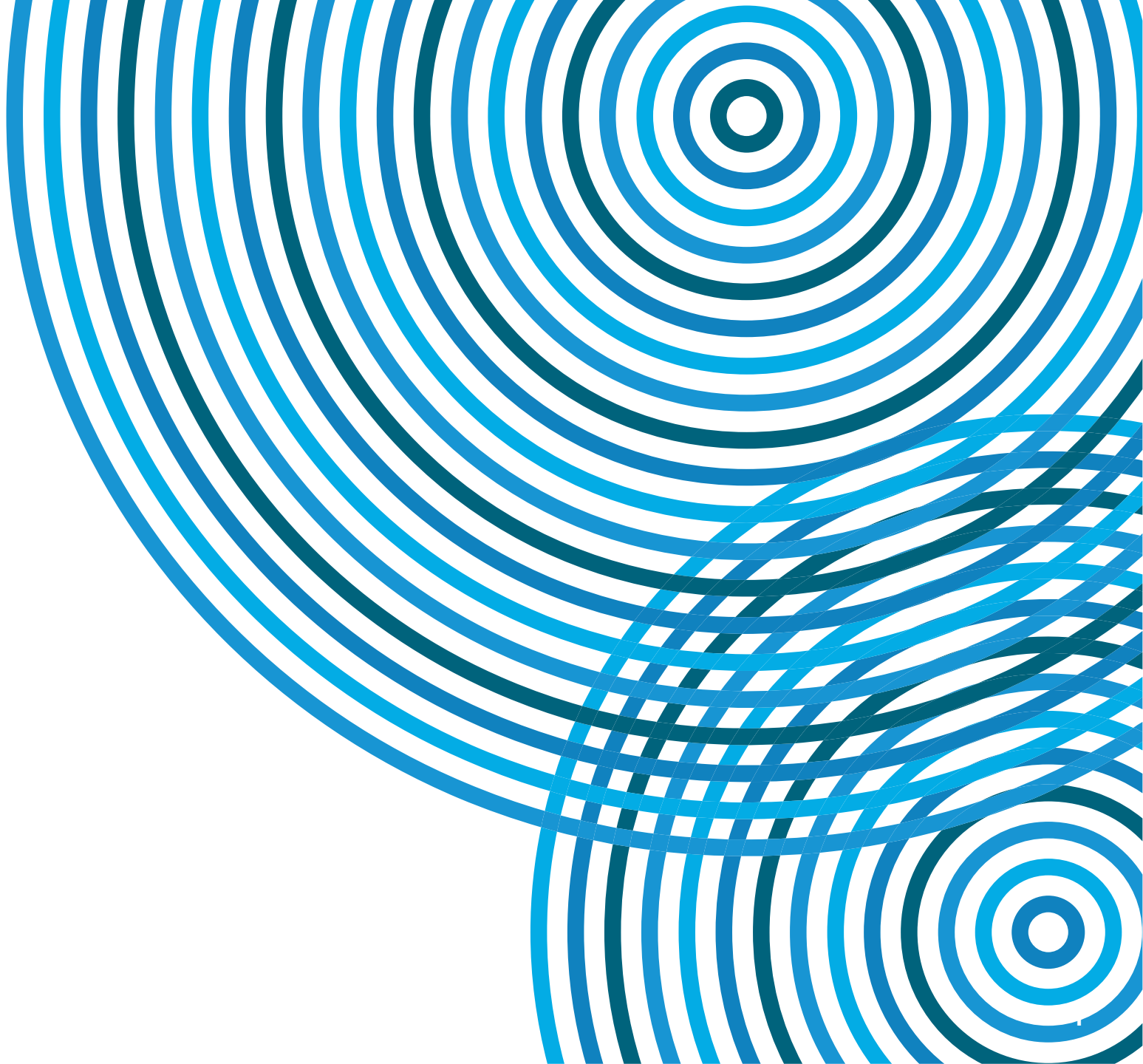


8 grudnia 2025 r.

Biuletyn IR 44/2025



Przegląd prasy

Wirtualnemedia.pl, 25 listopada 2025 r.

Autor: Adrian Gąbka

Netflix na czele rynku VOD w Polsce. Ale z mniejszym udziałem

Jak wynika z najnowszego raportu "Wideonauci 2025" przygotowanego przez Nielsena, telewizja wciąż pozostaje głównym centrum rozrywki w polskich domach, odpowiadając za 86% czasu oglądania treści wideo, choć jej tradycyjna forma traci na znaczeniu na rzecz serwisów streamingowych i YouTube. Smartfony mają 9%, a komputery 5% udziału w czasie oglądania.

Netflix utrzymuje pozycję lidera rynku VOD z udziałem około 39,4%, spadając z 47,6% dwa lata temu, a HBO Max ma blisko 10%.

Raport wskazuje na stabilizację dynamiki wzrostu liczby abonentów serwisów VOD, co sugeruje osiągnięcie przez rynek punktu nasycenia. Migracja widzów na większe ekrany, jak telewizory, staje się zauważalnym trendem, co może wpłynąć na ofertę i strategie marketingowe platform streamingowych.

W przeciętnym polskim domu jest średnio 4,3 ekranu: 1,2 telewizora, 2 smartfony, 1 komputer i 0,2 tabletu. Coraz częściej widzowie konsumują treści na dużych ekranach, szczególnie w grupach wiekowych 35–54 lata, co sprzyja rosnącej popularności YouTube, który oferuje szeroką gamę treści od muzyki po materiały edukacyjne.

92% Polaków ma dostęp do telewizji, a 94% korzysta z internetu, co kształtuje nawyki konsumpcji mediów. Granica między VOD, a telewizją zaciera się – widzowie wybierają źródło treści w zależności od potrzeb.

Przegląd prasy

Presserwis.pl, 27 listopada 2025 r.

Autor: MAC

Wydatki na prawa sportowe w ciągu pięciu lat wzrosną o 20 proc. i przekroczą 78 mld dol.

Według prognoz firmy Ampere Analysis, globalne wydatki na prawa do transmisji sportowych do 2030 roku wzrosną o 20% i przekroczą 78 mld dolarów (73 mld euro).

Największym motorem wzrostu pozostaną Stany Zjednoczone, gdzie długoterminowe umowy – m.in. nowy cykl praw do NBA od sezonu 2025/2026 oraz umowy z MLB planowane na 2029 rok – podniosą wartość rynku amerykańskiego do ponad 36 mld dolarów w 2030 roku.

W Europie przewiduje się wzrost wydatków o 17%, z 18,3 mld dolarów w 2025 roku do 21,3 mld w 2030, napędzany przez duże wydarzenia, takie jak piłkarskie Mistrzostwa Świata 2030 i Zimowe Igrzyska Olimpijskie. Posiadacze praw już zabiegają o duże platformy. Ampere podkreśla najnowszy proces sprzedaży Ligi Mistrzów UEFA, w dużej mierze przejętej przez Paramount.

W Azji wydatki na prawa mediowe mają wzrosnąć z 7,2 mld do 9,9 mld dolarów, głównie dzięki nowym pakietom na turnieje Indian Premier League i ICC oraz przyszłym Mistrzostwom Świata T20.

Głównymi czynnikami wzrostu są coraz dłuższe umowy oraz zaostrzona konkurencja ze strony globalnych platform streamingowych.

Przegląd prasy

Aaboutmarketing.pl, 28 listopada 2025 r.

Autor: materiał prasowy

Publicis Groupe Polska: Po trzech kwartałach 2025 r. rynek reklamy wzrósł o 6,6%, wideo online siłą napędową rynku [analiza]

Po trzech kwartałach 2025 r. wartość netto rynku reklamowego w Polsce wyniosła ponad 9,6 mld zł, co oznacza wzrost o 6,6% r/r – wynika z „Raportu o Rynku Reklamy w Polsce” Publicis Groupe Polska. Wzrosły nakłady na reklamę wideo (+5,8%), internet (+8,3%), radio (+7,8%), OOH (+6%), kino (+9,1%) i dzienniki (+0,4%), natomiast spadły w magazynach (-1,5%).

Wideo pozostaje największym segmentem rynku z udziałem 52,8%, przy czym telewizja linearna rośnie minimalnie (+0,7%), a wideo online dynamicznie (+19%). Streaming VOD zwiększył przychody o 52,4%, a wideo w social mediach (YouTube, Meta, TikTok) o 16,5%, krótkie formy wideo na portalach internetowych o 18,4%. Internet, bez wideo online, osiągnął wartość blisko 3 mld zł (+8,3%), a jego udział w rynku wzrósł do 30,9%. Łącznie wideo i internet odpowiadają za 83,7% całego rynku reklamowego, co potwierdza dominację kanałów cyfrowych i wideo w strategiach marketingowych.

– Po dobrym pierwszym kwartale br., który przyniósł wzrost inwestycji reklamowych o 5,7% rok do roku i jeszcze lepszym drugim kwartale (+8,6%), w trzecim dynamika rynku wyraźnie osłabła – wzrost wyniósł jedynie 5,3%. Szczególnie dotknięty został segment telewizyjny – w trzecim kwartale, inwestycje reklamowe skurczyły się o 2,6%, a czynnikiem hamującym były ograniczenia inwestycji ze strony globalnych reklamodawców. Pomimo pozytywnych prognoz dla polskiej gospodarki na 2025 rok, na rynku reklamowym utrzymuje się ostrożność inwestycyjna. Ponadto biorąc pod uwagę kiepską sytuację w reklamie telewizyjnej, w szczególności ujemną dynamikę we wrześniu, dokonaliśmy korekty prognozy wzrostu całego rynku reklamy w 2025 roku do poziomu 6,7% z 7,8%. – komentuje Iwona Jaśkiewicz-Kundera, Chief Investment Officer, Publicis Groupe Polska.

Przegląd prasy

Telko.in, 28 listopada 2025 r.

Autor: Adam Mikulski

Sieć Orange już bez sygnału 3G

Orange Polska zakończyła w listopadzie proces wyłączania sieci 3G, który trwał od kilku lat i od września 2023 r. obejmował ostatnie pasmo 900 MHz. Wyłączono ponad 12 tys. nadajników w całym kraju, choć w kilku lokalizacjach 3G pozostanie ze względów technicznych i międzynarodowych. W miejsce wyłączonej sieci uruchomiono nowszą generację – 4G (LTE), która umożliwia jeszcze lepszą jakość transmisji danych oraz obsługę usługi VoLTE (Video over LTE). Połączenia głosowe VoLTE mają stanowić ponad 85% wszystkich połączeń w sieci Orange.

Sieć 3G, uruchomiona w 2005 r., umożliwiła rozwój usług takich jak wideorozmowy i streaming, a jej szczyt popularności przypadł na 2017 r. Sygnał 3G jako pierwsze wyłączyło T-Mobile Polska. Play znajduje się w trakcie tego procesu i planuje zakończyć go do 2027 r. Pod koniec listopada br. Plus ogłosił, że on także rozpoczął przygotowania pod stopniowe wyłączanie 3G.

PAP Biznes, 28 listopada 2025 r.

Autor: map/ osz/

UKE zakłada, że w '26 odsetek punktów adresowych w zasięgu światłowodu wyniesie 70 proc.

Urząd Komunikacji Elektronicznej (UKE) w planie działalności na 2026 rok zakłada, że odsetek punktów adresowych w zasięgu sieci światłowodowej osiągnie poziom 70%. UKE podał, że celem na 2026 rok jest rozbudowa infrastruktury szerokopasmowej dla zapewnienia powszechnego dostępu do szybkiego internetu.

Przegląd prasy

Presserwis.pl, 4 grudnia 2025 r.

Autor: MNIE

UOKiK: 80,8 mln zł kary dla Vectry. "Jednostronnie zmieniała zapisy w kolejnych umowach"

Prezes UOKiK Tomasz Chróstny nałożył na Vectrę karę w wysokości 80,8 mln zł oraz nakazał wypłatę rekompensat dla konsumentów. Mimo wcześniejszych działań UOKiK, spółka nadal jednostronnie zmieniała zapisy w kolejnych umowach i bezpodstawnie podnosiła opłaty abonamentowe za usługi telewizyjne i internetowe. Wcześniejsze kary oraz zarzuty nie skłoniły Vectry do zaprzestania naruszania interesów konsumentów. UOKiK podkreślił, że Vectra przez lata wprowadzała do umów klauzule modyfikacyjne, umożliwiające jednostronne podwyższanie abonamentu. Skargi konsumentów potwierdziły kontynuację bezprawnych działań, co skutkowało wyższymi opłatami – nawet o 144 zł rocznie przy korzystaniu z obu usług. Po uprawomocnieniu się decyzji Vectra będzie musiała poinformować klientów i zwrócić im opłaty za podwyższony abonament – obecnym klientom przysługiwać będzie zwrot pieniędzy lub rabat, a byli klienci otrzymają zwrot środków.

Decyzja nie jest prawomocna. Vectra nie zgadza się z decyzją UOKiK, twierdząc, że jej działania były zgodne z przepisami i konieczne ze względu na wysoką inflację oraz utrzymanie ciągłości działania. Spółka podkreśla, że zmiany dotyczyły wyłącznie umów bezterminowych, a klienci byli informowani z wyprzedzeniem i mieli prawo do odstąpienia od umowy bez konsekwencji. Prezes Vectry, Paweł Dlouchy, zaznaczył, że spółka wdrożyła rozwiązania wymagane przez UOKiK w latach 2019–2020, a obecna decyzja urzędu jest dla firmy zaskoczeniem.

Przegląd prasy

Rp.pl, 5 grudnia 2025 r.

Autor: Urszula Zielińska

Polscy kibice przekonują się do platform streamingowych

W ciągu roku o prawie 50% wzrósł odsetek widzów, którzy preferują oglądanie transmisji sportowych na platformach streamingowych – wynika z badania Projekt Cyfrowizja 9 realizowanego przez WPP Media. Sport był ostatnią kategorią, która wyróżniała tradycyjnych nadawców płatnej telewizji dzięki unikalnym prawom do transmisji. Jednak trend ten się zmienia – w ciągu roku odsetek osób preferujących sport na żywo w streamingu wzrósł z 15% do 22%, a tych wybierających tradycyjną telewizję spadł z 62% do 56%.

Telewizyjne kanały sportowe nadal mają stabilny udział w oglądalności, a streaming stał się dodatkowym wabikiem dla platform płatnej telewizji. Blisko dwie trzecie klientów płatnej telewizji kupuje u operatorów zarówno dostęp do internetu, jak i telewizję, przy czym coraz więcej osób traktuje internet jako bazową usługę, a telewizję jako dodatek. Streaming pełni dziś podwójną rolę – jest powodem rozważania rezygnacji z abonamentu telewizji kablowej, ale także zachętą dla odbiorców naziemnej telewizji do rozważenia oferty płatnych operatorów.

W ostatnim roku około 20% odbiorców naziemnej telewizji rozważało zakup abonamentu u operatora płatnej telewizji, najczęściej osoby młode i mieszkańcy mniejszych miast. Ponad połowa z nich brała pod uwagę kablówkę lub IPTV, a co piąty serwis do oglądania telewizji na żywo przez internet. Ważnym powodem rozważania zakupu jest możliwość dostępu do serwisów streamingowych, takich jak Disney+ czy HBO Max, przez platformy płatnej telewizji. Jednocześnie 22% klientów płatnej telewizji rozważało rezygnację z abonamentu, najczęściej osoby młode, rodzice dzieci w wieku 2–12 lat, posiadający dwie lub więcej subskrypcji streamingowych.

Kanały telewizyjne, które najmocniej trzymają klientów przy ofercie kablówek, IPTV i platform satelitarnych to TVN24, National Geographic, HBO, Canal+ i Polsat Sport. Wśród młodszych widzów mocniejsze pozycje mają HBO, Canal+ i Eurosport, a w grupie 25–34 latków ważnym kanałem jest Eleven Sports.

Przegląd prasy

Wirtualnemedi.pl, 5 grudnia 2025 r.

Autor: Tomasz Wojtas

Będzie mega fuzja. Netflix kupuje Warner Bros. Discovery bez telewizji

Netflix zawarł porozumienie dotyczące przejęcia od Warner Bros. Discovery segmentu produkcji filmowo-serialowej, w tym HBO Max i HBO. Transakcja nie obejmuje kanałów telewizyjnych, takich jak TVN, Discovery Channel czy CNN – te pozostaną w osobnym segmencie Discovery Global. Wycena przedsiębiorstwa Warner Bros. Discovery na potrzeby transakcji wyniosła 82,7 mld dolarów. Przy transakcji akcję Warner Bros. Discovery wyceniono na 27,75 dolara. Netflix za przejmowane aktywa zapłaci 23,25 mld dolarów w gotówce i swoimi akcjami o wartości 4,5 mld dolarów. Transakcja ma zostać finalizowana w ciągu 12–18 miesięcy. Potrzeba do tego zgody akcjonariuszy Warner Bros. Discovery i odpowiednich organów regulacyjnych.

Sprzedaż zostanie przeprowadzona po tym, jak Warner Bros. Discovery podzieli się na dwa osobne podmioty: Streaming & Studios oraz Discovery Global (do tej drugiej będzie należała działalność w obszarze telewizji linearnej). Podział został zapowiedziany rok temu, a ma zostać sfinalizowany w trzecim kwartale przyszłego roku. W praktyce Netflix przejmie aktywa firmy Streaming & Studios. Z kolei Discovery Global dalej będzie notowana na giełdzie.

Celem fuzji jest wzmocnienie możliwości produkcyjnych oraz biblioteki filmowej i serialowej, a także rozwój usług streamingowych – podkreślają Netflix i Warner Bros. Discovery w oficjalnym komunikacie. Przedstawiciel Netflix'a zaznaczył, że ta fuzja pozwoli zaoferować widzom jeszcze bogatszą ofertę filmów i seriali, łącząc najlepsze zasoby obu firm. Z kolei Warner Bros. Discovery informuje, że kanały linearne, w tym TVN, pozostaną w Discovery Global, co pozwoli skupić się na rozwoju tradycyjnej telewizji oraz nowych technologii.

Ostatnie wydarzenia

Raport bieżący 24/2025, 1 grudnia 2025 r.

Wznowienie obrad Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Cyfrowego Polsatu S.A. zwołanego na dzień 30 października 2025 roku oraz treść uchwał podjętych w dniu 28 listopada 2025 roku

Zarząd spółki Cyfrowy Polsat S.A. („**Spółka**”) niniejszym przekazuje w załączeniu do publicznej wiadomości treść uchwał będących przedmiotem głosowania Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki zwołanego na dzień 30 października 2025 roku po wznowieniu obrad w dniu 28 listopada 2025 roku („**Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie**”).

Jednocześnie Zarząd Spółki informuje, że do wszystkich uchwał podjętych przez Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie do protokołu zostały zgłoszone sprzeciwy.

Załącznik: [Uchwały podjęte przez Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki w dniu 28 listopada 2025 r. \(.pdf\)](#)

Ostatnie wydarzenia

Raport bieżący 25/2025, 1 grudnia 2025 r.

Lista akcjonariuszy posiadających co najmniej 5% liczby głosów na Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu Cyfrowego Polsatu S.A. zwołanym na dzień 30 października 2025 roku po wznowieniu obrad w dniu 28 listopada 2025 roku

Zarząd Spółki Cyfrowy Polsat S.A. („**Spółka**”) niniejszym przekazuje w załączeniu do publicznej wiadomości listę akcjonariuszy posiadających co najmniej 5% liczby głosów na Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu Spółki zwołanym na dzień 30 października 2025 roku po wznowieniu obrad w dniu 28 listopada 2025 roku („**NWZ**”).

Na NWZ reprezentowanych było ogółem 603.971.694 głosów, stanowiących 73,75% ogólnej liczby głosów w Spółce. Zgodnie ze Statutem Spółki akcje Serii A, B, C oraz 166.917.501 akcji serii D są uprzywilejowane co do głosu w ten sposób, że na każdą akcję przypadają 2 głosy.

Załącznik: [Lista akcjonariuszy posiadających co najmniej 5% liczby głosów na Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu Spółki zwołanym na dzień 30 października 2025 r. po wznowieniu obrad w dniu 28 listopada 2025 roku \(.pdf\)](#)

Ostatnie wydarzenia

Raport bieżący 26/2025, 1 grudnia 2025 r.

Zwołanie Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia spółki Cyfrowy Polsat S.A. na dzień 29 grudnia 2025 roku oraz treść projektów uchwał

Działając na podstawie art. 399§1 w związku z art. 398 Kodeksu spółek handlowych („KSH”) oraz w związku z uchwałą nr 2 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia z dnia 28 listopada 2025 roku, Zarząd spółki Cyfrowy Polsat S.A. („Spółka”), zgodnie z art. 402(1) KSH i 402(2) KSH oraz z postanowieniami art. 24 ust. 3 Statutu Spółki, zwołuje Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki, które odbędzie się w dniu 29 grudnia 2025 roku, tj. w pierwszym możliwym dniu, uwzględniając konieczność podjęcia niezbędnych uchwał korporacyjnych, o godzinie 11 w Warszawie, w siedzibie Spółki przy ul. Łubinowej 4a.

Porządek obrad:

1. Otwarcie Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia.
2. Wybór Przewodniczącego Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia.
3. Stwierdzenie prawidłowości zwołania Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia oraz jego zdolności do podejmowania uchwał.
4. Przyjęcie porządku obrad.
5. Ustalenie liczby członków Rady Nadzorczej.
6. Zmiany w składzie Rady Nadzorczej.
7. Zamknięcie obrad.

Ostatnie wydarzenia

Zarząd Spółki przekazuje w załączeniu do niniejszego raportu bieżącego:

- ogłoszenie o zwołaniu Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia na dzień 29 grudnia 2025 roku, przygotowane zgodnie z art. 402(2) KSH ([załącznik nr 1](#));
- projekty uchwał, które mają być przedmiotem obrad Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki zwołanego na dzień 29 grudnia 2025 roku ([załącznik nr 2](#)).

Spółka udostępnia informacje zgodnie z art. 402(3) KSH na stronie internetowej Spółki pod adresem <https://grupapolsatplus.pl/pl/lad-korporacyjny/walne-zgromadzenia/materialy>.

Akcje Cyfrowego Polsatu

Data	Kurs maksymalny (PLN)	Kurs minimalny (PLN)	Kurs zamknięcia (PLN)	Zmiana kursu (%)	Wartość obrotu (w mln zł)
2025-11-24	11,75	11,48	11,56	- 0,86	11,65
2025-11-25	11,70	11,45	11,66	0,87	9,79
2025-11-26	11,57	10,96	11,08	- 4,97	40,41
2025-11-27	11,20	10,92	11,19	0,95	19,29
2025-11-28	11,49	11,10	11,42	2,10	17,03
2025-12-01	11,59	11,20	11,28	- 1,27	13,20
2025-12-02	11,38	11,01	11,05	- 2,00	11,55
2025-12-03	11,14	10,94	10,99	- 0,54	11,80
2025-12-04	11,12	10,92	11,00	0,09	8,01
2025-12-05	11,28	10,92	11,24	2,23	10,70



Kalendarz inwestora

Data	Wydarzenie
29 grudnia 2025 r., godz.11.00	Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie >> więcej