectra
Aleksander Kutela – Prezes Zarządu, Ringier Axel Springer Polska

14.15-15.00 Lunch

15.00-15.45 Ratuemy Telewizje Lokalne – misja i finansowanie

Moderator: Witold Graboś – Członek Rady Konsultacyjnej, PIKE
Dariusz Joński – Koalicja Obywatelska
Paweł Lewandowski – Prawo i Sprawiedliwość
Mikołaj Dorożala – Trzecia droga – Polska 2050 PSL
Przedstawiciel – Konfederacja
Robert Kwiatkowski – Lewica

15.45-16.00 Uroczyste proklamowanie dnia 3 października – Dniem Telewizji Lokalnych w Polsce

16.00-16.15 Narodowy Plan Szerokopasmowy – czy spełnił oczekiwania?

Jakub Woźny – Kancelaria Prawna Media
Krzysztof Węglarz – Dream World
Ekspert: Eugeniusz Gaca – Przewodniczący Sekcji Operatorów Telekomunikacyjnych, KIGET
Marta Wojciechowska – Prezes Zarządu, Fiberhost

16.15-17.15 Cyfryzacja i telekomunikacja 2030 – rozmowa z przedstawicielami partii politycznych na temat wyzwań związanych z rozwojem rynku telekomunikacji elektronicznej oraz cyfryzacji

Moderator: Konrad Piasecki, dziennikarz – TVN24
Krzysztof Bosak – Konfederacja
Michał Kobosko – Trzecia droga – Polska 2050 PSL
Robert Obaz – Lewica
Janusz Cieszyński – Prawo i Sprawiedliwość
Grzegorz Napieralski – Koalicja Obywatelska

17.00-17.45 Seans filmowy – „Region Bohaterów”

Słowo wstępne: Olexsii Komarovskiy – Reżyser filmu „Region Bohaterów”
Pierwsza na dużą skalę filmowa rekonstrukcja prawdziwych bohaterskich czynów ukraińskiej ludności cywilnej, która ryzykując własnym życiem uratowała tysiące ludzi z piekła okupacji rosyjskiej w czasie wojny, która wciąż trwa.

19.30-22.00 Wieczór powitalny część I Gwiazda wieczoru – Zespół Drugi Tydzień

Aukcja charytatywna „Operatorzy i Nadawcy Razem dla Eweliny Rabsztyń”

22.00-2.00 Dorcelparty

DORCEL

WIRTUALNE STUDIO PIKE

**BEMIX MEDIA
GROUP**

Zapraszamy do udziału w warsztatach oraz dyskusjach z gośćmi 50. Międzynarodowej Konferencji i Wystawy PIKE w Wirtualnym Studio PIKE.

Uczestnicy konferencji będą mogli przekonać się jak najnowsze rozwiązania technologiczne zmieniają świat medialny oraz wysłuchać ciekawych debat, prezentacji i warsztatów. Natomiast wszyscy zainteresowani tematyką telekomunikacji i mediów, którzy nie będą obecni na konferencji będą mieli możliwość oglądać transmisję na żywo z naszego wirtualnego studia na stronie www.konferencjepike.pl

Gdziekolwiek jesteś będziemy tam z Tobą.
Program wirtualnego studia PIKE - www.konferencjepike.pl

WYDARZENIA TOWARZYSZĄCE

14.15-16.15 Forum operatorów hurtowych. Multi-światłowód w Europie

MEDIA I TELEKOMUNIKACJA W DOBIE SZTUCZNEJ INTELIGENCJI

2-4.10.2023 r.

WTOREK (3 października)

- 7.30-8.00 **„Kto rano wstaje...” Poranny bieg operatorów** 
- 9.00-10.20 **Śniadanie Liderów – 100 lat magii ekranu: Jak bracia z Krasnosielca podbili Hollywood i co kręci dzisiejszy show-business?** 
Wprowadzenie: Dorota Żurkowska – Członek Zarządu, TVN Warner Bros. Discovery
Moderator: Ewelina Witenberg – Dziennikarka TVN24, TVN Warner Bros. Discovery
Prowadząca: „Kadr na kino”
Izabela Kuna – Aktorka
Grażyna Torbicka – Dziennikarka, Dyrektor Artystyczna Festiwalu Dwa Brzegi
Katarzyna Mazurkiewicz – Dyrektor Programowa TVN7 i TVN Fabuła, TVN Warner Bros. Discovery
Marta Grela – Dyrektor Działu Fabularnego, TVN Warner Bros. Discovery
- 10.25-10.40 **„Perspektywy rozwoju branży rozrywki i mediów – PwC Global Entertainment & Media Outlook 2023–2027”**
Paulina Komorowska-Mrozik – Counsel, Radca Prawny, PwC Legal Polska
- 10.40-11.00 **Prezentacja platformy transakcyjnej GPW DAI – wyniki pierwszych kampanii**
Krzysztof Zieliński – Ekspert ds. Mediów. Zespół Analiz Biznesowych, GPW DAI
Jacek Terlecki – Lider Zespołu Technicznego, GPW DAI
- 11.00-11.10 przerwa kawowa 
- 11.10-12.00 **Najważniejszy jest widz – perspektywa rynku medialnego 2030**
Moderator: Ireneusz Plecuch – Starszy Partner, Kancelaria Prawna DGTL
Maciej Świrski – Przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
Dariusz Dąbski – Prezes Zarządu, Telewizja Puls
Michał Winnicki – Prezes Zarządu, MWE Networks
Marcin Skabara – Dyrektor Programowy, Telewizja Polska
Michał Karnowski – Członek Zarządu, Telewizja wPolsce.pl
Andrzej Kozłowski – Prezes Zarządu, Emitel
- 12.00-12.30 **Potencjał ukraińskiej widowni w Polsce**
Wprowadzenie: Prof. Paweł Kaczmarczyk – Ośrodek Badań nad Migracjami, Uniwersytet Warszawski
Moderator: Elżbieta Gorajewska – Ekspert Rynku Medialnego
Viacheslav Milienko – Członek Zarządu, Media 1+1 International
Agnieszka Gosiewska – Prezes Zarządu, Nielsen
Ewelina Rabsztyn – Dyrektor Programowy, Orange Polska
- 12.30-12.40 **Web blocking, dynamic blocking, live blocking – jak Europa chroni treści sportowe i treści premium?**
Teresa Wierzbowska – Prezes Zarządu – Stowarzyszenie Sygnał
- 12.40-13.30 **Międzynarodowe wyzwania w walce z piractwem?**
Moderator: Maciej Kautz – Dziennikarz
Simon Minkowski – Dyrektor Działu Antypirackiego, Canal+ International
Stefan Sergot – Head of Legal – Enforcement, Premier League
Neil Gane – Regional Head of Operations, Asia Pacific, Motion Picture Association
Krzysztof Świergieł – Prezes Zarządu, Eleven Sports
Marek Szkolnikowski – Ekspert Rynku
Teresa Wierzbowska – Prezes Zarządu – Stowarzyszenie Sygnał
Łukasz Fijałkowski – EuroSport, Operation Director, TVN Warner Bros. Discovery
- 13.30-13.40 **Prezentacja: Nowe trendy w technologiach wideo**
Szymon Karbowski – Prezes Zarządu, StreamVX

13.40-14.00 Czy w Polsce DAI ma szansę na wdrożenie w sieciach kablowych?

Szymon Karbowski – Prezes Zarządu, StreamVX
Jacek Kobierzycki – Dyrektor Zarządzający, TOYA

14.00-14.45 Lunch

14.45-15.00 Społeczeństwo vs. sztuczna inteligencja – wyniki pierwszego ogólnopolskiego badania na temat nastawienia społeczeństwa do AI

Piotr Mieczkowski – Dyrektor Zarządzający, Fundacja DigitalPoland

15.00-15.15 AI w mediach – z czego żyje i czym się żywi?

Prof. Andrzej Szalas – Uniwersytet Warszawski

15.15-16.00 Panel: Jak technologie AI mogą wspierać i rozwijać rynek video

Moderator: Pola Hempowicz – Content Monarchy
Jacek Legiewicz – Dyrektor ds. Korporacyjnych, Samsung Polska
Michał Stefański – Head of Large Partners Solutions CEE, Google
Tomasz Strózek – Engagement Director, Merapar

16.00-16.50 Pejzaż płatnej telewizji – kto zyskuje, a kto traci? cz. II

Moderator: Jacek Kobierzycki – Dyrektor Zarządzający, TOYA
Michał Walewski – Dyrektor Dystrybucji, TVN Warner Bros. Discovery
Sławomir Kurek – p.o. Dyrektor Biura Dystrybucji, TVP
Tomasz Dakowski – Członek Zarządu, Netia
Jacek Koskowski – Dyrektor Generalny Sprzedaży i Dystrybucji, Kino Polska
Małgorzata Seck – Wiceprezes Zarządu, Canal+ Polska

19.30-3.00 Wielka Gala Polskiej Izby Komunikacji Elektronicznej

Wręczenie statuetek:
Konkurs o nagrodę „Tytanowego Oka”
Wręczenie nagrody „Złota PIKE”



WIRTUALNE STUDIO PIKE

- 10.20-11.00 Szkolenie – Wirtualne studio, możliwości realizacyjne z wykorzystaniem Aximmetry i Unreal Engine 5.1 Zaprasza BemixMedia
- 12.40-13.30 Warsztat: „Ustawa o zwalczaniu nadużyć w komunikacji elektronicznej – wdrożenie”
- 13.40-14.00 Warsztat: „Operatorzy a OZZy – za co płacimy, komu i ile?”
- 14.40-15.00 Ciężkie życie prawnika od spraw międzynarodowych
- 15.15-15.40 Jakie kolejne kroki w walce z piractwem?

WYDARZENIA TOWARZYSZĄCE

- 11.20-12.20 Forum operatorów kablowych „Wschód-Zachód”
- 13.30-15.15 Międzynarodowe Forum Walki z Piractwem

ŚRODA (4 października)

- 10.00-11.00 Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Polskiej Izby Komunikacji Elektronicznej
- 11.00-12.00 Wyjazd uczestników

POBIERZ
PROGRAM



TOYA na 50. Konferencję PIKE

OPR. AK

Łódzka TOYA od lat przygotowuje wiele niespodziewanych atrakcji, przy okazji konferencji PIKE odbywających się w łódzkim hotelu DoubleTree by Hilton. Nie inaczej będzie i tym razem. Zapowiada się ciekawie i czytelniczko i koncertowo. Tak uczestników Konferencji chce ugościć TOYA...

„To dla nas wielki zaszczyt, że w hotelu DoubleTree by Hilton właśnie tu przy Łąkowej 29, Łódź i Wytwórni, w miejscu



któremu poświęciliśmy tyle troski i gdzie tak gęsto od filmowych wspomnień, odbywa się **50. Konferencja PIKE**. Przez te lata współpracowaliśmy z wieloma pięknymi i wartościowymi ludźmi. I to właśnie z myślą o nich wydajemy książkę „**PIKE OD KUCHNI**” i przygotowaliśmy dedykowany im koncert.

Książka „**PIKE OD KUCHNI**” to zbiór

przepisów kulinarnych od osób, z którymi spotykaliśmy się podczas minionych kilkudziesięciu lat właśnie na takich konferencjach. Mamy nadzieję, że wgląd do ich kuchni rodzinnych pozwoli nam ich bardziej poznać i na pewno jeszcze milej zapamiętać.

Zaprosiliśmy też na **Galę 50. Konferencji PIKE Jazzowy Chór Wytwórni**, który znalazł swoją przystań przy Łąkowej 29 już 11 lat temu, a którego dyrygentem i opiekunem jest maestro **Maciej Salski**. Oryginalne połączenie głosów i osobowości, jak również niebanalny repertuar sprawiają, że brzmienie Jazzowego Chóru Wytwórni jest zgoła odmienne od większości klasycznych chórów.



Niedoceniona lokalność

TEKST EWA MICHALSKA*

W Polsce od ponad 30 lat działają telewizje lokalne. Obecnie na rynku medialnym działa ich ok. 150. Ta liczba, ze względu na trudną sytuację na lokalnych rynkach reklamy, jest bardzo zmienna. Niestety coraz częściej zamykają się kolejne redakcje, nie mogąc dalej mierzyć się z aktualną, trudną sytuacją rynkową.



BEŁCHATÓW



Kanały lokalne od zawsze były szczególną ofertą w pakiecie każdej telewizji kablowej. Dla wielu odbiorców były i są jedynym źródłem informacji lokalnych oraz lokalnej publicystyki. Lokalne telewizje to typowe telewizje „małych ojczyzn” i w tym należy dostrzegać ich wyjątkowość i niepowtarzalność. Trzeba również mocno podkreślić fenomen tych mediów, iż mimo tak poważnych problemów finansowych, które w chwili obecnej dotyczą każdego nadawcy, nieprzerwanie są blisko swoich widzów i niezmiennie dostarczają codziennych rzetelnych i wiarygodnych informacji. Nadawcy doskonale rozumieją swoją rolę w lokalnych środowiskach. Zawsze odczuwali dużą przychylność swojej widowni, ale przez całe lata nie udawało się tego zmierzyć w odniesieniu do całej branży w Polsce. Działania dotyczące pomiarów zasięgów telewizji lokalnych stały się możliwe dopiero po powstaniu Fundacji - Fundusz Telewizji Lokalnych. Powołanie do życia przez PIKE Fundacji było konsekwencją rozszerzania wspomagania telewizji lokalnych przez Izbę. Już w 2004 roku został uruchomiony coroczny Konkurs Programów Telewizji Lokalnych „To Nas Dotyczy” o nagrodę „Kryształowego Ekranu”. Kil-



Ewa Michalska

kukrotnie nagrodzone produkcje lokalne były prezentowane na Konferencjach i Targach MIPTV (Marché International des Programmes de Télévision) oraz MIPDOC, które odbywają się w Cannes we Francji. Kolejnym działaniem PIKE wspierającym rozwój telewizji, jest organizowane od kilkunastu lat Forum Telewizji Lokalnych, jedyne takie wydarzenie kierowane do całego środowiska nadawców lokalnych. Fundacja powstała na bazie działającej Sekcji Telewizji Lokalnych PIKE.

Lokalne kanały z globalną oglądalnością
Pod koniec 2020 roku Fundacja



GŁOGÓW



Ewa Michalska podczas debaty w Senacie

FTL poprzez Fundację PIKSEL podjęła współpracę z **NASK- Państwowym Instytutem Badawczym**, dla którego przygotowana została bardzo obszerna „**Analiza rynku telewizji lokalnych w Polsce**”. Analiza ta jest jedynym tak kompleksowym opracowaniem dotyczącym tylko koncesjonowanych nadawców telewizji lokalnych. Wynika z niej, że na rynku działa ok. 150 koncesjonowanych nadawców telewizyjnych, emitujących swój program drogą kablową. Najwięcej telewizji powstało w latach 90. i na początku lat 2000, w innych realiach gospodarczych niż obecnie, w czasie kiedy transformacja gospodarcza była w rozkwicie, a zapotrzebowanie na reklamę lokalną duże. Ponad połowa nadawców działa w miastach do 50 tys., czyli miastach powiatowych i znamienne jest to, iż tylko w 2 dużych wojewódzkich miastach: Łodzi i Poznaniu działają bardzo pręźnie telewizje lokalne. Zdecydowana większość koncesjonariuszy, bo ok. 110, to przedsiębiorstwa komercyjne, najczęściej osoby fizyczne prowadzące mikroprzedsiębiorstwa, czy rejestrowaną działalność gospodarczą bez żadnych dotacji. Inne stacje prowadzone są przez spółdzielnie mieszkaniowe, gminne i miejskie ośrodki/domy kultury, fundacje i stowarzyszenia, które na co

dzień zabezpieczają finansowo swoje telewizje. Analiza ta stała się punktem wyjścia do podjęcia prac badawczych dotyczących zasięgów telewizji lokalnych przez **Krajowy Instytut Mediów**. W 2021 roku Fundacja - Fundusz Telewizji Lokalnych podjęła współpracę z KIM. Dzięki badaniom przeprowadzonym przez Instytut pojawiła się nadzieja na efektywne zwrócenie uwagi decydentów na telewizje lokalne, ich działalność misyjną i bardzo trudną sytuację finansową. Do chwili pisania tego artykułu opublikowane przez KIM zostały 2 raporty, obejmujące badania realizowane od sierpnia 2022 do końca lutego br., a kolejna transza badań jest opracowywana.

Przeprowadzono badania metodą CATI, czyli zbierania informacji w ilościowych badaniach rynku i opinii publicznej. Badaniem objęto blisko 80 tys. respondentów i jest to olbrzymi panel badawczy, z którego wynika, że 5,2 mln osób 15+ oglądała przynajmniej jedną stację telewizji lokalnej. Całkowity zasięg oglądalności telewizji lokalnej to 7,8 mln widzów. Wyniki dla najwyższej notowanych w badaniach stacji lokalnych mówią o ok. 350 tysięcznej rzeszy widzów każdego z programów. Dla wielu telewizji wynik oscyluje w granicach ok. 150 tysięcy widzów,

a nawet w województwie opolskim, w którym działają tylko dwaj nadawcy lokalni, przy czym badanie obejmuje jednego, bo drugi jest zbyt niszowy, wynik

5,2 mln osób 15+ oglądała przynajmniej jedną stację telewizyjną lokalnej. Całkowity zasięg oglądalności telewizyjnej lokalnej to 7,8 mln widzów. Wyniki dla najwyższych notowanych w badaniach stacji lokalnych mówią o ok. 350 tysięcznej rzeszy widzów każdego z programów. Dla wielu telewizji wynik oscyluje w granicach ok. 150 tysięcy widzów.

Na ratunek lokalnym TV

Fundacja przyłączyła się do uruchomionego przez PIKE projektu #RatujmyTelewizjeLokalne i działa na rzecz stworzenia przez państwo systemu dofinansowującego telewizję lokalną. Jednym z działań w ramach tego niezwykle ważnego dla nadawców projektu, była zorganizowana w Senacie RP debata pt. „Panel ekspercki. Umiejscowienie telewizji lokalnych w debacie publicznej”, która zainaugurowała ogólnopolską akcję „Ratujmy telewizję lokalną”. W dyskusji wzięli udział eksperci rynku medialnego, przedstawiciele telewizji lokalnych, Przewodniczący KRRiT oraz politycy, w tym członkowie Sejmowej Komisji Cyfryzacji, Innowacyjności i Nowoczesnych Technologii, Sejmowej Komisji Kultury i Środków Przekazu, Senackiej Komisji Kultury i Środków Przekazu i Senackiego Zespołu ds. Małych

i Średnich Przedsiębiorstw.

* autorka jest prezesem zarządu Fundacji – Fundusz Telewizji Lokalnych

mówi o tym, iż niemal 20 proc. mieszkańców ogląda telewizję lokalną. Wobec takiej rzeszy wiernych widzów nie można przechodzić obojętnie.



Małe telewizje – wielki potencjał

OPR. AK

Jak wielki jest potencjał telewizji lokalnych, najlepiej wiedzą politycy i samorządowcy. Wielu nigdy by nie zaistniało w mediach, gdyby nie kamery lokalnych stacji. Zdarza się, że nie zaczynają swoich konferencji, zanim te nie zostaną ustalone. 5 lipca br. w Senacie RP odbyła się debata pt. „Panel ekspercki. Rola telewizji lokalnych w debacie publicznej”. Celem spotkania było umiejscowienie

telewizji lokalnych w debacie publicznej i zaadresowanie potrzeby stworzenia nowego modelu finansowania telewizji lokalnych w Polsce. Debata zainaugurowała przygotowaną przez PIKE ogólnopolską akcję „Ratujmy telewizje lokalne”. W dyskusji na temat sytuacji telewizji lokalnych i zapewnienia im finansowania wzięli udział eksperci rynku medialnego, przedstawiciele telewizji

lokalnych zrzeszonych w Polskiej Izbie Komunikacji Elektronicznej oraz politycy, w tym członkowie Sejmowej Komisji Cyfryzacji, Innowacyjności i Nowoczesnych Technologii, Sejmowej i Senackiej Komisji Kultury i Środków Przekazu oraz Senackiego Zespołu ds. Małych i Średnich Przedsiębiorstw. Poniżej przytaczamy wypowiedzi kilku przedstawicieli lokalnych stacji telewizyjnych.

Bogda Orzechowska,
redaktor naczelna
Telewizji Suwałki

Co robią telewizje lokalne podczas sytuacji kryzysowej? Nie ma jednej odpowiedzi, ale syntetycznie rzecz ujmując szybko i rzetelnie informujemy, bo wiemy, że nie ma nic trudniejszego dla widza, niż lęk przed niewiadomą. Brak rzetelnej wiedzy to fake newsy, panika, teorie spiskowe. Człowiek świadomy, doinformowany im nie ulega. 11 marca 20 roku wszystkie ogólnopolskie media, we wszystkich serwisach mówiły o trwającym w Lombardii dramacie: epidemii, tysiącach zgonów i braku wszystkiego, co może być potrzebne w walce o ludzkie życie. W Polsce rósł niepokój. Tego dnia suwalski ratusz zwołał konferencję prasową. Sztab kryzysowy i lokalny sanepid mówił o przygotowaniach, a ja postawiłam telefon na statywie i na facebooku transmitowałam ten przekaz na żywo. Za parę godzin miał 30 tysięcy odtworzeń. To pół mojego miasta. Dla drugiej połowy dałam to samo na antenę. Żadna ogólnopolska lub regionalna tele-



Bogda Orzechowska

wizja nie powiedziała mieszkańcom dowolnego miasta, że na ich podwórku ktoś robi wszystko, co możliwe, by ich miejscowość, nie stała się drugim Bergamo i że musimy współdziałać, aby to się udało. Ogólnopolski komunikat: „masz objawy dzwoń do sanepidu” podali wszyscy, ale my opublikowaliśmy listę podlaskich sanepidów z telefonami. Pobrano ją 70 tysięcy razy.

Znowu byliśmy jedyni, którzy szaremu człowiekowi najwyraźniej dali bufor bezpieczeństwa, linę, którą można było chwycić i trzymać do utraty tchu. Gdy ogłoszono lockdown wszyscy wydawali się dużo więcej informacji, niż zazwyczaj. Prócz komunikatów, ostrzeżeń, zasad były to głównie odpowiedzi na setki pytań. Takich prostych: Czy można jechać do myjni? Jak zadzwonić się do poradni? Czy mogę wyjść z psem? Gdzie zrobić test? Jak załatwić sprawę w urzędzie? Były też zaskakujące choć zrozumiałe: Mam sąsiadkę pielęgniarke – czy się zarażę? Skoro nas



pytali – to znaczy, że nie wiedzieli. Ale były też bardzo dramatyczne sytuacje: „Jak załatwić kartę zgonu, który nastąpił w domu? Lekarz nie chce lub nie może przyjechać, zakład pogrzebowy wymaga dokumentu, a czas płynie...” Pomagaliśmy. Odbieraliśmy telefony, maile, smsy i reagowaliśmy. Lokalne telewizje były źródłem kompleksowej informacji o tym, co się dzieje na lokalnym podwórku i przewodnikiem wskazującym jak się odnaleźć w zupełnie nowej i trudnej rzeczywistości. Z rządu, samorządu, od medyków, od państwowych instytucji, z telewizji publicznej płynęła lawina komunikatów. Ludzie w nich tonęli, ale ich nie zapamiętywali. Przekładaliśmy je na język codziennych sytuacji i publikowaliśmy. To działało! Kiedy rozumiałam, że mój trzyosobowy zespół może nie udźwignąć tego, co przecież dopiero się zaczyna, zdarzył się obywatelski cud. Pojawiły się smsy i maile, w których zgłaszali się do nas niecodzienni wolontariusze –

prawnicy, specjaliści od zarządzania kryzysowego, medycy. **Staliśmy się fabryką rzetelnej i potrzebnej informacji, ale i nowym, obywatelskim punktem kontaktowym.** Ktoś nie wiedział, pytał, a nasza, opublikowana odpowiedź rozwiązywała problem w kilkudziesięciu lub kilkuset domach jednocześnie. Taka była moc i skuteczność naszej informacji. Codziennie podawaliśmy lokalne statystyki i przypominaliśmy, aż do znudzenia, zalecane zasady. Znakomicie współpracowało się z sanepidami, dopóki w listopadzie 20 roku, nie zakazano im udzielania informacji o lokalnych statystykach. Te, podobno „budzące niepożądaną sensację i panikę” cyferki, w rzeczywistości sprawiały, że nasi mieszkańcy wiedzieli jakie efekty przynoszą ich starania. Zniknięcie danych odebrano jako ukrywanie informacji, a to spowodowało, że wylały się teorie spiskowe, fake newsy, a w Polsce powiatowej narodziło się nowe słowo: „planemia”. Świat nie znosi próżni – albo rozprzestrzeni się prawdziwa informacja, albo **fake news.** **Wybór należy do Państwa. My znamy ciężar niesionego słowa i obrazu. Umiemy przewidzieć jego skutek. Nikt nie wie tak dobrze jak my, jakim słowem, obrazem i argumentem trafić do lokalnej społeczności, bo jej częścią jesteśmy. Ufają nam, bo nas znają, jeśli skłamiemy, to natychmiast nam to z całą mocą wytkną.** Promowaliśmy szczepienia, podawaliśmy adresy, telefony do punktów szczepień, zasady rejestracji, informowaliśmy o rządowych i lokalnych programach pomocowych, publikowaliśmy i wspieraliśmy dziesiątki różnych akcji. Za darmo. Gdybyśmy wystawili faktury za czas antenowy poświęcony w 2020 roku na komunikację dotyczącą tego kryzysu, uzyskalibyśmy jakieś 300 tysięcy złotych przychodu. Tymczasem po ogłoszeniu lockdownu zostało z nami 3 stałych klientów, a miesięczny przychód, czyli miesięczny budżet mojej redakcji sięgał ledwie 7 tysięcy złotych. To były pieniądze na pensje, ZUS, telefony, licencje, środki ochrony, rachunki za prąd i inne, wyłącznie niezbędne wydatki. Nadludzki wysiłek za



Maciej Orzechowski, operator TV Suwałki przy pracy

nieludzkie pieniądze. Pomogły nam środki z tarczy, której część właśnie kończę spłacać. Pomógł nam też Google, cudem zdobyty grant z Urzędu Marszałkowskiego. I cudem uzyskany kredyt. Czy się bałam? Tak. Bałam się że nie wystarczy na ZUS i pensje, na prąd, bałam się błędu, przeoczenia, bo każda sankcja by nas zabiła, bałam się COVID-u – bo telewizja musiała działać. Mój mąż codziennie, po zdjęciu tego strasznego szpitalnego kombinezonu wracał do domu i przekazywał prośbę od personelu



Bogda Orzechowska w Se-nacie

szpitala: informujcie, tłumaczcie, edukujcie. Miałam powiedzieć „nie”, bo nie ma pieniędzy? Nie zgasł żaden ekran lokalnej telewizji, choć trwał przecież zakaz produkcji i wszyscy każdą złotówkę obracaliśmy w palcach po pięć razy. Dziś już nie ma pandemii, ale są inne kryzysy. Dwa tygodnie temu, późnym popołudniem, na jednym z suwalskich osiedli mieszkaniowych odkopano pocisk artyleryjski. Policja otoczyła wykop taśmą, ale to do nas dzwonili mieszkańcy i pytali co mają robić, bo na miejscu nie widzą radiowozu i nie wiedzą co się dzieje i a nie mają kogo spytać. Wokół wykopu biegały dzieci, a policja zapytana przez komunikator o ewentualną ewakuację odesłała nas do saperów. Na nich czekaliśmy niemal 18 godzin. Gdy rano dzieci poszły do szkół po świadectwa, dorośli do pracy, a seniorzy po zakupy, nagle ewakuowano osiedle. Pocisk i kilkakaset sztuk innej amunicji szczęśliwie podjęto, wywieziono, a do nas zaczęły płynąć wiadomości od mieszkańców: prosimy o informację, kiedy będziemy mogli wracać do domów. To od nas mieszkańcy 5 bloków tego się dowiedzieli, bo żadna służba nie powiedziała im ani o pojawieniu się, ani o zażegnaniu kryzysu. **Może to dlatego mówią o nas „telewizje dobrych wiadomości”?**

Anna Okrój,
redaktor naczelna
Telewizji Proart
z Ostrowa Wielkopolskiego

Mam tu dziś mówić o misyjnym charakterze naszych telewizji, ale pozwólcie Państwu, że jako praktyk nie będę mówiła o teoriach, naukowych publikacjach i wnioskach po konferencjach. Powiem Wam o naszej codzienności, o tym, dlaczego tu dziś jesteśmy i o tym, co się wydarzy, kiedy nas nie będzie. Będę mówiła o Telewizji Proart, ale w zasadzie większość z tego, co Państwo ode mnie usłyszcie, można powiedzieć o każdej ze 150 stacji. My, w mediach lokalnych zajmujemy się sprawami, które dotykają ludzi tu i teraz. Zajmujemy się tym, że ktoś bezprawnie wyciął drzewa na ulicy Wolności w Ostrowie Wielkopolskim, tym, że jadąc w Krotoszynie główną drogą można urwać koło samochodu. Pokazujemy, że pan Dariusz ze względu na swoją niepełnosprawność nie może swobodnie poruszać się po mieście. My pracujemy u podstaw. Żadna z naszych stacji nie ma milio-



Anna Okrój

nowej publiczności, ale razem mamy ją naprawdę dużą. Na tyle dużą, by w wyborczym wyścigu politycy nie mogli pozostać wobec nas obojętnymi. Wielu z Państwa było w naszej redakcji, przypominam sobie te spotkania. Mało tego, politycy, którzy nie mają rekomendacji swoich partii do reprezentowania ugrupowania w mediach ogólnopolskich są niejako zmuszeni korzystać z naszych anten – bez nas ten lokalny wyborca nie miałby pojęcia, że

Pani X czy Pan Y w ogóle kandyduje. Tworzymy wokół naszych telewizji wspólnotę. Dziś, kiedy tyle mówi się o problemach psychicznych ludzi, o poczuciu alienacji, depresji, o uzależnieniach. My w telewizjach lokalnych, pomagamy tu i teraz. Przeprowadzamy wywiady, rozmowy, robimy newsy i dajemy konkretne wskazówki: gdzie w Twoim mieście możesz szukać pomocy, gdzie się zgłosić jeśli masz trudności z funkcjonowaniem w świecie, kto konkretnie udzieli wsparcia. **Czy słyszeliście historię o telewizji lokalnej z miasta średniej wielkości, która każdego roku organizuje niesamowite przed-**

proart

sięwzięcie o nazwie „Oddaj krew z kablówką”? Rokrocznie udział w tym przedsięwzięciu bierze kilkuset krwiodawców – mieszkańców południowej Wielkopolski. Wychowujemy kolejne pokolenia krwiodawców, edukujemy, spędzamy z naszymi widzami cały dzień realizując



Anna Okrój w Senacie

program na żywo z tego jakże wyjątkowego przedsięwzięcia. Czy wyobrażacie sobie Państwo organizację pomocy Ukraińcom uciekającym przed wojną bez telewizji lokalnych? Czy zdajecie sobie sprawę z tego, jak utrudniony byłby przepływ informacji i przeprowadzenie zbiórki odzieży, organizacja miejsc noclegowych, przeprowadzenie procesu legalizacji i organizacji pobytu Ukraińców w Polsce bez naszego udziału? To nasze media promują lokalnych twórców kultury, promują kulturę regionu, w którym działają. To u nas pierwsze kroki w karierze stawiali: Szymon Chwalisz, który dziś jest znany w całym kraju z powodu gitar, które maluje, a które są licytowane podczas finałów Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy od wielu lat; Janusz Jurek znany i ceniony grafik. To z naszych mediów mieszkańcy dowiadują



Akcja telewizji Proart – Oddaj krew z kablówką

się o Festiwalu Filmowym Grand Prix Komeda. Nasze telewizje są archiwum, z którego wiedzę mogą czerpać naukowcy i badacze. I wreszcie na koniec, ale niemniej ważna rola naszych stacji: my jesteśmy kronikarzami naszych miast i miasteczek. To nasze archiwa zawierają godziny nagrań dokumentujące najważniejsze wydarzenia i postaci regionu: upamiętnienie postaci kompozytora muzyki jazzowej

– Krzysztofa Komedy, zburzenie budynku browaru w Ostrowie Wielkopolskim, który był wizytówką miasta przez dziesięciolecie i pokazywanie ludowych zespołów muzycznych. Wiem, że koledzy z telewizji w Wejherowie dbają o to, by język kaszubski nadal był żywy. Media lokalne pokazują jak lustro kondycje naszego społeczeństwa. **To u nas jak na dłoni widać czego boją się ludzie, z jakimi rzeczywistymi**

problemami muszą się mierzyć, kim jako ludzie-Polacy jesteśmy i jakie wyzwania stoją przed państwem. Podejmując z nami walkę o lokalne telewizje, podejmujecie walkę o demokrację w wymiarze lokalnym, a w konsekwencji ogólnokrajowym. Telewizje lokalne stanowią podwalinę pod realizację wartości demokratycznych. To dzięki nim możliwa jest realizacja idei społeczeństwa obywatelskiego.

Patrycja Drewa, wydawca portalu – Nadmorski24.pl

Trzylatek w rozgrzanym aucie i ekipa Twojej Telewizji Morskiej, która usłyszała płaczące dziecko w parzącej puszcze. Reakcja natychmiastowa – na szczęście wszystko dobrze się skończyło. W tej sytuacji pomogliśmy namacalnie, jednak jest mnóstwo innych gdzie informując, zbierając informacje i wreszcie przekazując je dalej pomagamy zwykłemu człowiekowi. Korki na drodze, wypadek w sąsiedztwie, nielegalna wycinka drzew, tłok w autobusie, czający się za rogiem oszuści, wichura z gradobiciem, eksmisja rodziny z małymi dziećmi, woda zabarwiona na czerwono w zatoce, spalony dom i pomoc w jego odbudowie, szarpanina z policją na ulicy, dziura w chodniku czy pyton na osiedlowym podwórzu – gdzie wtedy jesteśmy? Na posterunku, najbliżej jak się da – pomagamy, nagłaśniamy, informujemy, przekazujemy informacje z pierwszej ręki. Mówiąc o telewizji myślimy o wiodących stacjach z ogromną, ogólnopolską widownią i astronomicznymi wręcz budżetami. Pośród tych wielkich graczy jesteśmy my – dziennikarze z wielką pasją, znajomością regionu i ludzi. Pośród gwiazd żurnalistyki z popularnych ogólnopolskich programów są ludzie

w lokalnych redakcjach, którzy wypełniają swoją misję najbliższej widzów. Dla nas dziennikarzy po drugiej stronie ekranu jest człowiek, którego znają – a nie

clickbait czy sensacja.

Często mieszkańcy regionu nie dzwonią czy nie piszą do służb, do urzędów do instytucji, żeby zgłosić problem – odzywają się do nas. Wniosek z tego jest jeden – ufają nam, jesteśmy im potrzebni. **Lokalne telewizje to także pierwsze**

miejsce, gdzie mieszkańcy szukają informacji ze swojego podwórka – od wypadków, przez



Patrycja Drewa



Patrycja Drewa w Senacie



ważne w regionie wydarzenia, po informacje od samorządów czy często też lokalnych polityków. To właśnie lokalne telewizje mogą mieć wpływ na lokalną politykę! Myślę, że dobrze, żeby to głośno wybrzmiało właśnie w tym miejscu. Pokazując gdzie jest nasze miejsce, gdzie jest miejsce lokalnych telewizji musi również wybrzmieć bardzo ważna kwestia – żadne media ogólnopolskie nie pełnią funkcji integracyjnej tak jak media lokalne. Dzięki wieloletniej pracy i niejako służby na rzecz informowania mieszkańców, siłą rzeczy wokół redakcji buduje się swoista społeczność. Lokalna społeczność jest częścią naszej telewizji – tworząc ten kanał i sygnalizując, podsuwając ważne dla nich tematy, mieszkamy tam gdzie oni, znamy ich oczekiwania, sami mówią nam o tym co ich gryzie, docieramy szybko i wiedzą gdzie nas szukać. Nasi odbiorcy są częścią wydarzeń, które mogą później obejrzeć, są jednocześnie twórcami i odbiorcami naszych treści. Mogą śledzić losy bohaterów i antybohaterów – to mogą być ich sąsiedzi, osoby, które znają, z którymi się utożsamiają. Co ważne, uaktywniamy wrażliwość społeczną – nagłaśniamy zbiórki, akcje pomocowe, akcje społeczne, wydarzenia kulturalne czy religijne. Dziennikarze telewizji inicjując i kreując ważne dla mieszkańców wydarzenia z pew-

nością wpływają na integrację lokalnej społeczności. Promując lokalne inicjatywy mobilizujemy ludzi do pewnych zachowań, decyzji, działań – realnie wpływamy na ich życie. **Lokalna społeczność często mobilizuje się wokół ważnych dla siebie spraw – przyczyną takiej solidarności są na przykład kwestie polityczne, dotyczące lokalnych władz, wydarzeń kulturalnych, tradycji czy wydarzeń historycznych. To my pośredniczymy w tym procesie, często go kreując i napędzając. Nagłaśniając pewne tematy na zewnątrz, popularyzując dokonania i osiągnięcia mieszkańców promujemy również małe ojczyzny, z którymi utożsamiają się nasi odbiorcy. Co więcej media lokalne pobudzają jednostki do aktywności – promując lokalne inicjatywy. Nie można również w dobie social mediów, mediów elektronicznych, nie wspomnieć o komentarzach. Dużą wiedzę na temat tego, jakie informacje są dla naszych czytelników i widzów ważne jest właśnie sekcja komentarzy zarówno na naszych stronach internetowych jak i w mediach społecznościowych. To z nich**



Ekipa Twojej Telewizji Morskiej

najczęściej dowiadujemy się o tym, jakie emocje wywołują w odbiorcach publikowane przez nas treści. Często, za co im dziękujemy, aktualizują nasze informacje, czasami prostują. Dzięki temu, że mogą komentować nasze publikacje, stają się częścią społeczności, która jest dla nas niezwykle ważna. My pełnimy wówczas rolę trybuny czy platformy wymiany poglądów, a także miejsca gdzie nasi

odbiorcy mogą się poznać – mogą realnie, namacalnie integrować się. **To są nasze małe sukcesy, nasza misja w codziennej dziennikarskiej pracy, pracy lokalnych telewizji i to nas napędza. Odbiorca lokalny, społeczności i ich mała ojczyzna. Jesteśmy uzbrojeni w pasję, warsztat, zasięgi, aktywnych odbiorców - jedyne czego potrzebujemy to pomoc w rozwoju i zrozumienie misyjności naszej pracy.**

Juliusz Marek,
prezes Stowarzyszenia
Polskie Telewizje Lokalne
i Regionalne;
Telewizja elbląska
– TRUSO.TV

Fenomenem telewizji lokalnych jest to, że jeszcze istnieją, choć nie mają ekonomicznego uzasadnienia. Że chce im się tak wiele, choć pod koniec miesiąca nie bilansują się koszty, że ludzie pracujący w telewizjach lokalnych są uśmiechnięci i sympatyczni, choć zarabiają naprawdę za mało. Fenomenem jest to, że tak wiele można robić za tak niewiele. Boże, gdybyśmy mieli choć 1



Juliusz Marek

proc. z dotacji, o której ja myślę, a Państwo domyślają się, to nie zawracalibyśmy dziś Państwu głowy. Ale jest jeszcze jeden fenomen telewizji lokalnych. Otóż wszystkie one powstały oddolnie, z lokalnej inicjatywy i sojuszu inżyniera i humanisty. Inżynier zbudował sieć kablową, a humanista wypełnił ją treścią. I to działa od ponad 30 lat w Suwałkach i Bartoszycach, w Łodzi i Poznaniu, w Bielawie i Bogatyni, w Pile i Ostrowie



STOWARZYSZENIE
POLSKIE TELEWIZJE
LOKALNE I REGIONALNE



Wielkopolskim, w większości powiatów w Polsce oraz w kilku miastach wojewódzkich. Fenomen ten opisujemy w liczbach na naszej stronie internetowej ratujmytelevizjelokalne.pl. **To 162 koncesje, 5 mln 200 tys. widzów, 30 lat na rynku mediów i 0 regulacji prawnych dotyczących telewizji lokalnych.** Tak, proszę Państwa, polskie prawo nie zauważa telewizji lokalnych, a raczej wrzuca nasze małe, powiatowe, czy osiedlowe telewizje do worka, w którym są światowe i europejskie koncerny medialne. One mają kapitał – my misję. Ich program wypełniony jest po brzegi wytrzymałości widza blokami reklamowymi – nasz



Dołącz do świata rozrywki



Internet
światłowodowy



Telewizja
mobilna



vectra.pl

Materiał nie stanowi oferty handlowej, a jest zaproszeniem do zawarcia umowy. Materiał nie zawiera pełnej informacji o szczegółowych warunkach świadczenia Usług i ich dostępności (np.: cena, okres zobowiązania, opłaty jednorazowe, wartości Prędkości: Minimalnych, Deklarowanych, Zwykle Dostępnych oraz Maksymalnych pobierania i wysyłania danych dla Usługi Internetu Stacjonarnego, zasięg terytorialny oraz innych ograniczeń i warunków szczególnych świadczenia Usług). Pełna informacja o warunkach świadczenia Usług znajduje się w Regulaminach Promocji i Regulaminach Szczegółowych poszczególnych Usług, dostępnych na Stronie WWW, pod numerem 601 601 601 (opłata wg stawek operatorów) oraz w Biurach Obsługi Klienta Vectra.

ulubionymi audycjami widzów, za które nikt nie zapłaci. **Bo czy Państwo – posłowie i senatorowie, radni i prezydenci zapytaliście się kiedykolwiek, skąd biorą się pieniądze na opłacenie ekipy, która obsługuje wasze briefingi w Policach, czy w Sieradzu? Na pewno nie z emisji programu, jak jest to w ogólnopolskich stacjach telewizyjnych. Nasze polskie prawo medialne nie jest równe dla wszystkich podmiotów. Proszę Was, byście to zauważyli!** Dzisiejszą debatę nazwalismy pierwszą w historii polskiego parlamentu debatą o telewizjach lokalnych. Ale to nieprawda. Byliśmy tu – obok w budynku komisji sejmowych 6 marca tego roku, gdy decydowały się losy ustawy Lex Pilot. To wówczas policzyliśmy się i zobaczyliśmy, że mamy wspólne problemy. I że nie są one wynikiem naszej nieudolności czy zbytniego zaangażowania w szerzenie misji. Że Jawor nie jest bardziej specyficzny od Gorzowa, a Głubczyce od Koszalina. Nasze problemy wynikają ze zmian technologicznych i globalizacji tego świata. Okazało się, że są to również problemy telewizji lokalnych w Niemczech i Portugalii, a nawet Kanadzie. Ale tam się już coś dzieje. Nasze telewizje lokalne, choć w większości są to przedsiębiorstwa albo spółki, nie są biznesem w pełni tego słowa znaczeniu. Przedsiębiorstwa zakładają się dla zysku, my zysków nie generujemy. Gdyby były biznesem, już dawno należałyby do biznesmenów albo do spółek skarbu państwa, a Polska wypełniona byłaby siecią lokalnych nadajników telewizji naziemnej. To nie jest biznes, to jest wielkie, rozproszone po całej Polsce dzieło, nasz codzienny obowiązek. Ale zastanówmy się, co by było, gdybyśmy nagle wyłączyli nasze lokalne telewizje. Wszystkie, w całej Polsce. Przecież to nam grozi, nie możemy bez końca pracować ponad siły, bez perspektywy i nadziei na lepsze. Czy oddziały TVP albo telewizje komercyjne każdego dnia dotrą do naszych powiatów? Czy włączą swoją kamerę przed każdym

politykiem z każdej politycznej strony? Czy burmistrzowie, prezydenci i starostowie będą mogli liczyć na obecność dziennikarzy na każde ich życzenie? A co ze zwykłymi mieszkańcami? Kto im opowie kolejną opowieść z historii miasta, kto pokaże mszę św. z kościoła parafialnego, zmagania III-ligowych futbolistów i koncert dzieci w Dniu Matki? Choćbyście wydali największe pieniądze, to tego nie będzie.

Panie Marszałku, panie i panowie parlamentarzyści. Dziękuję, że cierpliwie wysłuchaliście naszych

śmy różni i bardzo lokalni, ale w tym nasza siła. Potrzebujemy mechanizmu dofinansowania naszych telewizji, który będzie sprawiedliwy, proporcjonalny i obiektywny.

Podpowiadamy utworzenie Funduszu, który refundowałby telewizjom lokalnym zatrudnienie na stanowiskach dziennikarskich. Są trzy warunki: Posiadanie i wykonywanie koncesji (to zweryfikuje KRRiT); Zatrudnienie w redakcji pracowników i opłacanie składki ZUS; Wystąpienie z wnioskiem o refundację. Pomysł ten, oprócz



W studiu telewizji Truso

wystąpien. Nie mogło w nich zabraknąć wyrzutów i żalu. Chyba to rozumiecie. Ale tak naprawdę przyjechalismy do Was z gotowym pomysłem. Pomysłem na to, by naprawić Polskę. Bo to, co od dawna robimy sprawia, że w naszych miastach i miasteczkach żyje się lepiej, że władza działa sprawniej, że publiczne pieniądze wydawane są z sensem, że szkoły są fajniejsze, a młodzież ma gdzie uczyć się dziennikarstwa, że ludzie mają nadzieję na rozwiązanie ich małych i dużych problemów, że chce im się chcieć, że uśmiechają się do siebie i jednoczą się wokół wspólnych spraw, że kochają swoje miasta. My już tam jesteśmy i to robimy, ale potrzebujemy zmiany w prawie medialnym. **Potrzebujemy wyrównania szans. Jako jedyne media nie mamy dostępu do ogólnopolskiego rynku reklam, a lokalny przestał istnieć. Jeste-**

prostoty i niskich kosztów obsługi ma zalety społeczne i zawodowe, bo promować będzie zatrudnienie nawet początkujących dziennikarzy na etacie (co jest w tym zawodzie wyjątkiem). Mała telewizja będzie miała 1 etat, duża – kilkanaście czy kilkadziesiąt. Nie ma tu uznaniowości, a poza tym nie proponujemy niczego nowego, bo podobny system od dawna już w Polsce działa (jest to PFRON). Działa też na świecie (to inicjatywa firmy Google). **W Unii Europejskiej powstało już wiele dokumentów nie tylko pozwalających na udzielanie pomocy publicznej lokalnym prywatnym mediom, ale nawet do tego zachęcających. Mówi się w nich wręcz o konieczności wspierania niezależnych mediów lokalnych i w wielu krajach UE to się już dzieje. Najwyższy czas, byśmy zrobili to w Polsce.**

Ogólnopolski Zjazd MiŚOT

Szkolenia, obrady, debaty

TEKST ALEKSANDRA CZERECH

W Zakopanem w dniach 13-15 listopada br. mali i średni operatorzy telekomunikacyjni z całego kraju spotkają się, by obradować na temat tego, co wydarzyło się w mijającym roku oraz, co wydarzy się w następnym. Finanse, prawo, nowe technologie, edukacja i rozwój, to tylko niektóre spośród tematów, jakie będą poruszane. Wydarzenie to będzie odbędzie się pod patronatem Grupy MiŚOT, Stowarzyszenia e-Południe oraz Fundacji Lokalni.

Wydarzenia organizowane pod szyldem Zjazdów MiŚOT słyną z merytoryki na najwyższym poziomie, Hyde Parku – czyli spotkań, w których mogą uczestniczyć tylko i wyłącznie operatorzy. Drzwi sali zamknięte są dla wszystkim innych, dzięki temu otwarcie i bez ogródek można mówić o wszystkich ważnych tematach. Organizator spodziewa się sporej frekwencji. Na Zjeździe otwierającym rok w branży, który odbył się pod koniec marca w Wiśle uczestniczyło blisko pół tysiąca osób.

W dniu zero w ramach **MiŚOT Akademii** przeprowadzone zostanie szkolenie, którego tematu organizator jeszcze nie podaje. Pewne jest to, że poprowadzi je doświadczony w biznesie trener. Limitowana liczba miejsc sprawia, że wstęp na warsztaty będzie ograniczony. Organizator zapewnia, że niedługo zostaną uruchomione zapisy.

W agendzie nie zabraknie wystąpienia radców prawnych, którzy szeroko omawiać będą istotne kwestie związane z przepisami dotyczącymi działalności gospodarczej, prawa pracy oraz zmian w prawie telekomunikacyjnym. Dużo będzie mówiło się również o ekonomii oraz możliwościach zwiększania przychodów, czy sukcesji.

Organizatorzy przewidzieli specjalną salę dedykowaną małym



i średnim operatorom telekomunikacyjnym, którzy czekają na więcej informacji dotyczących telewizji opartej o aplikację, czyli **KameleonTV**. To nowatorskie rozwiązanie, w ramach, którego klienci końcowi będą oglądać telewizję na trzech różnych urządzeniach w tym samym czasie. KameleonTV zmieni również obraz rynku dla operatorów świadczących usługę dostępu do telewizji swoim klientom. Warto dowiedzieć się więcej, bo będzie to prawdziwa rewolucja.

Kolejnym projektem, który zostanie omówiony podczas Zjazdu jest **KoalaTel**, czyli telefon komórkowy działający w oparciu o sieć T-Mobile w korzystnym dla operatora modelu sprzedaży.

Przewidziana jest również debata dotycząca możliwości i sensu wspólnego budżetu reklamowego, w którym udział wezmą eksperci z **Concept Heroes**, którzy doskonale poznali problemy, z jakimi mierzą się uczestnicy rynku telekomuni-

kacyjnego, wdrażając strategię dla wyszukiwarki **lokalni.pl**. W czasie zjazdu będzie również można zobaczyć nowe oblicze i działanie samej wyszukiwarki, a zmian wprowadzono wiele. O szczegółach dotyczących tego projektu również będzie mowa, i to pod wieloma różnymi względami.

Organizatorzy zapewniają, że jak zawsze będzie można liczyć na najlepszą atmosferę, kularowe rozmowy i wymianę doświadczeń, bo to przecież jest najważniejsze w czasie branżowych spotkań. Dla tych, dla których ważne są zmiany, jakie zachodzą na rynku telekomunikacyjnym organizator informuje o tym, że są jeszcze miejsca i można wykupić wejściówkę zapewniającą uczestnictwo. Popularność wydarzenia sprawia, że w poprzednich edycjach miejsc zabrakło, dlatego lepiej nie czekać i dokonać rezerwacji: <https://zakopane.misot.pl/rejestracja>.

250 proc. wzrostu zysku

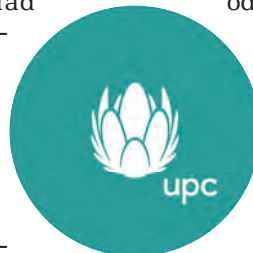
O blisko 250 proc. do 8,3 mln zł wzrósł w ub.r. zysk netto **Sat Film**, operatora kablowego działającego we Wrocławku, który od końca 2021 r. jest właścicielem operatora kablowego **Centrum Telewizji Kablowej JIM-SAT** odkupionego od grupy **Vectra** – wynika ze sprawozdania finansowego spółki złożonego w KRS. Wysoki wzrost zysku netto to efekt gwałtownego wzrostu pozostałych przychodów operacyjnych z 127,5 tys. zł w 2021 r. do niemal 15,2 mln zł w 2022 r. Wzrost nastąpił w pozycji „zysk z tytułu



rozchodu niefinansowych aktywów trwałych”. W efekcie – mimo skoku „innych kosztów operacyjnych” z 38,7 tys. zł do przeszło 3,8 mln zł – zysk operacyjny wyniósł 11,3 mln zł i był prawie 216 proc. wyższy niż w 2021 r. Inna znacząca zmiana w kosztach spółki to ponad 15-krotny wzrost odsetek z niespełna 100 tys. zł w 2021 r. do ponad 1,5 mln w 2022 r. Na koniec 2022 r. zobowiązania długoterminowe spółki wynosiły 22,6 mln zł wobec 8,5 mln zł na koniec 2021 r., a krótkoterminowe – 9,1 mln zł (rok wcześniej 7,2 mln zł). W ub.r. przychody Sat Film wyniosły 34,1 mln zł i były o 3,6 proc. wyższe niż rok wcześniej. W 2022 r. suma bilansowa spółki wzrosła o 24,3 mln zł do 71,4 mln zł. Nastąpiło to za sprawą zwiększenia z 4,9 mln zł do blisko 30,8 mln zł aktywów trwałych klasyfikowanych jako środki transportu. Z informacji dodatkowych wynika, że spółka ma umowę „leasingu na środek transportu lotniczego”.

Strata w UPC Polska

W 2022 r. strata netto **UPC Polska** wyniosła 71,6 mln zł i była o ponad 32,9 mln zł niższa niż rok wcześniej – wynika ze złożonego w KRS sprawozdania operatora wchodzącego w skład grupy **P4**. Ubiegłoroczne przychody wzrosły o 3,3 proc. i przekroczyły 1,8 mld zł. Koszty działalności operacyjnej wzrosły o 3,2 proc. do blisko 1,66 mld zł. Na poziomie EBITDA UPC wykazało zysk w wysokości 339,4 mln zł (rok wcześniej – 372,4 mln zł). Strata operacyjna wyniosła 5,1 mln zł i była o 3,1 mln zł niższa niż rok wcześniej. W końcu 2022 r. w zasięgu sieci było ponad 3,782 mln gospodarstw domowych, a na obszarach POPC w zasięgu usług spółki znajdowało się ponad 1,37 mln gospodarstw domowych. Nie podając danych dotyczących



liczby świadczonych usług UPC informuje, że w 2022 r. liczba usług telewizji cyfrowej wzrosła o 79 tys., a usług internetu o 85 tys. Ujawnia również, że rośnie odsetek klientów korzystających z podwójnej usługi.

W 2022 r. wynosił 50 proc. wobec 43 proc. w 2021 r. W 2022 r. spółka poniosła nakłady inwestycyjne o łącznej wartości 380 mln zł. Były to głównie wydatki na modernizację i budowę infrastruktury telekomunikacyjnej, w tym sprzętu CPE. Przewidywane na ten rok nakłady na niefinansowe aktywa trwałe to przeszło 580 mln zł. Ze sprawozdania z działalności wynika, że w ub.r. UPC Polska uregulowała ok. 34 mln zł zaległości (zaległe zobowiązania podatkowe i odsetki) za 2018 r., które w wyniku kontroli wykazał Urząd Celno-Skarbowy.

UPC znów grozi kara

Prezes **UOKiK** postawił zarzuty **UPC Polska**. Spółce grozi kara do 10 proc. obrotów. W ramach programu „Więcej korzyści dla Ciebie” spółka UPC Polska w okresie od 1 lutego 2019 r. do 1 kwietnia ub.

roku podwyższała abonament klientom mającym umowę na czas nieoznaczony. Konsumenci otrzymywali od spółki wiadomości, z których dowiadawali się, że będą mieli dostęp do większej liczby kanałów (w tym programów premium) lub szybszy internet. Wiązało się to z wprowadzeniem dodatkowej opłaty od 4 do 8 zł w zależności od posiadanego pakietu. Abonenci mogli całkowicie wypowiedzieć umowę ze spółką, zgłosić rezygnację z tych zmian przed ich wprowadzeniem lub



korzystać z oferty, przy czym mieli w dalszym ciągu możliwość przez 6 m-cy zrezygnować z niej i otrzymać zwrot różnicy w abonamencie. Wszystkie te opcje oznaczały jednak, że to na konsumentów zostanie przerzucony ciężar braku wyrażenia zgody na nowe usługi, których nie zamawiali. W umowach zawieranych z konsumentami takie działanie jest prawnie zakazane. W ocenie prezesa **UOKiK** Program „Więcej korzyści dla Ciebie” zakładał świadczenie usług o innych parametrach niż te, które zamówili konsumenci. Były to dla nich produkty nowe, a przedsiębiorca nie uzyskał zgody ani wyraźnego oświadczenia woli klientów w zakresie ich uruchomienia i naliczania dodatkowych opłat.

TOYA poprawia zysk

O niemal 8 proc. wzrosły w 2022 r. przychody łódzkiego operatora **TOYA**. Spółka wypracowała **11,5 mln zł zysku netto**. Rok wcześniej na tym poziomie miała **1,5 mln zł straty** – wynika ze sprawozdania finansowego złożonego w KRS, a cytowanego przez telko.in. Ubiegłoroczne przychody TOYA sięgnęły **230,7**



mln zł. Przychody z usług telekomunikacyjnych po wzroście o niemal 8 proc. wyniosły **207,4 mln zł**. Sprzedaż usług do podmiotów powiązanych spadła o ponad 10 proc. do **12,5 mln zł**. Po stronie kosztów działalności operacyjnej uwagę zwracają wzrost – o niemal **110 proc. do 123,6 mln zł** – kosztów usług obcych oraz spadek – o ponad **85 proc. do 7,5 mln zł** – kosztów związanych z podatkami opłatami, a także zmniejszenie o niemal **21 proc. do 20,7 mln zł** amortyzacji. Spółka miała w 2022 r. **36,4 mln zł EBITDA** i **15,8 mln zł** zysku

operacyjnego. Rok wcześniej było to odpowiednio **31,8 mln zł** i **5,7 mln zł**. Udziałowcy spółki zdecydowali, że cały zysk netto za 2022 r. zostaje przeznaczony na kapitał zapasowy. Ze sprawozdania zarządu wynika, że

wykorzystując środki unijne w pięciu powiatach województwa łódzkiego

wybudowano blisko **2 tys. km sieci światłowodowej**, obejmując zasięgiem **ok. 50 tys. gospodarstw domowych i 130 placówek oświatowych**. Ponadto spółka wybudowane nowe linie światłowodowe zwiększające liczbę włókien wychodzących ze stacji czołowych w Łodzi, Krakowie, Kutnie i Piotrkowie. W Łodzi, Krakowie, Przemyślu, Piotrkowie, Pabianicach i Kutnie powstały nowe odcinki linii światłowodowych umożliwiające lepszą dystrybucję sygnału poprzez zwiększenie ilości węzłów optycznych i poszerzenie dostępnego pasma.

Multimedia z lekkim spadkiem

O prawie 6 proc. do nieco ponad **518 mln zł** spadły w 2022 r. przychody **Multimediów Polska**, operatora kablowego kontrolowanego przez **Vectrę** – wynika z raportu rocznego spółki złożonego w KRS. Przychody Multimediów z usług telekomunikacyjnych po spadku o 6,3 proc. wyniosły **495,5 mln**



zł, a łączne przychody z umów z klientami – **508,3 mln zł** (spadek rok do roku o 6,1 proc.). Koszty operacyjne spółki w ub.r. wyniosły **464,4 mln zł** i były o prawie 11 proc. niższe niż rok wcześniej. Spośród głównych pozycji tych kosztów wzrosły

jedynie wydatki związane ze zużyciem materiałów (o ponad 77 proc. do **37,9 mln zł**). W 2022 r. Multimedia osiągnęły **240,2 mln zł EBITDA** i **62,7 mln zł** zysku operacyjnego. Rok wcześniej było to odpowiednio **255,2**

mln zł i **42,9 mln zł**. Spółka wypracowała **13,5 mln zł** zysku netto. Był on dwu-

krotnie wyższy niż rok wcześniej. Multimedia mają wysoki poziom zadłużenia – w końcu ub.r. kredyty bankowe wynosiły ponad **933 mln zł**, z czego ponad 861 mln zł to kredyty długoterminowe. W końcu ub.r. Multimedia świadczyły usługi **518,8 tys.** klientów.

Skargi na Vectrę i MMP

Abonenci sieci kablowych **Vectra i Multimedia Polska** skarżą się na podwyżki cen w trakcie trwania umowy nie tylko do **Urzędu Konkurencji i Konsumentów**. Jak dowiedział się portal **Wirtualnemedia.pl**, kilka pism w tej sprawie otrzymał także **Urząd Komunikacji Elektronicznej**. Jesienią 2022 r. Vectra i przejęta przez nią sieć kablowa Multimedia Polska wprowadziły klauzule modyfikacyjną i waloryzacyjną. Pierwsza pozwala na podwyższenie cen z możliwością bezkarnego wypowiedzenia umowy przez abonenta. Druga uprawnia firmę do waloryzacji opłat abonamentowych o wartość półrocznego lub średniorocznego wskaźnika cen towarów i usług konsumpcyjnych. Jeżeli ceny zostaną podniesione o wskaźnik inflacji, to abonent nie może bez konsekwencji rozwiązać umowy. Na początku operator skorzystał z tych zapisów po tym jak GUS poinformował, że w ub.r. ceny poszły w górę średnio o 14,4 proc. W lipcu kolejna grupa abonentów zaczęła otrzymywać informacje o „waloryzacji cen”. Tym razem opłaty wzrosną o 15 proc., również w oparciu o dane GUS. W styczniu br. prezes UOKiK nałożył na Vectrę 22,23 mln zł kary za jednostronne zmiany umów sprzed 3-4 lat, w oparciu o które firma podniosła opłatę za telewizję i internet. Tylko w pierwszym półroczu do Urzędu wpłynęło 140 skarg na podwyżki związane z wprowadzonymi klauzulami. UOKiK poinformował, że „postępowania wyjaśniające są w toku”. Część niezadowolonych abonentów kieruje sprawę także do UKE.

„MOŻNA #INEACZEJ”

INEA wystartowała z nową kampanią reklamową pod hasłem „MOŻNA#INEACZEJ”, w której promuje szybki światłowodowy internet i telewizję Hiway 4K. Twarzą kampanii został youtuber Karol „Błówek” Gązwa. INEA oddaje głos w kampanii profesjonalistom, przedstawicielom nowego pokolenia, youtuberowi z największą liczbą subskrybentów na kanale YouTube



w Polsce. Firma podkreśla, jak ważny jest teraz szybki i dobry internet. Mówi o tym używając takich haseł, jak „Internet, który nie zwalnia na zakręcie”, „Telewizja, która działa tak, jak powinna” czy „WiFi Extra, działające extra w całym domu”. Operator pokazuje, że można #ineaczaj, oferując niezawodne usługi na przejrzystych warunkach i obsługę klienta na najwyższym poziomie. Współpraca z Błokiem ma pokazywać markę INEA jako nowego gracza na rynku, który działa nieszablonowo i wyróżnia się na tle konkurencji. Karol Gązwa podkreśla, że aby być o krok przed innymi, niezbędne jest posiadanie szybkiego i niezawodnego internetu. Niebawem usługi INEA będą dostępne na terenie całego kraju, obejmując swoim zasięgiem kilka mln gospodarstw domowych. Kampania prowadzona jest w internecie i w social mediach. Powstała we współpracy z Minima Advertising People, Visual Heads i Mediahub.

„Kryminał: Gliny” w WTK

W jesiennej ofercie wielkopolskiej, lokalnej **Telewizji WTK** znajdzie się serial dokumentalny „**Kryminał: Gliny**”. Produkcja będzie poświęcona pracy poznajskich policjantów. – Pokazujemy pracę policjantów, których na co dzień widzimy



na ulicach miasta, ale także tych, którzy działają w ukryciu. Nasz serial pokazuje całe spektrum służby. Towarzyszymy funkcjonariuszom drogówki obsługującym kolizje, ale też pozornie zwykłemu staromiejskiemu patrolowi, który chwilę po rutynowej interwencji leci na alarm bombowy. Czy też policyjnym wywiadowcom polującym na dilerów narkotyków. W żaden sposób nie reżyserowaliśmy zachowań funkcjonariuszy na służbie, dlatego widz zobaczy ją taką, jaka jest. Z każdym zespołem

będziemy od rozpoczęcia służby do jej końca, za dnia i w nocy. – mówi **Jakub Pięta**, autor serialu. W ramach serii dokumentalnej WTK wyprodukowała kolejno: „**Kryminał Wronki**”, „**Kryminał Rawicz**”, „**Kobiety Kryminału**” oraz „**Poprawczak**”. I o ile bohaterami wymienionych serii byli więźniowie i wychowankowie zakładu poprawczego, to „**Kryminał: Gliny**” pokazuje przestępczość w przestrzeni publicznej z policyjnej perspektywy. Serial można oglądać w soboty o godz. 22.00.

Nowe finansowanie PŚO



Rozwój sieci

Polski Światłowód Otwarty (PŚO), w którym udział ma operator sieci **Play**, obejmujący swoim zasięgiem ponad 3,7 mln gospodarstw domowych, uruchomił nowe finansowanie przeznaczone na modernizację obecnej sieci HFC do standardu FTTH (fiber-to-the-home) oraz dalszą rozbudowę sieci światłowodowej, tak by docelowo objąć swoim zasięgiem ponad 6 mln gospodarstw domowych w Polsce – informuje serwis telko.in. Finansowanie, w łącznej wysokości **5,125 mld zł**, składa się z kredytów terminowych oraz kredytu odnawialnego, udzielonych spółce na warunkach rynkowych przez grupę polskich



i międzynarodowych banków oraz przez **Europejski Bank Inwestycyjny**. Okres dostępności finansowania został ustalony na 7 lat. Kancelaria **Norton Rose Fulbright** pełniła rolę doradcy prawnego PŚO, natomiast kancelaria Allen & Overy doradzała bankom.

Wyższe przychody INEA

W pierwszym pełnym roku działalności, jako spółki oferującej usługi telewizji kablowej i telekomunikacyjne z wykorzystaniem sieci **Fiberhost**, wielkopolska **INEA** miała **390,1 mln zł** przychodów – wynika ze sprawozdania złożonego w KRS, a przytoczonego przez telko.in. Według zarządu spółki, przychody w 2022 r. były o 4 proc. wyższe niż osiągnięte przez INEA rok wcześniej przy założeniu, że samodzielnie działałaby przez cały 2021 r. Największy udział w przychodach operatora – **155,7 mln zł** miały usługi dostępu do internetu. Nieco niższy – **146,3 mln zł** – usługi telewizji kablowej. Istotną pozycją – **66,9**



mln zł – były także usługi dla biznesu. Ze stacjonarnych usług głosowych spółka miała **5,4 mln zł** przychodów, a z usług mobilnych – **8,7 mln zł**. Po stronie kosztów największą pozycją były

usługi obce (**279,1 mln zł**) z czego 207,2 mln zł przypadało na zakupy usług od Fiberhost. Koszty amortyzacji wyniosły **41,7 mln zł**, a wynagrodzeń blisko **21,9 mln zł**.

W ub.r. INEA miała **49,9 mln zł** EBITDA, osiągnęła **8,2 mln zł** zysku operacyjnego oraz miała **6,4 mln zł** straty netto. Inea w ub.r. przestała być współwłaścicielem spółki **WTK**. Część udziałów zostało umorzonych, a pozostałe odkupili dwaj wspólnicy WTK.

Sponsoring Fortuna 1 Ligi

INEA została oficjalnym sponsorem **Fortuna 1 Ligi**. Podstawą współpracy mają być projekty kierowane do kibiców pierwszoligowych klubów. Operator zostanie partnerem nagrody dla **Trenera Miesiąca**, która od sezonu 2023/2024 będzie przyznawana przy udziale kibiców oraz panelu ekspertów. Firma będzie też nagradzała trenerów

wirtualnych w ramach inicjatywy **Fantasy 1 Liga**. Planowane jest również uruchomienie mobilnej strefy aktywności INEA podczas najciekawszych spotkań w trakcie trwania rozgrywek, a w mediach społecznościowych prowadzone będą dodatkowe aktywności angażujące fanów piłki nożnej. – Współpraca z Fortuna 1 Ligą to także doskonała okazja do wzmocnienia wizerunku INEA, szczególnie w tym ważnym i historycznym dla nas momencie, w którym stajemy się ogólnopolskim graczem na rynku usług telekomunikacyjnych – mówi **Maciej Piechociński, prezes INEI**. Marka INEA będzie obecna na nośnikach reklamowych na obiektach Fortuna 1 Ligi od pierwszej kolejki sezonu. W przeszłości Spółka była sponsorem tytularnym stadionu Lecha Poznań przy ul. Bułgarskiej. Tamta współpraca zakończyła się pięć lat temu.



J. Kosiński zmniejsza udziały

W maju br. polska spółka **Lagris** miała jeszcze 5 tys udziałów w **Odin Holdings S.à r.l.** – podmiocie prawa luksemburskiego, wehikule finansowym, który jest 100-proc. właścicielem **INEA** oraz **Fiberhost**. Lagris jest zaś podmiotem kontrolowanym przez **Janusza Kosińskiego**, jednego z założycieli sieci kablowej INEA, który w latach 2013-2017 sprzedał kontrolny pakiet akcji w tej spółce, ale nadal zasiada w radzie nadzorczej zarów-



Janusz Kosiński

no INEA, jak i Fiberhostu. Z akt luksemburskiego Registre de Commerce et des Sociétés wynika, że od 2018 r. Lagris zmniejszył stan posiadania z **13 460** udziałów do **5 000** udziałów w roku bieżącym. O tyle samo zwiększyły się udziały drugiego udziałowca **Odin Holdings S.à r.l.** – **MEIF 5 OdinHoldings S.à r.l.**, kontrolowanego przez fundusz **Macquarie**. Warto zaznaczyć, że pierwotnie obaj udziałowcy **Odin Holdings S.à r.l.** dysponowali udziałami różnych serii, co może oznaczać różne prawa z tych udziałów. Obecnie INEA jest w procesie sprzedaży i szuka nowego inwestora. Operator świadczy usługi z wykorzystaniem sieci Fiberhostu – informuje serwis telko.in.

Ofcom bada Virgin Media

Brytyjski **Ofcom** wszczął postępowanie w sprawie **Virgin Media** po skargach klientów, że firma utrudnia im rozwiązanie umowy. Jak stwierdzono w komunikacie, przytoczonym przez telko.in, regulator jest zaniepokojony liczbą skarg otrzymanych od klientów, którzy próbowali odejść, ale napotkali utrudnienia, takie jak kłopoty z dodzwonieniem się do biura obsługi, czy też zrywanie połączenia podczas rozmowy z konsultantem albo zawieszanie przez konsultanta połączenia na długi czas. – Wielu klientów twierdzi, że musieli składać długie i powtarzające się prośby o anulowanie usług, ponieważ ich początkowe instrukcje nie zostały zrealizowane – twierdzi Ofcom. Jak zauważają brytyjskie media, Virgin Media w najnowszym badaniu satysfakcji klientów uzyskał wyniki poniżej średniej dotyczące czasu oczekiwania na połączenie z biurem obsługi oraz zadowolenia z obsługi reklamacji. Sam operator nie kwestionując samych wyników stara się znaleźć w nich coś pozytywnego. Twierdzi więc, że wynik jest lepszy niż poprzednio oraz że wskaźnik reklamacji związanych z „trudnymi odejściami” spadł w ostatnim roku o połowę. Postępowanie regulatora prócz zbadania, czy Virgin Media przestrzega zasady rozwiązywania umów, dotyczyć ma też tego, czy spełnia on warunki wymagań dotyczących rozpatrywania reklamacji. Ofcomsygnalizuje, że jeśli w wyniku postępowania okaże się, że Virgin Media naruszył obowiązujące zasady, to musi się liczyć z nałożeniem kary, a regulator może nakazać firmie podjęcie działań naprawczych i/lub zmianę procedur.

FTTH/B przoduje

W końcu marca br. na świecie działało blisko **1,38 mld stacjonarnych łączy szerokopasmowych**. O niemal 21,6 mln więcej niż w końcu 2022 r. – wynika z najnowszego kwartalnego raportu firmy badawczej **Point Topic**. Europa Wschodnia – do tej kategorii zaliczana jest Polska – prawie nie uczestniczy w globalnym wzroście. W I kw. liczba łączy zwiększyła się o nieco ponad 100 tys. Powodem – według Point Topic – jest spowolnienie wzrostu w większości krajów regionu i spadek liczby łączy w Rosji, która – ze względu na wielkość rynku – ma silny wpływ na statystyki całego regionu. Spośród największych rynków w Europie Zachodniej najszybsze wzrosty odnotowano w **Hiszpanii (o 0,76 proc.)**, **Niemczech (o 0,41 proc.)** i **Francji (o 0,35 proc.)**. Z zebranych przez analityków danych wynika, że wzrost to przede wszystkim zasługa technologii **FTTH/B** (w porównaniu z końcem

I kw. 2022 r. ich liczba wzrosła o ponad **11 proc.**). W mniejszym stopniu do zwiększenia liczby łączy przyczyniły się stacjonarne technologie bezprzewodowe, zwłaszcza **FWA** (wzrost rok do roku o niemal 5 proc.) i **satelitarne** (wzrost o 1,3 proc.). Liczba łączy kablowych wzrosła o **0,5 proc.**

POINT. topic

Liczba łączy **xDSL** spadła w skali roku o blisko **10 proc.**, zaś łączy **FTTx** (w tym VDSL) o **0,5 proc.** W przypadku VDSL wzrosty odnotowano na największych rynkach tej technologii, takich jak Turcja, Czechy, Grecja i Niemcy. W końcu I kw. udział **FTTH/B** w globalnej liczbie stacjonarnych łączy szerokopasmowych sięgał **66,7 proc.** W Europie – w krajach, gdzie jest co najmniej 0,5 mln abonentów FTTH/B – największe procentowe wzrosty liczby łączy światłowodowych odnotowano w **Wielkiej Brytanii (o 11,6 proc.)**, **Irlandii (o 7,3 proc.)** i **Włoszech (o 7,0 proc.)**.

Kłótnia Ma Bell

Śledztwo dziennikarzy w Stanach Zjednoczonych wykazało istnienie infrastruktury telekomunikacyjnej z toksycznym pierwiastkiem – **ołowiem**. – informuje Rzeczpospolita. Ołowiane kable ciążyą na notowaniach akcji operatorów telekomunikacyjnych. 21 proc. od początku roku, straciły na wartości akcje **AT&T**, największego w USA operatora telekomunikacyjnego świadczącego usługi przewodowe. **Verizon** w tym samym czasie stracił odpowiednio na wartości 16 proc. Dziennik „The Wall Street Journal”, który opublikował wyniki śledztwa, uważa, że ma w tych spadkach swój udział. Dziennikarze odkryli, że w Stanach Zjednoczonych jest nadal infrastruktura kablowa z elementami ołowiu, pierwiastka szkodliwego dla zdrowia. Zlokalizowano ją w różnych miejscach, w tym na dnie zbiorników

wodnych i w pobliżu domostw. Dziennik rozmawiał z naukowcami, ekspertami, rodzinami zatrutych i lekarzami oraz przedstawił zalecenia dla osób, które natkną się na tego typu instalacje. Sprawa ołowiu w infrastrukturze telekomunikacyjnej dotyczy tych przedsiębiorstw, które korzystają z sieci wybudowanej od końca XIX w. do roku 1960, nazywanych zbiorczo **Ma Bell** (od **Mamy Bell** – **Bell Telephone Company**, pierwszej sieci telekomunikacyjnej w USA, na bazie której powstało AT&T). Jak się okazuje, w Polsce także jest jeszcze infrastruktura zawierająca ołów. Należy ona głównie do **Orange Polska**, następcy prawnego Telekomunikacji Polskiej. Orange zapewnia, że łączy w obudowie ołowianej to margines infrastruktury, która jest stopniowo wymieniana.



SATELITY
HOTBIRD 13° EAST

Największa sieć nadawcza w Polsce

Duża liczba kanałów. **Większy wybór.**
Najlepsza jakość. Dla Ciebie.

 **eUTELSAT**

Rynek internetu pod lupą UKE

Urząd Komunikacji Elektronicznej wystosował zaproszenie do ustalenia szacunkowej wartości zamówienia na przeprowadzenie badania ankietowego opinii publicznej w zakresie funkcjonowania rynku usług stacjonarnego dostępu do internetu ze szczególnym uwzględnieniem wpływu sieci światłowodowych budowanych z dofinansowaniem POPC wraz z opracowaniem wyników badania.



Przedmiot zamówienia sfinansowany zostanie ze środków przewidzianych w budżecie projektu nr POPC.04.01.01-00-0073/22 „Finansowanie zaplecza technicznego i szkoleniowego dla Urzędu Komunikacji Elektronicznej w 2023 r.” w ramach Pomocy Technicznej Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa na lata 2014-2020. Dodatkowo badanie ma pozwolić zidentyfikować problemy związane z korzystaniem z dostępnych usług na obszarach, gdzie już zakończyła się realizacja inwestycji w ramach 1.1. POPC oraz sposób wykorzystania usługi internetowej wśród użytkowników tego typu usługi. UKE chciałby, aby realizacja badania wraz z opracowaniem raportu została zakończona w ciągu 12 tygodni od daty podpisania umowy. Szacowany czas realizacji zamówienia to trzeci-czwarty kwartał, do 30 listopada 2023 r.

Sport i hity od Sony w Netia GO

Serwis Netia GO, w ramach którego operator oferuje m.in. serwisy VOD, w tym pakiety premium i blisko 130 kanałów TV online, został wzbogacony o kolejne treści. Klienci zyskali dostęp do nowego pakietu kanałów sportowych premium z miesięczną subskrypcją, natomiast biblioteka VOD serwisu została wzmocniona szeregiem superprodukcji od **Sony Pictures Entertainment**. Nowy pakiet – **Netia Sport Premium** – który jest dostępny w serwisie Netia GO w cenie od 35 zł/m-c (w zależności od urządzenia, na którym się kupuje dostęp), nie wiąże się z zawieraniem długotrwałych zobowiązań. Pakiet zapewnia dostęp do transmisji meczów **Ligi Mistrzów UEFA i Ligi Narodów UEFA** na kanałach **Polsat Sport Premium**, a także meczów lig



włoskiej, hiszpańskiej (wybrane), francuskiej, portugalskiej, belgijskiej, Pucharu Anglii, Pucharu Niemiec oraz meczów **PGE Ekstraligi** na kanałach **Eleven Sports**. W bibliotece VOD serwisu Netia GO pojawiły się natomiast produkcje kolejnego wielkiego studia filmowego – **Sony Pictures Entertainment**. Są to zarówno najnowsze produkcje, tj. „Spider-Man. Poprzez multiwersum”, „Rycerze Zodiaku”, „Hotel Transylwania 4: Transformania”, „65”, czy „Bullet train”, jak i dziesiątki cenionych klasyków.

Netia dla studentów

Jak co roku w okresie poprzedzającym powrót do szkół i na uczelnie, **Netia** prezentuje specjalną ofertę promocyjną na dostęp do internetu na sieci własnej, opracowaną głównie z myślą o uczniach i studentach (ale dostępną dla wszystkich chętnych). Ofertę charakteryzuje krótki okres zobowiązania (**umowa na 9 m-cy**) i atrakcyjne opłaty abonamentowe. Ceny internetu startują od

40 zł/m-c, a już **od 55 zł** można nabyć szybki, przewodowy internet z dostępem do serwisu **Disney+**. Ceny poszczególnych taryf przedstawiają się następująco: Przy opcji prędkości pobierania danych do **150 Mb/s** miesięczny abonament od 2. do 9. m-ca kosztuje **40 zł/m-c**; Przy opcji do **300 Mb/s** – **50 zł**; do **600 Mb/s** – **60 zł**, a do **1 Gb/s** – **80 zł/m-c**. Pierwszy miesiąc w każdym z wariantów klient otrzymują gratis, a po 9 m-cach umowa na internet lub internet z **Disney+** przechodzi na czas nieokreślony z 1-miesięcznym okresem wypowiedzenia, a abonament wzrasta o 10 zł. Promocja potrwa do 31 października br.



Trio za pół ceny

Netia stworzyła promocyjny trójpak dla firm z segmentu MŚP – szybki, biznesowy dostęp do internetu (**Netia BDI**, **Netia Cloud Firewall**) wraz z rozwiązaniem **Netia WIFI** aż **50 proc. taniej przez cały okres umowy**. **Netia BDI** to szybki, symetrycz-

ruchu internetowego z określonych krajów, np. z Rosji. **Netia WIFI**, to usługa polegająca na zapewnieniu bezprzewodowego dostępu do internetu w technologii Wi-Fi, w ramach której klient może ustawić dla swoich pracowników i gości dostęp



ny dostęp do internetu najwyższej jakości (m.in. gwarancja przepływności, niezawodność i wysokie SLA). Światłowodowe BDI zapewnia elastyczne, niemal nieograniczone zwiększanie pasma (**nawet do 100 Gb/s**) wraz z rozwojem potrzeb danej firmy. Z kolei usługa **Netia Cloud Firewall** zapewnia ochronę sieci LAN klientów m.in. przed złośliwym oprogramowaniem, czy próbami włamania. Usługa umożliwia też kontrolę dostępu do wybranych aplikacji dla pracowników, blokowanie dostępu do określonych stron internetowych, a nawet filtrowanie

tw. „swobodny” lub warunkowy. W skład oferty **Netia WIFI** wchodzi też **platforma marketingowa**, do której klient ma dostęp z poziomu przeglądarki internetowej. Daje ona możliwość reklamowania usług i produktów, przeprowadzania ankiet, wyświetlania reklam i ustawiania stron startowych na urządzeniach mobilnych, logujących się do sieci WIFI. W przypadku jednoczesnego zakupu trzech usług (**Netia BDI + Netia Cloud Firewall + Netia WIFI**) nowym klientom przyznawany jest 50 proc. rabat przez cały okres umowy.

Taryfy mobilne z 5G

Użytkownicy szybkiego, przewodowego dostępu do internetu **Netii** mogą dokupić na specjalnych warunkach usługi mobilne, które działają na bazie sieci **Plus** – umożliwiającej transmisję danych o prędkości do 1 Gb/s. Dostępne są 4 taryfy mobilne, już od 25 zł/m-c, a przeniesienie numeru z innej sieci

premiowane jest 3 miesiącami abonamentu gratis. W trzech wyższych planach taryfowych obowiązuje aktualnie promocja, w ramach której pakiet danych w okresie zobowiązania jest podwojony. Dzięki czemu już w taryfie Super (5G) za 30 zł/m-c abonenci otrzymują aż 60 GB danych.

Rezerwy na kary i zobowiązania

Po decyzji **Pomorskiego Urzędu Celno-Skarbowego** dotyczącej zaległości podatkowych **Vectra** utworzyła niemal ćwierć mld złotych rezerw. Miało to negatywny wpływ na ubiegłoroczne zyski spółki i grupy kapitałowej – wynika ze sprawozdań finansowych złożonych przez operatora kablowego w KRS. Jak podaje telko.in, w raporcie rocznym znajduje się informacja, że w marcu br. Vectra otrzymała decyzję Pomorskiego UCS, w której Urząd uznał, że w rozliczeniach podatkowych od osób prawnych za 2017 r. spółka nieprawidłowo zastosowała zwolnienie z podatku dochodowego od osób prawnych. Zobowiązanie podatkowe spółki za ten rok Urząd określił na **167,4 mln zł**. Vectra oszacowała, że odsetki od tej kwoty do 31 grudnia 2022 r. wyniosły ok. **73 mln zł** i utworzyła rezerwy, które ujawniła w ubiegłorocznym sprawozdaniu finansowym. Spółka odwołała się od tej decyzji i spodziewa się, że w ciągu trzech-czterech lat w Naczelnym Sądzie Administracyjnym uzyska korzystne dla siebie rozstrzygnięcie. Vectra twierdzi też, że utworzona rezerwa może zostać wykorzystana nie wcześniej niż w ciągu 12 m-cy. Przychody grupy Vectra powoli zbliżają się do **1,6 mld zł**. W 2022 r. wzrosły o 3,6 proc. do **1,575 mld zł**. Przychody samej Vectry po wzroście o 10,9 proc. przekroczyły w ub.r. **941 mln zł**. Grupa odnotowała w ub.r. **696,3 mln zł EBITDA** (rok wcześniej – 725,6 mld zł), **97,0 mln zł** zysku operacyjnego (rok wcześniej – 115,9 mln zł) oraz **131,8 mln zł** straty netto (rok wcześniej na tym poziomie miała 196,3 mln zł zysku).

Koniec Sejmu IX i Senatu X kadencji

Spuścizna „mediowych” komisji

TEKST JERZY PAPUGA

Sejm IX i Senat X kadencji odeszły w przeszłość, do wyborów październikowych 2023 r. nie będzie już posiedzeń plenarnych obu Izb, a ich komisje kultury i cyfryzacji podsumowały wyniki swoich prac.

Jeśli przyjąć, że ostatnim akcentem prac były wysłuchania publiczne w sprawie dwóch kontrowersyjnych ustaw - o cyberbezpieczeństwie i o ochronie małoletnich przed nieodpowiednimi treściami w internecie, to mielibyśmy już pełny bilans kończącej się kadencji. **Sejm ogółem zebrał się na 81 posiedzeniach plenarnych, Senat na 67; Sejm uchwalił łącznie 662 ustawy, do 432 Senat zgłosił poprawki lub wnioski o odrzucenie. Łącznie do Sejmu zgłoszono 1007 projektów ustaw, którym nadano numer druku, w tym kilkanaście projektów regulujących sprawy mediów i cyfryzacji.** Po względem intensywności pracy i liczby uchwalonych ustaw najlepszy był 2022 r. Sejm przyjął ich 191, ale ogółem legislacja nie powala na kolana. Ale w tym kontekście ważne jest to, że nie ziściła się przepowiednia iż bramy Wiejskiej na głucho zostaną zatrzęsnięte przed partnerami gospodarczymi i interesariuszami, w tym izbami gospodarczymi. Zarówno w Sejmie jak i Senacie odbyło się dziesiątki, jeśli nie setki wysłuchań publicznych, debat i dyskusji, które skupiały także izby gospodarcze sektora mediów



i telekomunikacji. Mimo przecież trwającej przez lata epidemii COVID-19 i w sumie utrudnionego dostępu do parlamentu. **Jerzy Straszewski, prezes PIKE podsumowuje, że „były to kaden-**

cje wyjątkowo pracowite”, ale inni szefowie organizacji wskazują, że proces legislacyjny często znamionował „chaos” i „dominacja polityki nad ekonomiką”. Trudno się z tymi opiniami nie zgodzić, szczególnie jeśli chodzi o sejmową **Komisję Kultury i Środków Przekazu**; w zdecydowanie mniejszym zakresie zaś w odniesieniu do **Komisji Cyfryzacji i Nowoczesnych Technologii**, która zasługuje na wyższą ocenę.

Komisja Kultury na froncie walki

W całej IX kadencji Sejmu Komisja Kultury i Środków Przekazu zebrała się 161 razy, ale pracowała jedynie na 26 projektami ustaw. Nie zakończyła pracy nad 5 projektami, część ze zgłoszonych inicjatyw z zakresu mediów i telekomunikacji utknęła w Lasce Marszałkowskiej - jak ostatnia inicjatywa KO w sprawie procesu koncesyjnego - nie uzyskując nawet numeru druku ani skierowania do prac. Takich projektów można w sumie naliczyć kilkanaście: od abonamentu rtv i podatku cyfrowego po treści nieodpowiednie w internecie,





Posiedzenie sejmowej Komisji Kultury i Środków Przekazu

radiofonii i telewizję, organy regulacyjne (**jak Radę Mediów Narodowych**) czy reklamę. Stawiają one na pewno dorobek poszczególnych klubów parlamentarnych czy grup posłów, a to, że nie zostały pchnięte dalej do prac legislacyjnych nie znaczy, że są bezwartościowe czy nie warte uwzględnienia. Ale raczej, że padły ofiarą pisowskiego sita politycznego, które akurat w zakresie mediów pracowało bardzo intensywnie. Na pewno część z tych projektów pojawi się w przyszłej kadencji Sejmu; podobnie jak inicjatywy senackie, które zresztą szły znacznie dalej w projektowaniu polskiej rzeczywistości medialnej, niż to miało miejsce w izbie niższej. Komisja opiniowała coroczne sprawozdania KRRiT i RMN osiągając przy tym dość wysoki poziom dyskusji - choć często dotyczyły one sytuacji mediów publicznych (TVP i PR), jako ogniskujących zainteresowanie posłów. W tym „dokonań” prezesa Jacka Kurskiego na polu wolności mediów, jak i perturbacji z jego powołaniem i odwołaniem. Może warto odnotować, że w ferworze dyskusji ukłuto nazwanie telewizyjnej publicystyki „polowaniem

z nagonką” (pos. Krzysztof Mieszkowski z KO), a częściej padały zarzuty o upolitycznieniu mediów

„ Sejm ogółem zebrał się na 81 posiedzeniach plenarnych, Senat na 67; Sejm uchwalił łącznie 662 ustawy, do 432 Senat zgłosił poprawki lub wnioski o odrzucenie. Łącznie do Sejmu zgłoszono 1007 projektów ustaw, którym nadano numer druku, w tym kilkanaście projektów regulujących sprawy mediów i cyfryzacji. „

telewizyjnych, aniżeli pochwały pod adresem ich niezależności. Tu czołowymi mówcami byli posłowie **Iwona Katarasińska-Śledzińska** i **Piotr Adamowicz**

z PO czy **Joanna Scheriong-Wielgus z Lewicy**. Niewątpliwie debaty te charakteryzował ogień

polemiczny i troska posłów oraz senatorów o wolność mediów i jakość oraz warsztat pracy dziennikarzy, ale nie szły za tym żadne wnioski legislacyjne. O dziwo, gdyby tak policzyć ile na tym tle zgłoszono projektów ustaw, to wychodzi na to, że żadnego. Mimo przecież druzgocącej oceny ustawy o radiofonii i telewizji, która jest dziełem niewątpliwie pomnikowym, ale z poprzedniej epoki. Nikt, w tym rząd, który ma inicjatywę legislacyjną, nie odważył się na zgłoszenie nowego aktu prawnego w to miejsce - uwzględniającego zarówno nowe media, telewizję lokalne, czy nadawców internetowych, jak i kompleksowo i prze-

myślanie regulującego kwestie procesu koncesyjnego. **W zakresie mediów zgłoszono do sejmowej Komisji Kultury raptem 7 ustaw - z czego 4 podpisał, a 1 zawetował prezydent, zaś 2 projekty pozostały bez rozpatrzenia. Jest to dorobek bardzo mizerny, żeby nie powiedzieć żaden i to biorąc pod uwagę nawet Lex TVN, który ogniskował uwagę**

wszystkich przez wiele miesięcy. Ale był to, z perspektywy czasu, legislacyjny refleks próby zatrzymania koncesji dla TVN24 w poprzedniej KRRiT- koszmarne serialu koncesyjnego wijącego się zresztą prawie przez całą kadencję. Przypomnijmy więc, że poselski projekt ustawy z druku 1389 wpłynął do Sejmu 7.07.2021 r. i w ocenie opozycji był wymierzony w jednego nadawcę, któremu KRRiT odmawiała przedłużenia koncesji. Walka o to toczyła się na różnych polach bitew, angażując zarówno izby gospodarcze, wszystkich nadawców i operatorów dostępu, rząd, jak i ambasadora USA czy Departament Stanu, a na końcu samego prezydenta Dudę. I choć Sejm na posiedzeniu 17.12.2021 r. odrzucił stanowisko Senatu odrzucające projekt ustawy w całości (słynne „znienacka” wicemarszałka Terleckiego), to prezydent odmówił jej podpisania. I to veto zablokowało proces legislacyjny, bo partia rządząca nie miała większości do jego odrzucenia, i nie poddała go pod głosowanie. Był to więc okres niezwykle wzmożenia, którego elementami stał się zarówno protest nadawców, jak i gorące debaty sejmowe i senackie, w tym senackie wysłuchanie publiczne. Na tym tle odbyło się oczywiście kilka debat nt. wolności mediów, a Rada Mediów Narodowych była przy okazji swych sprawozdań bezlitośnie rozliczana ze swoich faktycznych dokonań, ale w sumie to Senat wziął na siebie ciężar debaty nad stanem mediów publicznych i poświęcił temu specjalne posiedzenie komisji. Zaprezentowano alternatywny pomysł na telewizję publiczną autorstwa ekspertów pod przewodnictwem **Jana Dworaka, prof. Tadeusza Kowalskiego i Krzysztofa Lufta**, jako materiał do głębszych prze-myśleń i legislacyjnych działań. Jak również znakomicie przyjętą debatę nt. telewizji lokalnych, z konkretnymi postulatami do realizacji w planowanej przy-

szłej kompleksowej regulacji rynku medialnego w Polsce.

„ W zakresie mediów zgłoszono do sejmowej Komisji Kultury raptem 7 ustaw – z czego 4 podpisał, a 1 zawałował prezydent, zaś 2 projekty pozostały bez rozpatrzenia. Jest to dorobek bardzo mizerny, żeby nie powiedzieć żaden i to biorąc pod uwagę nawet Lex TVN, który ogniskował uwagę wszystkich przez wiele miesięcy. „

Zmieniały się także personalia w KRRiT i RMN - tu komisja działała raczej sprawnie, pilnując parytetu politycznego. I tak mamy co prawda 2 opozycyjnych członków RMN(przy 3 z PiS-u), a w nowej KRRiT zasiadł nawet, z nadania opozycyjnego Senatu, prof. Tadeusza Kowalski., ale oczywiście nie zmieniło to wektora politycznego tych organów. Personalia były więc załatwiane według partyjnych dyrektyw i właściwie nikt się z tym nie



krył. Na drugim legislacyjnym biegunie można ustawić prawo autorskie - kiedyś leitmotiv prac Komisji Kultury- w tej kadencji potraktowany jedynie projektem komisyjnym, ale bez ciągu dalszego. A przecież mamy fenomenalne zagadnienie prawa autorskiego w dobie sztucznej inteligencji, czy zasadnicze pytanie o miejsce organizacji zbiorowego zarządu w łańcuchu wartości, jaki jest generowany przez media. Co jednak warto podkreślić, to manifestowana (choć chyba nieraz wbrew swojemu środowisku politycznemu) wiara przewodniczącego komisji pos. **Piotra Babinetza z PiS** w sens zapraszania przedstawicieli izb gospodarczych mediów i telekomunikacji na posiedzenia komisji i udzielania im głosu. Nawet w najważniejszej dla PiS sprawie Lex TVN, w której liderem był niezawodny pos. **Marek Suski**.

Cyfryzacja słucha i analizuje

Znacznie mniej polityki było za to w pracach Komisji Cyfryzacji, Innowacyjności i Nowoczesnych Technologii, która w swoim portfolio ma zagadnienia cyfryzacji, telekomunikacji, cyberbezpieczeństwa i częściowo mediów. W okresie całej kadencji odbyła 118 posiedzeń (16 wspólnie z innymi komisjami), oraz przeprowadziła 3 wysłuchania publiczne. Trafiło do niej sporo ustaw, które na nowo ukształtowały polski rynek mediów. Mowa tu choćby o ustawie w sprawie reformingu, nowelizacji megaustawy, o zwalczaniu nadużyć w komunikacji elektronicznej, czy pakiecie ustaw mających wprowadzić do polskiego prawa europejski kodeks łączności elektronicznej. Co ważne, w każdym tym przypadku, komisja słuchała zdania rynku, reprezentowanego przez izby gospodarcze, niejednokrotnie przyjmując poprawki czy wnioski zgłaszane przez przedsiębiorców. Doskonale wpływało to na styl pracy, uważany w tej kadencji za „ wyjątkowo merytoryczny”.



Posiedzenie senackiej Komisji Kultury i Środków Przekazu

Zgodnie potwierdzili to zarówno przew. komisji **Jan Grabiec z PO**, wiceprzewodniczący pos. **Witold Czarnecki z PiS**, jak i minister cyfryzacji **Janusz Cieszyński**. Co ciekawe, wszyscy mówili o ostrych „ale merytorycznych” sporach a przy tym „unikaniu

kiem była działalność **podkomisji stałej ds. regulacji prawnych dotyczących algorytmów cyfrowych**, której przewodniczył pos. **Grzegorz Napieralski z PO**. Mimo że jedynie 5-osobowa, zdążyła przygotować nowelizacji ustawy o związkach zawodowych



SENAT RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

bieżącej polityki”. Co należy zapisać na wielki plus tej komisji, rzeczywiście skoncentrowanej na meritum, a nie na politycznych didaskaliach. **Jerzy Straszewski, prezes PIKE podkreśla że komisja cyfryzacji „nie bała się słuchać rynku i przejmować jego postulaty, czego dowodzą wysłuchania publiczne- niezwykle szeroko i dogłębnie nakreślające rozpatrywane w projektach ustaw zagadnienia”**. Należy tu przypomnieć, że wskutek wysłuchania publicznego rząd zdecydował się o wycofaniu z Sejmu ustawy prawo komunikacji elektronicznej i ustawy wprowadzającej (m.in. narzucającej kolejność programów na pilocie- osławionej LEX Pilot), i raczej wątpliwie jest, aby obecnie te ustawy ujrzały światło dzienne na Wiejskiej w niezmienionej postaci. Kolejnym ważnym odcin-

- w sprawie wyrównania szans pracowników w zestawieniu ze sztuczną inteligencją wykorzystywaną m.in. do organizacji i rozliczania czasu pracy oraz efektywności pracowników. Co prawda projekt nie przeszedł całego procesu legislacyjnego, ale jest świetnym sygnałem do rozpoczęcia poważnej i pogłębionej debaty nad AI w polskim prawie. Domeną tą zajmuje się nie tylko pos. Napieralski, ale również pos. **Adrian Zandberg z Lewicy** czy pos. **Dariusz Stefaniuk z PiS**. A nie jest to bez znaczenia, bo warto przypomnieć rozwiązania europejskie w tym zakresie, jak i uczestnictwo posłów komisji w międzynarodowych debatach w tej sprawie (Finlandia, Litwa). Jeśli zaś chodzi o media, to niewątpliwie refarming wybija się na plan pierwszy. Komisja

dwukrotnie zajmowała się ustawami o wsparciu gospodarstw domowych w wymianie odborników, interesując się żywo także zasięgami i pokryciem sygnałem. Odbierając i w miarę możliwości reagując na wystąpienia nadawców, którzy czuli się pokrzywdzeni prowadzonym procesem - także poprzez wystąpienia komisji do rządu.

Senat chciał inaczej

Oczywiście legislacja sejmowa znalazła lustrzane odbicie w pracach Senatu. Ale rzeczą ważną było to, że nie był to niemy Senat, klepiący każdy projekt ustawy przychodzący z Sejmu bez poprawek. Było odwrotnie, co znakomicie ilustruje przytoczona statystyka, że więcej niż trzy czwarte ustaw uchwalanych w Sejmie było poprawianych w Izbie wyższej bądź odrzucanych. W pełni odnosi się do ustaw medialnych i telekomunikacyjnych, do których z reguły wprowadzano poprawki. Ale były też cenne inicjatywy, choćby w sprawie usprawnień w odbiorze telewizji przez osoby niepełnosprawne, czy uregulowania kwestii abonamentu. **Senacka Komisja Kultury i Środków Przekazu**, pod ambitnym przewodnictwem **Barbary Zdrojewskiej z KO** za swoją misję uznała dogłębną kontrolę stanu mediów i wolności w tym zakresie, poświęcając temu aż 14 posiedzeń komisji (na 84 odbyte) i parę konferencji oraz wystuchań. **Jerzy Straszewski zwraca dodatkowo uwagę, że w Senacie odbyła się „przełomowa dla naszego rynku konferencja poświęcona telewizjom lokalnym, transmitowana przez nie na żywo, gdzie przedstawiono postulaty legislacyjne do realizacji w przyszłej kadencji”**. Co prawda nie warto dziś spekulować, na ile wybory październikowe 2023 roku zmienią układ władzy w Polsce, ale niewątpliwie dorobek, jak udało się izbom, nadawcom i operatorom wypracować na Wiejskiej, nie pójdzie w kolejnej odsłonie polskiego parlamentaryzmu na marne.

Jesień na głównych antenach

Żony, goście, lokatorka

OPR. AK

W każdej z jesiennych propozycji trzech głównych kanałów telewizyjnych znajdziemy tym razem po kilka nowych produkcji. W większości są to sprawdzone formaty, które odniosły już sukcesy za granicą. Nie zabraknie również jednak premierowych rodzimych seriali i filmów, a także kolejnych sezonów produkcji znanych i lubianych przez polskich widzów.

Polsat

„The Real Housewives. Żony Warszawy”, „Temptation Island Polska”, „Doda. Dream Show” oraz serial „Teściowie”, to nowości oferowane przez Telewizję Polsat.

„The Real Housewives. Żony Warszawy” (od 6 września, w środy, godz. 20.05), format, który na całym świecie odniósł ogromny sukces, doczekał się polskiej wersji. Wielkie pieniądze, ogromne emocje, przyjaźnie, intrygi, a wszystko to w oto-

czeniu prawdziwego luksusu! Uczestniczki zostały wybrane w drodze castingu. Wszystkie odniosły ogromny życiowy sukces i na swoją pozycję zapracowały same. Są wśród nich kobiety biznesu z różnych branż – między innymi kosmetycznej, hotelarskiej, medycznej, high-tech. Łączy je charyzma, pasja, z jaką podchodzą do swojej pracy i zamięłowanie do pięknych i drogich rzeczy. W programie występują: **Anita Kuś-Munsanje, Magda Pyć-Leszczuk, Barbara**

Sobczak, Anna Szubierajska, Monika Żochowska, Sara Koślińska, Kasia Przydryga, Monika Goździalska i Anna Wrońska. Program powstaje na licencji NBC Uniwersal Format, którego właścicielem jest Uniwersal Studio Group. Reality show „Temptation Island Polska” (od 6 września, w środy, godz. 21.05) wystawia na próbę relacje par poprzez oddzielenie ich od partnerów na tytułowej „wyspie pokus”. Rozdzielone pary zamieszkają w dwóch oddziel-



Wybierz swoje wszystko




**polsat
rodzina**


**polsat
play**


**polsat
café**


**polsat
games**


**polsat
doku**

Zespół Sprzedaży i Marketingu / Telewizja Polsat Sp. z o.o. / Al. Stanów Zjednoczonych 61A / 04-028 Warszawa

• Anna Łomako / +48 22 514 64 25 / +48 660 700 932 / dystrybucja@polsat.com.pl • Agata Dajczak / +48 22 514 64 21 / +48 887 834 489 / dystrybucja@polsat.com.pl

• Danuta Rojewska / +48 600 060 185 / drojewska@polsat.com.pl

• Promocja Kanałów Tematycznych B2B / Marta Skaryszewska / +48 694 120 631 / mskaryszewska@polsat.com.pl



nich willach, a uczestnicy będą otoczeni atrakcyjnymi singlami przeciwnej płci. W trakcie pobytu nawiązują nowe relacje, a ich wierność i zaufanie zostaną poddane poważnej próbie. Czy ich miłość okaże się wystarczająco silna, aby przetrwać pokusy i wyzwania, z jakimi będą się stykać? Czy rozstaną się i wrócą do domu sami? A może wrócą z wyspy z jednym z singli? Prowadzącym pierwszej edycji show jest dziennikarz, prezenter radiowy, producent i założyciel fundacji „Najśłodszy” - **Michał**

Figurski. Produkcja: Endemol Shine Polska.

W programie „Doda. Dream Show”, od 4 września, w poniedziałki, godz. 20.05, ekipa Polsatu towarzyszy gwiazdzie w przygotowaniach do serii ekskluzywnych koncertów. Zdjęcia z udziałem Dody, jej współpracowników i bliskich kręcone są między innymi w jej domu, w sali treningowej, tanecznej, w studiu, w hali, gdzie odbędzie się widowisko. Zobaczmy, jak wiele pracy artystka wkłada w przygotowania do swoich występów

i... jak wiele kosztuje to ją samą i jej najbliższych. Doda już nie raz dała się poznać jako bezkompromisowa perfekcjonistka. Na planie bywa więc naprawdę gorąco! Nie zabraknie emocji, wzruszeń, być może nawet łez, a zwieńczeniem tej tytanicznej pracy będzie prawdziwy Dream Show na światowym poziomie. **„Teściowie”** - to pełen humoru i zwrotów akcji serial komediowy, pokazujący w krzywym zwierciadle współczesne obyczaje i stare jak świat konflikty pokoleniowe. Doskonałą zabawę gwarantuje doborowa obsada: **Joanna Kurowska, Jolanta Fraszyńska, Julia Wieniawa, Cezary Pazura, Cezary Kosiński, Ignacy Liss, Paweł Wawrzecki, Piotr Gąsowski, Małgorzata Rożniatowska, Krzysztof Tyniec, Magdalena Wójcik.** Emisja: w niedzielę, od 3 września, godz. 22.10.

Na ekrany Polsatu wracają jesienią znane już i lubiane formaty. Wśród nich 19. edycja kultowego show **„Twoja Twarz Brzmi Znamo”** przyniesie jak zawsze mnóstwo fantastycznych wykonań i spektakularnych metamorfóz. Ósemka śmiałków, wśród których, tak jak w poprzednim sezonie, znalazła się wyłoniona w castingu osoba zmierzy się z wymagającym repertuarem - będą musieli zaśpiewać hity



Uczestniczki „The Real Housewives. Żony Warszawy”

Wybierz swoje wszystko



**polsat
film**



polsat 2



**polsat
seriele**

Zespół Sprzedaży i Marketingu / Telewizja Polsat Sp. z o.o. / Al. Stanów Zjednoczonych 61A / 04-028 Warszawa

• Anna Łomako / +48 22 514 64 25 / +48 660 700 932 / dystrybucja@polsat.com.pl • Agata Dajczak / +48 22 514 64 21 / +48 887 834 489 / dystrybucja@polsat.com.pl

• Danuta Rojewska / +48 600 060 185 / drojewska@polsat.com.pl

• Promocja Kanałów Tematycznych B2B / Marta Skaryszewska / +48 694 120 631 / mskaryszewska@polsat.com.pl

największych gwiazd muzyki i poddać się surowej ocenie jury w osobach Małgorzaty Walewskiej, Pawła Domagały i Roberta Janowskiego. **Emisja programu: od 1 września, tradycyjnie w piątki, godz. 20.05.** W tej edycji zobaczymy: **Ewelinę Flintę, Polę Gonciarz, Nicka Sincklera, Kubę Szmajkowskiego, Jagodę Sztylowską, Magdę Kumorek, Marcina Januszkiewicza i Jakuba Gąsowskiego** We wtorkowym prime-time (godz. 20.05) widzowie zobaczą 8. sezon „Ninja Warrior Polska”.

można oglądać „Przyjaciółki 22”, historię o niezawodnej przyjaźni kobiet, które wspólnie stawiają czoła codziennym wyzwaniom, zarówno zawodowym, jak i osobistym. W serialu ponownie występują m.in.: **Małgorzata Socha, Joanna Liszowska, Anita Sokołowska i Magdalena Stuzińska.** Sobotnie przedpołudnia w Polsacie to czas na gotowanie z **Ewą Wachowicz**, która wraca z nowym sezonem swojego programu. W niedzielę, 3 września o godz. 17.40, premierę miał drugi sezon „Ślubnego Pogotowia Izabeli

TVN

Jesienią na antenie TVN będziemy mieli okazję obejrzeć, oprócz nowych formatów, także seriale, które do tej pory były dostępne tylko w Player.pl. Powracają też dobrze znane programy, ale w odświeżonej wersji i w nowych pasmach.

Popularny brytyjski format telewizyjny „Be my guest”, który zdobył uznanie w dziesięciu krajach, zawita w październiku na antenę TVN, jako – „**Bitwa o gości**”. Będzie nadawany w niedzielę przed „Faktami”. Zasady są następują-



Bez zmian gospodarzami cyklu będą: **Karolina Gilon, Jerzy Mielewski i Łukasz „Juras” Jurkowski.**

Zasadnicza zmiana nastąpiła natomiast w 21. odcinku programu „**Nasz nowy dom**”, który można oglądać w czwartki o godz. 20.05. W roli prowadzącej debiutuje bowiem **Elżbieta Romanowska**. Dotychczas program prowadziła Katarzyna Dowbor. Ekipa Polsatu ponownie wyrusza w Polskę, aby odmienić dom, a często i całe życie najbardziej potrzebującym. Tym razem z remontami zmierzy się znana już widzom drużyna architektów: **Martyna Kupczyk, Marta Kołdej i Maciej Pertkiewicz** oraz kierownicy budowy: **Przemysław Oślak i Wiesław Nowobilski.** Z kolei o godz. 21.05

Janachowskiej”. W sezonie tym Izabela odwiedzi osiem par i zorganizuje im piękny ślub. Tak jak poprzednio będzie jej towarzyszyć grono ekspertów, którzy pomogą zrealizować pragnienia uczestników programu. Wracają także kabarety. Już po raz trzeci, w niedzielę o godz. 20.00, sceną będą rządzić „**Młodzi i Moralni**” z prowadzącymi **Robertem Górskim i Robertem Korólczykiem.** Od września pojawiły się także premiery nowych sezonów codziennych seriali nadawanych w paśmie popołudniowym: „**Gliniarzy 15**” (cykl bez zmian można oglądać w dni powszednie o godz. 17.00) oraz „**Pierwszej miłości**” (o godz. 18.00). Codziennie o godz. 12.50, 15.50 i 18.50 stacja pokazywać będzie „**Wydarzenia**”, a o 16.15 – „**Interwencję**”

ce. Czterech właścicieli różnych obiektów noclegowych, takich jak pensjonaty, zjazdy, hotele czy kempingi, będzie nawzajem odwiedzać i testować prowadzone przez siebie miejsca, spędzając w nich jedną noc oraz jeden dzień. Podczas pobytu, właściciele dokładnie zbadają wszystkie aspekty obiektu, przekraczając granice typowych klientów. Sprawdzą czystość, komfort, wystrój pokoi, jakość śniadania oraz dostępne rozrywki dla gości. Po zakończonym pobycie, właściciele zdecydują, ile są skłonni zapłacić za taką usługę. Ta płatność będzie stanowić ocenę jakości noclegu. Podczas finału uczestnicy programu spotkają się, aby poznać oceny wystawione przez konkurentów. Dodatkowo zostaną wyłonieni zwycięzcy, czyli ci właściciele, którzy otrzymali



WARNER BROS.
DISCOVERY

WYZNACZAMY TRENDY NA RYNKU MEDIOWYM W POLSCE I NA ŚWIECIE

Addressable TV, DAI – precyzja digital w świecie telewizji

Ad Auction – zakup reklam w modelu aukcyjnym

AdLite na rynku OTT – контент premium w przystępnej cenie

Studio XR – nieograniczone możliwości produkcyjne

Technologia AR i VR w programach informacyjnych i sporcie





Uczestnicy „Bitwy o gości”

proporcjonalnie największą sumę pieniędzy za oferowany nocleg. W listopadzie pojawi się polska wersja „The a talks”, którą poprowadzi **Maciej Stuhr**. To projekt stworzony przez najpopularniejszych francuskich reżyserów filmowych - Oliviera Nakache i Erica Toledano (odpowiedzialni za m.in. film „Nietykalni”). Formuła programu polega na tym, że w każdym wydaniu dziennikarzy z zaburzeniami ze spektrum autyzmu przeprowadza wywiady ze znanymi osobami. Dzięki rozmowie widzowie poznają gości od nieznannej dotychczas strony. Producentem wykonawczym będzie Endemol Shine Polska. Stacja po 11 latach przerwy wznowi emisję serialu paradokumentalnego „**Detektywi**”. Kryminalne sprawy będzie rozwiązywać znany duet byłych policjantów - **Anna Potaczek** oraz **Maciej Dębosz**. Emisja: od 4 września, od ponie-

działku do środy o godz. 16.50. Z kolei w czwartki i piątki o tej samej porze pojawi się nowy serial paradokumentalny „**Zapisa-**



w gwiazdach”. Każdy odcinek to zupełnie nowa, poruszająca opowieść o osobach stojących przed wyjątkowymi wyzwaniem. Każdy

bohater ma swoją unikalną historię, a wróżki wcielają się w role duchowych przewodników, pomagając im odnaleźć właściwe życiowe ścieżki. Tu świat realny miesza się z paranormalnymi zjawiskami. TVN kontynuuje jesienią „**MasterChefa**” (w niedziele o godz. 20.00). W 12. edycji do **Magdy Gessler**, **Anny Starmach** i **Michela Morana** na stałe dołączy czwarty juror **Tomasz Jakubiak**, juror „**MasterChef Junior**”.

12. sezon reality show „**Top model**” oglądać można w TVN w nowym paśmie - w soboty o godz. 20.00. Poprzednią edycję, jesienią 2022 r. pokazywano

w środy o 21.35. TVN przenosi też „**Totalne remonty Szelągowskiej**”. Nowy sezon programu Doroty Szelągowskiej oglądać można nie



w poniedziałki, a w środy o godz. 21.35. Zmienia się także pasmo emisji „Lego Masters” - zamiast w piątki o 20.00 program pokazywany będzie w soboty o godz. 17.25 (od 21 października). W czwartej edycji będą wokalista **Wojciech Łozowski** (zastąpi w tej roli muzyka Czesława Mozila) oraz projektantka graficzna i ilustratorka **Pola Lisowicz**. Do TVN - po sezonie przerwy - wraca program Martyny Wojciechowskiej „**Kobieta na krańcu świata**”. Kontynuowane będą m.in. „**Kuchenne rewolucje**”, „**Milionerzy**” i talk-show „**Kuba Wojewódzki**”.

W ofercie serialowej znajdują się „**Behawiorysta**” z **Robertem Więckiewiczem**, „**Pati**”, czyli spin-off „**Skazanej**” (w poniedziałki o godz. 21.35) i trzeci sezon serialu kryminalnego „**Szadź**” (w niedziele o godz. 21.35). Produkcje te miały wcześniej premierę w Playerze. Zmiany dotknęły także poranny program śniadaniowy - „**Dzień dobry TVN**”. Został on wydłużony

tylko także „**Uwaga!**”. Od jesieni program interwencyjny prowadzą **Ryszard Cebula** oraz nowe w tej roli osoby - **Daria Górka**, **Tomasz Patora** i **Jakub Dreczka**. Z „**Uwaga!**” rozstali się Zbigniew Łuczyński i Tomasz Kubat.

Z kolei na wiosnę TVN szykuje polską edycję reality show „**The Traitors**”, którego gospodynią będzie prezenterka i stylistka **Malwina Wędzikowska**. W programie uczestnicy potajemnie dzielą się na lojalnych i zdrajców. Ich misją jest ukończenie serii wyzwań, a tym samym zdobycie nagrody pieniężnej. Zadanie tytułowych zdrajców to wyeliminowanie lojalnych. Natomiast ci robią wszystko, żeby jako pierwsi zdemaskować przeciwników, a przede wszystkim - ochronić siebie. Również na wiosnę TVN przygotowuje polską wersję formatu „**Drag Me Out**”. Celebryci łączą się w nim w pary z artystami Drag. Nowy program w TVN poprowadzą **Ewa Chodakowska** i **Joanna Krupa**

nastu lat. Głównym tematem jest zderzenie ofiar nieuczciwej repriwatywacji z tzw. systemem w różnych jego wymiarach. Sprytni mecenasi, skorumpowani urzędnicy, zwykli gangsterzy i oszuści nie znają miary w nieuczciwym przejmowaniu gruntów, kamienic i osiedli po upadłych zakładach. Dzięki łapówkom, oszustwom i wykorzystywaniu luk prawnych udaje im się „przepchnąć” nawet najbardziej wątpliwe pomysły, w wyniku których cierpią lokatorzy - ofiary ich przebiegłości. W serialu zobaczymy m.in. **Barbarę Jonak**, **Irenę Melcer**, **Jana Frycza**, **Krzysztofa Strońskiego** i **Sławomirę Łozińską**

Amatorzy zagadek kryminalnych w każdy piątek o godz. 20.35 (od 8 września) mogą oglądać drugi sezon serialu „**Archiwista**”. Nowy sezon to nie tylko kolejne zagadki kryminalne, ale również walka policji z organizacją potężniejszą niż lokalna mafia. Głównego



o 40 min (zaczyna się o godz. 7.45, a nie o 8.00, a w dni powszednie trwa do godz. 11.55 zamiast do 11.30). Telewizjów witają teraz wymiennie trzy pary prowadzących: **Dorota Wellman** i **Marcin Prokop**, **Paulina Krupińska** i **Damian Michałowski**, **Ewa Drzyzga** i **Krzysztof Skórzyński**. W nowym sezonie nie pojawiają się już **Małgorzata Rozenek-Majdan**, **Anna Kalczyńska**, **Małgorzata Ohme**, **Agnieszka Woźniak-Starak** i **Andrzej Sołtysik**. Zmiany obję-

TVP

Polskie seriale historyczne, kryminalne i obyczajowe, programy rozrywkowe, interesujące filmy dokumentalne – to tylko niektóre propozycje z jesiennej oferty Telewizji Polskiej.

We wtorki o godz. 22.20 (od 12 września) Jedynka zaprasza na serię pt. „**Lokatorka**”, na którą składają się trzy miniserie. Stanowią one opis polskiej rzeczywistości sprzed kilku-

bohatera Henryka Mikosa (Henryk Talar) dopadają demony przeszłości. Mroczne tajemnice związane z jego byłą żoną i pasierbem, które stanowiły mocny akcent kończący pierwszy sezon, będą miały swoje konsekwencje. Czy zemsta przestępczego świata dosięgnie Henryka? Jedno jest pewne: Mikos nie zaprzestanie walki o sprawiedliwość. W obsadzie m.in.: **Miroslaw Zbrojewicz**, **Aleksandra Justa**, **Maria Gładkowska**, **Artur Żmijewski**, **Małgorzata Pieczyń-**



Gwiazdy TVP na konferencji ramówkowej

ska, Anna Kraszewska i Józef Pawłowski.

Gratką dla wielbicieli seriali kostiumowych będą „Dewajtis” (od 17 września o godz. 20.20) i „Kamerdyner” (od 5 listopada o godz. 20.20). „Dewajtis” to serial oparty na jednej z najbardziej znanych powieści obyczajowych Marii Rodziewiczówny. W siedmiu odcinkach produkcji o miłości, honorze i rodzinie splecą się losy członków zaściankowo-dworskiej społeczności, której życie odmieni Powstanie Styczniowe. W serialu grają m.in.: Karol Dziuba, Michalina Olszańska, Małgorzata Pieczyńska, Maria Pakulnis, Mirosław Baka, Stefan Pawłowski i Tomasz Sapryk

Z kolei serial „Kamerdyner” opowiada historię pruskiego rodu von Krauss zamieszkującego okolice Pucka, a także miłości pomiędzy kaszubskim chłopcem Mateuszem a niemiecką arystokratką Marią. Akcja rozgrywa się w latach 1900-1945. Fabuła skupia się na powikłanych losach trzech nacji – Polaków, Niemców i Kaszubów – zamieszkujących dawne polsko-niemieckie pogranicze na północnych Kaszubach. Różne postawy moralne i konieczność dokonywania trudnych wyborów były nieodłączną częścią ówczesnej rzeczywistości, w której pruska antypolskość walczyła z kaszubskim patriotyzmem. W 1939 roku doprowadziło to do masowego mordu na tysiącach Kaszubów popełnionego w lasach pod Piaśnicą. W serialu wyreżyserowanym przez Filipa Bajona zobaczymy

m.in.: Adama Woronowicza, Annę Radwan, Daniela Olbrychskiwo, Dianę Zamojską, Kamilię Baar-Kochańską i Marcela Sabata

W grudniu widzowie będą mogli obejrzeć także dwa interesujące filmy: „Konopacka. Walka o złoto”, opowieść o pierwszej polskiej zło-

bionych polskich seriali. W TVP1 widzowie ponownie zobaczą „Leśniczówkę” (od poniedziałku do piątku, godz. 18:30), „Koronę królów. Jagiellonowie” (od poniedziałku do środy godz. 20:30), „Ojca Mateusza” (w czwartki od 21 września, godz. 20:35), a w soboty o godz. 20:35 „Komisarza Alexa” (od 8 września).

W TVP2 po wakacyjnej przerwie widzowie spotkają swoich ulubionych bohaterów w serialach: „Barwy szczęścia” (od poniedziałku do piątku, godz. 20:10), „M jak miłość” (od poniedziałku do wtorku, godz. 20:55), „Na dobre i na złe” (w środy, godz. 20:55) oraz „Na sygnale” (od poniedziałku do środy, godz. 21:55).

Jesienią nie zabraknie ulubionych programów rozrywkowych. W Jedynce rolnicy będą szukać swojej bratniej duszy w programie „Rolnik szuka żony” (niedziele,



Tomasz Kammel i Marta Manowska

tej medalistce olimpijskiej Halinie Konopackiej, oraz „W Szachu. Ostatnia rozgrywka” – historię polskich szachistów, członków przedwojennej drużyny szachowej, która przez ponad dziesięć lat stanowiła światową czołówkę. Jesienią Jedynka przypomni losy artysty kabaretowego w filmie pt. „Bohdan Smoleń. W cieniu sceny”; pokaże wzruszającą historię dzieci niewidomych i niedowidzących pt. „Pisklaki” oraz dokument „Stańczak – złapać światło” – fascynującą opowieść o życiu i twórczości Juliana Stańczaka.

Od 28 sierpnia na anteny wracają także premierowe odcinki ulu-

od 17 września, godz. 21:20). Na antenie Dwójki od rana spotkania z ciekawymi ludźmi w „Pytaniu na śniadanie” (codziennie, godz. 7:30, a w weekendy, godz. 7:55). Z kolei Sławomir i Kajra zaproszą na premierowe odcinki „Tak to leciało!” (w niedziele, godz. 16:15). Widzowie będą bawić się podczas spotkań muzycznych pod hasłem „Polskich biesiad” (piątki, godz. 20:50), a zespół trenerów „The Voice of Poland” (soboty, godz. 20:00) w składzie: Lanberry, Justyna Steczkowska, Marek Piekarczyk oraz Tomson i Baron oceniać będzie utalentowanych wokalnie uczestników.

TVP

BĄDŹMY RAZEM JESIENIA



Polsat „zaatakował” Warszawę

Walka o słupki... oglądalności?

FOT. TELEKABEL & DIGITAL TV



Ideologia, pieniądze i prestiż?

Dziennikarze do parlamentu

OPR. AK

Kilkadziesiąt osób o korzeniach dziennikarskich znalazło się na listach kandydatów na posłów i senatorów w październikowych wyborach parlamentarnych – podsumowuje serwis Press. Wśród dziennikarskich kandydatów do Sejmu 12 reprezentuje Koalicję Obywatelską, 15 – Nową Lewicę, 6 – Trzecią Drogę, 3 – Konfederację, 2 – PiS, 2 – Bezpartyjnych Samorządowców i jeden – komitet Polska Jest Jedna.

Koalicja Obywatelska

Bogusław Wołoszański jest tzw. jedynką na liście Koalicji Obywatelskiej w okręgu 10., który obejmuje m.in. Piotrków Trybunalski i Skierniewice.



Z list KO startują również m.in.: **Natalia Żyto** (koordynatorka ds. mediów Agrounii, a do 2021 r. reporterka Radia Zet); **Jerzy Kułakowski** (dziennikarz Radia Białystok) i **Maciej Wróbel** (dziennikarz TVP i Nowej TV, a ostatnio wiceburmistrz Kętrzyna). N. Żyto ma ostatnie miejsce w okręgu 41. (obejmuje m.in. Szczecin), J. Kułakowski – w okręgu 24. (województwo podlaskie), a M. Wróbel – w okręgu 35. (obejmuje m.in. Olsztyn).

Trzecia Droga

Posłem chce zostać także **Adam Rudawski**, w latach 2011-2016 prezes Radia Szczecin. Ma 2.

miejsce na liście Trzeciej Drogi w okręgu 41. (obejmuje m.in. Szczecin).

Na listach Trzeciej Drogi są również: **Mikołaj Dorożala** (były menedżer serwisu Megogo, Turner Broadcasting System i Discovery Networks) – 2. miejsce w okręgu 11. (obejmuje m.in. Kutno i Pabianice); oraz były dziennikarz sportowy Polskiego Radia **Tomasz Zimoch** z koła parlamentarnego Polska 2050 – 1. miejsce w okręgu 3. (obejmuje m.in. Wrocław).

Konfederacja

Dziennikarka wSensie.tv **Ewa Zajączkowska-Hernik** startuje z ostatniego miejsca w okręgu 17. (obejmuje m.in. Radom) z listy Konfederacji.

W sumie na listach kandydatów 45 osób podało zawód „dziennikarz”. Są wśród nich:

Agata Diduszko-Zyglewska z „Krytyki Politycznej”, znana jako komentatorka z anten Tok FM, Radia Dla Ciebie czy TVN24; operator i montażysta filmowy, producent i autor programów telewizyjnych **Cezary Kasprzak** (oboje Nowa Lewica, okręg 19, Warszawa); **Zbigniew Nikitorowicz**, dawny dziennikarz „Kuriera Porannego” (PO, okręg 24, Białystok). Obok nich zawód „dziennikarz” zadeklarowali również wieloletni politycy o dziennikarskich korzeniach: **Iwona**

Śledzińska-Katarasińska, Joanna Kluzik-Rostkowska, Andrzej Rozenek, Piotr Adamowicz. Czterech – **Adam Gbiorek** (Konfederacja), **Jan Maria Jackowski** (własny komitet), **Wojciech Skurkiewicz** (PiS) i **Dawid Łukajczyk** (Konfederacja) – startuje do Senatu.

Dr hab. Adam Szynol z Uniwersytetu Wrocławskiego wskazuje na trzy przyczyny dziennikarskich startów do parlamentu: ideologię, pieniądze i prestiż. – Są przyczyny „noble” – To chęć wpływania na rzeczywistość, jaką do tej pory jedynie relacjonowali jako dziennikarze, nie mając na nią bezpośredniego wpływu. Polityka daje przekonanie, że ma się taki wpływ: mogę głosować, mogę radzić, mogę przygotować ustawy, mogę je procedować, a jeżeli znajdę się na jakimś znaczącym stanowisku, nawet będę mógł wprowadzać te rozwiązania w życie. To szlachetne pobudki ideologiczne – mówi medioznawca. A. Szynol zwraca też uwagę na mniej szlachetne pobudki. – To prestiż i pieniądze, zwłaszcza jeśli chodzi o dziennikarzy z mediów poza Warszawą i pracujących za niewiele więcej niż średnia krajowa. Jak dobrze wiemy, w polityce pieniądze bywają dużo większe. I oczywiście jest też prestiż. Dziennikarze ścierają się z możnymi tego świata”, widzą ich możliwości wpływu i mają prawo chcieć znaleźć się w podobnej roli – wyjaśnia.

Jesteśmy seksi

TELEKABEL & digital tv
rozmawia
z **Tonym Cochi**,
prezesem Worldwide
Broadcasting Penthouse
World Media, Inc.



Tony Cochi na stanowisko prezesa WBP został powołany w w maju br. Ma ponad 35-letnie doświadczenie w branży nadawczej i w przeszłości pracował dla Warner Bros, Cablevision w Nowym Jorku oraz z nieżyjącym już Larrym Flyntem, jako prezes Sapphire Media. Pytamy Tonego o jego wizję rozwoju kultowej już marki Penthouse – światowego lidera rozrywki dla dorosłych.

Jakie były początki Twojej drogi zawodowej w branży?

Swoją karierę rozpocząłem w branży rozrywkowej, w której blisko współpracowałem z Edem Bleierem, prezesem Warner Bros. Domestic Television. Był on doświadczonym ekspertem, który piastował wiele wysokich stanowisk w branży. Dla mnie okazał się prawdziwym mentorem, który nauczył mnie nie tylko właściwych umiejętności biznesowych, ale także i interpersonalnych. Dzięki niemu mogłem współpracować z takimi ikonami branży medialnej jak Steve Ross czy Ted Turner. Po odejściu z Warner Bros zacząłem pracować w Cablevision przy pozyskiwaniu kanałów dla Toma Montemagno. Tom jest obecnie wiceprezesem ds. programowania w Charter Communications. Pomógł mi udoskonalić umie-

jętności negocjacyjne i wiedzę operacyjną, krótko mówiąc uczynił ze mnie eksperta w branży kablowej. Dzięki możliwości współpracowania z tymi dwiema indywidualnościami, postawiłem sobie za cel przekazanie tych wartości osobom, które dla mnie pracują, aby również oni stali się świetnymi liderami, ponieważ żadna jednostka nie odniesie sukcesu bez wspaniałego zespołu, który za nią stoi.

Co znaczy dla Ciebie marka Penthouse?

Penthouse to bez wątpienia najpotężniejsza, najbardziej klasyczna i wręcz kultowa marka w branży

rozrywki dla dorosłych, która została stworzona ponad 50 lat temu przez prawdziwego wizjonera, Boba Guccione. Jego styl i klasa są obecne we wszystkim, co robimy. Penthouse docierając do głównego nurtu odbiorców cały czas potwierdza swoją dominację na rynku rozrywki dla dorosłych. Wynika to między innymi z faktu, że dziewczyny prezentowane na okładkach naszych magazynów są ważnymi influencerkami z całego świata, w przeciwieństwie do konkurencji, która prezentuje tylko dziewczyny z branży rozrywki dla dorosłych. Ta strategia sprawiła, że liczba naszych miesięcznych subskrypcji wzrosła,



Biuro Penthouse

PENTHOUSE®

KULTOWA MARKA DLA DOROSŁYCH ZNANA NA CAŁYM ŚWIECIE



• Była reprezentantka polskiej kadry narodowej Tae Kwon Do



Destiny Rose

Dziewczyna z okładki Penthouse Pet maj/czerwiec 2022



• Była baletnica z Polski

Trippie Bri

Dziewczyna z okładki Penthouse Pet lipiec/sierpień 2022



JUŻ DOSTĘPNE W POLSCE!

PENTHOUSE
PASSION

PENTHOUSE REALITY TV
BANG BROS

PENTHOUSE
HD

Zapraszamy do odwiedzenia nas podczas konferencji PIKE w Łodzi

Reprezentowany w Polsce przez: **Pasjatyv**
dystrybucja kanałów tv

podczas gdy nasza konkurencja w dalszym ciągu notuje spadki. Wartym odnotowania jest fakt, że w ubiegłym roku na dwóch okładkach znalazły się piękne dziewczyny z Polski. Nasza marka jest również obecna na samochodzie wyścigowym w Formula One Drift, a także w wielu filmach i programach telewizyjnych. Można powiedzieć, że jesteśmy najważniejszym brendem w branży rozrywki dla dorosłych, bo jesteśmy seksi.

Twoje cele na przyszłość?

Głównym celem jest dalszy rozwój i właściwe reprezentowanie marki. Nasza grupa jest w fazie wzrostu, a wiele synergicznych przejęć poszerza naszą bibliotekę z kontentem. Podobnie jak nasze magazyny, kręcimy filmy nie tylko w USA, ale także w Europie. To nas odróżnia od konkurencji. Jestem bardzo skoncentrowany na relacjach z naszymi klientami i wspólnym rozwoju. Branża dla dorosłych i sposób, w jaki użytkownicy konsumują te treści, stale się zmieniają, więc musimy się dostosowywać i korzystać z wszelkich technologii, aby utrzymywać współpracę z naszymi klientami. Jednocześnie pracuję nad dodaniem naszej oferty do sieci kablowych. Pomaga mi w tym dobre rozumienie tego biznesu i wizja wspólnego rozwoju.

Jakie są główne problemy w branży filmów dla dorosłych?

Powiedziałbym, że jednym z największych problemów jest przyciągnięcie młodszego pokolenia. Gdy konsumenci starzeją się i w końcu odchodzą, trzeba ich zastąpić, a młodsze pokolenie nie do końca rozpoznaje marki. Trzeba do nich jakoś dotrzeć, nawiązać kontakt, dlatego pojawiła się strategia prezentowania influencerów w naszych magazynach i to miało ogromny wpływ na tę kwestię. Młode pokolenie niejako śledzi to co się dzieje z tymi dziewczynami, a one nieustannie promują naszą markę. To działanie doprowadziło do naszego stałego wzrostu zasięgów i oglądalności. Penthouse dzięki dedykowanemu marketingowi jest rozpoznawalny przez każde pokolenie.

Co zachęca kobiety do współpracy z Penthouse w porównaniu z innymi markami dla dorosłych?

Wszystko, co robi Penthouse, jest robione z klasą. Przede wszystkim traktujemy kobiety z szacunkiem i podmiotowo. To jest powód, dla którego tak wiele kobiet chce występować w naszych produkcjach i czują się komfortowo będąc nago przed okiem kamery. Opowiadamy ich historie. Niezależnie od tego, czy jest to Trippie Bri, która była

Jakiej rady udzieliłbyś następnemu pokoleniu liderów?

Pozostań wierny sobie i zawsze podchodź do każdego dnia z pozytywnym nastawieniem. Zachowaj otwarty umysł i ucz się od innych. Nikt nie wie wszystkiego i każdy dzień daje nam szansę na rozwój. Na koniec chciałbym powiedzieć, aby pamiętać o pomaganiu otaczającym Cię osobom, ponieważ każdy dobry lider potrzebuje wokół siebie silnego zespołu.



baletnicą w Polsce, czy Destiney Rose, która była reprezentantką polskiej kadry narodowej w Tae Kwon Do, serdecznie przywitaliśmy je w naszej rodzinie.

Jak równoważysz karierę, życie osobiste i pasję?

Aby odnieść sukces w życiu, musisz znaleźć równowagę. Kiedy jesteś szczęśliwy w życiu prywatnym, wtedy jesteś znacznie bardziej produktywny i kreatywny w pracy. Jestem zawsze bardzo zmotywowany, niezależnie od tego, czy chodzi o pracę, czy o sport, zawsze staram się być na szczycie. Po wymianie obu stawów kolanowych w 2020 r., zacząłem więcej biegać i zacząłem przygotowywać się do wyścigów. W tym roku ukończyłem 2 półmaratony i jeden pełny maraton. Następnym celem jest maraton w Nowym Jorku. A moja żona, a także dyrektor generalny Penthouse, mogą potwierdzić, że jestem znacznie lepszym człowiekiem w dni, w które biegam (uśmiech). Ale zawsze, na koniec dnia, rodzina jest najważniejsza i zrobiłbym dla niej wszystko.

Jaki jest Twój ulubiony drink?

Budne martini z wódką Chopin, oczywiście. Musi być podawane prosto, bez wermutu, który zrujnowałby wyśmienity smak polskiej wódki.

Jaką unikalną umiejętność chciałbyś posiadać?

Zdolność uzdrawiania. Uwielbiam pomagać, i byłbym szczęśliwy, gdybym mógł zabrać ból i cierpienie ludziom chorym.

Jakie jest Twoje ulubione miejsce w Polsce?

Naprawdę podobał mi się Toruń, który miałem okazję zobaczyć podczas zeszłorocznej konferencji PIKE.

A jakieś przesłanie dla polskich fanów Penthouse'a?

Życzę dużo miłości i szczęścia wszystkim moim polskim przyjaciołom.

Zachęcamy również do spotkania się z Tonym podczas konferencji PIKE w Łodzi.

Treści muzyczne na najwyższym poziomie



Zapewnij swoim abonentom miejsca w pierwszym rzędzie podczas oglądania koncertów, widowisk muzycznych, występów DJ-ów i pozostałych produkcji premium!

24/7 rozrywka muzyczna klasy premium

- Tysiące pełnometrażowych wykonań muzycznych
- Szeroki wybór filmów dokumentalnych, seriali o artystach i kanałów z koncertami.
- Międzynarodowe produkcje i ekskluzywne treści przygotowywane z najlepszymi wytwórniami i lokalnymi partnerami
- Unikalna ramówka tv przygotowywana na każdą porę dnia

Kanały linearne

Odkryj kanały linearne Stingray w każdym stylu i gatunku muzyki, które zapewniają najlepszą rozrywkę o każdej porze dnia i nocy.

Na żądanie

Nasze kanały telewizyjne i treści, które są regularnie aktualizowane, są również dostępne dla abonentów telewizyjnych w formie usługi VOD.

STINGRAY
iConcerts

STINGRAY
djazz

STINGRAY
Classica

**IFA 2023**

Targowisko nowości

OPR. AK

Berlińskie, wrześniowe tragi IFA to jedno z największych wydarzeń elektroniki użytkowej w Europie, to właśnie tu producenci od lat prezentowali swoje najnowsze osiągnięcia technologiczne. Jeszcze zanim powstał internet, takie miejsca służyły do pokazania światu pierwszego telewizora, odtwarzacza mp3, płyty CD, lodówki czy aparatu. Mimo upływu lat, formuła stacjonarnych targów nadal ma wielu fanów, zarówno po stronie producentów jak i konsumentów. Pandemia zamroziła targi IFA na niemal dwa lata, ale poprzednie były bardzo udane, a tegoroczne miały się nie gorzej.



98-calowy Samsung Neo QLED 8K

W tym roku wystawę zorganizowano na powierzchni 130 tys. metrów kwadratowych. Przybyło ponad 2 tys. wystawców z 44 krajów. W ciągu pięciu dni przez hale targowe przewinęło się ok. 180 tys. odwiedzających. Pierwsze wydarzenie w Berlinie miało miejsce w 1924 r., a więc w przyszłym będzie obchodziło swoje stulecie. Nie sposób w skondensowanej formie opisać wszystkie nowinki sprzętowe prezentowane na IFA, a ukrywające się pod pojęciem - elektronika użytkowa. Dlatego skupię się tu na dziedzinie najbardziej zbliżonej do profilu naszego wydawnictwa, czyli aktualnościom spod szyldu dużych (TV) i małych (smartfony) ekranów.

Samsung

Stoisko Samsunga nie byłoby kompletne, gdyby nie znalazły się na nim telewizory i smartfony, obok których nie sposób przejść obojętnie. W przypadku telewizorów niesamowite wrażenie robiły **98-calowe Neo QLED-y** w rozdzielczości **8K** oraz ekrany wykorzystujące technologię **Micro LED**. Te ostatnie są wręcz nierealne: nawet będąc centymetr od ekranu, nie rozpoznacie poszczególnych pikseli. Jeśli chodzi o głębię czerni, można powiedzieć krótko: jest perfekcyjna. W telewizorach zastosowano czujniki, które wykrywają poziom oświetlenia. W zależności więc od tego, czy w pomieszczeniu

panuje mrok, czy świeci ostre światło, jasność matrycy dopasuje się do zastanych warunków i tym samym zoptymalizuje zużycie prądu. Mówiąc o telewizorach Samsunga nie można nie wspomnieć o limitowanej edycji **The**



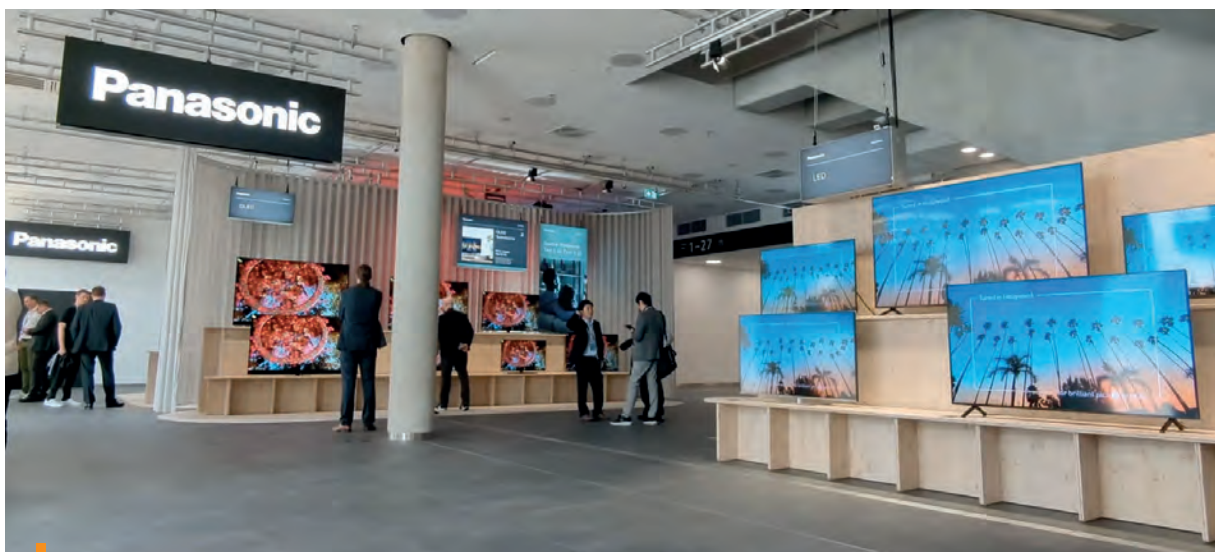
Projektor Samsung The Freestyle

Frame, celebrującej 100-lecie Disney'a. **The Frame Disney100 Edition** został wyposażony w unikalną ramkę oraz pilot, inspirowany postacią Myszkę Miki. Podobnie jak inne telewizory z serii, również ten The Frame posiada idealnie matową matrycę, która sprawia, że wyświetlane na niej obrazy naprawdę przypominają... obrazy. Telewizory wciąż znajdują się w spektrum zainteresowań sporej części konsumentów, ale nie brakuje też takich, którzy ulubione filmy czy seriale chcą

oglądać również poza domem. Najnowszy projektor **The Freestyle** został wyposażony w opcję Inteligentnego Łączenia Ekranów, co oznacza, że po sparowaniu ze sobą dwóch urządzeń, tworzą one jeden obraz o maksymalnych wymiarach **406 na 305 cm**.

Mocną stroną Samsunga, oprócz telewizorów, są oczywiście smartfony. Pojawienie się na rynku nowej, piątej już, generacji smartfonów **Flip i Fold** przypieczętowało nową erę w designie urządzeń mobilnych. Jak podkreślano na konferencji poprzedzającej targi, wartość sprzedaży „składek” w Europie przekroczyła już wartość sprzedaży serii Galaxy Note. Słupki sprzedaży mogą skoczyć jeszcze wyżej, bo Samsung robi wiele, aby przekonać do swoich urządzeń różnorodne grupy konsumentów. Przykładem niech będzie odważna kolaboracja z włoskimi designerami z **Toiletpaper**,

którzy użyli swoich wzorów smartfonom oraz lodówkom z serii BeSpoke. Warto podkreślić, że projektowanie urządzeń, nawet tych, które kojarzymy głównie z rozrywką, nie może dzisiaj unikać kwestii zrównoważonego rozwoju. Przykładowo, w smartfonach z serii Flip i Fold są więc wykorzystywane takie materiały, jak aluminium, szkło i tworzywa sztuczne powstałe na drodze recyklingu porzuconych sieci rybackich, beczek po wodzie i butelek PET.



Stoisko firmy Panasonic

Panasonic

Segment telewizji (i domowej rozrywki) jest jednym z elementów nowej, holistycznej wizji firmy Panasonic, a konkretnie jednego z jej czterech wymiarów „Dobrobyt przestrzenny”. Swoje nowości w asortymencie telewizorów **OLED i LED** producent zaprezentował właśnie podczas targów IFA 2023. Wśród OLED-ów znalazły się serie: **MZ 2000, MZ 1500, MZ 980 oraz MZ 800**, a także linie telewizorów **LCD LED** z seriami **mini LED MX 950, full array local dimming (FALD) MX 940, MX 800 oraz MX 700**. Wysoka jakość telewizorów OLED zarówno do oglądania filmów, jak i do grania w gry to m.in. efekt współpracy z profesjonalistami, np. z Hollywood. Dostępny w telewizorach OLED tryb **Filmmaker** pozwala oglądać filmy i seriale bez jakiegokolwiek zniekształcenia oryginalnej wersji kolorystycznej. Inteligentne sensory wykrywają nasycenie koloru światła docierającego z otoczenia i szczegółowo dostosowują do niego obraz. Sprawia to, że jest on bardziej naturalny zarówno w ciągu dnia, jak i w nocy. Z kolei nowy tryb **True Game Mode**, dostępny w modelach **HCX PRO AI** z 2023 r., ma za zadanie spełniać najwyższe wymagania techniczne stawiane przez producentów gier – i to zarówno w sferze wizualnej, jak i dźwiękowej. Tryb ten wprowadza do

świata gier funkcje precyzyjnej reprodukcji koloru, które są wykorzystywane przy produkcji filmów, a ulepszony **HDR Tone Mapping** zapewnia wierną reprezentację treści HDR dostarczanej przez konsolę do gry. Rozwijana przez Panasonic funkcja **my Scenery** w telewizorach tworzy środowisko dopasowujące się do pomieszczenia lub nastroju, np. scenerię mającą pomóc w skupieniu się na pracy lub uspokajające dźwięki pomocne w relaksowaniu się przed snem.

SHARP

SHARP zawsze był marką, która od zarania dziejów kojarzyła się z telewizorami. Nic się nie zmieniło. To nadal jeden z wio-

dących producentów na rynku w tym segmencie. Na targach IFA 2023 zostały pokazane światu modele telewizorów **4K Ultra HD** z wyjątkową technologią **Mini LED i Quantum Dot**, wchodzące w skład nowej serii **GV**. To nie jedyna nowa partia. Debiutuje również seria **FQ**, gdzie znaleźć będzie można nowe modele **QLED** z systemem głośników **Harman Kardon**. Na targach IFA pokazano odbiorniki zarówno z tańszej, jak i nieco droższej półki cenowej. Technologia **Mini LED** wykorzystuje jako podświetlenie małe, wysokowydajne diody LED, co umożliwia podział na nawet 2 tys. stref przyciemniania. W ten sposób SHARP uzyskuje precyzyjne i dynamiczne kontrasty,



Na stoisku firmy SHARP



Stoisko TP Link

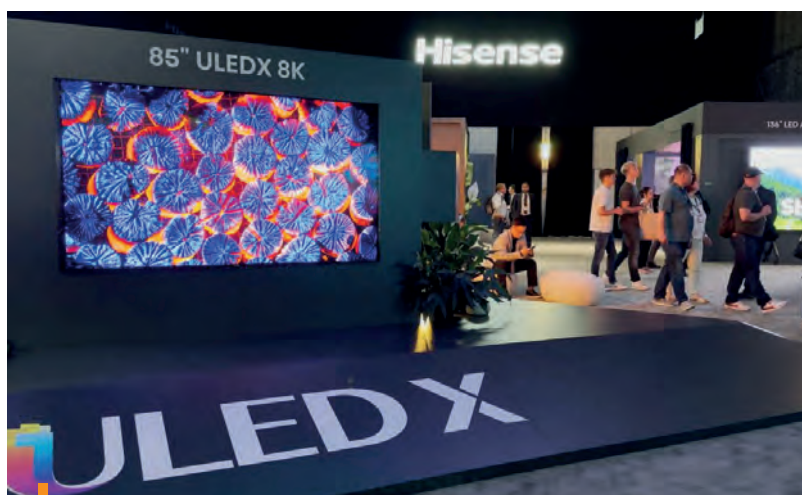
które zapewniają imponujące rezultaty, zwłaszcza w przypadku treści HDR i Dolby Vision. Z kolei – technologia **Quantum Dot** również oferuje rozszerzoną gamę kolorów, która zapewnia żywe i realistyczne kolory, a także jasność obrazu do 2 tys nitów. Odpowiada to około sześciokrotności jasności przeciętnego telewizora LED, co zapewnia niezwykle wrażenia wizualne. Nowe modele GV i FQ wykorzystują sztuczną inteligencję, która analizuje wyświetlane treści

i pomaga odpowiednio poprawić jakość obrazu. Dzięki technologii **AQUOS Smooth Motion** ruch obrazu jest zawsze płynny, a zniekształcenia obrazu są zredukowane. Na targach zaprezentowano urządzenia z systemami **Google TV, Roku OS i TiVo OS**. **Google TV** jest po raz pierwszy wykorzystywane przez firmę SHARP w nowych modelach GV i FQ. Ten inteligentny 64-bitowy system operacyjny płynnie integruje treści z różnych źródeł, takich jak serwisy streamingowe, telewizja

na żywo i osobiste biblioteki multimedialnych. **Roku OS** jest obecny w telewizorach SHARP na rynku brytyjskim i niemieckim, gdzie szeroko dostępna jest platforma Roku. Natomiast **TiVo OS** to nowy system i telewizory z tym systemem trafią także na nasz rynek. Za system TiVo stoi firma **Xperi** właściciel standardu **DTS** oraz certyfikacji **IMAX Enhanced**. Jak ten system będzie naprawdę działał przekonamy się dopiero za rok. Generalnie niestety dziś telewizory SHARP nieszczerze wyróżniają się na rynku i to jest ich największy problem. Platforma TiVo ma szansę być takim wyróżnikiem. Bo w morzu podobnych, tanich tv z Androidem ekrany SHARP-a giną.

Hisense

Marka Hisense kojarzy się głównie z telewizorami, których oczywiście nie mogło zabraknąć. Dla fanów domowej kinematografii główną atrakcją okazał się **85-calowy model ULED X**, gwarantujący absolutnie najwyższą możliwą jakość wyświetlanego obrazu oferujący połączenie technologii kropek kwantowych



Telewizor Hisense ULED X



Telewizor Hisense ULED U7

z rewolucyjnym podświetleniem składającym się z ponad 20 tys. diod mini LED i oferującym 5 tys. niezależnych stref podświetlenia. Wszystko to w dwóch odmianach: **4K i 8K**. Dzięki zastosowaniu szeregu nowych technologii, w tym procesora **Hi-View Engine X**, udało się osiągnąć **96 proc. pokrycia szerokiego gamutu DCI-P3**, co jest naprawdę imponującym wynikiem. Na stoisku marki zaprezentowano również olbrzymi, **100-calowy** telewizor z serii **ULED U7** oraz – ciekawostka – produkty z serii **Frame TV**. Te ostatnie dzięki zastosowaniu wysokiej klasy matowego panelu doskonale nadają się do

wyświetlania m.in. obrazów i zdjęć, zmieniając salon w prawdziwą galerię sztuki. Ciekawe rozwiązanie, które ma wielu fanów, w związku z czym fajnie zobaczyć tego typu produkty w ofercie kolejnego producenta. Prawdziwą gratką są jednak nowe **telewizory laserowe z serii L9H**, dzięki którym możemy się cieszyć kinowymi wrażeniami w zaciszu własnego domu. Nowe produkty dostępne będą w wersjach **100 i 120 cali**, a więc mówimy tu o ekranach absolutnie gigantycznych. Rozmiar to jednak nie wszystko. Telewizory z serii L9H mogą się też pochwalić wyjątkowo dobrym odwzorowaniem

kolorów. Producent obiecuje **aż 107 proc. pokrycia superszerokiego gamutu BT.2020**, a oprócz tego wsparcie m.in. dla standardu **Dolby Atmos** czy **Apple AirPlay 2**.

TCL

Prawdziwe nowości, o których do tej pory nie wiedzieliśmy praktycznie nic zaprezentowała firma TCL. To 3 modele telewizorów LCD z podświetlaniem **MiniLED**. Ekran **X955** jest nowym flagowcem firmy – to telewizor mający oferować aż 5 tys. nitów jasności, jak i również ponad 5 tys. stref podświetlania w 98-calowym wariantcie. Dla porównania inny debiutant **C805** zaoferuje tych stref raptem 640 w wersji 75-calowej. Można śmiało mówić, że X955 będzie zjawiskowym ekranem pod względem jasności, czerni i kontrastu w swoich gigantycznych rozmiarach **85 i 98 cali**. Zwłaszcza ten 98-calowy kolos jest tu całkowitym ewenementem. Przy czym trzeba się liczyć z tym, że taki telewizor będzie kosztował krocie. Firma zaprezentowała też bardziej „cywilną” wersję tego telewizora, czyli **C955**. Tu jasność będzie oscylowała w granicach 2 tys. nitów (w pikselu na fragmencie obrazu



Stoisko z telewizorami TCL

HDR), a w 98-calach będzie ponad 2 tys. stref podświetlania. Ten model będzie już dostępny w większej liczbie wariantów **65,75,85 i 98 cali**. Dodatkowo firma zaprezentowała też model **C805**, który można traktować jako model przejściowy pomiędzy uniwersalnym średniakiem **C745**, a bardzo dobrze wypadającym **MiniLED C845**. Ten telewizor będzie dostępny w całej gamie ciałary – **50, 55, 65, 75, 85 i 98 cali**. Co istotne oznaczenia X955 i C955 sugerują, że to telewizory na rok modelowy 2024 (w 2023 TCL stosuje numerację C#4#).



Rozkładany Fairphone 5

Bardzo ważne jest też to, że wszystkie wspomniane telewizory będą operowały na **Google TV w wersji 12** (z możliwością aktualizacji) i bazować będą na nowym procesorze **MediaTek Pentonic 700**, który pozwala na gaming w 120 Hz z wykorzystaniem Dolby Vision

Rozbierane, rolowane, składane

Segment smartfonów to jedna z bardziej konkurencyjnych części rynku elektroniki. Jest kilku wyraźnych liderów, sporo marek walczących o dalsze miejsca i ledwie kilka, które celują w niszę. Do tej ostatniej grupy należy...

...Fairphone

Fairphone, to holenderski producent elektroniki i przedsiębiorstwo społeczne, które projektuje i produkuje smartfony, mając na celu mniejszy wpływ na środowisko i lepszy wpływ społeczny



Smartfon Tecno Phantom Ultimate

niż jest to powszechne w branży. Twórcy już od kilku ładnych lat stawiają na etyczność, przynajmniej w takim stopniu, jak da się tu osiągnąć (przy zachowaniu szansy na racjonalną sprzedaż). Podczas targów IFA zaprezentowano piątą generację smartfona, na którego udzielona będzie pięcioletnia gwarancja aktualizacji Androida (na pokładzie jest Android 13) oraz wsparcie zabezpieczeń software'u do 8-10 lat. Co prawda, mało kto będzie zainteresowany użytkowaniem telefonu przez tak długi czas, ale producent chce pokazać, że jest to możliwe. **Fairphone 5** został wyprodukowany w 70 proc. z recyklingowanych lub przyjaznych środowisku materiałów. Marka obiecuje pomoc w aktualizacjach zabezpieczeń systemu do 2031 r., a jak wszystko przetrwa, to okres ten wydłuży o kolejne dwa lata. Fairphone ma być oczywiście łatwy w naprawach. Otworzymy go samodzielnie, a moduły wymienimy bez potrzeby udawania się do serwisu. Moduły będą sprzedawane w sklepie marki lub u jego partnerów. Mowa o ekranie, kamerkach, portach, czy baterii.

Tecno

Tecno, mało znany w Europie chiński producent, wdrażał ostatnio ciekawe rozwiązania. Na IFA firma przedstawiła concept rolowanego smartfona. Nie jest to może coś oryginalnego, bo podobne prototypy innych marek trafiały na wcześniejsze

targi, ale pokazuje, że i Tecno stawia na odmienne pomysły. **Tecno Phantom Ultimate** pokazuje potencjał laboratoriów **R&D**. Wyświetlacz rozsuwa się z **6.55 do 7.11 cali** w ok. 1.2-1.3 sekundy. Model jest uproszczoną wariacją **Vision V** ze styczniowych CES 2023, w której część telefonu dodatkowo się składała. W złożonej formie Phantom przypomina normalny smartfon, ale z zagięciem wyświetlacza na tyle obudowy. Ta część panelu oferuje efekty **Always-On Display**. Ekran wykonano w technologii **Amoled LTPO (2296 x 1596)**. Tecno zmieściło wszystko w profilu 9.93 mm. Gadżet na pewno ma przez to swoje ograniczenia, bo nie wskazano wszystkich specyfikacji, ale to tylko kwestia umiejętnego ich zmieszczenia w nietypowej konstrukcji.

Sony

Sony wykorzystało targi IFA do prezentacji swojego kompaktowego smartfona. **Xperia 5 V** to telefon z ekranem w okolicach sześciu cali i flagowym wyposażeniem. Może nie tym topowym, ale naprawdę wystarczającym. Najważniejsze są tu mniejsze gabaryty, dobry zestaw fotograficzny, mocne wnętrze oraz efektowny wyświetlacz. Japoński gigant zdecydował się na dostarczenie większego sensora głównego, ale kosztem teleobiektywu. Na szczęście „matrycowe” 2x (efektywnie 48 mm) ma być ciekawsze od tele w poprzedniku.



myPhone-n23-seria-05

mPTech

Podczas berlińskich targów polska firma **mPTech** zaprezentowała swoje jesienne premiery – m.in. nową linię smartfonów **myPhone N23**. W jej skład wejdą trzy urządzenia różniące się specyfikacją i ceną. Pierwsze z nich – **myPhone N23 Lite** oraz **myPhone N23** – trafią do sprzedaży już w październiku br. Wspomniane telefony zostały wyposażone m.in. w wyświetlacz **6.517 cala HD+**, funkcjonalność **NFC** oraz czytnik linii papilarnych. Główny aparat z tyłu w pierwszym z nich będzie miał **13 Mpx**, a w drugim **50 Mpx**. Wersja Lite dostanie układ **Unisoc SC9863A**, współpracujący z **3 GB RAM** i **32 GB** pamięci masowej oraz baterię o pojemności **4000 mAh**. Za płynne działanie myPhone N23 odpowiedzialny będzie z kolei procesor **MediaTek Helio G36**, **6 GB** pamięci operacyjnej i **128 GB** przestrzeni na dane. Ten model otrzyma akumulator **5000 mAh**. W listopadzie na półki sklepowe trafi natomiast najbardziej zaawansowany technologicznie model z tej serii – **myPhone N23 5G** obsługujący łączność **5G**. Smartfon będzie wyposażony w **6.56-calowy wyświetlacz HD+ 90 Hz**, procesor **MediaTek Dimensity 6020**, **6 GB RAM** oraz **128 GB** pamięci wewnętrznej. Całości dopełnią aparat **50 Mpx** oraz bateria o pojemności **5000 mAh**. Odwiedzający polską firmę podczas targów w Berlinie mieli

ści wzmocnionych smartfonów **HAMMERA** na specjalnie przygotowanym stoisku.

Ulefone

To chiński producent wzmocnionych smartfonów (i nie tylko), który na berlińskie targi IFA 2023 przywiózł urządzenie o nazwie **Armor 24**. To nowy „pancerny” smartfon marki, którego najważniejszą cechą i jednocześnie zaletą jest wbudowany akumulator o pojemności aż **22000 mAh**. Wyposażenie smartfonu w tak pojemną baterię, ma swoje widoczne skutki. To przede wszystkim jego duża grubość. Jest mniej więcej trzy razy grubszy od klasycznego urządzenia. **Ulefone Armor 24** jest odporny na działanie wody, pyłów oraz innych czynników zewnętrznych. Potwierdzają to **certyfikaty IP68 i IP69K** oraz spełnianie wojskowej normy **MIL-STD-810H**. Wewnątrz pancernej

okazję zobaczyć również najnowszy model **HAMMER BLADE 4** z termometrem na podczerwień, który miał w swoją premierę na początku sierpnia br. Mogli także osobiście sprawdzić wytrzymałość i praktyczne funkcjonalno-



Ulefone Armor 24

obudowy pracuje układ **MediaTek Helio G96**, który współpracuje z **8 GB RAM-u** (z możliwością rozszerzenia o dodatkowe 8 GB pamięci wirtualnej) oraz **256 GB** przestrzeni na dane. Za wyświetlanie obrazu odpowiada tu **6,78-calowy ekran** o rozdzielczości **FullHD+**, który potrafi odświeżać obraz z częstotliwością **do 120 Hz**. Fotograficzny arsenał smartfonu to dwa aparaty o rozdzielczości **64 Mpix** z tyłu oraz **16 Mpix** aparat z przodu. Nad całością czuwa system **Android 13**.

HONOR

Globalna marka technologiczna HONOR zaprezentowała najlżejszy i najsmuklejszy składany smartfon **HONOR Magic V2** i pokazała koncepcyjny, rozkładany smartfon **HONOR V Purse**. To z kolei wersja glamour dla kobiet, błyszcząca ze złotymi elementami ramki oraz akcesoriami w postaci



Smartfon HONOR Magic V2

złotego łańcuszka z biżuteryjnym wykończeniem. Innowacyjne rozwiązania firmy HONOR oraz propozycje z zakresu phygital, nastawione na zrównoważony

rozwój w segmencie składanych urządzeń zyskały uznanie wśród światowych mediów, które wielokrotnie wskazały oba smartfony jako tegoroczne „Best of IFA”.

REKLAMA

Pasjatv

dystribucja kanałów tv

Biznes
kocha być
z Pasjatv



Barbara Szulc
☎ +48 502 394 141
✉ b.szulc@pasjatv.pl

Radosław Banak
☎ +48 531 313 710
✉ r.banak@pasjatv.pl

Iwona Kalinowska
☎ +48 500 280 356
✉ i.kalinowska@pasjatv.pl

Klaudia Buczak
☎ +48 533 104 014
✉ k.buczak@pasjatv.pl

Zapraszamy do współpracy!

✉ dystribucja@pasjatv.pl

🌐 www.pasjatv.pl

Piraci na falach wideo

OPR. AK

W ciągu ostatnich 6 lat liczba internautów korzystających z treści wideo online wzrosła o 7,7 mln, a jednocześnie tych sięgających do serwisów pirackich zmalała o 900 tys. osób. Częściowe ograniczenie działalności serwisów nielegalnych jest efektem szeroko zakrojonych systemowych działań rynku audiowizualnego, zarówno związanych z walką z piractwem, jak i podnoszenia atrakcyjności legalnych ofert.

Pomimo zmniejszenia liczby użytkowników sięgających po nielegalnie oferowane treści ich aktywność istotnie wzrosła. **Jak wynika z raportu Deloitte „Kradzież treści wideo w internecie 2023”**, w 2022 r. liczba odwiedzin pirackich stron oferujących filmy i seriale zwiększyła się o około **36 proc.**, a tych z nielegalnym streamingiem kanałów telewizyjnych o **8,8 proc.** w porównaniu do 2016 r. W efekcie poziom strat rynku i polskiej gospodarki wynikających z piractwa nadal się pogłębia. **Autorzy raportu szacują, że wartość konsumpcji treści pirackich w Polsce wynosi ok. 7,36 mld zł rocznie, z czego nawet 3 mld zł są możliwe do odzyskania.**

– Roczna konsumpcja nielegalnie oferowanych treści szacowana na 7,36 mld zł to kwota, która pozwoliłaby na opłacenie rocznego abonamentu do serwisu VOD dla wszystkich internautów w Polsce oglądających treści wideo. Analizując te dane, łatwiej wyobrazić sobie ogromne



straty, jakie piractwo internetowe przynosi polskiej gospodarce i całej branży rozrywkowej. Warto zauważyć również, że użytkownicy nielegalnych źródeł są skłonni zapłacić około 30 zł za dostęp do platform oferujących transmisje na żywo i 27 zł za usługi VOD. Tymczasem legalne źródła oferują podobne koszty subskrypcji – mówi **Teresa Wierzbowska, prezeska zarządu Stowarzyszenia Sygnał.**

Proceder nielegalnego udostępniania treści audiowizualnych, w tym telewizyjnych, uległ

zmianom, a podmioty oferujące nielegalnie kradzione treści szukają nowych metod dystrybucji i monetyzacji. **Poza streamingiem będącym dominującym w Polsce sposobem nielegalnej dystrybucji treści, znaczące straty liczone na poziomie 110 mln zł rocznie generuje także nielicencjonowane IPTV.** Wyzwaniem w ochronie treści jest także dystrybucja ich poprzez media społecznościowe oraz współdzielenie dostępu do legalnych platform VOD.

Co siódmy ankietowany korzysta z kont udostępnianych mu przez rodzinę lub znajomych.

Ponad połowa polskich użytkowników internetu uważa, że korzystanie z serwisów pirackich ma negatywny wpływ na liczbę i jakość produkcji audiowizualnych. Rośnie także świadomość zagrożeń związanych z korzystaniem z pirackich serwisów, takich jak instalacja złośliwego oprogramowania, kradzież danych czy wyłudzenia środków pieniężnych. Choć respondenci są świadomi tych zagrożeń, to czterech na dziesięciu z nich odwiedza nielegalne platformy, a około 5 proc. osób z tej grupy opłaca dostęp do takich stron. **Średnia miesięczna liczba wejść z Polski na serwisy**



Teresa Wierzbowska

pirackie wynosi prawie 130 mln, a wydatki internautów na tego rodzaju treści to aż 322 mln zł rocznie.

Dane z raportu Deloitte uchwyciły granicę możliwości rynku w zakresie walki z kradzieżą treści. Autorzy raportu wskazują, że bez systemowych rozwiązań i zaangażowania jednostek publicznych w walkę z kradzieżą własności intelektualnej wzorem innych krajów europejskich, nie będzie możliwe ograniczenie poziomu strat dla polskiej gospodarki, a rozwiązanie stosowane obecnie przez rynek mogą być niewystarczające. Dla skuteczniejszej ochrony własności intelektualnej konieczne jest wdrożenie mechanizmów takich jak blokowanie stron i nielegalnych transmisji na żywo.



Julia Patorska

i pirackich stron, a jedynie 2 proc. używa do tego wyłącznie nielegalnych platform.

– Wysoka inflacja skłania wiele osób do znacznego ograniczenia wydatków. Jednocześnie od czasów pandemii znacząco zmieniły się upodobania konsumentów, którzy rozrywki poszukują przede wszystkim w sieci. Dla wielu internautów korzystanie z nielegalnych stron z filmami, serialami czy gramami stanowi sposób na oszczędzanie pieniędzy, przy braku konieczności rezygnacji z ulubionych dzieł kultury. Aż 70 proc. respondentów z grupy oglądającej transmisje online w serwisach pirackich robi to głównie z powodu braku opłat. Ten trend stanowi poważne zagrożenie dla twórców i może negatywnie

wpłynąć na całą branżę rozrywkową – mówi **Julia Patorska, partner, liderka zespołu ds. analiz ekonomicznych Deloitte.** Dlaczego jeszcze internauci korzystają z takich serwisów? Poza ceną istotna jest również możliwość łatwego i szybkiego dotarcia do interesujących treści oraz szeroka oferta pirackich ser-

wisów. Z kolei przewagą serwisów legalnych w oczach internautów jest jakość i bezpieczeństwo usługi. Nadal wielu internautów ma trudność z identyfikacją, które serwisy są legalne oraz deklaruje większą uczciwość od realnych zachowań. 65 proc. badanych deklaruje, że pozyskuje treści wyłącznie z legalnych źródeł. Jednak w rzeczywistości wynik ten jest mniejszy o 20 punktów procentowych.

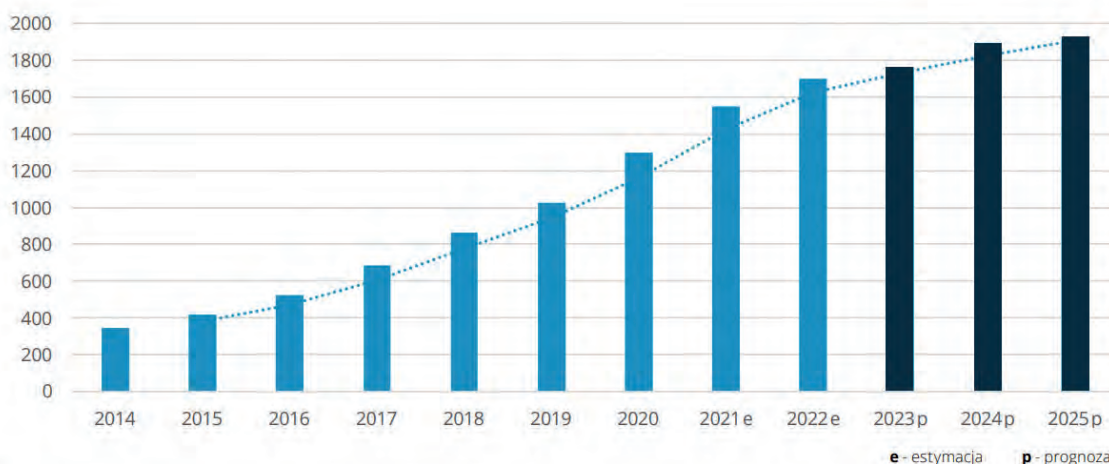
Straty w latach 2023–2030

Eksperti przewidują, że w latach 2023 – 2030 średnie tempo wzrostu piractwa wyniesie nieco ponad 1 proc. Choć ta dynamika wydaje się niewielka, to do 2030 r. wartość konsumpcji utworów audiowizualnych pochodzących z nielegalnych źródeł może wzrosnąć o ponad pół miliarda złotych w porównaniu do obecnego roku. Zgodnie z prognozami, łączne przychody serwisów pirackich w ciągu najbliższych 7 lat wyniosą 2,9 mld zł. Jednakże ta kwota uwzględnia jedynie przychody z płatności internautów oraz treści reklamowych. Całkowita hipotetyczna wartość konsumpcji utworów audiowizualnych z nielegalnych serwisów w latach 2023 – 2030, przy założonym tempie wzrostu piractwa, może sięgnąć nawet ponad 61 mld zł.

Główne przyczyny piractwa

Autorzy raportu podają, że **w Polsce z pirackich źródeł korzysta 25,1 mln osób w wieku od 16 do 74 lat.** Spośród wszystkich konsumentów treści wideo, 41 proc. pozyskuje je zarówno za pośrednictwem legalnych, jak

Wartość rynku VoD w Polsce (mln PLN)



Źródło: opracowanie Deloitte na podstawie PMR (2020) Rynek płatnej telewizji w Polsce 2020. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2020-2025

Wzrost przychodów GP Plus

Przychody **Grupy Polsat Plus** wzrosły w II kw. br. rok do roku o 1,9 proc. do blisko **3,3 mld zł**, a zysk EBITDA wyniósł ok. **800 mln zł**. Wolne przepływy pieniężne w okresie 12 mies. były na poziomie ok. **580 mln zł**, a wskaźnik całkowitego zadłużenia wyniósł 3,26x (dług netto/EBITDA LTM). Łącznie Grupa Polsat Plus dostarcza ponad **20 mln usług telekomunikacyjnych i telewizyjnych**, a blisko **2,5 mln** klientów korzysta z ofert multisplay, osiągając wymierne korzyści finansowe z łączenia usług **Polsatu Box i Plusa**. Przychód od klienta kontraktowego wzrósł rok do roku o 1,6 zł (2,3 proc.) do **71,8 zł**, a wskaźnik odejść klientów B2C (churn) niezmienne utrzymuje się na niskim poziomie **7,3 proc.** w skali roku. Grupa Polsat Plus obsługuje blisko **70 tys.** klientów B2B. Dzięki sukcesywnie poszerzanej ofercie usług komunikacyjnych i teleinformatycznych średni przychód od tych klientów wzrósł rok do roku o 6,2 proc. do blisko **1,5 tys. zł** miesięcznie. Łączna oglądalność kanałów Telewizji **Polsat** w II kw. br. wyniosła **22 proc.** – 7,8 proc. kanału głównego Polsat i 14,2 proc. kanałów tematycznych, a w I półroczu – **21,9 proc.**, w tym 7,9 proc. kanału głównego Polsat i 14 proc. kanałów tematycznych. W II kw. br. przychody z reklamy TV i sponsoringu Grupy odnotowały wzrost o 4,4 proc. do **345 mln zł**, a udział w rynku reklamy TV wyniósł **28,7 proc.** W I półroczu przychody zwiększyły się o 4,3 proc. do **629 mln zł**, a udział w rynku reklamy TV i sponsoringu osiągnął poziom 28,4 proc.

Integracja serwisów

Platforma cyfrowa **CANAL+** zintegrowała serwisy **Strefa CANAL+** i **CANAL+ online** dla abonentów. Za pośrednictwem serwisu streamingowego można teraz łatwo i szybko rozszerzyć wykupowaną ofertę programową.

sem streamingowym z kanałami i treściami VOD, odpowiadającym wykupionym pakietom. - Wprowadzenie wspólnego logowania to uproszczenie dla naszych klientów, którzy będą logować się tym samym loginem



OD 5 LIPCA 2023 R. NOWY SPOSÓB LOGOWANIA DO Strefy CANAL+

Za pomocą **Strefy Canal+** można sprawdzić płatności, poszerzyć ofertę programową i zamówić filmy oferowane w modelu na żądanie. Dotychczas narzędzie nie było powiązane z **CANAL+ online** dla abonentów, czyli serwi-

i hasłem do Strefy **CANAL+** i **CANAL+ online** - wyjaśnia w rozmowie z Wirtualnemedia.pl **Piotr Kaniowski, rzecznik prasowy CANAL+ Polska**. W maju br. platforma zlikwidowała aplikacje mobilną **Strefa CANAL+**.

CANAL+ stracił 500 tys. abonentów

W pierwszym półroczu 2023 r. liczba abonentów i subskrybentów **CANAL+** na całym świecie zmniejszyła się o ponad 500 tys. do **25 mln**. Spadki dotyczą głównie Afryki oraz Azji Południowo-Wschodniej. Na rynkach europejskich z wyłączeniem Francji liczba klientów wzrosła z 15,8 mln do **16,1 mln**. W pierwszych dwóch kwartałach roku **CANAL+** zwiększył bazę abonencką w rodzimej Francji z 9,5 mln do 9,8 mln osób. **CANAL+** ma w tym kraju umowy z Disneyem, Paramount Pictures, Sony Pictures, Universal Pictures i Warner Bros. Pokazuje też rozgrywki m.in. Premier League, Ligi Mistrzów,

MotoGP, Top 14 i Formuły 1. Od maja br. w Czechach i na Słowacji działa też odpowiednik obecnego w Polsce serwisu streamingowego **CANAL+ online**. Już ponad rok na rynku austriackim funkcjonuje kanał i serwis **CANAL+ First**. Francuska grupa spodziewa się wzrostu liczby subskrybentów w tym kraju, ponieważ pozyskała prawa do części meczów Ligi Mistrzów, Ligi Europy i Ligi Konferencji Europy. Umowa będzie obowiązywać w latach 2024-2027. Po raz kolejny przy okazji prezentacji wyników Videndi i **CANAL+** nie podano danych w odniesieniu do polskiego rynku.

Nowa umowa generalna

Stowarzyszenie Filmowców Polskich oraz **Grupa Polsat Plus** zawarły nową umowę generalną dotyczącą korzystania z utworów



audiowizualnych z repertuaru SFP w zakresie nadawania, reemitowania oraz udostępniania utworów audiowizualnych w internecie. Z uwagi na szeroki i udokumentowany zakres repertuaru SFP strony wypracowały kompleksowy model współpracy, umożliwiający

rozliczenia wynagrodzeń należnych twórcom i producentom chronionym przez Stowarzyszenie za korzystanie z ich repertuaru zarówno przez **Cyfrowy Polsat**, jak i spółki z **Grupy Polsat Plus** korzystające z utworów audiowizualnych. Z uwagi na wieloletnią współpracę, w kontekście zmieniającego się dynamicznie rynku filmowego, strony objęły umową także kwestie dotyczące internetowej eksploatacji utworów. – To na pewno kolejne ważne porozumienie w kontekście naszych wzajemnych relacji, które zapewnia nam jako Grupie szeroki zakres współpracy – mówi **Aneta Jaskółska**, członek zarządu **Cyfrowego Polsatu SA**, wiceprezes **Polkomtelu Sp. z o.o.**, **Grupa Polsat Plus**.

Do czego Polsat Box+?

Do Urzędu Patentowego Rzeczypospolitej Polskiej wpłynęły wnioski **Cyfrowego Polsatu i Polkomtela** odnośnie rejestracji znaków słownych **Polsat Box+ i Polsat Box Plus**. Do jakich usług będą wykorzystywane te nazwy? – Rejestrujemy wiele różnych znaków, co nie znaczy, że ze wszystkich korzystamy. Jeśli będziemy mieli jakieś plany związane z nowymi znakami, to na pewno o tym poinformujemy – wyjaśnia w rozmowie z Wirtualnemedia.pl **Tomasz Matwiejczuk**, dyrektor ds. komunikacji korporacyjnej, rzecznik prasowy **Telewizji Polsat**.

REKLAMA

plus

polsat box

Telewizja Polsat Box z Disney+ + Światłowód Plusa



Telewizja Pakiet S – 55 kanałów z Disney+. Światłowód S – do 300 Mb/s.

Od 13. mies. 98,99 zł/mies. z rabatami, od 25. mies. 127,99 zł/mies. z rabatem.



Telewizja



Światłowód



Oglądaj teraz



Pobierz ulotkę

Oferta dotyczy wybranych wariantów ofert dla nowych Klientów, którzy łącznie kupią ofertę internetu stacjonarnego Plusa i telewizji Polsat Box z pakietem podstawowym S i pakietem dodatkowym Disney+ z umowami na okres podstawowy 24 mies. **Internet stacjonarny S** do 300 Mb/s z abonamentem przez pierwszych 12 mies. za 19 zł/mies. z rabatami za e-fakturę 10 zł, smartDOM 9 zł specjalny 21 zł. Od 13. do 24. mies. za 40 zł/mies., z rabatami za e-fakturę 10 zł i smartDOM 9 zł. Od 25. mies. za 59 zł/mies. z rabatem za e-fakturę 10 zł. Szczegóły w Regulaminie Promocji z grupy ofert „Plus Internet Stacjonarny – oferta łączona” na plus.pl. **Telewizja satelitarna/kablowa IPTV** z pakietem S i pakietem dodatkowym Disney+ przez pierwszych 12 miesięcy bez opłat (dotyczy tylko pakietu S z pakietem dodatkowym Disney+ i nie obejmuje innych pakietów dodatkowych, opłaty jednorazowej za aktywację dekodera ani opłat za internet), od 13. do 24. mies. od 58,99 zł/mies. Od 25. mies. od 68,99 zł/mies. Technologia kablowa IPTV działa z internetem stacjonarnym Plusa (min. prędkość 8 Mb/s dla kanałów HD i 25 Mb/s dla kanałów 4K na dekoder). Szczegóły w Warunkach Oferty i Regulaminie na pilsatbox.pl. **Warunkiem skorzystania z rabatu** jest zachowanie warunków programu smartDOM i zgoda na przekazywanie danych pomiędzy Cyfrowym Polsatem S.A. a Polkomtelem Sp. z o.o. Szczegóły w Regulaminie „smartDOM 5 – Telewizja, Internet, Telefon” na pilsatbox.pl i plus.pl. Oferta ważna na dzień 15.09.2023 r.

© 2023 Disney i podmioty powiązane.

CANAL+ przejmuję udziały w Viaplay

Francuska grupa CANAL+ nabyła **12 proc. udziałów w Viaplay**, skandynawskiej platformie streamingowej, która ogłosiła, że zwolni 25 proc. pracowników (oznacza to likwidację 450 miejsc pracy) i wycofa się z niektórych rynków, w tym z Polski. Spółka zależna koncernu Vivendi – CANAL+ – jest już obecna na 50 terytoriach i może pochwalić się 25,5 mln abonentów, z czego 16 mln pochodzi z Francji. Płatna telewizja jest także większościowym udziałowcem południowoafrykańskiej platformy Mul-



tiChoice. Przewiduje się, że straty operacyjne Viaplay za cały rok wyniosą **od 83 do 102 mln dol.** W Polsce, gdzie Viaplay przejęła po CANAL+ transmisję z ligi angielskiej, platformy już współpracują. CANAL+ zachował część transmisji, a mecze pokazywane są z głosem komentatorów Viaplay. Decyzja Viaplay Group o wycofaniu serwisu Viaplay z polskiego rynku jest szansą dla krajowych nadawców, aby odzyskać utracone prawa sportowe lub pozyskać inne pozycje z jego oferty. Viaplay ma w swoim sportowym portfolio m.in. **Formułę 1, gale KSW, piłkarską ligę angielską, piłkarską Bundesligę i Ligę Europy UEFA.**

Grupa KP – wyższy przychód i zysk

W I poł. 2023 r. **Grupa Kino Polska** odnotowała przychody na poziomie **144,8 mln zł (+3,9 proc. r/r)**, przy wzroście wpływów zarówno z emisji i podobnym jak rok wcześniej poziomie w p ł y w ó w z reklam. Zysk netto Grupy w pierwszym

półroczu bieżącego roku wyniósł **23,8 mln zł (+10,9 proc. r/r)**, a wynik EBITDA **60,5 mln zł (+5,5 proc. r/r)**. Rentowność netto Grupy wzrosła do **16,4 proc.**, tj. o 1 p.p. więcej niż rok wcześniej. Przychody z emisji zwiększyły się o **7,9 proc. r/r** i stanowiły **52,8 proc.** całkowitej sprzedaży Grupy. Wpływy z reklam były niższe o **0,6 proc. r/r**, a ich udział w przychodach ogółem stanowił **36,0 proc.** Przychody na rynkach międzynarodowych wyniosły **47,6 mln zł (+1,9 proc. r/r)** i stanowiły **32,9 proc.** całkowitych przychodów Grupy. Średni udział kanałów Grupy w oglądalności widowni komercyjnej w I półroczu 2023 r. wyniósł **2,59 proc.** (SHR%,

All 16-59, live), tj. o **5,5 proc. mniej r/r**, co częściowo wynika ze zmian regulacyjnych. Największe przychody w Polsce i na rynkach międzynarodowych w wysokości **78,6 mln zł (+10,3 proc. r/r)** w I półroczu 2023 r. wygenerował

(łącznie z emisji i reklamy) segment **Kanały filmowe marki FilmBox i kanały tematyczne**. Segment **Zoom TV** zanotował kolejny bardzo dobry okres wzrostu przychodów, które po I półroczu 2023 r. wyniosły **12,3 mln zł**, rosnąc o ponad **18 proc. r/r**. W rezultacie segment ten zmniejszył stratę z ponad **8 mln zł** rok wcześniej do ponad **2 mln zł**. Segment **Stopklatka** notował spadek przychodów osiągając **21,5 mln zł** sprzedaży z reklam, tj. **mniej o 7,2 proc. r/r**. Również **Kanały marki Kino Polska** wygenerowały niższe niż rok wcześniej przychody, w wysokości **16,8 mln zł**, tj. **11,7 proc. mniej** niż rok wcześniej.

GRUPA KINO POLSKA

HBO Polska podwoiła zysk



Spółka **HBO Polska** (należy do koncernu Warner Bros. Discovery) w ub.r. zwiększyła przychody o 11,8 proc. do **417,02 mln zł**, a jej zysk netto poszedł w górę z 5,73 do **13,95 mln zł**. Przychody HBO Polska zwiększyły się w ub.r. z 372,52 do **415,09 mln zł**, a te z zagranicy (głównie od HBO Europe) – z 562 tys. do **1,93 mln zł**. Spółka odpowiada za dystrybucję stacji marek **HBO i Cinemax oraz platform HBO Max i HBO OD** dla sieci kablowych, platform cyfrowych i innych operatorów. Działalność operacyjna spółki kosztowała

w ub.r. **387,04 mln zł**, co wobec 358,24 mln zł w 2021 r. oznacza wzrost o 8 proc. Wydatki na usługi obce zwiększyły się z 342,91 do **372,01 mln zł**. To przede wszystkim zakupy od HBO Europe (ich wartość wzrosła z 319,1 do **333,22 mln zł**). Natomiast nakłady na wynagrodzenia zmalały z 11,3 do 10,53 mln zł, a na inne koszty pracownicze – z 1,69 do 1,44 mln zł. Firma tak jak przed rokiem zatrudniała 32 osoby na etatach.

FILMBOX
EXTRA HD

© 2022 MEDIAPRO

SERIAL RAPT

MACIEJ KANIGOWSKI
HEAD OF AFFILIATE SALES
TEL. +48 506 493 111
MKANIGOWSKI@KINOPOLSKA.PL

JOANNA JAKUBOWSKA
SALES EXECUTIVE
TEL. +48 694 416 968
JJAKUBOWSKA@KINOPOLSKA.PL

Zmiany w TVP Sport

Marek Szkolnikowski, dyrektor TVP Sport, po ponad siedmiu latach kie-



rowania sportową anteną TVP, odchodzi ze stanowiska. Z informacji Wirtualnemedi.pl wynika jednak, że zostaje w TVP i ma objąć nową, ekspoz-



Marek Szkolnikowski

nowaną funkcję. Następcą Szkolnikowskiego w TVP Sport został **Krzysztof Zieliński**, który będzie miał dwóch zastępców. Jednym z nich będzie **Sebastian Staszewski**, dotąd dziennikarz Interii, który będzie też redaktorem naczelnym stacji. K. Zieliński związany jest z Telewizją Polską od grudnia 2021 r. Najpierw był kierownikiem w Ośrodku Dokumentacji i Zbiorów Programowych, a następnie zastępcą dyrektora ds. strategii i organizacji w Biurze Spraw Korporacyjnych. Jest też Pełnomocnikiem Zarządu Telewizji Polskiej ds. skoordynowania prac nad obsługą Igrzysk Europejskich Kraków – Małopolska 2023, Mistrzostw Europy w piłce nożnej UEFA EURO – Niemcy 2024 i Letnich Igrzysk Olimpijskich – Francja 2024. Wcześniej zaangażowany był również w przygotowanie transmisji Mundialu 2022 w Katarze.

Awans Sławomira Kurka

Sławomir Kurek pełni obowiązki **dyrektora Biura Dystrybucji**. Od kwietnia 2020 r. zajmował stanowisko zastępcy dyrektora ds. Kanałów Dystrybucji w tej jednostce. Odpowiadał m.in. za dystrybucję programów i powiązanych z ofertą programową usług TVP do operatorów telewizji płatnej, w naziemnej telewizji cyfrowej,



Sławomir Kurek

satelitarnej oraz w serwisach internetowych (OTT) w kraju i zagranicą. Z branżą telewizyjną związany jest od początku swojej kariery zawodowej, czyli od 1995 r. Odpowiadał m.in. za wprowadzenie i rozwój dystrybucji na polskim rynku telewizji HBO. Był również dyrektorem Działu Dystrybucji w Discovery Polska.

Katarzyna Samojluk odeszła z Paramount

Z **Paramount** po dziewięciu latach odeszła **Katarzyna Samojluk**, country manager na Europę Środkowo-Wschodnią – dowiedział się „Presserwis”. K. Samojluk nadzorowała działalność Paramount na 14 rynkach, w tym w Polsce. Była również prezeską spółki VIMN Poland. Pracę w firmie – wówczas nazywającej się **Viacom** – rozpoczęła jesienią 2014 r. jako wiceprezesa i dyrektorka finansowa. Do zarządu VIMN Poland wszedł natomiast **Daniel Reszka**, od niedawna vicepresident con-



Katarzyna Samojluk

tent strategii brands na kraje nordyckie i Europę Środkową, a także local lead na Europę Środkową i Wschodnią. W marcu 2022 r. Samojluk obejmowała stanowisko szefowej regionu Europy Środkowo-Wschodniej w miejsce Gábora Harsányi, który został regional general managerem na Europę Środkowo-Wschodnią w SkyShowtime, serwisie streamingowym stowięcym wspólne przedsięwzięcie Comcast Corporation i Paramount Global, uruchomionym także w ubiegłym roku.

Od 30 lat w Radzie

Agnieszka Ogrodowczyk nie jest już dyrektorką **Departamentu Strategii Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji** – dowiedział się „Presserwis”. Jak twierdzi Teresa Brykczyńska, rzecznik Rady - złożyła rezygnację z zajmowanego stanowiska z powodów osobistych. Z ustaleń portalu wynika, że A. Ogrodowczyk zajmuje obecnie stanowisko ekspertki w gabinecie

dyrektora biura Krajowej Rady – Macieja Myszkę. A Ogrodowczyk w KRRiT pracuje od 1993 r. W latach 1997-2011 była dyrektorką Departamentu Koncesyjnego, a od 2011 r. kierowała Departamentem Strategii. P.o. dyrektora Departamentu Strategii w Krajowej Radzie jest **Patryk Juhre**, jednocześnie dyrektor Departamentu Multimediów.

NIE PRZEGAP WIELKIEGO HITU LIGI HISZPAŃSKIEJ!

28.10 | 16:15 **ELEVEN SPORTS 1**

LALIGA  **ELCLÁSICO**

FC BARCELONA
REAL MADRYT



DLA KIBICÓW 



- Liga włoska
- Liga hiszpańska *
- Liga francuska
- Liga portugalska
- Liga belgijska
- Puchar Anglii
- Puchar Niemiec
- Supercup Hiszpanii
- PGE Ekstraliga *



LALIGA 



Jupiler Pro League



PGE EKSTRALIGA

*dostęp do wybranych meczów,
prawa współdzielone z innym nadawcą

Zdjęcia: Getty Images



DYSTRYBUCJA: Artur Grobel | Distribution Director

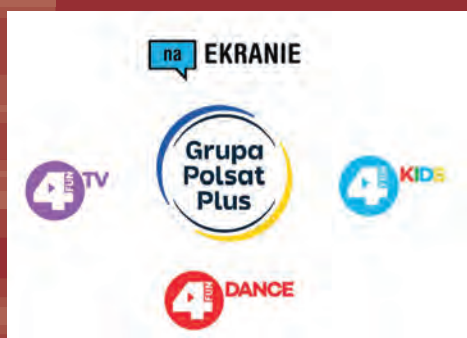
☎ 603 977 308

✉ artur.grobel@elevensports.com

ZAPYTAJ O KANAŁ ELEVEN SPORTS 1 W JAKOŚCI 4K

4FUN w Grupie Polsat Plus

Grupa Polsat Plus została większościowym udziałowcem spółek do których należą serwis **naEKRANIE.pl** oraz kanały telewizyjne **4FUN.TV**, **4FUN KIDS** i **4FUN DANCE**. Spółki zawarły jednocześnie wieloletnią umowę inwestycyjną na mocy której wspólnie będą rozwijać dotychczasowe biznesy 4FUN i naEKRA-



NIE.pl. Na czele obu spółek w randze **prezesa zarządu pozostaje Mateusz Górecki**. - Cieszymy się, że naEKRANIE.pl i kanały 4FUN dołączają do naszej Grupy. Nabycie ich udziałów traktujemy jako długoterminową inwestycję. Jesteśmy przekonani, że dzięki naszemu aktywnemu wsparciu i zaangażowaniu pozycja i znaczenie obu marek będą dynamicznie rosły - **komentuje Stanisław Janowski, prezes zarządu Telewizji Polsat**. Po przejęciu 4FUN.TV, 4FUN KIDS i 4FUN DANCE z Polsatem jest związanych już 10 stacji muzycznych. - Jak nie wiadomo o co chodzi, to chodzi o statystyki. Dzięki zakupom Polsat chce dogonić TVN Warner Bros. Discovery pod względem oglądalności. Poszerzenie portfolio może w tym pomóc - mówi serwisowi Wirtualnemedia.pl menadżer jednego z nadawców muzycznych.

Zabawa na całego

Telewizja Puls szykuje kolejne niespodzianki dla swoich widzów – tym razem dla tych najmłodszych. Od niedzieli 17 września można oglądać na antenie kanału **Puls 2** (w paśmie **Puls Kids**, które od ponad 3 lat jest liderem na rynku wśród dzieci w wieku 4-12 lat) teledysk promujący własny serial animowany Telewizji Puls – **„Jeżyk i Sprężynka”**. Teledysk nosi tytuł **„Zabawa na całego”** i został nakręcony w wakacje. Wykonawcą piosenki jest **Kuba Jurzyk**, wokalista i aktor dubbingowy, finalista programu xFactor. Muzykę skomponowało **Studio Spot**, a nad całością produkcji czuwała **Małgorzata Bogucka-Serek**, brand manager

marki **Puls Kids**. - Puls Kids na Puls 2 jest niezmiennie liderem w grupie dziecięcej, co bardzo nas cieszy a jednocześnie motywuje do dalszej intensywnej pracy. Widzowie znajdą u nas najlepsze, wyselekcjonowane serie animowane, cały czas pracujemy również nad tym, aby uatrakcyjnić świat Jeżyka - Brand Hero pasma Puls Kids. Jeżyk ma już

własny serial animowany, rozważamy w przyszłości produkcję pełnometrażowego filmu animowanego czy gier video. - powiedział **Dariusz Dąbski, prezes Telewizji Puls**. - Postanowiliśmy pójść za ciosem i wyprodukowaliśmy teledysk do piosenki znanej już z czołówek naszego serialu pt. „Jeżyk i Sprężynka”. Utwór w wykonaniu Kuby Jurzyka od



razu wpada w ucho, wiemy, że dzieci pokochały melodię, więc naturalne było, aby nakręcić dla nich muzyczną niespodziankę. - powiedziała **Małgorzata Bogucka-Serek**, brand manager marki Puls Kids. Teledysk można obecnie oglądać na antenie Puls 2, premiera na Social Mediach Puls Kids zaplanowana jest na październik br.

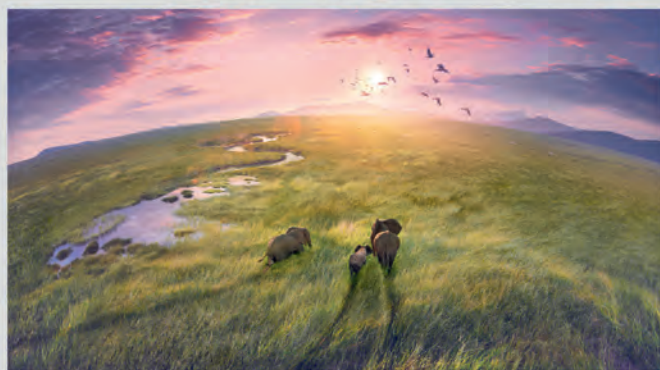
Umowa kredytowa Emitela

Emitel podpisał nową umowę kredytową z konsorcjum banków i zapewnił sobie finansowanie do kwoty **1,57 mld zł**, uwzględniające kredyt terminowy, inwestycyjny oraz rewolwingowy (typ kredytu obrotowego, który po spłacie zobowiązań umożliwia kolejne wzięcie pożyczki). Emitel chce przeznaczyć transze kredytu terminowego na spłatę zadłużenia wynikającego z podpisanej w 2020 r. umowy kredytowej, a transzę inwestycyjną i rewolwingową do sfinansowania działalności operacyjnej spółki i inwestycji związanych z planami



rozwojowymi i dalszymi akwizycyjnymi. Umowa ma obowiązywać do drugiej połowy 2030 r. W ostatnich latach Emitel realizował wiele kapitałochłonnych projektów. Największy z nich dotyczył procesu refarmingu pasma 700 MHz i zmiany standardu nadawania naziemnej telewizji cyfrowej. Proces ten był realizowany przez ponad 3 lata i ma on fundamentalne znaczenie dla rynku telewizyjnego i przyszłości platformy telewizji naziemnej w Polsce.

BBC STUDIOS



BBC
BRIT

BBC
earth

BBC
lifestyle

BBC
FIRST

CBeebies
BBC

BBC
NEWS

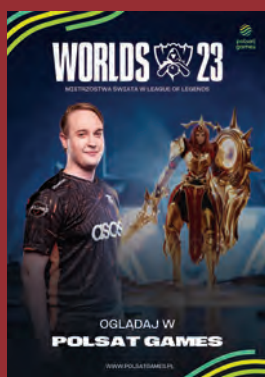
Dystrybucja BBC Studios Polska

Krzysztof Giczewski krzysztof.giczewski@bbc.com +48 696 004 399

Zbigniew Pruski zbigniew.pruski@bbc.com +48 600 094 631

Turniej powraca

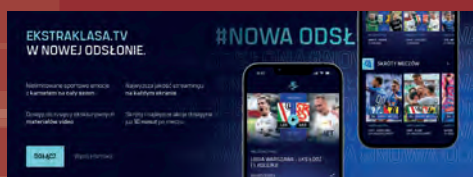
Najważniejszy esportowy turniej roku wraca do Polsat Games! Najlepsze drużyny



z całego świata na ponad 5 tygodni przyjadą do Korei Południowej, żeby rywalizować o tytuł Mistrza Świata League of Legends, a wśród nich jedyny Polak i świeżo upieczony wicemistrz LEC **Adrian „Trymbi” Trybus**. Kibicuj już od 9 października br. na antenie Polsat Games.

Ekstraklasa.TV z TISA AG

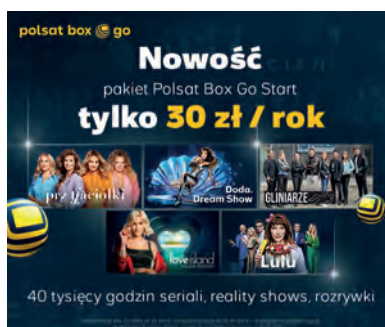
Ekstraklasa.TV, platforma streamingowa Ekstraklasy, na start sezonu 2023/24 rusza w nowej odsłonie i z nowymi funkcjonalnościami. Rozwojem technologicznym ligowego serwisu OTT zarówno w wersji mobilnej, jak



i desktopowej zajmuje się **TISA AG**, polsko-szwajcarska firma z branży sport-tech. Współpraca z nowym partnerem ma zapewnić platformie Ekstraklasa.TV lepszą dystrybucję i nowe możliwości monetyzacji.

Koniec Polsat Go

Serwis streamingowy **Polsat Box Go** uruchamia nowy pakiet o nazwie **Start** w promocyjnej cenie - **30 zł za rok, czyli 2,5 zł/m-c**. **Pakiet Polsat Box Go Start** będzie oferował dostęp do ponad 40 tys. godzin



seriali, reality shows, rozrywki i nowości z ponad 20 kanałów Telewizji Polsat. Jednocześnie z końcem sierpnia zakończył działalność serwis **Polsat Go**. Wszyscy dotychczasowi użytkownicy Polsat Go dostali darmowy dostęp na 2 miesiące do nowego pakietu Start w serwisie Polsat Box Go. - Chcemy skupić się na produkcji kontentu - mówi **Stanisław Janowski, prezes zarządu Telewizji Polsat**. - Zde-

cydowaliśmy się wyłączyć Polsat Go, a nasze treści będą oferowane m.in. w nowym pakiecie Polsat Box Go Start w modelu subskrypcyjno-reklamowym - niska, promocyjna opłata 30 zł za cały rok i niewielka liczba reklam. Jest to zgodne z aktualnym trendem na rynku streamingu - dodaje. Polsat Box Go to serwis streamingowy uruchomiony w 2021 r. przez Grupę Polsat Plus. Od teraz oferuje 3 główne pakiety: **Start, Premium i Sport**. **Polsat Box Go Premium** to dostęp do ponad 100 kanałów telewizyjnych, serie premium i filmy, w tym premiery kinowe. **Polsat Box Go Sport** to 20 kanałów sportowych oraz najważniejsze i najlepsze rozgrywki i imprezy sportowe z Polski i całego świata. Polsat Box Go jest dostępny przez stronę internetową **polsatboxgo.pl** lub aplikację na Android, iOS i Harmony OS, wybrane Smart TV, Android TV, Apple TV, Amazon Fire TV oraz dekodery. Serwis zapewnia funkcje Chromecast i AirPlay umożliwiające przesyłanie obrazu z telefonu lub tabletu np. na ekran TV.

TV4 i TV6 odświeżają oprawę

Nowa wizualizacja **TV4 i TV6** służy uzyskaniu spójnej identyfikacji, przy jednoczesnym zachowaniu tożsamości tych kanałów. Symbolem każdego z nich pozostaje stanowiąca bazę logotypu cyfra, która otrzymała nową formę. Wykorzystano w niej charakterystyczną dla **Grupy Polsat Plus** czcionkę **Display Font** oraz różnokolorowe linie, które tworzą zarówno logo stacji, jak i podstawowy motyw oprawy graficznej, tzw. „skórę”. Duże zmiany zaszły w warstwie kolorystycznej. Czwórka zyskała ciepłe, energetyczne barwy, utrzymane w tonacji pomarańczowej



i czerwonej, podczas gdy Szóstka prezentuje się w żywych, soczystych odcieniach zieleni z czerwonym akcentem. Za opracowanie identyfikacji wizualnej TV4 i TV6 odpowiada **Dział Produkcji Promocji Antenowej i Oprawy Telewizji Polsat**.

Zmiana oprawy łączy się ze wzmocnieniem oferty programowej stacji. Czwórka (TV4) i Szóstka (TV6) to ogólnopolskie i ogólnodostępne bezpłatne stacje z Grupy Polsat Plus, odbierane zarówno naziemnie (na multipleksie drugim - MUX 2), jak i na wszystkich platformach cyfrowych i satelitarnych oraz w sieciach kablowych.

NOWOŚĆ

WĄŻ

Premiera w piątek 6 października
o 21:00



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

CANAL+

polsat box
wcześniej Cyfrowy Polsat

multi**Media**



vectra

117

49

306

TV 4K Box/Horizon 224
Mediabox 499

306

Zarzuty UOKiK wobec WP Pilot

„Nie możesz się już doczekać występów Roberta Lewandowskiego w FC Barcelonie? Przygotuj się! Wykup dostęp do wszystkich kanałów Eleven Sports w WP Pilot i nie przegap żadnego meczu LaLiga Santander” – m.in. tak spółka Netwizor w ubiegłym roku, po transferze Roberta Lewandowskiego do FC Barcelony, promowała usługę dostępu kanałów, na których transmitowana jest część meczów pierwszej ligi hiszpańskiej i występów polskiego piłkarza w FC Barcelonie. Konsumenci zainteresowani rozgrywkami wykupywali dostęp do kanałów oferowanych w serwisie WP Pilot, by następnie dowiedzieć się, że część meczów jest niedostępna. Po przeprowadzeniu postępowania wyjaśniającego, Prezes UOKiK Tomasz Chrósty postawił przedsiębiorcy zarzuty naruszania zbiorowych interesów konsumentów. Spółka Netwizor promowała swoją ofertę hasłami, które mogły wprowadzać konsumentów w błąd. Mogli oni odnieść wrażenie, że po wykupieniu pakietów zawierających kanały Eleven Sports mają zagwarantowany dostęp do wszystkich meczów wskazanych w reklamach WP Pilot. Tymczasem na oferowanych kanałach transmitowana jest zaledwie połowa sportowych rozgrywek, o czym przekazy reklamowe nie informowały. Postępowanie przeciwko Netwizor może zakończyć się nałożeniem kary finansowej do 10 proc. obrotu lub obowiązkiem zrekompensowania konsumentom poniesionych strat.

Przetarg TVP na zakup mediów

Value Media, Sigma Bis, Fullsix Media oraz Euvic Media biorą udział w przetargu TVP, w którym wybrana zostanie agencja mediowa dla Telewizji Polskiej.

TVP poinformowała, że w ciągu trwającej rok umowy zamierza przeznaczyć na usługi planowania i zakupu mediów **59 mln zł**. Przy okazji poprzedniego przetargu wydała na te działania 22 mln zł. Value Media i Fullsix Media w swoich ofertach podały maksymalną wartość ceny brutto, która wyniosła **59 255 250 zł**. Euvic Media wyceniła swoje usługi na **58 765 710 zł**, natomiast Sigma Bis podała najniższą cenę – **58 282 040 zł**. Sigma Bis współpracuje z TVP od roku. W 2022 r. początkowo przetarg organizowany przez



TVP wygrała Value Media, jednak po złożeniu zażalenia przez Arena Media, trzecią z firm biorących udział w konkursie, TVP zdecydowała się odrzucić ofertę agencji należącej do Group One. Powodem była „rażąco niska cena” dla realizacji kampanii outdooru. Value Media współpracowała z TVP od 2018 r. W trakcie postępowania odwoławczego Value Media podkreślała, że to oferty pozostałych agencji są „rażąco wysokie”, jednak nie przedstawiła dowodów.

Polskie filmy w cenie

W pierwszej połowie 2023 r. **Biuro Sprzedaży i Współpracy Międzynarodowej Telewizji Polskiej** udostępniło ponad **150 tytułów w ramach ponad 50 umów licencyjnych** z odbiorcami z Europy, Ameryki Północnej i Południowej oraz Azji. Największą popularnością cieszą się filmy fabularne mające swoje premiery w tym roku oraz umowy pakietowe obejmujące od kilku do kilkudziesięciu tytułów. Rekordową sprzedaż odnotował film „Filip” w reż. Michała Kwiecińskiego, na który zawarto 16 umów obejmujących terytorium Australii, Japonii, Hiszpanii, Węgier, Bułgarii, Litwy, Irlandii, Belgii, Danii, Holandii, Islandii, Luksemburga, Norwegii, Szwajcarii, Szwecji i Wielkiej Brytanii. Popularne są również filmy „Marzec '68” w reż. Krzysztofa Langa (4 umowy: z Danią, Bułgarią, Węgrami i Szwecją), „Prorok” w reż. Michała Kondrata (również 4 umowy: Hiszpania

i Andora, Francja, Bułgaria) oraz „Ciotka Hitlera” w reż. Michała Rogalskiego (3 umowy: Kanada, Bułgaria, Zjednoczone Emiraty Arabskie). Popularnością za granicą cieszą się również polskie seriale, w szczególności „Wojenne Dziewczyny” w reż. Michała Rogalskiego i Filipa Żylbera, „Drogi Wolności” w reż. Macieja Migasa, „Stulecie



Winnych” w reż. Piotra Trzaskalskiego i Michała Rogalskiego oraz „Prokurator” w reż. Jacka Filipiaka i Macieja Pieprzycy. Pomimo wojny, trwa współpraca z Ukrainą, gdzie TVP sprzedała licencje do 4 filmów dokumentalnych oraz serialu „Młody Piłsudski” w reż. Jarosława Marszewskiego.

Jeżyk i Sprężynka



NUMER 1 WŚRÓD WIDOWNI 4-12*

**PULS
KIDS**
tylko w **puls**²

*Źródło: Nielsen, 01.01-31.07.2023 pon.-pt. bez świąt, 07:00-19:59, In-Home Consolidated +2d plus OOH Live; tg: all 4-12



Z okazji odbywającego się we wrześniu 48. Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni, Kino Polska (sponsor Nagrody Publiczności i Partner Główny imprezy) prezentuje specjalny cykl filmów, które na przestrzeni lat zdobywały laury i serca widzów na FPFF

Obietnica

Lila (Eliza Rycembel) i Janek (Mateusz Więclawek), uczniowie wielkomiejskiego liceum, należą do generacji, która komunikuje



się głównie za pośrednictwem mediów społecznościowych. Wraz z przyjaciółmi korzystają z życia na całego. Imprezuje, eksperymentują z używkami i wdają się w romanse. Jednak pewnego dnia Lila nieoczekiwanie zrywa z Jankiem, oskarżając go o zdradę. Zakochany chłopak będzie musiał zapłacić wysoką cenę za niewinny błąd. Jeśli spełni obietnicę, którą wymogła na nim dziewczyna, nic już nie będzie takie jak przedtem...

**EMISJA: 18 WRZEŚNIA,
GODZ. 21.55**

Supernova

Trzech mężczyzn, jedno miejsce, jeden dzień i jedno zdarzenie,



które zmieni ich losy. Oto polityk, który chce wygrać wybory (Marcin Hycnar); policjant, pragnący dotrzeć spokojnie do emerytury (Marek Braun); i mieszkaniec polskiej wsi, który ma rodzinę na utrzymaniu (Marcin Zarzeczny). Nieszczęśliwy wypadek pociąga za sobą lawinę konsekwencji. Ludzie postawieni w sytuacji granicznej – a także widzowie – staną przed pytaniem o rolę przypadku i przeznaczenia w życiu każdego z nas.

**EMISJA: 19 WRZEŚNIA,
GODZ. 21.55**

Córki Dancingu

Dwie nastolatki – Złota (Michalina Olszańska) i Srebrna (Marta Mazurek) – lądują w środku tętniącego muzyką, mieniącego się światłami neonów i cekinów świata warszawskich dancinów lat 80-tych. Nie są to jednak zwy-



czajne dziewczyny, tylko syreny, które próbują poznać i zrozumieć, czym jest bycie kobietą w otaczającej je rzeczywistości. Dołączają do muzyków zespołu Figi i Daktyle, z dnia na dzień stając się sensacją nocnego życia stolicy. Pochłonięte przez miłość i rodzące się namiętności, na chwilę zapominają o swojej prawdziwej naturze. Ale wystarczy jedno złamane serce, by sytuacja wymknęła się spod kontroli...

**EMISJA: 21 WRZEŚNIA,
GODZ. 21.55**

Różyczka

Warszawa, 1967 rok. W kraju panują nastroje antysemityczne, a władze tropią podejrzanych o syjonizm. Atrakcyjna Kamila Sakowicz (Magdalena Bocvarska) nawiązuje romans z Romanem Rożkiem (Robert Więckiewicz), funkcjonariuszem SB. Pewnego



dnia kochanek prosi ją o pomoc w zdobyciu informacji na temat znanego pisarza Adama Warczewskiego (Andrzej Seweryn). Dziewczyna zgadza się inwigilować literata i na potrzeby akcji przyjmuje pseudonim Różyczka. Szybko zdobywa sympatię mężczyzny, jego córki i matki. Z czasem zaczyna darzyć erudyte szacunkiem i uczuciem. Zostaje jego kochanką, a wkrótce żoną. Gdy Kamila próbuje zerwać współpracę z SB, zazdrosny Rożek robi, co w jego mocy, by jej to uniemożliwić.

**EMISJA: 22 WRZEŚNIA,
GODZ. 21.55**

Jesteś Bogiem

Film o legendarnej grupie hip-hopowej, która na zawsze zmieniła oblicze polskiego rapu. Śląsk, koniec lat 90-tych. Trzech kolegów z bloku: Magik (Marcin Kowalczyk), Rahim (Dawid Ogrodnik) i Fokus (Tomasz Schuchardt) zawiera muzyczny pakt,



który ma być wyrazem nadziei i obaw młodego pokolenia wchodzącego w dorosłość. Paktofonika szybko zdobywa rozgłos, ale cena jaką czasem trzeba zapłacić za talent jest bardzo wysoka. Film jest studium dojrzewania, ale pokazuje także ówczesne realia śląskiej sceny hip-hopowej, która rodziła się w czasach raczkującego polskiego kapitalizmu. Film był największym przebojem kinowym w 2012 roku.

**EMISJA: 23 WRZEŚNIA,
GODZ. 21.55**



Gruchoty z kanadyjskiej głuszy (sezon. 1.)

Wiejskie tereny zachodniej Kanady są pełne „wraków z buszu” — zabytkowych ciężarówek i pojazdów, które zostały porzucone w lasach, na polach czy w stodołach. Te zardzewiałe sko-



rupy — niektóre z nich pochodzą nawet z lat 30. XX w. — mogą być warte fortunę; najpierw jednak ktoś musi wyciągnąć je z lasu czy stodoły i zainwestować

dużo czasu i pieniędzy, aby je odrestaurować i przygotować do sprzedaży. Ten ciekawy serial dokumentalny śledzi działania kanadyjskich pasjonatów motoryzacji, mających obsesję na punkcie przekształcania starych, porzuconych samochodów, ciężarówek i innych pojazdów. Ich przeciwnikami w tym niełatwym zadaniu są wyboiste drogi, trudności techniczne i wymagający klienci — a także konkurencja

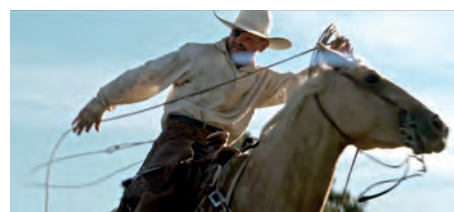
PREMIERA: 8 WRZEŚNIA, GODZ. 21.00



Dziki Zachód (sezon. 1.)

Seria ukazuje legendy, najważniejsze wydarzenia i folklor amerykańskiego Dzikiego Zachodu, który stał się ważnym elementem

tworzącej się amerykańskiej tożsamości kulturowej. Kręcone w Hollywood westerny każą nam wierzyć, że kowboje i Indianie ciągle walczyli ze sobą na Dzikim Zachodzie; że wszyscy kowboje byli biali; że rdzenni Amerykanie byli brutalni, dzicy i atakowali bez powodu, a wszyscy szeryfowie byli praworządnymi obywatelami. W tym programie zobaczymy,



że rzeczywistość bywała często bardzo odmienna...

PREMIERA: 22 WRZEŚNIA, GODZ. 21.00



Dzikie śpiochy

Spanie: każdy robi to inaczej — ale każdy to robi... Ogromne słonie śpią tylko dwie godziny na dobę, podczas gdy małe pszczoły drzemą do dziesięciu godzin dziennie. Niektóre ptaki spędzają 300 dni w roku w powietrzu i śpią podczas lotu. Zapraszamy na film dokumental-

ny o największych śpiochach na Ziemi. Naukowcy wykorzystują najnowocześniejsze technologie, żeby znaleźć odpowiedzi na pytania: dlaczego i jak śpią zwierzęta? Jak radzą sobie z brakiem snu — a jak z niebezpieczeństwami związanymi z faktem, że w czasie snu nie da się czuć?

EMISJA: 17 WRZEŚNIA, GODZ. 12.35



Des (sezon. 1.)

Seria ukazuje historie prawdziwych zbrodni popełnionych przez jednego z najokrutniejszych seryjnych morderców w historii Wielkiej Brytanii — **Dennisa Nilsena** znanego jako „Des”. Nazywany „uprzejmym zabójcą”, Nilsen był lokalnym urzędnikiem państwowym, który przez pięć lat, w latach 1978-1983, mordował chłopców i młodych

mężczyzn poznanych na ulicach londyńskiej dzielnicy Soho. Po aresztowaniu, już w policyjnym radiowozie, Nilsen bez wahania

przyznał się do wszystkich swoich zbrodni. Jednak — co było poważną trudnością dla prowadzących śledztwo — nie pamiętał, jak nazywały się jego ofiary. Zaczęło się największe śledztwo w historii Wielkiej Brytanii. Czy kiedykolwiek zrozumiemy, jak działa umysł psychopatycznego mordercy? A jeśli tak — jaką cenę za to zapłacimy?

PREMIERA: 15 WRZEŚNIA, GODZ. 21.30





Śmiercionośne wynalazki

Ludzka zdolność do okrucieństwa i niegodziwości nie zna granic. Tak było od początków cywilizacji, aż do dziś. „Śmiercionośne wynalazki” to seria dokumentalna, która skupia się na historii oraz technologicznych tajemnicach najbardziej diabo-



licznych wynalazków świata. Od wymyślnych narzędzi tortur i sposobów zadawania śmierci, aż po przerażającą broń wojenną, nikczemne narzędzia szpiegowskie oraz gry, w których celem jest zabijanie – to tylko niektóre z tematów historii fascynujących innowacji, mających początek w najmroczniejszych zakątkach szalonych umysłów.

EMISJA: OD 12 WRZEŚNIA, WE WTORKI, GODZ. 22.00

II wojna światowa w kolorze

Ważne bitwy II wojny światowej stanowiły o losach biorących w niej udział narodów i zmieniały bieg historii. Począwszy od napaści Niemiec na Polskę, co dało początek wojnie w Europie, aż po masowe naloty aliantów



na Berlin, które zwiastowały jej koniec – program prezentuje materiały filmowe przedstawiające kluczowe bitwy tamtych czasów w dotychczas niespotykanej wersji kolorowej. Realistyczne obrazy z pierwszej linii frontu przenoszą widzów w sam środek akcji, a osobiste wspomnienia i relacje osób po obu stronach konfliktu nadają temu sześcioczęściowemu serialowi wyjątkowy charakter.

EMISJA: OD 4 WRZEŚNIA, W PONIEDZIAŁKI, GODZ. 21.00



W poszukiwaniu potwora

Każdy odcinek „W poszukiwaniu potwora” to mini-wyprawa do odległego zakątka świata, zamieszkiwanego przez niezwykle istoty. Czy potwory istnieją naprawdę? Nauka i technologia łączą się, aby zapewnić widzom lepszą analizę tajemniczych kości potworów, odnalezionych przez podróżników i archeologów z całego świata.



Zamiast polegać na materiałach archiwalnych i starych zdjęciach, zwykle kojarzonych z tymi stworzeniami, seria eksploruje temat za

pomocą zaawansowanych gadżetów (specjalne aparaty fotograficzne, podsłuchy, a nawet podwodne przynęty). Chociaż potwory niekoniecznie muszą być prawdziwe, w każdym odcinku występują prawdziwi

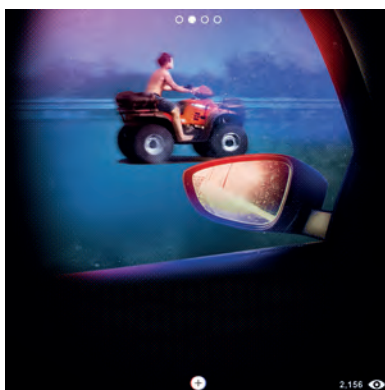
naukowcy.

EMISJA: OD 18 WRZEŚNIA, W PONIEDZIAŁKI I CZWARTKI, GODZ. 21.00



Absurdalne przestępstwa

Program „Absurdalne przestępstwa” przedstawia ludzi aresztowanych za rzekome popełnienie najdziwniejszych, kuriozalnych i wręcz surrealistycznych przestępstw. Program wykracza poza



nagłówki z pierwszych stron gazet i wiralowe nagrania, aby móc przyjrzeć się tym wypadkom i ich konsekwencjom. Twórcy programu przeprowadzili rozmowy z oskarżonymi, funkcjonariuszami aresztującymi oraz ze świadkami zdarzenia. To surrealistyczne przestępstwa z realnymi konsekwencjami.

EMISJA: OD 17 WRZEŚNIA, W NIEDZIELE OD GODZ. 21.00

NAJLEPSZE POLSKIE PRODUKCJE

TAJEMNICE DOLNEGO ŚLĄSKA

Łukasz Kasek na tropie

PREMIERA
24 PAŹDZIERNIKA



MIECZYŚLAW
GORZKA

PRZEMYSŁAW
PIOTROWSKI

WOJCIECH
CHMIELARZ

IZABELA
JANISZEWSKA

ROBERT
MAŁECKI

IGOR
BREJDYGANT

NOWY SEZON

OPOWIEM CI O ZBRODNI

PREMIERA

18 PAŹDZIERNIKA



NOWY SEZON

ROZMOWY O ZBRODNI

PREMIERA

29 LISTOPADA



DYSTRYBUCJA:

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

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

Ana Savić
Distribution Manager, CEE
tel. +48 666 314 082
e-mail: ana.savic@aenetworks.co.uk



LE MANS '66

„LE MANS '66” to opowieść o próbie skonstruowania najszybszego samochodu świata przez wielką amerykańską korporację Ford Motor Company i o ekscytującym pojedynku Forda ze sławnym włoskim koncernem Ferrari. Film ten opowiada o zdeterminowanym zespole amerykańskich i szwedzkich inżynierów i projektantów, którym przewodzi amerykański projektant samochodów Carroll Shelby (**Matt Damon**) i nieustraszonego, pochodzący z Wielkiej Brytanii, prawdziwy mistrz kierownicy



– kierowca wyścigowy Ken Miles (**Christian Bale**). Gdy Miles na torze wyścigowym oddawał całe swoje serce, Shelby był „mózgiem” tego tandemu. Zdecydowali się wspólnie walczyć z ingerencją wielkiej korporacji oraz prawami fizyki, aby zbudować rewolucyjny samochód wyścigowy i zmierzyć się z autem stajni Ferrari podczas legendarnego wyścigu 24 Godziny na torze Le Mans we Francji w 1966 roku...

PREMIERA – 19 PAŹDZIERNIKA, GODZ. 23.20

Emma

Zwariowana adaptacja klasycznej powieści Jane Austen. Piękna, mądra i bogata Emma Woodhouse (**Anya Taylor-Joy**) jest „królową” swego sennego miasteczka. Nie ma konkurencji, bowiem nikt nie dorównuje jej pod względem urodzenia czy majątku. W tej błyskotliwej satyrze na podziały klasowe, tytułowa bohaterka musi zmierzyć się z romantycznymi pomyłkami, aby uświadomić sobie, że miłość, której zawsze pragnęła, jest przy niej przez



cały czas. „Emma” rozgrywa się w szalenie barwnych czasach Regencji w Anglii. Kiedy rozpoczyna się ta historia, tytułowa bohaterka niedawno odkryła dreszczyk swatania. Udało jej się bowiem zaaranżować małżeństwo między swoją guwernantką (**Gemma Whelan**) a zamożnym wdowcem, panem Westonem (**Rupert Graves**). Emma świętuje swój sukces, aż zdaje sobie sprawę, że zaaranżowała również stratę swojej jedynej towarzyszk w domu. Pozostawiona sama ze swoim ojcem, panem Woodhouse'em (**Bill Nighy**), zwraca uwagę na młodą i naiwną pannę Harriet Smith (**Mia Goth**).

PREMIERA – 24 PAŹDZIERNIKA, GODZ. 23.30



Sługa Narodu

Ukraiński serial komediowy. Historia nauczyciela szkoły średniej Wasilija Pietrowicha Goloborodko (**Volodymyr Zelensky**), który nieoczekiwanie... wygrywa wybory prezydenckie, gdyż jego filmik, w którym krytykował władzę, stał się hitem i internetowym wiralem. Niespodziewanie dla wszystkich jeden z uczniów bez zgody



nauczyciela nagrał wszystkie jego wypowiedzi, a następnie opublikował je w internecie. W ciągu jednego dnia zwyczajny człowiek zmienia się w przywódcę narodu – głównego kandydata do zwycięstwa w nadchodzących wyborach. Teraz jednak główny bohater tego serialu sam będzie musiał nie tylko zmierzyć się z armią cynicznych polityków, skorumpowanych urzędników i doradców, ale i stawić opór politycznej machinie pełnej wygód, pokus i przywilejów, z czego bardzo chciałaby skorzystać cała rodzina nowego prezydenta.

EMISJA: OD 3 PAŹDZIERNIKA, WE WTORKI, GODZ. 18.00, 18.30, 19.00, 19.30

Wikingowie (sezon 5.)

Serial historyczny. Lagertha i synowie Ragnara wykuwają swoje przeznaczenie pośród narastającego zagrożenia, nieprzewidywalnych



zdrad i coraz bardziej krwawej walki o władzę. Po zwycięstwach wikingów w Nortumbrii Wesseksie, kaleki Ivar przejmuje dowództwo nad Wielką Armią Pogan. Bjorn Żelaznobia podąża za swoim marzeniem poznania basenu Morza Śródziemnego. Cierpiąc z powodu straty żony, Floki poddaje się woli nordyckich bogów i... odkrywa Ziemię Ognia i Lodu. Napięcia narastają między synami Ragnara Lothbroka, gdy wikingowie nadal zagrażają Wyspom Brytyjskim.

EMISJA: OD 4 PAŹDZIERNIKA, W ŚRODY O GODZ. 20.00, 21.00, 22.00 I 23.00



Drugie życie sukni ślubnej. Second Chance Dresses

W programie podążamy za przyszłymi pannami młodymi, poszukującymi idealnych kreacji na ich najważniejszy dzień w życiu. To program pełen oszałamiających kreacji, wzruszających osobistych historii, dramatyzmu



i pozytywnych emocji oraz świeże spojrzenie na modowy program o tematyce ślubnej. W każdym odcinku przyszła panna młoda pozna trzy sprzedające, które prezentują i zachwalają swoje suknie ślubne. Suknię z drugiej ręki

zaproponuje również prowadząca program **Marta Lech-Maciejewska**, blogerka, influencerka, twórczyni własnej marki mody, prywatnie szczęśliwa żona i mama. Program ten doskonale wpisuje się w ideę zero waste. Rynek sukni ślubnych z drugiej ręki to rosnące pozytywne zjawisko, które ma wielki wpływ na środowisko i ekologię.

EMISJA: OD 5 PAŹDZIERNIKA, W CZWARTKI, GODZ. 21.00

FOKUS TV

Rolnicy. Podlasie

Autorski serial FOKUS TV „Rolnicy. Podlasie” w czołówce najchętniej oglądanych programów w niedzielne wieczory w polskiej telewizji. Dzisiaj Rolnik musi być nie tylko hodowcą, ale też mechanikiem, ekonomem, księgowym, biologiem i w pewnym zakresie weterynarzem. Uprawa roślin wymaga nie tylko wie-

dzy na temat wzrostu roślin i różnorodności odmian, ale również ogromnego nakładu pracy, którą trzeba wykonać w ściśle określonym czasie. Tłem opowieści jest wielobarwne Podlasie, region krzyżujących się kultur, mieszania się prawosławia i katolicyzmu, ale przede wszystkim kraina wspaniałych



ludzi, kochających ziemię, kultuwujących spuściznę po rodzicach, a nawet dziadkach.

PREMIEROWE ODCINKI: W NIEDZIELE, GODZ. 20.00



Para do gara. Ona mówi, on gotuje

Nowy program rozrywkowy Czwórki, którego gospodarzem jest **Mateusz Gessler** – znakomity kucharz, restaurator, autor książek i juror programów kulinarnych. W każdym odcinku show śledzimy rywalizację trzech par uczestników – małżeństw, rodzeństw lub przyjaciół – o zwycięstwo i nagrodę pieniężną za najlepiej przyrządzone danie według przepisu prowadzącego.

Na wstępie prowadzący zapoznaje uczestniczki z przepisem swojego autorstwa. Panie nie mogą robić notatek ani towarzyszyć swoim partnerom podczas gotowania. Kiedy opuszczają studio, do akcji, w trzech zaaranżowanych kuchniach, wkraczają panowie. Każdy

z nich musi przygotować danie jak najbliższe oryginału, w ściśle określonym czasie i pod dyktando swojej partnerki, obserwującej go na ekranie i porozumiewającej się z nim przez zestaw słuchawkowy. Oceny i punktacji gotowych potraw uczest-

niczki dokonują podczas degustacji z zastanętymi oczami, a na koniec swoje punkty przyznaje także Mateusz Gessler.

EMISJA: W SOBOTY I NIEDZIELE O GODZ. 17.00





Baroni narkobiznesu

Korzystając z wiedzy operacyjnej agentów specjalnych producenci programu „Baroni narkobiznesu” dotrali do informatorów, którzy przed kamerami opowiedzieli o tym, jak likwidowano najbardziej śmiertelnych lordów narkotykowych na świecie. W programie poznamy m.in. kulisy skomplikowanej operacji infiltracyjnej „Titan”, która doprowadziła do rozwiązania



kolumbijskiego kartelu La Oficina de Envigado, współpracującego z Hezbollahem, a także historię wyjątkowo trudnego śledztwa przeciwko Curtisaowi Warrenowi, „grubej ryby” narkotykowego podziemia z Liverpoolu. W jaki sposób namierzono nieuchwytnych szefów? Jak doszło do ich aresztowania? Dzięki relacjom świadków z pierwszej zagłębimy się w szczegóły intensywnych, niekiedy wieloletnich śledztw.

PREMIERY: OD 12 WRZEŚNIA, WE WTORKI O GODZ. 22.00

Hitler: zaginione taśmy III Rzeszy

Adolf Hitler, początkowo nikomu nieznanemu austriackiemu żołnierzowi frontowemu, był głęboko rozgoryczony porażką Niemców w I wojnie światowej. W latach 20., znajdując podatny grunt na skrajnie prawicowej scenie politycznej, Hitler zaczął głosić populistyczne



hasła, zdobywając coraz większą popularność klasy robotniczej, jak i elit. Jego cel wydawał się jasny: przejęcie władzy najpierw w Bawarii, później w całym kraju. W marszu ku objęciu posady kanclerza Niemiec nie przeszkodziła mu nawet odsiadka. Po wyjściu z więzienia Hitler stanął na czele partii nazistowskiej i podjął działania, które doprowadziły do jednej z największych tragedii w historii. Serial „Hitler: zaginione taśmy III Rzeszy” to opowieść o życiu Führera i burzliwych czasach – droga do pełni władzy, okres bezwzględnej tyranii i zbrodni, a wreszcie upadek.

PREMIERY: OD 15 WRZEŚNIA, W PIĄTKI O GODZ. 21.00



Niezwykły dr. Pol (sezon 22.)

W 22. sezonie kultowej serii po raz kolejny przeniesiemy się do



środkowej części stanu Michigan, gdzie działa klinika Pol Veterinary Services. Jej załoga, kierowana przez niesamowicie doświadczonego bohatera tytułowego, pracuje siedem dni w tygodniu, by ratować zwierzęta znajdujące

się w trudnej sytuacji. W jednym z nowych odcinków na skutek burzy lodowej do kliniki trafiają pacjenci z kontuzjami — m.in. kłacz z rozciętym biodrem czy pies, który poślizgnął się i zerwał wilczy pazur. Weterynarze leczą także gorączkujące świnię, zranionego konia i kozę z poliencefalomalacją. W innym z epizodów dr Pol i jego świta wybiorą się na wystawę, by wesprzeć uczestników. Dzięki asyście lekarzy króliki, owce, psy, krowy są w dobrej formie i wzbudzają zachwyt publiczności. Weterynaria to ciężka i odpowiedzialna praca, ale niekiedy też okazja do zabawy.

PREMIERY: OD 3 WRZEŚNIA, W NIEDZIELE O GODZ. 16.00

Węże w mieście (sezon 9.)

W naszej szerokości geograficznej trudno wyobrazić sobie sytuację, w której jadowite węże pełzają po



ulicach. Są jednak państwa, takie jak Indie czy RPA, gdzie takie wydarzenia nie dziwią. Simon Keys wraz ze swoją dziewczyną Siouxsie Gillett wyłapują węże z miejskiej dżungli, aby chronić przed nimi ludzi. Widzowie National Geographic Wild będą świadkami, jak para łowców próbuje złapać szalenie groźne czarne mamby, które ukryły się w budynkach mieszkalnych. Duet przechwytuje także zaskrońca indyjskiego uwięzionego w zbiorniku na wodę, olbrzymiego damana, który utknął w motocyklu, i zabójczą kobrę, siejącą postrach wśród pracowników magazynu.

PREMIERY: OD 21 WRZEŚNIA, W CZWARTKI O GODZ. 18.00



Nowe życie

Serial opowiadający historię Bashira Hameda (**Hamza Haq**), lekarza pogotowia ratunkowego i uchodźcę z Syrii. Jego nowym domem zostaje Kanada. W Toronto stara się ułożyć życie na nowo, ale powrót do ukochanego zawodu nie jest łatwy. Dzięki



swojemu oddaniu i bohaterskiej postawie trafia do najlepszego szpitala w mieście. Zaczyna

praktykę na oddziale ratunkowym obok świetnych lekarzy: Magalie „Mags” Leblanc (**Laurence**

Leboeuf), Jeda Bishopa (**John Hannah**) i Theo Huntera (**Jim Watson**). W drugim sezonie Bash będzie musiał zmierzyć się z przeszłością, gdy w jego życiu pojawi się dawna ukochana.

EMISJA: OD 18 PAŹDZIERNIKA, W ŚRODY, GODZ. 22.00

Wystrzałowa Miss

Gloria (**Gina Rodriguez**) jest młodą makijażystką z Hollywood, która pewnego dnia niespodziewanie zostaje wystawiona na ogrom-



ną próbę. Kiedy jej przyjaciółka zostaje porwana w meksykańskiej Tijuanie, kobieta musi zacząć współpracę z niebezpiecznym kar-

telem narkotykowym, co sprawi, że będzie musiała sprawdzić się w najbardziej ekstremalnych okolicznościach. Sytuacja komplikuje się tym bardziej, kiedy DEA nakazuje jej zostać podwójną agentką
PREMIERA: 21 PAŹDZIERNIKA, O GODZ. 22.55



Lara Croft: Tomb Rider

Lara Croft, najśłynniejsza w świecie bohaterka gier komputerowych, przebojem wkracza na ekran w ... najbardziej stylowym i widowiskowym filmie akcji i przygody ostatnich lat! Zgłębianie sekretów zapomnianych imperiów, odkrywanie bajecznych skarbów, śmiertelne

starcia z czarnymi charakterami – oto normalny rozkład dnia poszukiwaczki przygód Lary Croft. Teraz jednak Lara staje przed największym wyzwaniem – mroczną tajemnicą zaginionego ojca związaną z Trójkątem Światła: kluczem do innego czasu i przestrzeni. Lara musi odzyskać legendarny artefakt, zanim wpadnie on w ręce tajnego stowarzyszenia Illuminati, dążącego do przejęcia władzy nad wszechświatem.

PREMIERA: 15 PAŹDZIERNIKA, GODZ. 21.00



Potrójne zagrożenie

Xiao Xian odziedziczyła po ojcu dużą firmę i zaczęła inwestować w rozwój regionu. Swoimi działaniami pragnie doprowadzić do upadku przestępczego syndykatu, czym sprowadza na siebie gniew niebezpiecznych ludzi. Niebawem zostaje wydane



zlecenie na jej życie. Ochrona Xiao jest niezwykle trudna, nawet dla grupy doświadczonych strażników. Jednak los jest przychylny kobiecie i na straży jej życia staje kilku zawodowych wojowników. Razem wchodzi w konfrontację z najemnikami...

PREMIERA: 8 PAŹDZIERNIKA, GODZ. 22.45

**BBC
BRIT**

Rosja: wojna Putina w kraju

Realizowany w tajemnicy dokument przedstawiający sylwetki oraz działania Rosjan, którzy ryzykują wolność i sprzeciwiają się prowadzonej przez Putina wojnie z Ukrainą. Na przykładzie losów sześciu osób twórcy dokumentu wyjaśniają



przejście Rosji do całkowitego autorytaryzmu i przybierający na sile brak poszanowania praw

człowieka. Każdemu, kto odważy się publicznie sprzeciwić wojnie, grozi aresztowanie i wyrok do piętnastu lat więzienia. Kontaktowanie się z zagranicznymi mediami jest karalne. Tymczasem rosyjski producent i dziennikarz Vasilij od początku inwazji dokumentuje życie Rosjan

i opowiada o tych, którzy nie boją się przeciwstawiać władzy

EMISJA: 20 WRZEŚNIA, GODZ. 22.00

**BBC
EARTH**

Bachus, Wenus i Mars (sezon 1.)

Specjalizująca się w wiedzy o kulturze starożytności oraz średniowiecza historyczka Bettany Hughes zabiera widzów w podróż przez kraje śródziemnomorskie i Bliski Wschód, by przedstawić prawdziwe dzieje trzech najbardziej znanych rzymskich bóstw oraz ich znacze-

nie we współczesnym świecie. Uświadamia, że wierzenie w Wenus (utożsamianą z grecką Afrodytą) ma bardzo złożone korzenie i zdecydowanie wykracza poza nawiązania do kanonów piękna, a postać bogini w sztuce, mitologii oraz archeologii wciąż jest żywa. Śladami Bachusa (greckiego Dionizosa), boga wina, zabawy i płodności, Hughes udaje się do Gruzji, Jordanii i Grecji. Z kolei podczas podróży do starożytnego Rzymu i dawnej Kartaginy przedstawia postać bezwzględного Marsa i wyjaśnia nierozdzielny



związek między działaniami wojennymi a kultem

EMISJA: OD 13 WRZEŚNIA, GODZ. 19.55

**BBC
FIRST**


Mordercze łowy (sezon 2.)

Freddy, uznana za niewinną towarzyszkę ogarniętego morderczym szaleństwem Baby, zyskała spory rozgłos, którym teraz karmi swoje psychopatyczne ego. Mimo odgrywania roli ofiary, tęskni za zmarłym kochankiem, dramatycznie potrzebuje bliskości. Czy poluje na kolejnego

partnera, aby zaspokoić tkwiący w niej mrok? Gdy ludzie z otoczenia Freddy zaczynają znikać w niewyjaśnionych okolicznościach, staje się jasne, że ktoś ma ją na celowniku. Rosnąca liczba ofiar budzi czujność pary detektywów, Jacksona i Loli. Rozpoczyna się niebezpieczna gra na styku pożądania, obsesji oraz śmierci.

EMISJA: OD 11 WRZEŚNIA, GODZ. 22.00

**BBC
lifestyle**

Zamiana luksusowymi domami (sezon 1.)

Nawet milionerom nudzi się ciągle spędzanie wakacji w swoim



drugim domu. Wówczas mogą dołączyć do klubu podobnie zamożnych oraz podobnie znudzo-

nych właścicieli luksusowych posiadłości. I przygotować się na podbój świata! Najpierw jednak warto zainspirować się sześcioma odcinkami programu, w którym członkowie elitarnego klubu Third Home wymieniają się na wakacje luksusowymi nieruchomościami w najpiękniejszych zakątkach

świata.
EMISJA: OD 29 WRZEŚNIA, GODZ. 21.00



LALIGA EA SPORTS

(liga hiszpańska)

Od początku nowego sezonu liga hiszpańska dostarcza kibicom sporych emocji, wielu bramek i niespodzianek. Za głównych faworytów wyścigu o mistrzostwo zgodnie uznaje się wielką trójkę: **FC Barcelona**, **Real Madryt** i **Atlético Madryt**, ale chcą jej zagrozić inne czołowe kluby, jak choćby **Real Betis**, **Real Sociedad** czy **Villarreal CF**. To sprawia, że nadchodzące zmagania w LaLiga EA Sports zapowiadają się bardzo ciekawie. We wrześniu na pierwszy plan wysuwa się derbowe starcie **Atlético Madryt z Realem Madryt** (24 września). Konfrontacje stołecznych drużyn gwarantują zaciętą rywalizację i gorącą atmosferę. Nie inaczej powinno być tym razem, a o najwyższy poziom sportowy zadbają takie gwiazdy, jak Antoine Griezmann, Koke, Vinícius Júnior czy Jude Bellingham. W nadchodzącym miesiącu widzowie ELEVEN SPORTS będą mogli obejrzeć również mecze z udziałem broniącej tytułu mistrzowskiego **FC Barcelony**. Przeciwnikami ekipy **Roberta**

Lewandowskiego będą **Real Betis** (17 września) i **RCD Mallorca** (27 września). W poprzednich rozgrywkach w potyczkach z tymi zespołami Polak zdobył łącznie trzy bramki i zanotował asystę. Czy ponownie błysnie skutecznością?

SERIE A (liga włoska)

Rozgrywki Serie A cieszą się w Polsce wielkim zainteresowaniem ze względu na występy wielkich gwiazd i kilkunastu zawodników z naszego kraju, w tym **Wojciecha Szczęsnego**, **Arkadiusza Milika** oraz **Nicoli Zalewskiego**. W nowym



sezonie tytułu mistrzowskiego broni **SSC Napoli**, ale lista kandydatów do trofeum jest znacznie dłuższa, bo duże aspiracje mają między innymi **Inter Mediolan**, **AC Milan**, **Juventus FC**, **S.S. Lazio** i **AS Roma**. We wrześniowych propozycjach ELEVEN SPORTS warto zwrócić szczególną uwagę na derbowe spotkanie **Interu Mediolan z AC Milanem** (16 września). To jedno z najbardziej utytułowanych włoskich klubów, które w poprzednich rozgrywkach prezentowały wysoki poziom zarówno w lidze, jak i w europejskich pucharach. Na San Siro kibicom zaprezentują się między innymi Lautaro Martínez, Nicolò Barella, Rafael Leão i Theo Hernández. W nadchodzącym miesiącu poważnym próbom zostanie poddane także

S.S. Lazio, które zagra z **Napoli** (2 września) oraz **Juve** (16 września).

LIGUE 1 UBER EATS (liga francuska)

Czy **Paris Saint-Germain** potwierdzi, że w tym sezonie ponownie jest głównym kandydatem do mistrzostwa Francji? A może lepiej od niego będą prezentować się inne czołowe zespoły, na przykład **RC Lens**, **Olympique Marsylia**, **AS Monaco** lub **Olympique Lyonnais**? Częściowej odpowiedzi na te pytania udzieli wrześniowe mecze Ligue 1 Uber Eats transmitowane w kanałach ELEVEN SPORTS. **Paryżan** czeka w nadchodzącym miesiącu kilka trudnych sprawdzianów, między innymi prestiżowa konfrontacja z **Marsylią** (24 września). Spotkania tych klubów mają wieloletnią tradycję i są określane jako Le Classique. Na Parc des Princes goście postarają się przerwać serię pięciu ligowych występów z rzędu bez zwycięstwa z PSG. Ciekawym



widowiskiem będzie z pewnością także starcie **Paris Saint-Germain** z nieprzewidywalnym **OGC Nice** (17 września). Gwiazdy ze stolicy sprawdzą formę **Marcina Bułki**, który w tym sezonie został pierwszym bramkarzem zespołu z Lazurów Wybrzeża. Polskich zawodników będzie można zobaczyć też na Stade Louis II, gdzie **AS Monaco** podejmie **RC Lens** (2 września), w którym ważną rolę odgrywa **Przemysław Frankowski**.



W stronę cyfrowej tożsamości

OPR. AK

Internet oraz cyfrowe aplikacje mają stać się bezpieczniejsze dla wszystkich obywateli UE. W tym celu Unia Europejska promuje rozwój cyfrowych tożsamości, które są kluczowe dla digitalizacji i dalszej integracji europejskiej. W krajach UE rozpoczął się rozległy pilotaż, którego celem jest rozwój cyfrowego dowodu tożsamości oraz jego standaryzacja w całej UE, aby zapewnić obywatelom dostęp do cyfrowej tożsamości.

Operatorzy sieci komórkowych **Grupy DT**, w tym **T-Mobile Polska**, **o2 Telefónica**, i **Vodafone** są partnerami UE w tym teście. Będą oni testować tożsamości cyfrowe podczas aktywacji kart SIM.

- Testy cyfrowych tożsamości w UE potrwają do końca 2024 r.
- Francusko-niemiecka inicjatywa POTENTIAL odpowiada za realizację działań pilotażowych
- Cyfrowa tożsamość ma umożliwić aktywację umowy z opera-

torem oraz bezpieczne odblokowanie karty SIM

- Operatorzy sieci komórkowych przeprowadzają projekty testowe w Niemczech, Francji, Austrii, Polsce, Holandii, Grecji i w Ukrainie



Czy to podczas zakupów w sieci, czy podczas korzystania z usług urzędowych i opieki zdrowotnej:

istnieje wiele sposobów na identyfikację użytkownika w sieci. Jednak dotychczas stosowane metody były krytykowane za ich wysoki koszt lub niewystarczający poziom zabezpieczeń. UE przyjęła więc nowe warunki techniczne dla bezpiecznych tożsamości cyfrowych. Podstawą do tego jest regulacja eIDAS, przyjęta niedawno przez UE. Unia Europejska przeprowadza obecnie rozległe testy nowych portfeli z cyfrowym ID.

Przewodnicząca Komisji Europejskiej, Ursula von der Leyen, powiedziała: „Za każdym razem, gdy strona internetowa prosi nas o zarejestrowanie nowej tożsamości cyfrowej lub możemy wygodnie zalogować się za pomocą dużej platformy, tak naprawdę nie mamy pojęcia, co dzieje się z naszymi danymi. Dlatego Komisja wkrótce zaproponuje bezpieczną europejską tożsamość cyfrową.

Taką, której możemy zaufać i której obywatele wszędzie w Europie mogą używać do wszystkiego, od płacenia podatków po wynajem roweru. Technologię, dzięki której sami będziemy kontrolować oraz wiedzieć, które z naszych danych są wykorzystywane i w jaki sposób.”

Valentina Daiber, chief officer legal & corporate affairs i członkini Zarządu o2 Telefónica, mówi: „Obywatele UE doceniają niezawodność sieci i korzyści z jej działania. Czy to portfele wirtualne, bankowość internetowa czy wysyłanie maili - każdego dnia wielu ludzi traktuje korzystanie ze smartfona jako coś oczywistego. Dlatego logicznym działaniem

jest dodanie kolejnej ważnej funkcji do życia w cyfrowym świecie – cyfrowej tożsamości opartej na smartfonie. To właśnie cyfrowa tożsamość, między innymi, przyspieszy interakcję między organami publicznymi a obywatelami, czyniąc smartfon jeszcze ważniejszym towarzyszem codziennego życia.”

Ursula von der Leyen

Adel Al-Saleh

-Saleh, CEO T-Systems i członek zarządu Deutsche Telekom AG, mówi: „Bezpieczne cyfrowe tożsamości to ogromny skok rozwojowy w obszarze naszej codzienności w internecie.

Każdy, kto w jednoznaczny sposób identyfikuje się online, buduje zaufanie. Niemal wszystkie sfery naszego życia na tym skorzystają, a jednocześnie uporządkujemy naszą codzienną cyfrową dżunglę pełną różnych nazw użytkowników i haseł.

Dlatego też bierzemy udział w testach Unii Europejskiej.”

Michael Jungwirth, dyrektor ds. Polityki Publicznej i Spraw Zagranicznych oraz członek zarządu Vodafone Niemcy, mówi: „Cyfryzacja musi być bezpieczna i prosta. I nie może się zatrzymać w obrębie granic narodowych. Dotyczy to również funkcji cyfrowej ID. Cyfrowa tożsamość może przynieść wartość tylko wtedy,

gdy ludzie faktycznie będą z niej korzystać. Zrobią to, gdy będą mogli zaufać aplikacji i będzie ona łatwa do użycia. Właśnie dlatego wspieramy projekt UE „POTENTIAL”. Aby cyfryzacja stała się dostępna wszędzie i dla wszystkich. Czy to w domu, na wakacjach czy w trakcie podróży służbowych.”

Testy komunikacji mobilnej, praw jazdy, kont bankowych czy e-recept

Projekt „POTENTIAL” jest największym z czterech konsorcjów prowadzących testy w UE.

„POTENTIAL” odpowiada za testowanie portfeli tożsamości cyfrowych UE w 19 krajach. Partnerzy konsorcjum testują cyfrowe tożsamości podczas otwierania kont bankowych, wydawania prawa jazdy czy wynajmu samochodów. Trwają testy online usług

urzędowych i podpisów elektronicznych.

Projekt UE oraz Ukrainy dotyczący komunikacji mobilnej

Operatorzy sieci komórkowych chcą pokazać między innymi, jak umowy oraz karty SIM mogą być prosto i bezpiecznie aktywowane w różnych krajach za pomocą tożsamości cyfrowych. Chcą również w dalszym ciągu ograniczać próby oszustw związanych z tożsamością cyfrową. Nowa technologia ma korzystać z jedynie niezbędnych danych klientów, zgodnie z wymogami DSGVO.

Powinna ona używać tylko tych danych, które są konieczne dla danej aplikacji.

Adel Al-Saleh

Valentina Daiber

Michael Jungwirth

15
LAT KIKE
KONFERENCJA KIKE 2023

16-18 PAŹDZIERNIKA 2023 | DOUBLETREE BY HILTON | ŁÓDŹ

NAJWIĘKSZE SPOTKANIE BRANŻY TELEKOMUNIKACYJNEJ

OPR. AK FOT. KIKE

W tym roku obchodzimy 15-lecie istnienia Krajowej Izby Komunikacji Ethernetowej, której podstawowym celem jest wspieranie lokalnych operatorów telekomunikacyjnych. Działamy prężnie i aktywnie w wielu obszarach i na różnych poziomach tak, aby zwiększać skuteczność naszych działań.

Dzięki takiemu podejściu staliśmy się największą izbą w branży telekomunikacyjnej – zrzeszamy setki podmiotów, które łącząc siły mają znacznie większą szansę wpływania na sytuację małych i średnich operatorów. Organizowane przez nas konferencje przyciągają niemal tysiąc uczestników, stając się tym samym największym forum dyskusyjnym na temat przyszłości telekomunikacji w Polsce i na świecie. Ich popularność potwierdza to, w co wierzymy i promujemy na każdym kroku: tylko działając wspólnie, mamy szansę wpłynąć na regulacje prawne i zdobyć kluczową pozycję w dyskusjach z administracją państwową. Dziś, gdy rozstrzygają się kwestie przyznawanych dotacji, a my stoimy w obliczu ogromnych zmian, nie możemy pozwolić sobie na podziały. Musimy być zjednoczeni i mówić jednym głosem. Tylko taka postawa da nam siłę i możliwość wpływania na przyszłość naszej branży. Jestem przekonany, że wspólnie osiągniemy założone cele! Do zobaczenia podczas konferencji! Dziękujemy, że jesteście z nami!

Skupień Karol, prezes KIKE

Konferencja **Krajowej Izby Komunikacji Ethernetowej** to największe wydarzenie branży telekomunikacyjnej w Polsce. W wiosennej edycji wzięło w niej udział ponad 800 uczestników. Operatorzy telekomunikacyjni ISP i operato-

rzy kablowi spotkali się z ponad 200 wystawcami i sponsorami: dostawcami, producentami treści audiowizualnych, sprzętu, infrastruktury, rozwiązań technologicznych i teleinformatycznych.

Tegoroczne spotkanie odbędzie się **16-18 października w hotelu „Double Tree by Hilton” w Łodzi**. Program zakłada wiele paneli dyskusyjnych dotyczących aktualnych wyzwań branżowych, a także war-

Projektów Polska Cyfrowa, Ministerstwa Cyfryzacji oraz Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego są stałymi gośćmi tego wydarzenia.

Podczas konferencji poruszone zostaną najpilniejsze zagadnienia, takie jak np. **cyberbezpieczeństwo** czy **beprecedensowa kwota środków unijnych** przeznaczonych w 2023 roku na budowę sieci telekomunika-



Zdjęcie z ubiegłorocznej Konferencji KIKE

szaty biznesowe. Na wydarzeniu nie zabraknie też okazji do networkingu i wymiany doświadczeń. Jednym z celów Krajowej Izby Komunikacji Ethernetowej jest pogłębienie dialogu z regulatorami oraz członkami administracji publicznej. Dlatego przedstawiciele **Urzędu Komunikacji Elektronicznej, Rzecznika Małych i Średnich Przedsiębiorstw, Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, Centrum**

cyjnych, które mogą znacznie zmienić konkurencyjność wielu lokalnych przedsiębiorców. Dzięki zróżnicowanej agendzie uczestnicy konferencji zdobędą wiele przydatnych informacji, które ułatwią rozwój ich firm. Będzie to również dobra okazja do kompleksowego przeglądu zagadnień związanych ze zmianami przepisów i prawa telekomunikacyjnego w Polsce.

Technologiczna współpraca z Tajwanem

Porozumienie o współpracy pomiędzy **Exatel SA a Chunghwa Telecom Company**, polsko-tajwańskie spotkania biznesowe, współpraca inwestycyjna i technologiczna m.in. w dziedzinie mikroelektroniki – to tylko niektóre tematy spotkań

standing między spółką skarbu państwa Exatel SA (zarządzającą światłowodową siecią transmisji danych o długości ok. 20 tys. km), a tajwańskim przedsiębiorstwem telekomunikacyjnym Chunghwa Telecom Company. Firmy zamierzają



Sygnatariusze porozumienia

wiceministra rozwoju i technologii **Grzegorza Piechowiaka** z delegacją tajwańskiego biznesu i administracji. – W biznesie potrzebni są wizjonerzy, którzy jako pierwsi podejmują wyzwania dając przykład innym. Dzisiejsze porozumienie jest nie tylko biznesowym sukcesem dwóch firm, ale będzie także wzorem i zachętą dla innych polsko-tajwańskich przedsięwzięć. Ta współpraca gospodarcza może przynieść dużo korzyści każdej ze stron – podkreślił G. Piechowiak podczas ceremonii podpisania **memorandum of under-**

standing między spółkami technologicznymi z Polski i Tajwanu. Porozumienie pozwoli polskiemu operatorowi telekomunikacyjnemu na wejście na rynek azjatycki i dalszą ekspansję międzynarodową. Chunghwa Telecom Company jest największą tajwańską firmą telekomunikacyjną i liderem technologii 5G. Jest to pierwsze tego typu porozumienie między spółkami technologicznymi z Polski i Tajwanu.

Network Resilience Coalition

Wiodące firmy IT, eksperci ds. cyberbezpieczeństwa i operatorzy sieci, w tym **AT&T, BT Group, Cisco Systems, Fortinet, Intel, Juniper Networks, Palo Alto Networks, Verizon** i ogłosiły utworzenie koalicji branżowej o nazwie **Network Resilience Coalition**. Jej celem będzie wspólne wypracowanie rozwiązań znacząco poprawiających bezpieczeństwo danych i sieci. Koalicja została utworzona przede wszystkim, aby pomóc w rozwiązywaniu

dwóch największych problemów CIO, CISO i administratorów sieci: braku terminowej instalacji krytycznych aktualizacji oraz brak widoczności sieci, co utrudnia wykrywanie nieprawidłowości. Jednym z celów jest też opracowanie raportu zawierającego praktyczne zalecenia dotyczące poprawy bezpieczeństwa sieci dla dostawców technologii, użytkowników oraz osób tworzących lub regulujących politykę cyberbezpieczeństwa.

RETN uruchamia połączenia 400G

RETN, wiodący międzynarodowy dostawca usług sieciowych, ogłasza zakończenie modernizacji swojej europejskiej sieci, oferując teraz usługi transmisji **400 Gb/s** w należącej do siebie sieci światłowodowej. Dzięki wieloletniej współpracy z firmą **Infinera**, RETN zaimplementował najnowocześniejszą technologię, przez co znacząco zmodernizował własną sieć na wszystkich europejskich trasach. Wysokowydajne rozwiązanie transportu optycznego, w tym **silnik optyczny ICE6, kompaktowa**



modułowa platforma GX G42 i otwarty system linii optycznych FlexILS firmy Infinera, są teraz wdrażane w celu zaspokojenia potrzeb klientów w zakresie przepustowości w hiperskali, przy niższym zużyciu energii, obniżonych kosztach i maksymalnej efektywności widmowej. W jednym ze swoich pierwszych wdrożeń 400G, RETN pomyślnie połączył **PoP Budapest Internet Exchange (BIX)** znajdujący się w Wiedniu z ich podstawową infrastrukturą w Budapeszcie. Jest to duże wsparcie rosnącego zapotrzebowania na międzynarodową transmisję danych dziewięćdziesięciu członków BIX, będących regionalnymi dostawcami internetu na Węgrzech. RETN zwiększył przepustowość łącza Budapeszt (T-Systems/Dataplex Invi-tech DC10) - Wiedeń Digital Realty (Interxion) ze 100 Gb/s do 400 Gb/s w ciągu zaledwie kilku tygodni.

Schyłek 3G

Jak poinformował na swoim blogu **Urząd Komunikacji Elektronicznej T-Mobile** zakończył świadczenie usług 3G w II kw. 2023 r. z wyjątkiem niewielkich obszarów, które zostaną także wyłączone do końca 2023 r. **Spółka P4**, czyli operator sieci **Play**, przekazał, że aktualnie nie ma planu wygaszania usług w technologii 3G. Z kolei **Orange**, wyłączenie sieci 3G rozpocznie w drugiej połowie września 2023 r., a cały proces ma się zakończyć w 2025 r. Wyłączenie 3G nie oznacza wyłączenia częstotliwości np. 900 MHz czy 2100 MHz w jakich usługi 3G są świadczone. Zmiana starej technologii na nowszą pozwoli więc na tych samych częstotliwościach zaoferować użytkownikom większą jakość usług mobilnych, czyli potocznie mówiąc szybszy mobilny internet. Takie zmiany są zgodne nie tylko z prawem polskim, ale regulowane na poziomie europejskim jak i światowym. Po wyłączeniu 3G konsumentowi, który nie posiada aparatu korzystającego z technologii 4G, pozostanie tylko sieć 2G – umożliwia ona przede wszystkim rozmowy, a także komunikację przy pomocy SMS-ów. Wyłączenie technologii 3G może niekiedy oznaczać konieczność wymiany starych telefonów komórkowych, działających tylko w tej technologii. Niestety, koszt takiej wymiany musi ponieść konsument.



czyć w 2025 r. Wyłączenie 3G nie oznacza wyłączenia częstotliwości np. 900 MHz czy 2100 MHz w jakich usługi 3G są świadczone. Zmiana starej technologii na nowszą pozwoli więc na tych samych częstotliwościach zaoferować użytkownikom większą jakość usług mobilnych, czyli potocznie mówiąc szybszy mobilny internet. Takie zmiany są zgodne nie tylko z prawem polskim, ale regulowane na poziomie europejskim jak i światowym. Po wyłączeniu 3G konsumentowi, który nie posiada aparatu korzystającego z technologii 4G, pozostanie tylko sieć 2G – umożliwia ona przede wszystkim rozmowy, a także komunikację przy pomocy SMS-ów. Wyłączenie technologii 3G może niekiedy oznaczać konieczność wymiany starych telefonów komórkowych, działających tylko w tej technologii. Niestety, koszt takiej wymiany musi ponieść konsument.

Plus powiększa zasięg 5G Ultra

Plus stale rozwija dostępność szybkiego internetu mobilnego w Polsce. Od momentu uruchomienia **5G Ultra**, przybyło 76 nowych miast objętych zasięgiem tej technologii. Dzięki temu dostęp do szybkiej sieci 5G Ultra, składającej się już z blisko 700 stacji bazowych, ma już **ponad 4,2 mln mieszkańców Polski** w mniejszych i większych miejscowościach. W sumie w zasięgu 5G jest ponad 20 mln osób w całym kraju. Dla użytkowników oznacza to możliwość korzystania z internetu mobilnego ze światłowodową prędkością. Przełoży się to na jeszcze szybsze pobieranie plików, niezakłócone spotkania online, komfortową pracę i naukę zdalną oraz płynne oglądanie wideo w najwyższej jakości. Zastosowana technologia wykorzystuje agregację (łączenie) 3 pasm radiowych – dwóch w technologii 5G (2600 MHz i 2100 MHz) oraz dodatkowo warstwy 4G (1800 MHz) – do szybkiej transmisji danych.



cję (łączenie) 3 pasm radiowych – dwóch w technologii 5G (2600 MHz i 2100 MHz) oraz dodatkowo warstwy 4G (1800 MHz) – do szybkiej transmisji danych.

Ekologiczne łącze

Z badania przeprowadzonego na zlecenie **Cisco** wynika, że użytkownicy coraz częściej biorą pod uwagę wpływ internetu na środowisko – informuje serwis telko.in. **65 proc.** ogółu badanych przejmują się jego śladem węglowym, przy czym największe zainteresowanie tą kwestią wykazują młodzi ludzie w wieku **18-24 lat (73 proc.)**. Odsetek Polaków, dla których kwestia ta ma znaczenie jest niższy i wynosi **53 proc.** Cisco uważa, że istnieje jednak szansa na bardziej ekologiczne jutro: **77 proc. osób (75 proc. z Polski)** byłoby skłonnych zapłacić więcej za łącze szerokopasmowe o najniższym możliwym śladzie węglowym (pod warunkiem zachowania jakości łącza), z czego **27 proc. globalnie (18 proc. w Polsce)** jest gotowa zapłacić o co najmniej **20 proc. więcej**. Z drugiej strony, niemal



połowa użytkowników z Polski wskazuje, że rosnące koszty życia miały wpływ na ich wydatki na internet, choć wpływ ten był wyraźnie mniejszy niż w pozostałych krajach objętych badaniem. I tak, niemal **19 proc.** Polaków (vs. 21 proc. ankietowanych w EMEA) zmieniła łącze na tańsze; **12 proc.** Polaków (vs. 14 proc. w EMEA) miało problemy z opłaceniem rachunków za internet; **18 proc.** Polaków (vs. 23 proc. w EMEA) nie było stać na wymianę łącza na szybsze, bezpieczniejsze i bardziej niezawodne, a **10 proc.** Polaków (vs. 16 proc. w EMEA) anulowało subskrypcję usług streamingowych. **49 proc.** Polaków (vs. 37 proc. w EMEA) stwierdziło natomiast, że rosnące koszty życia nie miały żadnego wpływu na ich wydatki związane z internetem.

Netia platynowym partnerem Dell

Netia, jako pierwszy integrator rozwiązań chmurowych w Polsce, została **Platynowym Partnerem Dell Technologies** w kategorii **Cloud Services Provider (Dell CSP Platinum Partner)**. Osiągnięcie tego najwyższego statusu

center - wyróżnia się wysoką jakością, która gwarantuje bezpieczeństwo i ciągłość działania. Netia korzysta z serwerów Dell na własne potrzeby, świadczy też na ich bazie usługi chmury publicznej - **Netia Compute** - oraz



usługę **Serwery Dedykowane**. - Nasza współpraca z Dell Technologies układa się bardzo dobrze od wielu lat. Systematycznie rozwijamy nasze kompetencje i ofertę w oparciu o rozwiązania Dell EMC oraz dynamicznie

potwierdza komercyjny i kompetencyjny sukces Netii z zakresie świadczenia usług chmurowych. Netia i Dell Technologies od lat wspólnie rozwijają usługi data center oraz cloud. Infrastruktura dostarczana przez Dell Technologies - lidera w budowaniu rozwiązań dla obiektów data

zwiększamy sprzedaż, co teraz zaowocowało uzyskaniem pierwszego w Polsce, najwyższego z możliwych, statusu Platinum w kategorii Cloud Services Provider - **powiedział Paweł Masłowski, kierownik ds. współpracy z partnerami w obszarze B2B Grupy Netia.**

Kredyt dla Cellnexu

Hiszpański operator **Cellnex**, który wykupił infrastrukturę pasywną **Plusa i Play**, zaciągnął w **Europejskim Banku Inwestycyjnym (EBI)** kredyt w wysokości **315 mln euro**.

Pozyskane środki mają wesprzeć rozwój infrastruktury telekomunikacji mobilnej niezbędnej do wdrożenia sieci 5G w **Hiszpanii, Portugalii, Francji, Włoszech i Polsce**. Kredyt umożliwi uruchomienie inwestycji o łącznej wartości **631 mln euro**. Ich celem jest poprawa i rozszerzenie w tych krajach zasięgu oraz zwiększenie wydajności infrastruktury sieci telekomunikacji mobilnej o bardzo dużej przepustowości. Pomoże to przyspieszyć trans-



formację cyfrową zarówno na obszarach miejskich, jak i wiejskich. W projekcie przewidziano budowę nowej infrastruktury telekomunikacyjnej, obejmującej masztowy telefonii komórkowej i miejskie stacje bazowe, ulepszenia umożliwiające współdzielenie infrastruktury przez wielu operatorów, instalację światłowodu umożliwiającą połączenie wież z sieciami poszczególnych operatorów, rozproszone systemy antenowe znacznie zwiększające przepustowość stacji bazowych oraz wykorzystanie odnawialnych źródeł energii dla ograniczenia emisji CO₂ przez sieć. Projekt będzie realizowany do 2030 r.

Logo Twittera już zmienione

Zgodnie z zapowiedziami **Elona Muska**, logo **Twittera** zostało w lipcu br. zmienione. Od teraz w lewym górnym rogu, w miejscu, które do tej pory zajmował niebieski ptaszek, znajduje się litera **X**. Odkąd Musk kupił Twittera w październiku ub.r., firma zmieniła nazwę biznesową na **X Corp.**, odzwierciedlając wizję miliardera stworzenia



„super aplikacji”, takiej jak chiński WeChat. **Linda Yaccarino**, dyrektorka generalna Twittera zatrudniona przez Elona Muska w czerwcu br., napisała odnośnie rebrandingu: „To wyjątkowo rzadka rzecz – w życiu czy w biznesie – kiedy dostajesz drugą szansę, by zrobić kolejne duże wrażenie. Twitter zrobił ogromne wrażenie i zmienił sposób, w jaki się komunikujemy. Teraz X pójdzie dalej, przekształcając globalny plac miejski”. „X to przyszły stan nieograniczonej interaktywności - opartym na audio, wideo, wiadomościach, płatnościach/bankowości - tworzący globalny rynek idei, towarów, usług i szans” Jak dotąd jednak zastąpienie znaku graficznego firmy jest jedyną zauważalną zmianą w serwisie

HONOR Magic5 Pro

HONOR, globalna marka technologiczna, niedawno oficjalnie ogłosił wejście do Polski, a już teraz do sprzedaży trafia jej flagowy model. **HONOR Magic5 Pro** można kupić w salonach sieci **Orange** oraz za pośrednictwem



strony internetowej operatora, w cenie **5499 zł**. Smartfon jest dostępny w dwóch wariantach kolorystycznych – zielonym oraz czarnym. **HONOR Magic5 Pro** to lider rankingu **DXOMARK** w kategorii „wyświetlacz” oraz zdobywca złotego wyróżnienia w kategorii „aparat”. Urządzenie zostało wyposażone w potrójny aparat główny **50 MP**, wspierany przez algorytm **HONOR Image Engine**, znacząco poprawiający jakość wykonywanych fotografii. System **HONOR Falcon** pozwala na natychmiastowe zrobienie zdjęcia, zarówno w dzień, jak i w nocy. Ponadto aparat posiada **3,5-krotny zoom optyczny i 100-krotny cyfrowy**. Elegancki, dopasowany do dłoni ekran **6,81”** z poczwórną krzywizną, oferujący jasność **1800 nitów** oraz odświeżanie **120Hz**, to tylko wybrane zalety wyświetlacza. W połączeniu z pojemną baterią **5100mAh** i czterordzeniowym procesorem **Snapdragon 8 Gen 2**, czynią z **HONOR Magic5 Pro** wyjątkowego flagowca.

Być jak najlepszym pracodawcą...

... to jeden z filarów strategii **T-Mobile**, stanowiący nieodłączną część magentowego DNA. Działania operatora na tym polu zostały wielokrotnie dostrzeżone i nagrodzone, m.in. w corocznych badaniach **Diversity IN Check** organizowanych przez **Forum Odpowiedzialnego Biznesu**. Teraz, do portfolio wyróżnień otrzymanych przez **T-Mobile**, dołączają prestiżowe tytuły **Friendly Workplace 2023** oraz **Solidny Pracodawca Roku 2023**. W konkursie **Solidny Pracodawca Roku**,



T-Mobile uhonorowane zostało za całokształt działań wychodzących ponad rynkowy standard w zakresie pozytywnych praktyk HR oraz społecznej odpowiedzialności biznesu. Drugie wyróżnienie, w konkursie **Friendly Workplace**, przypadło operatorowi w uznaniu za wdrażanie nowoczesnych standardów współpracy z pracownikami, promowanie kultury inkluzywnego i tolerancyjnego dla różnorodności miejsca pracy, a także odpowiedzialne podejście do ochrony zdrowia i dobrostanu pracowników.

Działamy w trosce o naturę

Pod takim hasłem ruszyła kampania **T-Mobile** w ramach której można oddać stary, nieużywany już telefon lub inne urządzenie wykorzystywane do łączności mobilnej. W zamian osoby, które zdecydują się na abonament w **T-Mobile**, otrzymają nawet **250 zł rabatu na nowy smartfon**, np. **Samsung Galaxy A54 5G** lub **Xiaomi Redmi Note 12 Pro 5G**. Aby skorzystać z promocji wystarczy przynieść sprzęt do jednego z salonów **T-Mobile**, gdzie zostanie on umieszczony w specjalnym pojemniku na odpady elektroniczne. Jest to miejsce zarówno na tradycyjne telefony, jak i smartfony czy smartwatche. Ważne, by były to urządzenia wyko-

rzystujące kartę SIM do łączności mobilnej. W kolejnym etapie klient może wybrać plan taryfowy najlepiej dopasowany do swoich potrzeb, a wraz z nim – otrzymać zniżkę na nowy smartfon, wynoszącą odpowiednio: **250 zł w abonamencie „L Nielimitowana”**, **150 zł w przypadku wariantu „M Nielimitowana”** lub **50 zł przy wyborze taryfy w wersji S lub XS**.



program

OD 23 LAT DBAMY O ROZWÓJ KANAŁÓW
TEMATYCZNYCH NA POLSKIM RYNKU!



MAMY STAŁY KONTAKT Z PLATFORMAMI CYFROWYMI
ORAZ PONAD 400 SIECIAMI KABLOWYMI W POLSCE

JESTEŚMY CZĘŚCIĄ GRUPY MEDIALNEJ DIGITAL NETWORK S.A.:

- WPROWADZAMY NA RYNEK NOWE KANAŁY TEMATYCZNE
- ROZWIJAMY DYSTRYBUCJĘ KANAŁÓW
- BUDUJEMY STRATEGIE MARKETINGOWE I PUBLIC RELATIONS
- TWORZYMY KAMPANIE REKLAMOWE ORAZ KONTENT TEMATYCZNY

REPREZENTUJEMY:



Agnieszka Bem: 795 311 209 agnieszka.bem@program.media

Agnieszka Hałacziewicz: 576 533 744 agnieszka.halacziewicz@program.media



WALKER: STRAŻNIK TEKSASU

WTORKI 21:05

AXN

JAN OSIŃSKI, AFFILIATE SALES MANAGER POLAND: JAN.OSINSKI@ANTENNA-ENTERTAINMENT.COM, +48 601 364 266

