



Prawdziwa telewizja
w domu i poza domem

Decyzja rezerwacyjna INFO TV FM

„(...)rozprowadzanie programów radiofonicznych lub telewizyjnych na obszarze całego kraju w radiokomunikacyjnej służbie radiodifuzyjnej(...)”

- Oferta musi mieć charakter hurtowy
- Oferta hurtowa dostępna będzie dla wszystkich przedsiębiorców na zasadach równych, jawnych oraz niedyskryminacyjnych
- Oferta musi zawierać minimum 16 kanałów radiowych lub telewizyjnych
- Programy muszą pochodzić od 16 unikalnych nadawców
- Programy żadnego z nadawców plus podmioty powiązane nie mogą przekroczyć 50% pojemności multipleksu
- Programy RTV muszą być wybrane z Załącznika do Decyzji i spełniać wymagania co do treści wskazane przez KRRiT



Konstrukcja rynkowa usługi

- INFO TV FM przedstawia operatorom ofertę hurtową
- INFO TV FM w ramach oferty hurtowej zapewnia rozprowadzanie programów we wszystkich obszarach rezerwacyjnych
- Operator telekomunikacyjny kupuje od INFO TV FM ofertę hurtową i na jej bazie tworzy ofertę detaliczną
- Umowy na rynku detalicznym z abonentami podpisuje operator telekomunikacyjny
- Operator telekomunikacyjny zapewnia urządzenia do odbioru mobilnej TV we własnym zakresie



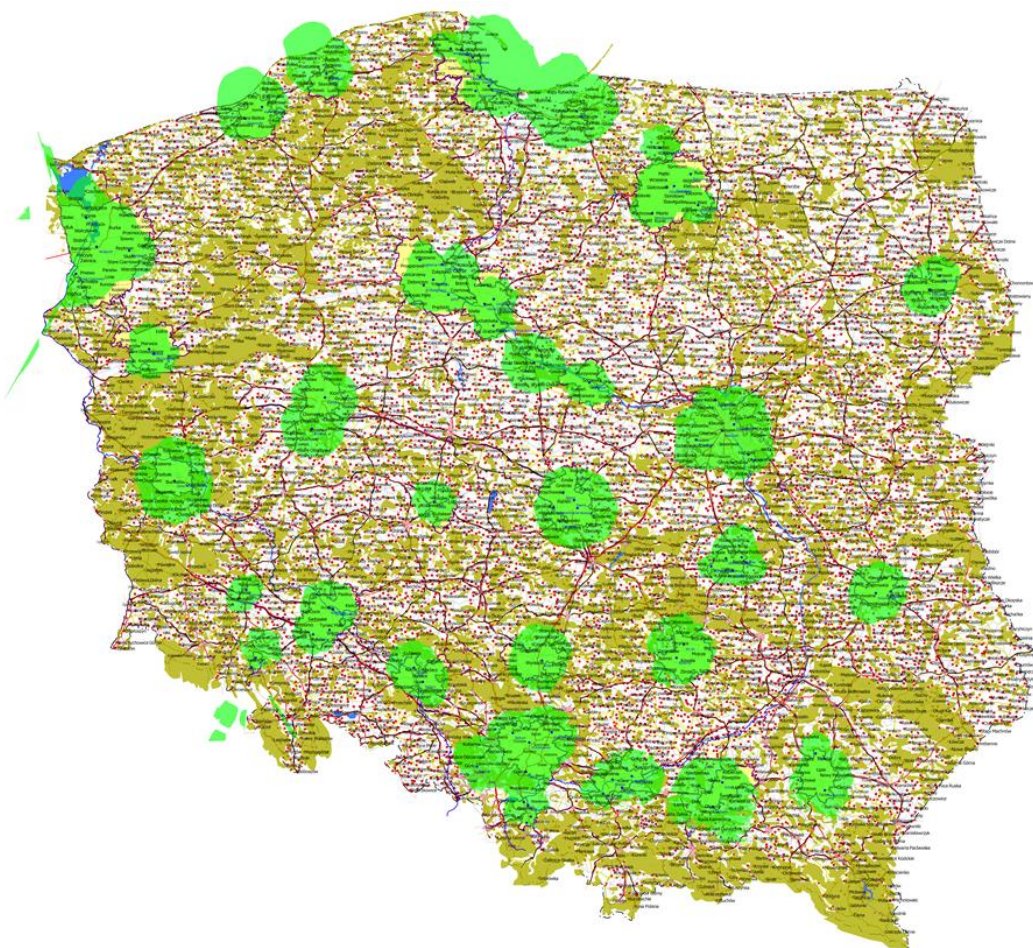
Oferta hurtowa – zakres usługi

- Rozprowadzanie programów radiofonicznych lub telewizyjnych w radiokomunikacyjnej służbie radiodyfuzyjnej
- System dostępu warunkowego Irdeto
- Dostęp do programów telewizyjnych i radiowych we wszystkich obszarach wskazanych w decyzji rezerwacyjnej
- Opłaty wnoszone na rzecz nadawców z tytułu konstruowania oferty i jej udostępniania operatorom oraz opłaty na rzecz organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi



Szacunkowy zasięg sieci

Populacja ok. 15 mln osób, czyli ok. 5 mln gospodarstw



Wybór technologii emisji

- Spółka zobowiązana jest do oferowania mobilnych audiowizualnych usług medialnych
- Pierwotnie w Decyzji Rezerwacyjnej wskazana była technologia DVB-H
- W grudniu 2010 r., na wniosek poprzednich Właścicieli Spółki, Prezes UKE wprowadza neutralność technologiczną do Decyzji



DVB – H, czyli technologia bez przyszłości

- W roku 2009 usługi w DVB-H nie pojawiły się we Francji, Hiszpanii i Niemczech, mimo że podejmowano tam próby wdrożenia telewizji mobilnej w tej technologii
- W 2010 r. włoski TIM, Swisscom w Szwajcarii, Mobilkom i Orange w Austrii oraz Antenna Hungaria na Węgrzech zaprzestali świadczenia usług w standardzie DVB-H bądź też wycofali się z ich uruchamiania
- W 2011 r. holenderski operator telekomunikacyjny KPN ogłasza zamknięcie swojej platformy mobilnej MobielTV

Wg KPN technologia DVB-H nie stanie się światowym standardem, a operator nie widzi sensu dalszego jej wspierania. Powodami są: brak kompatybilnych urządzeń odbiorczych, bardzo droga emisja sygnału dedykowana jednemu rodzajowi usług oraz wysoki spadek liczby abonentów w roku 2010 (o ok. połowę).



Wybrana technologia DVB – T

- DVB-T jest technologią popularną i sprawdzoną w całej Europie
- W Polsce bogata oferta kanałów bezpłatnych, czyli baza do atrakcyjnej oferty
 - TVP1, TVP2, TVP Info, Polsat, Polsat Sport News, TV4, TV6, TVN, TVN7, Puls, Puls2, Polo TV, ESKA TV, ATM Rozrywka, TVP Historia, TVP Kultura, TTV, TVP Polonia
- Dostępne komercyjnie urządzenia:
 - Przenośne routery telewizyjno – internetowe umożliwiające odbiór telewizji na telefonach komórkowych oraz tabletach
 - Naziemne dekodery cyfrowe
 - Tunery DVB - T USB do laptopów
 - Tablety
 - Telefony komórkowe
 - Odbiorniki samochodowe z nawigacją



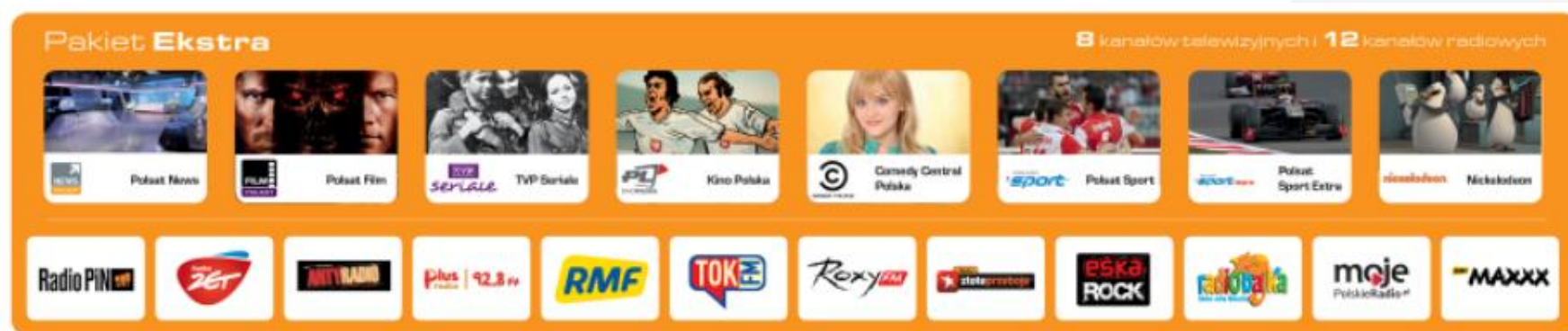
DVB –T, jedyna technologia dająca szansę na sukces

- Zagospodarowanie rynku urządzeń mobilnych przez nadawców stanie się możliwe właśnie poprzez rozprowadzanie programów w technologii DVB-T
- Rozprowadzanie kanałów w DVB-T pozwala operatorom komórkowym efektywniej wykorzystywać sieć transmisji danych
- Mobilność jest jedną z jej cech,
a powszechność i dostęp do szerokiej gamy urządzeń końcowych powoduje, że zwiększają się szanse na komercyjny sukces tej usługi



Oferta programowa INFO TV FM

- Comedy Central
- Kino Polska
- TVP Seriale
- Polsat Film
- Polsat Sport
- Polsat Sport Extra
- Polsat News
- Nickelodeon
- RMF
- RMF MAXX
- Radio PIN
- Radio ZET
- Antyradio
- Radio Plus
- TOK FM
- Roxy FM
- Radio Żłote Przeboje
- ESKA Rock
- Radio Bajka
- Moje Polskie Radio



Płatne programy telewizyjne w ofercie TV MOBILNA

- Film i seriale:
 - Comedy Central
 - Kino Polska
 - TVP Seriale
 - Polsat Film
- Sport:
 - Polsat Sport
 - Polsat Sport Extra
- Wiadomości:
 - Polsat News
- Dla dzieci:
 - Nickelodeon



Programy dostępne dla abonentów TV MOBILNA

- Bezpłatne kanały telewizyjne:
 - TVP1, TVP2, TVP Info, TVP Historia, TVP Kultura, TVP Polonia, Polsat, Polsat Sport News, TVN, TVN7, TV4, TV6, TTV, Polo TV, ESKA TV, ATM Rozrywka, Puls, Puls 2
- Płatne kanały telewizyjne:
 - Comedy Central, Kino Polska, TVP Seriale, Polsat Film, Polsat Sport, Polsat Sport Ekstra, Polsat News, Nickelodeon



Comedy Central

- **Komediowy kanał nr 1 w Polsce**
- Najlepsze światowe i lokalne seriale, filmy i programy komediowe
- Kanał dla młodej duchem, aktywnej, dojrzałej widowni, która poszukuje rozrywki na dobrym poziomie
- Comedy Central uznany przez telewidzów za najlepszy kanał filmowy w Polsce – Telekamera Tele Tygodnia
- Program „Comedy Central News” – autorski format Comedy Central Polska wyróżniony podczas 13. edycji Hot Bird TV Awards – konkursu dla najlepszych stacji tematycznych
- 2 miejsce na liście oglądalności kanałów filmowych w marcu 2012 r., w grupie 16 – 49*



* wg Nielsen Audience Measurement



Kino Polska

- Jedyne kanał telewizyjny na świecie poświęcony promocji polskiego kina
- Stacja prezentuje widzom filmy fabularne, dokumentalne i animowane, a także seriale i materiały archiwalne
- Każdy znajdzie w niej coś dla siebie: arcydzieła wielkich mistrzów sąsiadują tu z popularnymi serialami, a kultowe polskie komedie uzupełniają odcinki Polskiej Kroniki Filmowej
- 3 miejsce na liście oglądalności kanałów filmowych w marcu 2012 r., w grupie 16 – 49*



* wg Nielsen Audience Measurement



TVP Seriele

- Największe serialowe przeboje TVP, kultowe seriale polskie i zagraniczne, najnowsze seriale produkowane przez TVP oraz lubiane przez widzów telenowe
- Nagroda „SAT KRAK 2011” przyznana w październiku 2011 r. Głosami internautów stacja zwyciężyła w kategorii „Polski kanał tematyczny”
- 4 miejsce na liście oglądalności kanałów filmowych w marcu 2012 r., w grupie 16 – 49*



* wg Nielsen Audience Measurement



Polsat Film

- Kanał filmowy z bogatą ofertą kinową, zawierającą zarówno mega produkcje z ostatnich lat, jak i bardziej ambitne, niszowe kino
- Umowy z największymi wytwórniami filmowymi oraz polskimi dystrybutorami filmowymi, m.in.: Sony, Fox, Monolith
- 7 miejsce na liście oglądalności kanałów filmowych w marcu 2012 r., w grupie 16 – 49*



** wg Nielsen Audience Measurement*



Oglądalność kanałów filmowo-serialowych (16-49), marzec 2012

	Grupa 16-49	Marzec 2012		marzec 2011		Zmiana SHR%
Lp.	Kanał TV	AMR	SHR%	AMR	SHR%	r/r
1.	AXN	26 137	1,00	29 731	1,11	-10,3%
2.	Comedy Central	21 116	0,81	17 956	0,67	19,9%
3.	Kino Polska	19 870	0,76	7 923	0,30	155,6%
4.	TVP Seriale	14 021	0,54	3 799	0,14	277,5%
5.	HBO	12 249	0,47	9 196	0,35	35,7%
6.	FOXLife	11 229	0,43	8 007	0,30	43,0%
7.	Polsat Film	9 643	0,37	8 114	0,30	21,1%
8.	HBO2	7 307	0,28	5 358	0,20	38,8%
9.	Comedy Central Family	7 158	0,27	6 931	0,26	5,0%
10.	13th Street Universal	5 943	0,23	7 691	0,29	-21,2%
11.	TVP Kultura	5 351	0,20	5 535	0,21	-1,4%
12.	Ale Kino	5 308	0,20	6 456	0,24	-16,1%
13.	HBO Comedy	4 845	0,19	3 618	0,14	36,0%
14.	TCM	4 511	0,17	5 791	0,22	-20,7%
15.	Zone Europa	4 424	0,17	3 569	0,13	26,1%
16.	FilmBox	4 343	0,17	2 051	0,08	115,6%
17.	BBC Entertainment	4 247	0,16	2 564	0,10	68,8%
18.	Universal Channel	3 907	0,15	3 193	0,12	24,2%
19.	Canal+	3 666	0,14	3 451	0,13	8,5%
20.	Canal+ Film	3 648	0,14	3 430	0,13	7,8%
21.	AXN Sci-Fi	2 917	0,11	3 289	0,12	-9,8%
22.	AXN Crime	2 604	0,10	3 653	0,14	-27,0%
23.	FOX	2 592	0,10	959	0,04	175,0%
24.	Scifi Universal	1 995	0,08	0	0,00	
25.	Cinemax	1 649	0,06	374	0,01	350,0%
26.	Cinemax2	1 495	0,06	270	0,01	470,0%
27.	Zone Romantica	802	0,03	1 484	0,06	-44,6%

Źródło: Media2.pl
* wg Nielsen Audience Measurement



Polsat Sport, Polsat Sport Extra

- Kanały sportowe Polsatu oferują bogatą ofertę treści zagranicznych oraz są liderem lokalnej produkcji sportowej
- Polsat Sport to lider wśród kanałów sportowych zarówno w grupie 4+, jak i all 16 - 49*
- Polsat Sport Ekstra numer 4 na liście oglądalności kanałów sportowych w marcu 2012 r., w grupie 16 – 49*
- Najważniejsze dyscypliny sportowe:
 - Formuła 1
 - Piłka nożna (m.in. T-Mobile Ekstraklasa, Liga Europejska UEFA)
 - Siatkówka (m.in. Liga Światowa, World Grand Prix, Plus Liga Kobiet i Mężczyzn)
 - Boks, gale Konfrontacji Sztuki Walki
 - Piłka ręczna (Liga Mistrzów, PGNiG Superliga Kobiet i Mężczyzn)
 - Tenis (Wimbledon, ATP Masters)



* wg Nielsen Audience Measurement



Oglądalność kanałów sportowych (16-49), marzec 2012



Grupa 16-49		Marzec 2012		Marzec 2011		Zmiana SHR%
Lp.	Kanał TV	AMR	SHR%	AMR	SHR%	r/r
1.	Polsat Sport	18 247	0,70	14 416	0,54	29,1%
2.	Eurosport	13 112	0,50	8 563	0,32	56,1%
3.	Canal+ Sport	8 607	0,33	4 866	0,18	80,8%
4.	Polsat Sport Extra	5 235	0,20	3 131	0,12	70,9%
5.	Eurosport2	4 441	0,17	2 058	0,08	120,8%
6.	TVP Sport	3 188	0,12	5 083	0,19	-35,8%
7.	Extreme Sports	2 992	0,11	3 324	0,13	-8,8%
8.	Orange Sport	2 964	0,11	554	0,02	438,1%
9.	Sportklub	710	0,03	779	0,03	-6,9%
10.	Canal+ Gol	415	0,02	308	0,01	33,3%
11.	ESPN Classic	207	0,01	306	0,01	-27,3%
12.	Polsat Futbol	153	0,01	421	0,02	-62,5%

Źródło: Media2.pl

* wg Nielsen Audience Measurement



Polsat News

- Kanał dla widzów ceniących szybkość i rzetelność informacji
- 2. miejsce na liście oglądalności kanałów informacyjnych w lutym 2012 r., w grupie 16 – 49*
- Program stacji nadawany jest z jednego z najnowocześniejszych studiów newsowych w Europie
- Wydarzenia ze świata relacjonują korespondenci z Waszyngtonu, Berlina, Brukseli i Londynu oraz komentatorzy z Pragi, Pekinu, Genewy i Kijowa
- Polsat News dysponuje najwyższej jakości sprzętem transmisyjnym, w tym nowoczesnym Newscopterem - dwusilnikowym śmigłowcem firmy Eurocopter



* wg Nielsen Audience Measurement



Oglądalność kanałów informacyjnych (16-49), luty 2012



	Grupa 16-49	Luty 2012		Luty 2011		Zmiana SHR%
Lp.	Kanał TV	<u>AMR</u> ◆	<u>SHR%</u> ◆	AMR	SHR%	r/r
1.	TVN24	79 528	2,79	57 265	2,01	39,0%
2.	Polsat News	23 419	0,82	16 798	0,59	39,4%
3.	TVN Meteo	3 037	0,11	2 673	0,09	13,8%
4.	Superstacja	2 298	0,08	2 510	0,09	-8,0%
5.	TVN CNBC	1 177	0,04	861	0,03	36,7%
6.	TV Biznes	847	0,03	1 136	0,04	-25,0%

Źródło: Media2.pl

* wg Nielsen Audience Measurement



Nickelodeon

- Nickelodeon jest globalną marką koncernu Viacom, do którego należy MTV Networks. W USA kanał pojawił się już w 1979 roku. Nadawany w 149 krajach
- Jest największą dziecięcą siecią telewizyjną na świecie. Od 13 lat niezmiennie zajmuje 1. miejsce wśród wszystkich kanałów dziecięcych w USA
- Najlepsze seriale i kreskówki dla wszystkich dzieci w wieku 5-14 lat
- W 100% bezpieczne i zaufane środowisko. Idealne miejsce do wspólnej zabawy dla przedszkolaków i ich rodziców
- 5. miejsce na liście oglądalności kanałów dziecięcych w lutym 2012 r., w grupie 4 - 12*
- W Polsce kanał w fazie budowania zasięgu technicznego:
 - Zasięg techniczny kanału - 4,5 mln gospodarstw domowych
 - Dla porównania Disney Channel – 6,1 mln, a Disney XD – 6,3 mln gospodarstw domowych



nickelodeon

* wg Nielsen Audience Measurement

Oglądalność kanałów dziecięcych (4-12), luty 2012



Grupa 4-12		Luty 2012		Luty 2011		Zmiana SHR%
Lp.	Kanał TV	AMR	SHR%	AMR	SHR%	r/r
1.	Cartoon Network	27 705	6,30	34 265	7,34	-14,1%
2.	Disney XD	25 901	5,89	32 011	6,85	-14,1%
3.	Disney Channel	25 456	5,79	31 444	6,73	-14,0%
4.	Disney Junior	22 785	5,18	0	0,00	
5.	Nickelodeon	19 519	4,44	20 832	4,46	-0,5%
6.	MiniMini	19 485	4,43	15 625	3,35	32,4%
7.	Polsat JimJam	10 646	2,42	10 001	2,14	13,1%
8.	Boomerang	5 869	1,33	12 450	2,67	-49,9%
9.	teleTOON+	4 400	1,00	2 516	0,54	85,5%
10.	BBC CBeebies	2 912	0,66	5 205	1,11	-40,6%

Źródło: Media2.pl
* wg Nielsen Audience Measurement

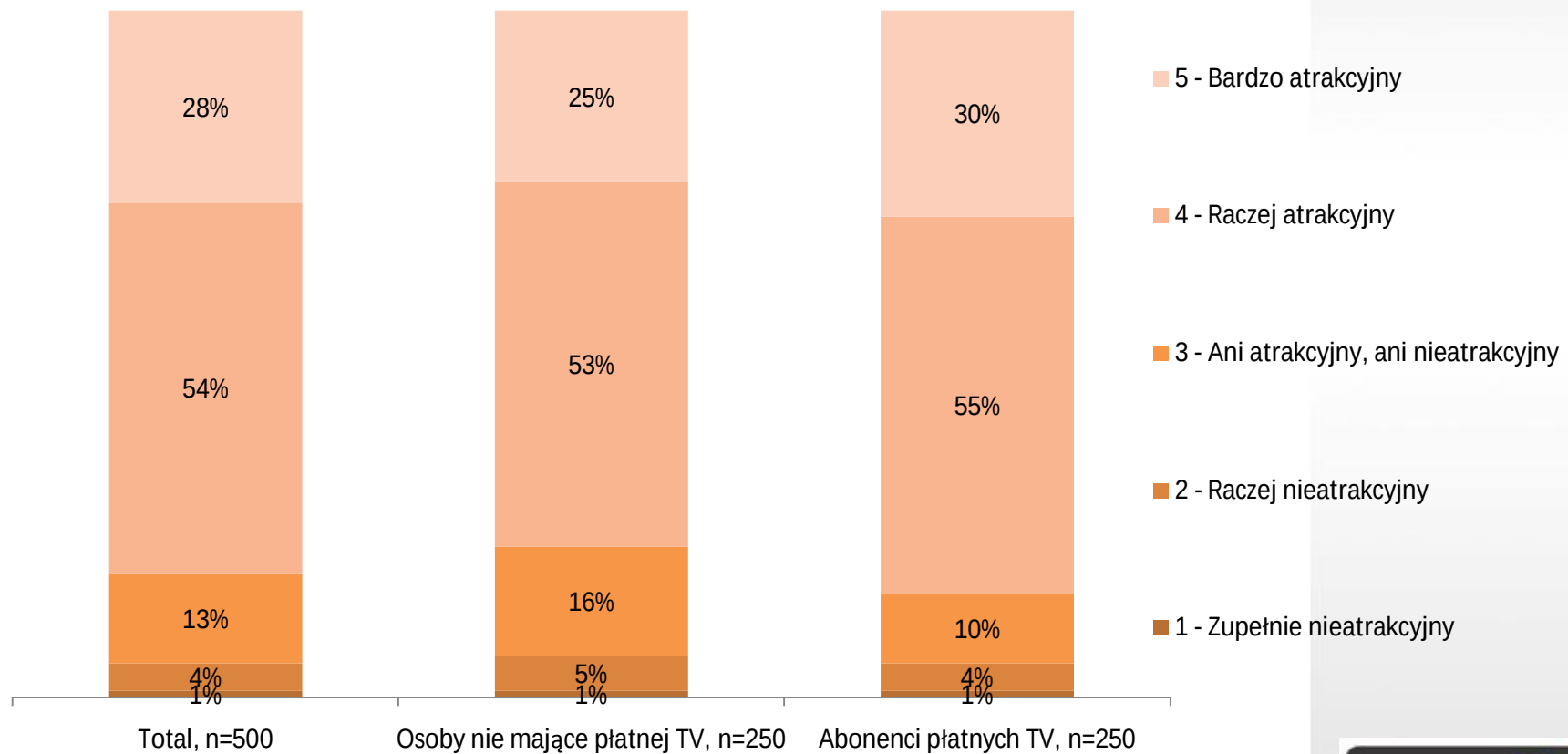


Badanie GfK Polonia dla CP

Cel badania:	Określenie preferowanego składu pakietu DVB-T CP Określenie atrakcyjności pakietu DVB-T CP Określenie akceptacji ceny pakietu DVB-T CP
Metoda badawcza:	Wywiady on-line (CAWI)
Respondent:	Osoby w wieku 25-60 lat, decydujące lub współdecydujące w gospodarstwie domowym w sprawach związanych z zakupem mediów
Próba badawcza:	n=500 250 osób nie posiadających płatnej TV 100 abonentów TV kablowych korzystających z najtańszych pakietów 150 abonentów platform cyfrowych korzystających z najtańszych pakietów (w tym min. 50 klientów Cyfrowego Polsatu)
Miejsce realizacji badania:	Próba ogólnopolska
Termin realizacji badania:	Grudzień 2011



Ocena atrakcyjności płatnego pakietu DVB -T



Oferta hurtowa – warunki

- Operator telekomunikacyjny kupuje od INFO TV FM ofertę hurtową za cenę:
 - Stała opłata za dostęp do usługi w kwocie 250 tys. PLN netto miesięcznie
 - Opłata miesięczna za każdego abonenta w kwocie 14,90 PLN brutto
- Czas trwania umowy: minimum 5 lat z możliwością jednostronnego przedłużenia umowy przez operatora
- Wprowadzamy promocję dla operatorów, którzy podpiszą umowę z INFO TV FM przed 30.06.2012 r.
- Proponujemy dwa warianty oferty hurtowej



Wariant I

- Stała opłata za dostęp do usługi w kwocie 250 tys. PLN netto miesięcznie (3 mln PLN rocznie)
- Opłata miesięczna za każdego abonenta w kwocie 9,00 PLN netto



Wariant II

- Dostęp do usługi sprzedawany na zasadzie zakupu przez operatora transzy miesięcznych abonamentów
- Zakup pierwszej transzy: 1 mln miesięcznych abonamentów
- Opłata za 1 abonament w ramach tej transzy: 9,00 PLN netto
- Opłaty za transzę równomiernie rozłożone w okresie 2 lat: 375 tys. PLN netto/miesięcznie
- Transze są bezterminowe
- Operator zobowiązany jest do zakupu drugiej transzy nie później niż po dwóch latach, a każdej kolejnej nie później niż po kolejnym roku
- Opcje zakupu:
 - 0,5 mln abonamentów za cenę 9,00 PLN netto za abonament
 - 1 mln abonamentów za cenę 8,00 PLN netto za abonament
 - 2 mln abonamentów za cenę 7,00 PLN netto za abonament



Korzyści dla operatora

- Szybka możliwość wdrożenia oferty płatnej telewizji dla swoich abonentów
- Możliwość stworzenia rzeczywistej usługi typu MULTI (TV, Telefon, Internet)
- Potencjał zwiększenia bazy abonenckiej
- Możliwość konstruowania interesującej oferty utrzymaniowej
- Potencjał na zwiększenie sprzedaży smartfonów oraz tabletów, a w konsekwencji również zwiększenie ruchu w sieci
- Połączenie technologii rozsiwcznej i sieci mobilnej pozwala maksymalnie zoptymalizować ruch w sieci





Prawdziwa telewizja
w domu i poza domem

TV MOBILNA W Cyfrowym Polsacie



Nasza wizja nie ulega zmianie

Tworzymy i dostarczamy najatrakcyjniejszy контент....



... przy użyciu najlepszych i najnowocześniejszych technologii, w celu świadczenia wysokiej jakości usług zintegrowanych, przy jednoczesnym wysokim poziomie satysfakcji naszych klientów.



Wzmacniając pozycję lidera rynku rozrywki w Polsce

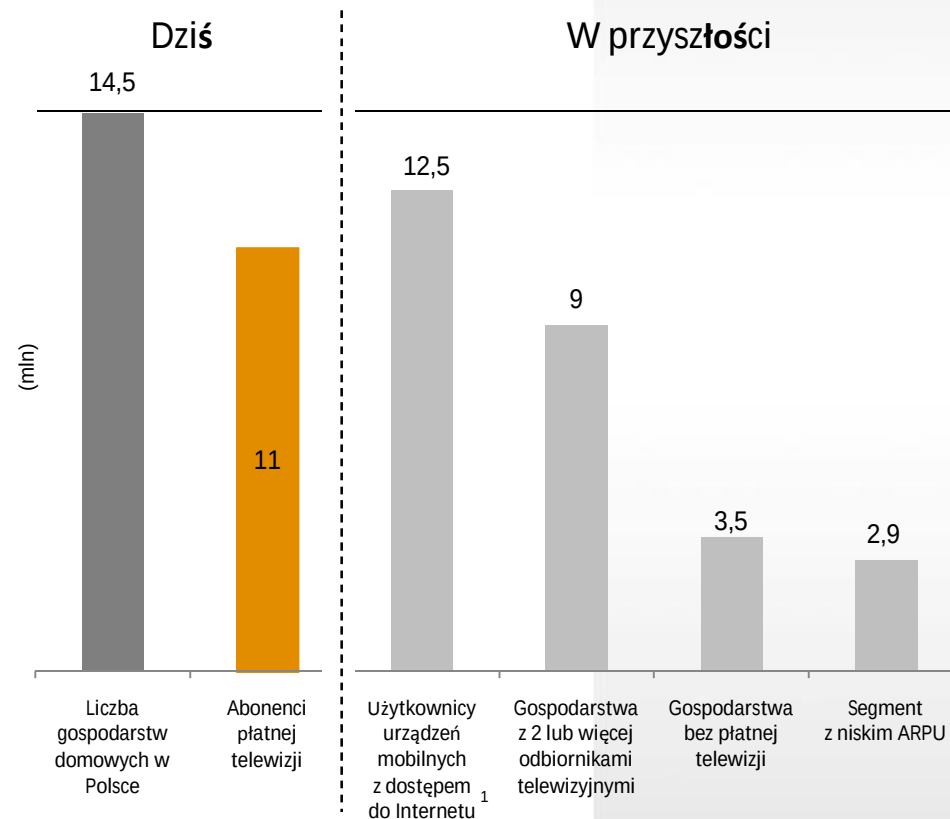


Potencjał wzrostu płatnej telewizji



- Możemy znacząco poszerzyć rynek płatnej telewizji, jeżeli odpowiednio zaadresujemy nowe grupy docelowe
- Aby to osiągnąć, skierujemy do nich naszą ofertę płatnej telewizji, poszerzoną o nowe komplementarne produkty i usługi

Rynek docelowy dla płatnej telewizji



Źródło: Raporty operatorów, GUS, PIKE, IDC, UKE, Raport „Diagnoza Społeczna 2011”, szacunki własne

Nota:(1) Użytkownicy urządzeń mobilnych zdefiniowani jako użytkownicy smartfonów, tabletów oraz gospodarstwa domowe posiadające laptopy

(2) Segment z niskim ARPU – poniżej 20 PLN

Potencjał rynku dla TV MOBILNEJ

- Dynamiczny wzrost sprzedaży urządzeń typu smartfon, tablet, laptop
 - W I kw. 2012 r. sprzedano w naszym kraju 2,2 mln telefonów komórkowych, w tym 47,5% smartfonów (Mobile Phone Tracker)
 - Szacunki sprzedaży tabletów w Polsce w 2012 r. to 270 tys.
- Duża liczba gospodarstw domowych nie posiadających odbiornika TV
 - 700 000 gospodarstw domowych w Polsce nie posiada odbiornika telewizyjnego, wynika z badań TGI przeprowadzanych przez SMG/KRC
- Stały wzrost zapotrzebowania odbiorców na ofertę multimedialną w urządzeniach mobilnych
 - W 2014 r. średnia oglądalność TV na bezprzewodowych urządzeniach zwiększy się do 186 minut miesięcznie – stwierdza raport badawczej firmy Juniper Research
- Ok. 4 mln gospodarstw domowych bez płatnej telewizji w Polsce
- Ok. 67% (ponad 9 mln) gospodarstw domowych w Polsce deklaruje posiadanie 2 i więcej odbiorników TV
- Ok. 1,5 mln abonentów sieci telewizji kablowych korzystających z tzw. „pakietu socjalnego”



Nasza nowa oferta płatnej telewizji

- TV MOBILNA zapewnia dostęp do wszystkich kanałów FTA¹ oraz dodatkowo do płatnych kanałów: 8 telewizyjnych i 12 radiowych
- TV MOBILNA = TV EVERYWHERE, czyli podążaj za swoim programem bez względu na rodzaj urządzenia końcowego
- Dostęp do programów na:
 - Smartfonach
 - Tabletach
 - Komputerach/laptopach
 - Dekoderach
- Model abonamentowy (analogiczny do DTH) uwzględniający subsydiowanie urządzeń
- Jeden abonament na dwa urządzenia



Kanały FTA



płatne kanały



8 kanałów telewizyjnych
12 kanałów radiowych

Urządzenia



Programy dostępne dla abonentów TV MOBILNEJ

- Bezpłatne kanały telewizyjne:
 - TVP1, TVP2, TVP Info, TVP Historia, TVP Kultura, TVP Polonia, Polsat, Polsat Sport News, TVN, TVN7, TV4, TV6, Polo TV, ESKA TV, ATM Rozrywka, TTV, Puls, Puls 2
- Płatne kanały telewizyjne:
 - Comedy Central, Kino Polska, TVP Seriale, Polsat Film, Polsat Sport, Polsat Sport Ekstra, Polsat News, Nickelodeon



Mobilny dekoder M-T 5000

- Dekoder mobilny DVB - T FTA/CAS streamujący (Wi-Fi) kontent na zewnętrzne urządzenie ekranowe typu tablet, smartphone, PC
- System dostępu warunkowego: Irdeto
- Platformy systemowe:
 - iOS
 - Android 2.3 ↑
 - Windows



Dekoder do naziemnej telewizji cyfrowej

- CP produkuje dekodery do naziemnej telewizji cyfrowej z:
 - Zainstalowaną aplikacją IPLA
 - Opcją odbioru pakietu telewizji mobilnej – TV MOBILNA



Oferta z abonamentem

**Z umową i nowoczesnym
Dekoderem T-HD 1000**

nawet **6 miesięcy**
Pakietu Ekstra bez opłat!

19,90 zł/mies.
po okresie promocji

Dekoder **za 1 zł**



**Z umową i Mobilnym
Dekoderem M-T 5000**

6 miesięcy
Pakietu Ekstra bez opłat!

19,90 zł/mies.
po okresie promocji

Dekoder **za 99 zł**



Oferta przedpłacona

Bez umowy, z nowoczesnym
Dekoderem T-HD 1000

6 miesięcy

Pakietu Ekstra bez opłat!

bez umowy

Dekoder **za 199 zł**



Bez umowy, z Mobilnym
Dekoderem M-T 5000

6 miesięcy

Pakietu Ekstra bez opłat!

bez umowy

Dekoder **za 329 zł**





Prawdziwa telewizja
w domu i poza domem



TV MOBILNA w Plusie



Główne cechy oferty



Dwa modele oferty:

- abonamentowy: z abonamentem miesięcznym i umową na 24 miesiące z dekoderm w cenie promocyjnej
- jako usługa dodatkowa dla klientów Plusa, którą w każdej chwili można włączyć i wyłączyć. Dekoder w tej ofercie jest oferowany w cenie detalicznej.



- Oferta jest wzmocniona opcją „Weź na próbę”, która daje możliwość przetestowania usługi przez 7 dni od momentu zakupu, bez dodatkowych kosztów karnych z tytułu zerwania umowy.



- Karta SIM, którą abonent otrzymuje po podpisaniu umowy, może również być wykorzystana do połączeń telefonicznych, wysyłania SMS oraz korzystania z internetu w komórce. (wg cennika dla taryfy Do Usług Bis 29,90)



- Oferta jest wspólna zarówno dla Klientów indywidualnych, jak i biznesowych



- Dekodery umożliwiają odbiór sygnału naziemnej telewizji cyfrowej w standardzie DVB-T, który od 31 lipca 2013 r zastąpi sygnał telewizji analogowej.



Oferta dla nowych klientów (umowa na 24 miesiące)

	taryfa tv
abonament za usługę tv	19,90 zł brutto
abonament za podstawowe usługi telekomunikacyjne	0,09 zł brutto
długość kontraktu	24 miesiące
cena za min do Plus, T-Mobile, Orange, CP i stacjonarnych	0,49 zł brutto
cena za min do Play	0,73 zł brutto
cena za min do Centernet oraz pozostałych operatorów infrastrukturalnych	0,81 zł brutto
cena za SMS	0,19 zł brutto
cena za MMS	0,40 zł brutto



TV Mobilna jako usługa dodatkowa dla klientów Plusa

	Posiadany plan cenowy
Promocja	TV Mobilna
Abonament za usługi telekomunikacyjne	Zgodnie z posiadanym planem cenowym
Opłata za TV Mobilna	18, 43 zł (19, 90 zł z VAT)
Długość aktywacji	dowolna
„Weź na próbę”	nie

- W przypadku zakupu TV Mobilnej w telefonie klient musi zakupić dekodery mobilny w cenie detalicznej oraz posiadać telefon współpracujący z dekoderni mobilnym.

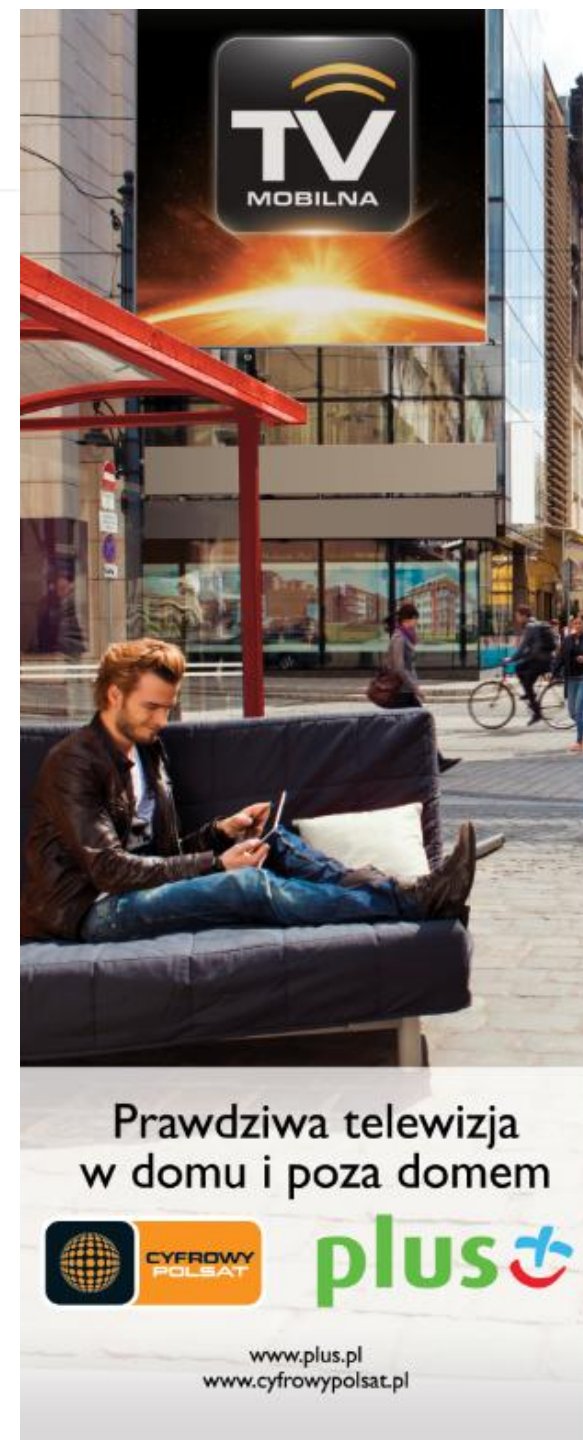




Prawdziwa telewizja
w domu i poza domem

Komunikacja

- Wspólna kampania Cyfrowego Polsatu i Plusa
- Cele:
 - Wprowadzenie nowego produktu
 - Edukacja klienta
- Media:
 - Telewizja – mix stacji ogólnopolskich i kanałów tematycznych
 - Outdoor – 8 miast Polski
 - Internet
 - Działania lokalne
 - Działania niestandardowe
- Pierwszy etap kampanii 4/06 – 31/08



The advertisement features a man sitting on a blue sofa in an urban setting, looking at a tablet. Above him is a large digital screen displaying the 'TV MOBILNA' logo, which consists of a black square with a white 'TV' and 'MOBILNA' text, and a yellow signal icon. The background shows a city street with buildings and pedestrians.

Prawdziwa telewizja
w domu i poza domem

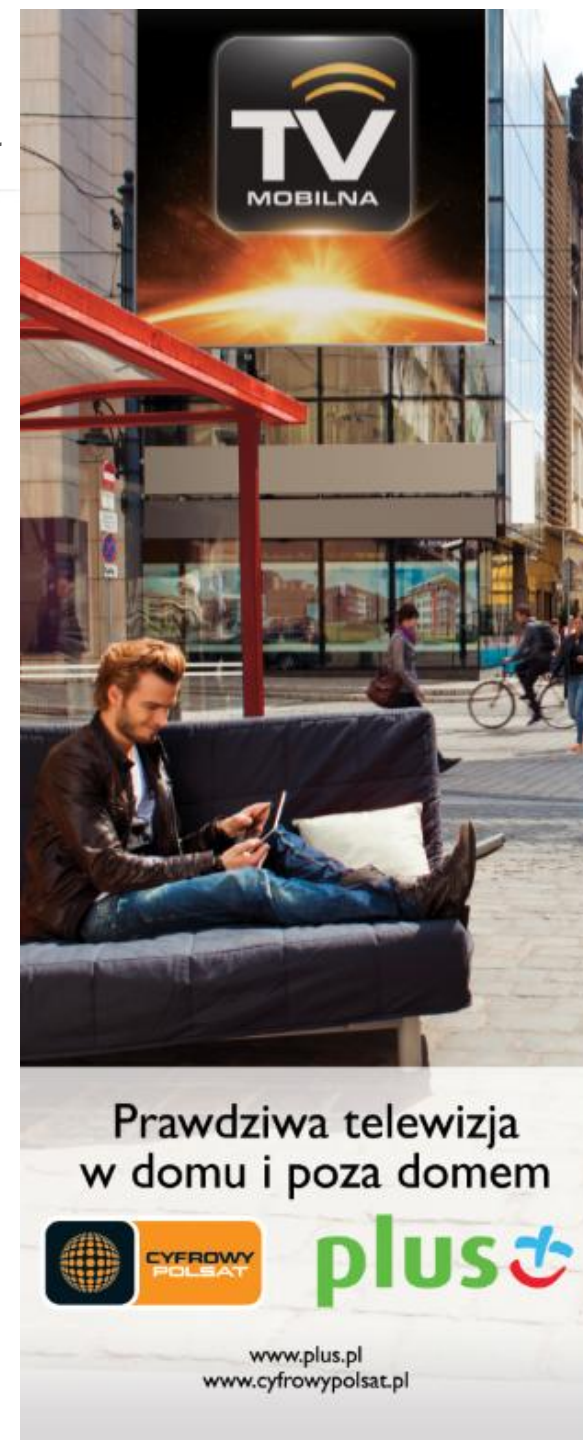
  

www.plus.pl
www.cyfrowypolsat.pl

Wspólna kampania Cyfrowego Polsatu i Plusa



Prawdziwa
telewizja
w domu
i poza
domem



Wspólna kampania Cyfrowego Polsatu i Plusa

FILM





Prawdziwa telewizja
w domu i poza domem