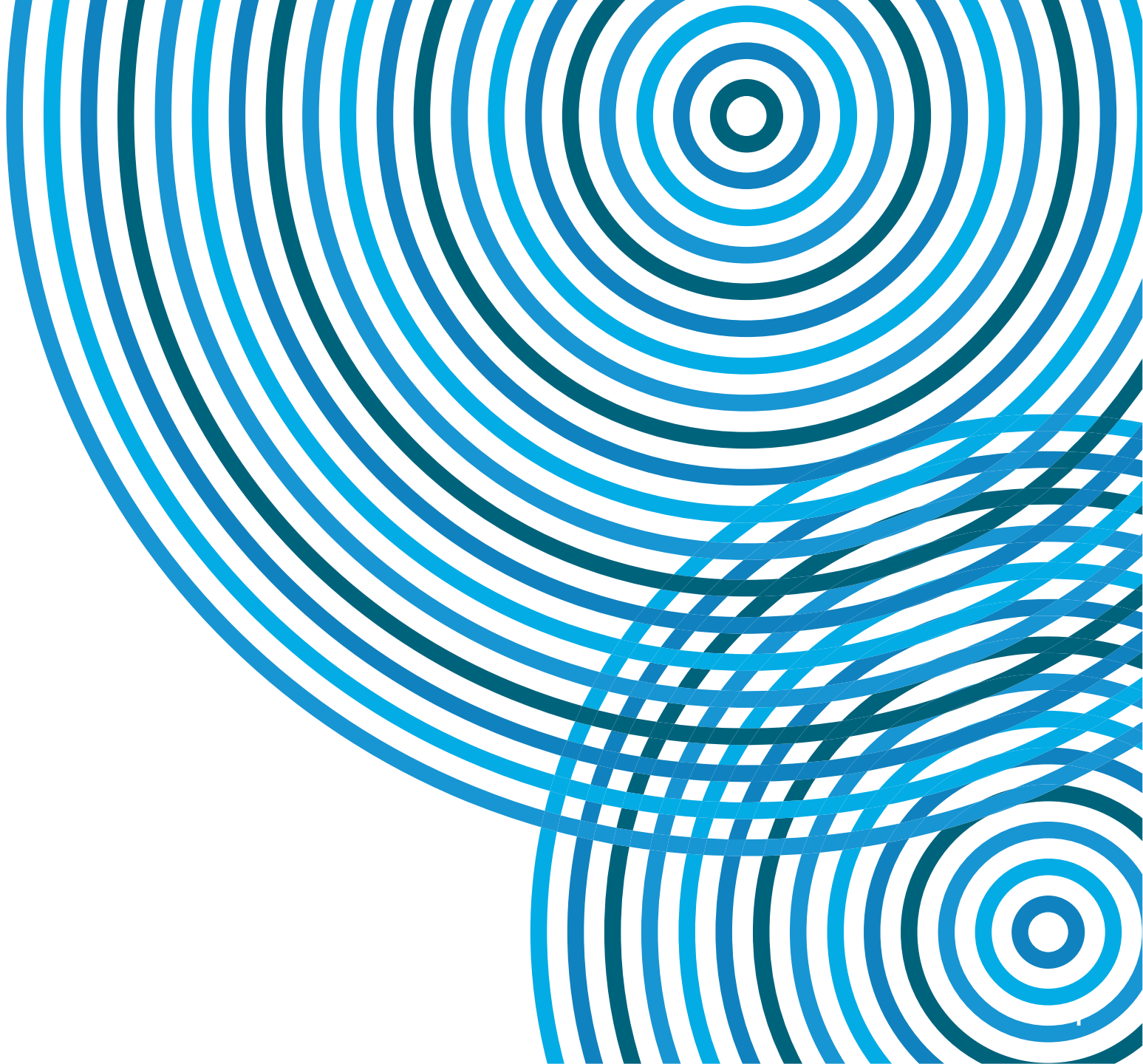


10 czerwca 2024 r.

Biuletyn IR 21/2024



Przegląd prasy

Wirtualnemedi.pl, 4 czerwca 2024 r.

Autor: bg

Polska reklama urosła o 11,5 proc. Ponad połowa budżetów na wideo

Szacowana wartość rynku reklamowego netto wyniosła w 1Q'24 przeszło 2,8 mld zł i w porównaniu do roku poprzedniego, była wyższa o 11,5%, wynika z najnowszego Raportu o Rynku Reklamy w Polsce, tworzonoego przez Publicis Groupe.

W najnowszej edycji raportu Publicis po raz pierwszy pojawia się kategoria „wideo”, która obejmuje zarówno telewizję, jak i wideo online. Wcześniejszy podział, stał się nieaktualny w dobie smart TV i ConnectedTV, ponieważ granice pomiędzy tradycyjną telewizją, a treściami wideo online zacierają się. Nowa metodologia Publicis Groupe, pozwala lepiej analizować poszczególne elementy rynku wideo i reagować na nadchodzące zmiany.

W 1Q'24 najszybszy wzrost odnotowany został w przypadku kina (blisko 30%) oraz reklama zewnętrzna (blisko 28%). Trzecie pod względem szybkości wzrostu było wideo z dynamiką 13,3%, przy czym dynamika przychodów samej tylko telewizji wyniosła 9%, zaś wideo online – niemal 26%. W przypadku telewizji zasługuje to tym bardziej na uwagę, ponieważ w 4Q'23 telewizja notowała zaledwie niewielki wzrost powyżej zera. Stabilny wzrost odnotowywaliśmy ponadto w przypadku internetu (+7,6%) i radia (+10,2%), jednak był on niższy od rynkowej dynamiki. W prasie spadek inwestycji wyniósł blisko 10 mln zł.

Przegląd prasy

Wirtualnedia.pl, 4 czerwca 2024 r.

Autor: MK

Znamy ceny platformy Max w Polsce. Trzy pakiety, oferta „konkurencyjna cenowo”

11 czerwca na polskim rynku zadebiutuje nowa platforma Max, która zastąpi HBO Max. Dostęp do nowego serwisu będzie dostępny w ramach trzech pakietów. Pierwszy z nich to „Podstawowy” w cenie za 19,99 zł miesięcznie. Pakiet dostępny jest przy ograniczonej liczbie reklam.

Drugi z pakietów „Standardowy” będzie dostępny w cenie 29,99 zł miesięcznie. W jego ramach treści dostępne będą bez reklam. Dodatkowo będzie można pobrać do 30 tytułów, aby oglądać je offline.

Trzecia z opcji, to pakiet „Premium” w cenie 49,99 zł miesięcznie. W ramach pakietu treści będzie można wyświetlać na czterech ekranach jednocześnie w jakości Full HD lub 4K (dźwięk Dolby Atmos przy wybranych tytułach), a także pobrać do 100 dostępnych tytułów (w tym 30 filmów), aby oglądać je offline.

W ramach trzech pakietów będzie również dostęp do kanałów linearnych HBO, HBO 2, HBO 3 oraz TVN HD.

Do każdego bazowego pakietu w cenie 20 zł miesięcznie będzie można wykupić także dodatek „Kanały TV i Sport”. W jego ramach subskrybenci otrzymają dostęp do dodatkowej biblioteki 25 kanałów na żywo. Dostępne będą także relacje z najważniejszych wydarzeń sportowych, w tym tenisowych Wielkich Szlemów, Pucharu Świata w skokach narciarskich, Speedway Grand Prix, kolarskich wielkich tourów, wyścigu 24h Le Mans itp.

Przegląd prasy

Wirtualnemedi.pl, 6 czerwca 2024 r.

Autor: bg

Rynek reklamy cyfrowej na koniec roku osiągnie wartość 8,8 mld zł

Według Raportu Strategicznego Internet 2023/2024 IAB Polska w 2023 r. dynamika wydatków reklamowych online r/r wzrosła o 13% osiągając poziom 7,8 mld zł.

W ubiegłym roku komunikacja cyfrowa pozyskała 53% tortu reklamowego. Rynek reklamy cyfrowej w Polsce przyspieszył tempo rozwojowe w porównaniu do wcześniejszego roku, a zakładając utrzymanie tego tempa, jego wartość powinna na koniec roku 2024 osiągnąć pułap 8,6–8,8 mld zł, zaś w roku kolejnym przekroczyć granicę 10 mld zł.

Przegląd prasy

Telepolis.pl, 7 czerwca 2024 r.

Autor: Mieszko Zagańczyk

T-Mobile: internet w zasięgu FTTH Polskiego Światłowodu Otwartego

T-Mobile przekazał informację, że oferowany przez niego światłowód od 7 czerwca jest dostępny dla klientów mieszkających w zasięgu sieci FTTH Polskiego Światłowodu Otwartego.

Na początek usługa dostępna będzie dla 300 tys. gospodarstw domowych, ale z czasem ma się zwiększyć do 6 mln.

Polski Światłowód Otwarty (PŚO) to hurtowy operator stworzony przez Play oraz spółkę Plug Finco Sàrl należącą do grupy InfraVia Capital Partners. Obydwa podmioty mają po 50% udziałów, a Play wniósł do PŚO aktywa sieci HFC należącej do UPC Polska z zasięgiem, który obecnie przekroczył 3,8 mln gospodarstw domowych. Sieć HFC jest modernizowana do FTTH, operator buduje też własny zasięg od nowa, w standardzie XGS-PON. Umożliwi to działanie sieci FTTH z prędkością do 5 Gb/s.

Do 2028 roku Polski Światłowód Otwarty planuje objąć zasięgiem FTTH ponad 6 mln gospodarstw domowych, do czego odnosi się też obietnica T-Mobile.

Ostatnie wydarzenia

Komunikat prasowy, 4 czerwca 2024 r.

Polsat Sport 1 liderem telewizyjnego segmentu sportowego w maju. Świetne wyniki Polsatsport.pl

Maj to kolejny miesiąc, w którym Polsat Sport 1 był najchętniej oglądanym kanałem sportowym w Polsce. Według danych Nielsen Audience Measurement stacja pokonała wszystkich konkurentów, także tych dostępnych w Naziemnej Telewizji Cyfrowej. To jednak nie koniec! Łączny udział wszystkich kanałów sportowych Polsatu w polskim rynku telewizyjnym wyniósł 1,37%, a serwis Polsatsport.pl kolejny raz w historii branżowego badania Mediapanel zajął piątą lokatę, ustępując miejsca tylko serwisom wchodzącym w skład ogólnotematycznych portali horyzontalnych!

Kanały sportowe Polsatu z roku na rok zwiększają swoje udziały rynkowe i poszerzają paletę transmitowanych dyscyplin. Maj 2024 był kolejnym miesiącem, w którym Polsat Sport 1 cieszył się największym zaufaniem widzów, którzy oglądali ten kanał chętniej nawet od konkurentów dostępnych w Naziemnej Telewizji Cyfrowej. Znaczące wzrosty zanotowały także Polsat Sport 2, Polsat Sport 3 oraz Polsat Sport Fight.

Rodzina kanałów Polsat Sport pierwszym wyborem polskich kibiców

Z branżowych danych Nielsen Audience Measurement uwzględniających także urządzenia out-of-home (OOH), wynika że łączne udziały rynkowe kanałów sportowych Polsatu w maju w grupie wiekowej 4+ wyniosły 1,37%. Liderem całego segmentu, z wynikiem 0,91%, był Polsat Sport 1, mimo mniejszego niż niektórzy rywale zasięgu technicznego. Najstarszy polski telewizyjny kanał sportowy w ujęciu rok do roku urósł o 54%. Jeszcze lepiej wypadły Polsat Sport 2 i Polsat Sport 3, które powiększyły swoje udziały rynkowe odpowiednio o 69% oraz 154%.

Ostatnie wydarzenia

W tempie zbliżonym do Polsatu Sport 1 w maju rósł natomiast Polsat Sport Fight, który osiągnął wynik +51%. Największym zainteresowaniem widzów cieszyły się mecze Ligi Narodów siatkarzy i siatkarek, finały piłkarskiego Pucharu Polski oraz siatkarskiej Ligi Mistrzów, a także Mistrzostwa Świata w hokeju na lodzie. Fani chętnie oglądali również mecze tenisowych turniejów ATP Masters w Rzymie i Madrycie z udziałem m.in. Huberta Hurkacza.

Polsatsport.pl wśród największych sportowych portali internetowych w Polsce

Według niezależnego badania eksperckiego Mediapanel, Polsatsport.pl w maju był piątym wyborem polskich internautów szukających informacji sportowych. Wyżej znalazły się tylko serwisy wchodzące w skład ogólnotematycznych portali horyzontalnych, takich jak np. Sport.Interia.pl, która również należy do Grupy Polsat Plus. W minionym miesiącu Polsatsport.pl zanotował ponad 3,5 miliona realnych użytkowników i ponad 26 milionów odsłon. W tym drugim ujęciu serwis ten już po raz czwarty w 2024 roku przekroczył barierę 20 milionów.

[Więcej >>](#)

Akcje Cyfrowego Polsatu

Data	Kurs maksymalny (PLN)	Kurs minimalny (PLN)	Kurs zamknięcia (PLN)	Zmiana kursu (%)	Wartość obrotu (w mln zł)
2024-06-03	13,14	12,61	13,10	4,80	12,85
2024-06-04	13,15	12,67	12,67	-3,25	7,94
2024-06-05	12,79	12,52	12,65	-0,16	5,75
2024-06-06	12,83	12,49	12,60	-0,43	5,77
2024-06-07	12,77	12,44	12,50	-0,79	6,85



Kalendarz inwestora

Data

19 czerwca 2024 r.

20 czerwca 2024 r.

7 – 21 sierpnia 2024 r.

21 sierpnia 2024 r.

6 – 20 listopada 2024 r.

20 listopada 2024 r.

Wydarzenie

2024 Santander Markets Poland Conference, Warszawa

Zwyczajne Walne Zgromadzenie

Okres zamknięty przed publikacją wyników za I półrocze 2024 r.

Skonsolidowany raport półroczny za I półrocze 2024 r.

Okres zamknięty przed publikacją wyników za III kw. 2024 r.

Raport kwartalny za III kw. 2024 r.