



Polski Rynek Telekomunikacyjny

połowy 2008 roku

Jerzy Straszewski prezes Polskiej Izby Komunikacji Elektronicznej

wrzesień 2008 r.

Polska

– dane makroekonomiczne

Liczba gosp. domowych	13,2 mln
Gosp. domowe z komputerem	7,2 mln (54%) ↑0,4mln *
Gosp. domowe z internetem	3,9 mln (30%) ↑1,3 mln *

* w porównaniu z połową roku 2007



Polski rynek telekomunikacyjny

- TELEFON STACJONARNY

Liczba linii	10,7 mln	↑ 0,6 mln*
TP S.A.	9,2 mln	↑ 0,01 mln*
Dialog	0,56 mln	↑ 0,01 mln*
<u>operatorzy CATV</u>	<u>0,44 mln</u>	<u>↑ 0,09 mln*</u>
Netia (z Tele2)	1,43 mln	↑ 1,02 mln*
pozostali	0,06 mln	↑ 0,03 mln*

**Dane szacunkowe; w porównaniu z połową 2007 roku*

Polski rynek telekomunikacyjny

- TELEFON KOMÓRKOWY

Liczba aktywnych kart SIM 41,82 mln ↑3,8* mln

Orange (PTK Centertel) 14,212 mln ↑**1,432*mln**

Plus (Polkomtel) 13,620 mln ↑**0,960*mln**

Era (PTC) 13,053 mln ↑**0,683*mln**

Play (P4) 0,934 mln ↑**0,824*mln**

** Dane szacunkowe; w porównaniu z połową 2007 roku*

Polski rynek telekomunikacyjny

- telewizja mobilna (w telefonie)

Według planów **UKE**, telewizja mobilna w Polsce powinna pojawić się w drugiej **połowie 2009 roku**.

W październiku tego roku rozpocznie się konkurs na operatora DVB-H w 31 miastach

Jak wynika z badań TP Emitel, telewizja mobilna nie stanowi zagrożenia na telewizji tradycyjnej, ponieważ oglądana jest:

- zaledwie **20 - 30 minut dziennie**
- największą popularnością cieszą się **kanały informacyjne** oraz **krótkie programy**
typu kreskówki czy seriale

Polski rynek telekomunikacyjny

- INTERNET

**Abonenci szerokopasmowego
internetu** **3,756mln** ↑0,456*

TP S.A. 2,055 mln ↑0,143*

operatorzy CATV 1,031 mln ↑0,131*

Dialog 0,23 mln ↑0,095*

Netia 0,30 mln ↑0,205*

pozostali 0,25 mln

** Dane szacunkowe; w porównaniu z połową 2007 roku*

Polski rynek telekomunikacyjny

- INTERNET

**Użytkownicy internetu
operatorów GSM ~750 tys. ↑450 ***

Plus (Polkomtel) 300 tys. ↑**150***

Orange (PTK Centertel) 200 tys. ↑**100***

Era (PTC) 200 tys. ↑**100***

Play (P4) 50 tys. ↑**100***

** Dane szacunkowe; w porównaniu z połową 2007 roku*

Polski rynek komunikacji elektronicznej

- operatorzy kablowi

Zarejestrowani przedsiębiorcy telekomunikacyjni	6.532
w tym prowadzący działalność jako operatorzy kablowi	630
Sieci CATV	1.100
Gosp. dom. z dostępem do CATV	6 mln
Penetracja CATV	45%

Polski rynek mediów elektronicznych

- dostęp do programów TV

Sposoby odbioru programów TV:

Użytkownicy anten naziemnych 5,2 mln ↓0,9*

Abonenci CATV 4,5 mln

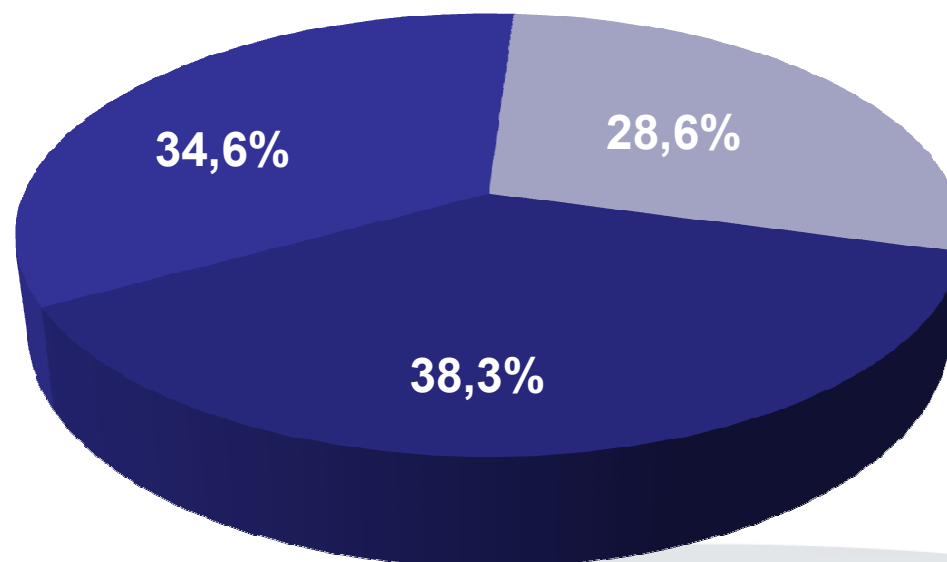
Abonenci platform satelitarnych 3,7 mln ↑1,1*

Cyfrowy Polsat 2 290 000

Canal+ Cyfrowy 1 100 000

Platforma „n” 326 000

Polski rynek mediów elektronicznych



- Użytkownicy anten naziemnych
- Abonenci CATV
- Abonenci platform satelitarnych



Polski rynek mediów elektronicznych

~ 170 programów TV dostępnych w Polsce

Naziemna emisja:

polskojęzyczne

10 prog. w wersji analogowej (w tym 3 - TV publiczna)

12 prog. w wersji cyfrowej (w fazie testu, dostępne w Warszawie)

Wyłącznie satelitarna emisja:

4 prog. TV publicznej (TVP Polonia, TVP Kultura, TVP Sport, TVP Historia)

~ 140 prog. nadawców prywatnych

Dodatkowo - wyłącznie w sieciach CATV:

120 prog. Telewizji Lokalnych

Polski rynek mediów elektronicznych

- HDTV w sieciach operatorów kablowych

Powoli,

ale

konsekwentnie.

Polski rynek mediów elektronicznych

- programy HD obecne w ofercie operatorów

1. Canal+ Film HD
2. Canal+ Sport HD
3. Discovery HD
4. MGM HD
5. National Geographic HD
6. Non Stop Kino HD
7. nSport HD
8. Voom HD
9. Eurosport HD
10. HBO HD
11. FilmBox HD
12. TVP HD
13. Voom HD

Testowane : Polsat Sport HD i TVN HD

Polski rynek mediów elektronicznych

- ranking największych operatorów

l.p.	operator	ilość abonentów	miasta	% rynku
1	UPC Polska	1 000 000	116	22,22%
2	VECTRA	664 000	120	14,76%
3	Multimedia Polska	643 000		14,29%
4	Grupa ASTER	370 000	3	8,22%
5	TOYA	150 000	4	3,33%
6	INEA	121 000	7	2,69%
7	Stream Communications	98 441	16	2,19%
8	MTK S.Tar	60 000	21	1,33%
9	Promax	31 000	18	0,69%
10	Sat Film	25 000	1	0,56%
			<i>pozostali</i>	29,72%

Polski rynek komunikacji elektronicznej

- usługi cyfrowej TV polskich operatorów komunikacji elektronicznej

operator	ilość abonentów		programy HDTV
	ogółem	TV cyfrowa	
VECTRA	664 000	135 000	tak
Grupa ASTER	370 000	63 000	tak
Multimedia Polska	643 000	50 000	tak
INEA	120 000	32 500	jeszcze w tym roku
TOYA	150 000	12 000	od września br
UPC Polska	1 000 000	11 300	tak
Promax	31 000	2 500	nie
Sat Film	25 000	2 000	nie
Suma		308 300	
TP SA	10 010 000	60 000	nie
Cyfrowy Polsat	2 290 000	2 290 000	tak
Cyfra Plus	1 100 000	1 100 000	tak
n (ITI Neovision)	326 000	326 000	tak
Suma – platformy cyfrowe		3 716 000	

Polski rynek komunikacji elektronicznej

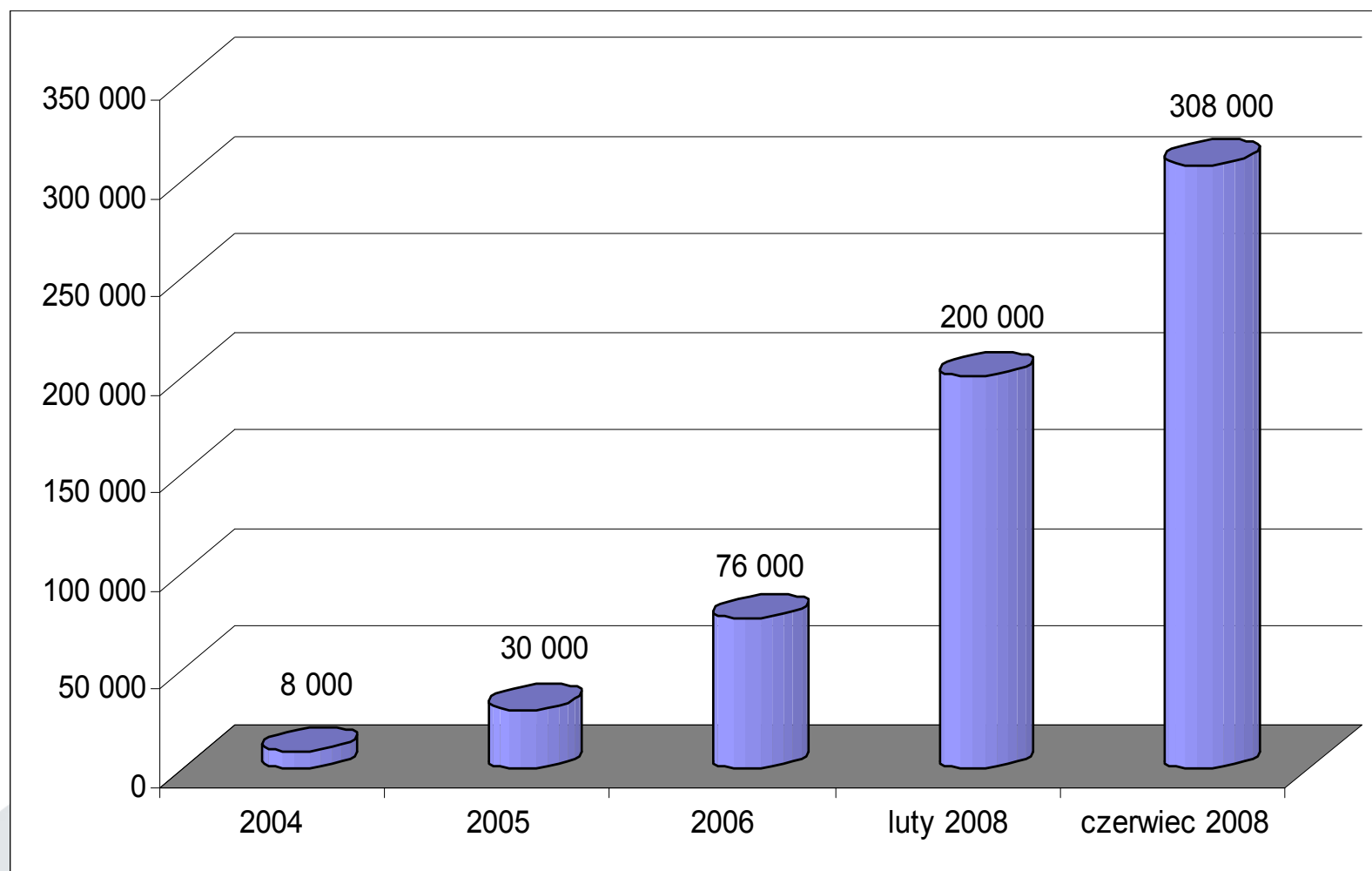
- usługi polskich operatorów telekomunikacyjnych



operator	ilość abonentów						
	programy TV			internet		telefon	
	analogowe	cyfrowe	lokalne (gosp.dom)	przewodowy	bezprzew. (użytkown)	przewodowy	bezprzew.
UPC Polska	1 000 000	11300	750 000	343 000	0	135 500	0
VECTRA	664 000	135 000	500 000	160 000	0	34 000	0
Multimedia Polska	643 000	50 000	400 000	245 000	0	184 000	0
Grupa ASTER	370 000	63 000	34 000	146 000	0	58 000	1000
TP S.A.	0	60 000	0	2 055 000	0	10 010 000	0
Dialog	0	0	0	230 000	0	560 000	0
Netia	0	0	0	300 000	0	1 430 000	0
Cyfrowy Polsat	0	2 290 000	0	0	0	0	0
Cyfra Plus	0	1 100 000	0	0	0	0	0
n (ITI Neovision)	0	326 000	0	0	0	0	0
Orange (PTK Centertel)	0	0	0	0	200 000	0	14 212 000
Plus (Polkomtel)	0	0	0	0	300 000	0	13 620 000
Era (PTC)	0	0	0	0	200 000	0	13 053 000
Play (P4)	0	0	0	0	50 000	0	934 000

Polski rynek komunikacji elektronicznej

- dynamika wzrostu liczby abonentów telewizji cyfrowej operatorów kablowych



Polski rynek komunikacji elektronicznej

- prespektywy rozwoju operatorów kablowych

- Coraz więcej programów cyfrowych – w tym w wysokiej rozdzielczości HD
- Oferta *quadruple-play* – wirtualni operatorzy GSM
- VOD
- Utrzymanie równoległej oferty analogowej
- IP TV



„Cyfrowe telewizje lokalne” - projekt

**Telewizje lokalne chcą i powinny mieć
swoje miejsce na multipleksie.**

**Niesie on bowiem wiele
korzyści dla społeczności lokalnych
na terenie całego kraju.**

Argumenty za udziałem nadawców lokalnych na trzecim multipleksie

Społeczno-kulturowe:

- Specyficzny charakter programy regionalnego i lokalnego pozwala zachować i pielęgnować miejscową kulturę.
- Jeden z najlepszych sposobów dbania o polskość.
- Widz otrzymuje bardziej zróżnicowaną ofertę programową.
- Warto wykorzystać potencjał ludzki z co najmniej kilkudziesięciu telewizji w całym kraju, które od lat tworzą lokalny kontent.
- Wsparcie działań antymonopolowych na rynku dystrybucji i nadawania telewizyjnego.

Argumenty te wpisują się w zadania obu regulatorów:

te **misyjne** realizowane przez **KRRiT**,

i te **unijne** (umacnianie regionów),

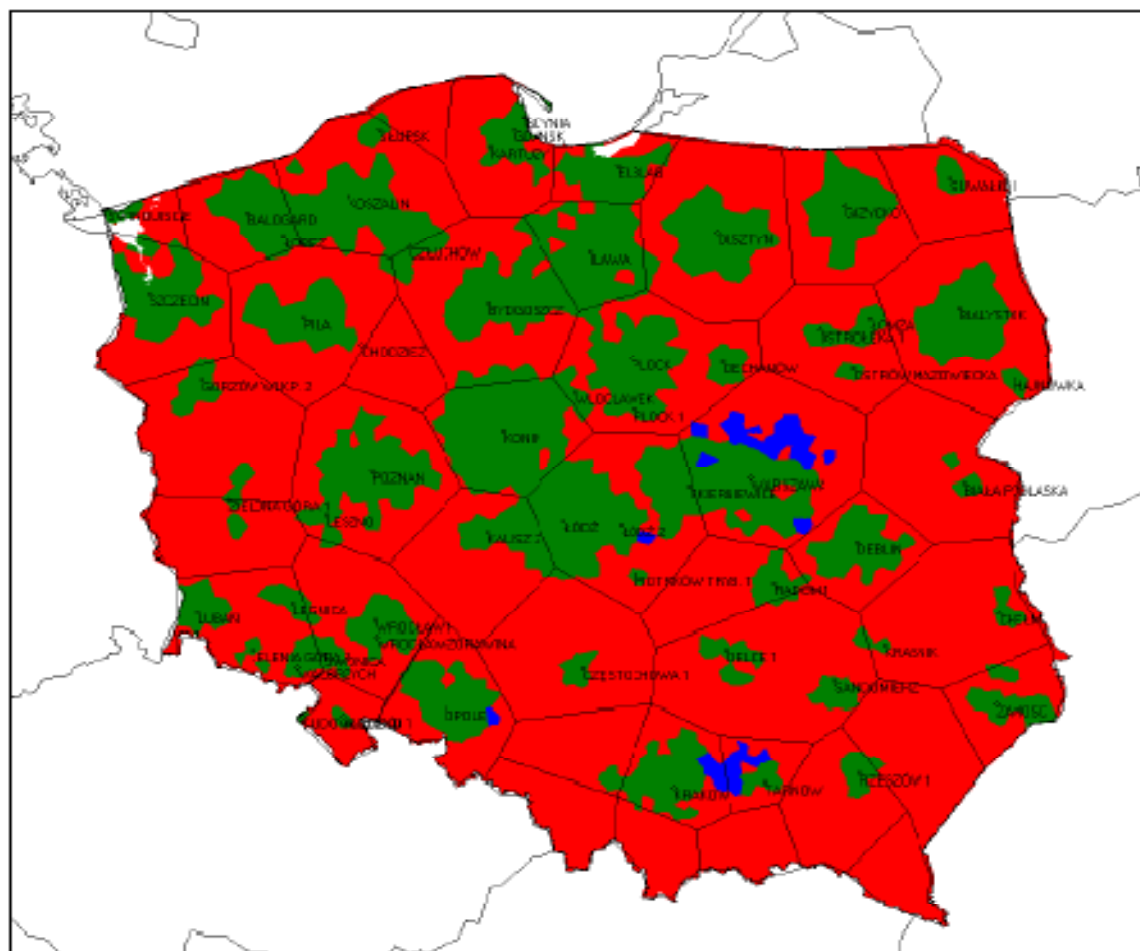
przed jakimi stoi **UKE**.

Argumenty za udziałem nadawców lokalnych na trzecim multipleksie

Techniczne:

- Położenie kabla poza miastem jest przedsięwzięciem dość kosztownym, nieopłacalnym, dlatego często po prostu go tam nie ma. Tymczasem program lokalny jest dostępny wyłącznie w sieciach kablowych. Cyfryzacja może zatem ułatwić widzom odstęp do tego programu.
- Multipleks działa dzięki kilkunastu nadajnikom rozszanym po całym kraju, siłą rzeczy więc sprzyja tworzeniu swego rodzaju ponadregionalnej telewizji o charakterze regionalnym.

Multipleks trzeci - zasięg



Pokrycie łącznościowe 41%

Legenda:

- Kolor czerwony – brak odbioru
- Kolor zielony – odbiór niezakłócony
- Kolor niebieski – odbiór zakłócony



Dziękuję za uwagę

Jerzy Straszewski prezes Polskiej Izby Komunikacji Elektronicznej

www.pike.org.pl