Sprawozdanie Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat S.A. oraz spółki Cyfrowy Polsat S.A. na temat informacji niefinansowych za lata 2016-2017

Miejsce i data publikacji: Warszawa, 22 marca 2018 roku
Miejsce i data zatwierdzenia: Warszawa, 21 marca 2018 rok

Oddajemy w Państwa ręce pierwszy raport niefinansowy Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat opisujący nasze działania w latach 2016-2017. Publikacja powstała zgodnie ze Standardem Global Reporting Initiative w opcji Core oraz znowelizowaną Ustawą o Rachunkowości. Nasz raport obejmuje Grupę Kapitałową Cyfrowy Polsat, a w szczególności dane dotyczące spółek:

- Cyfrowy Polsat S.A.
- Polkomtel Sp. z o.o.
- Telewizja Polsat Sp. z o.o.

SPIS TREŚCI

Wywiad z Prezesem **3**

1. Nasz biznes **6**

1.1. Kluczowe liczby 6
1.2. Kontekst branżowy i model biznesowy GK CP | Telewizja, telefon, Internet – szybko, wszędzie i nowocześnie 6
1.3. Co oferujemy klientom 7
1.4. Działamy strategicznie 11
1.5. Szanse i ryzyka 12
1.6. Zawsze odpowiedzialnie 16

2. Troska o potrzeby naszych klientów i widzów **24**

2.1. Wyjątkowi klienci 24
2.2. Kluczowe liczby 2017 r. 25
2.3. Dostępność – telewizja i Internet dla każdego 27
2.4. Bezpieczeństwo – DNA naszej działalności 30
2.5. Produkt i serwis na najwyższym poziomie 33
2.6. Wyznaczamy standardy 35

3. Sukces dzięki ludziom **41**

3.1. Kluczowe fakty i liczby 41
3.2. Nasza kultura pracy 43
3.3. Motywacja i rozwój pracowników 45
3.4. Stale udoskonalane bezpieczeństwo i higiena pracy 49

4. Cyfrowa Odpowiedzialność **53**

4.1. Technologiczna szansa 53
4.2. W trosce o bezpieczeństwo 53
4.3. W trosce o zdrowie najmłodszych 56
4.4. Zdrowie i sportowe emocje 59
4.5. Pomoc mierzona uśmiechem 61

5. Grupa przyjazna środowisku **65**

5.1. Kluczowe liczby 65
5.2. Kontrolujemy nasz wpływ na środowisko 65
5.3. Odpady i recykling 66
5.4. Zużycie energii 68
5.5. Zużycie surowców 69
5.6. Wpływ stacji bazowych i nadawczych na otoczenie 70

6. Nasze podstawy zarządcze w zakresie komunikacji i społecznej odpowiedzialności biznesu **72**

6.1. Kluczowe liczby 72
6.2. Transparentna komunikacja 72
6.3. Odpowiadając na wymogi nowych regulacji 74

INDEX GRI **83**

WYWIAD Z PREZESEM

[GRI 102-14, GRI 102-15]

Czym wyróżnia się Grupa Polsat?

Grupa Polsat to duża, prężnie działająca i nieustannie podejmująca nowe wyzwania organizacja, w ramach której świadczymy usługi płatnej telewizji i telekomunikacyjne oraz zapewniamy szereg usług dodatkowych – prąd, gaz, monitoring domu, usługi bankowe, ubezpieczenia, oraz dajemy możliwość zakupu urządzeń telekomunikacyjnych, RTV i AGD. Działalność tą, jako że dostęp do atrakcyjnych treści telewizyjnych jest niezwykle ważny dla wszystkich naszych klientów, z sukcesem łączymy z nadawaniem prawie 30 kanałów telewizyjnych i aktywną obecnością na rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu. Wierzymy w integrację usług, którą wpisaliśmy w naszą strategię rozwoju, a zakres prowadzonej działalności i charakter oferty zdecydowanie wyróżniają nas na rynku. Program smartDOM, który oferujemy klientom, w czytelny sposób komunikuje, że kupowanie usług w pakiecie jest nie tylko znacznie prostsze, ale przede wszystkim tańsze. Dla nas, jako Grupy, tak skonstruowana oferta stanowi ogromną szansę na lepsze wykorzystanie naszych zasobów, możliwości, kompetencji, kanałów sprzedaży i potencjału zespołu oraz na pozyskanie kolejnych klientów, których zadowolenie i lojalność są dla nas niezwykle ważne.

Kluczową dla nas kwestią jest wysoka jakość i powszechna dostępność usług, z których na co dzień korzystają polskie rodziny i firmy. Od lat realizujemy ten cel zarówno w ramach działalności telewizyjnej, jak i telekomunikacyjnej oraz udowadniamy, że z tak samo atrakcyjnej oferty mogą korzystać wszyscy Polacy, niezależnie od miejsca zamieszkania, statusu społecznego, wykonywanego zawodu czy zainteresowań.

Jak definiuje Pan odpowiedzialność społeczną Grupy Polsat?

Odpowiedzialność społeczna biznesu jest dla nas nieodłącznym elementem funkcjonowania na rynku, osiągania celów biznesowych i budowania wartości Grupy. Nie zaczynamy dziś. Jako jedna z największych grup medialno-telekomunikacyjnych w Europie Środkowo-Wschodniej, zatrudniająca niemal 5 tys. pracowników, jesteśmy świadomi wpływu, jaki wywieramy na otoczenie społeczno-gospodarcze. Nasze działania społecznie odpowiedzialne związane są przede wszystkim z trzema obszarami – troską o potrzeby klientów i widzów, zapewnieniem możliwości rozwoju pracownikom oraz misją społeczną, którą realizujemy w temacie bezpieczeństwa, pomocy dzieciom oraz promocji sportu. Mnie jako prezesa zarządu osobiście najbardziej cieszy fakt, że wszystkie podejmowane inicjatywy mają odzwierciedlenie w rzeczywistych przekonaniach i potrzebach naszych pracowników, a wiele z nich powstało w odpowiedzi na naturalne odruchy serca naszego zespołu. Jestem dumny z tego, co udało nam się do tej pory osiągnąć.

Przykładów naszych działań wymienić można dużo. Bardzo dumni jesteśmy z naszego wieloletniego zaangażowania w zapewnienie bezpieczeństwa osobom wypoczywającym w górach i nad wodą. Aplikacja Ratunek współtworzona przez osoby z Polkomtelu oraz górski i wodny numer ratunkowy są autorskimi rozwiązaniami grupy osób, które znając możliwości sieci i widząc potrzeby społeczeństwa, postanowiły to połączyć. Wyszło coś kapitalnego na skalę światową.

Fundacja POLSAT, będąca pierwszą w Polsce fundacją telewizyjną, od ponad 21 lat ratuje życie i zdrowie dzieci i młodzieży i to jest wspaniałe. Zespół Fundacji to grupa niesamowitych, cudownych osób, które całym sercem codziennie zaangażowane są w niesienie pomocy. Pomagają w indywidualnych przypadkach, ale zmieniają również całe instytucje bądź obszary opieki zdrowotnej, czego dowodem mogą być choćby działania podejmowane w Centrum Zdrowia Dziecka.

Szukając zaś przykładów na „sportowy CSR", warto choćby spojrzeć na to, co poza transmisjami z największych i najważniejszych dla Polaków wydarzeń sportowych robi Polsat Sport, a także sieć Plus. Mamy tysiące dowodów na to, że promocja aktywności fizycznej po prostu działa. Nasi widzowie skutecznie zachęcani są do osobistego udziału w imprezach biegowych czy narciarskich, a dodatkowo wspieramy organizacyjnie i finansowo dziecięce turnieje hokejowe, piłkarskie i tenisowe. Dla mnie przykładem odpowiedzialnego działania w sporcie jest również to, co – przy wielkim naszym udziale – stało się modelowym kibicowaniem w polskiej siatkówce. Wypracowany styl, w którym całe rodziny bezpiecznie i przyjaźnie potrafią dopingować sportowców, jest przykładem dla wszystkich dyscyplin. Co więcej radosny styl kibicowania z naszych trybun, doceniany przez siatkarzy i kibiców na całym świecie, został już przeniesiony na stadiony we Włoszech i Ameryce Południowej. Nieocenione jest także wsparcie, jakiego od 20 lat sieć Plus udziela polskiej siatkówce, sponsorując m.in. reprezentacje Polski kobiet i mężczyzn.

Czego klienci Grupy mogą spodziewać się w przyszłości? W jakim kierunku rozwija się firma?

Większość analiz wskazuje na dalszy rozwój oferowanych przez nas usług. Zaczynając od dostępu do Internetu w domach, poprzez zapotrzebowanie na mobilną transmisję danych i streaming wideo, na jakości i możliwościach coraz to nowszych urządzeń kończąc. Na rynku telewizyjnym obserwujemy rosnące znaczenie kanałów tematycznych i wysokiej jakości treści telewizyjnych produkowanych z myślą o oczekiwaniach i potrzebach widzów. Jeśli dodamy do tego znakomite perspektywy

dla rynku usług zintegrowanych czy telewizji internetowej, to widać, że przed Grupą Polsat pojawiają się wciąż nowe szanse biznesowe.

Dlaczego Grupa zdecydowała się na opublikowanie raportu CSR?

Od wielu lat cyklicznie publikujemy sprawozdania finansowe, sprawozdania z działalności zarządu oraz raporty roczne, a w dokumentach tych znajdowały się również niektóre informacje pokrywające się z zakresem raportowania niefinansowego. Od 2008 roku jesteśmy spółką giełdową i transparentność wszystkich obszarów działalności jest dla nas sprawą fundamentalną. Obowiązek raportowania pozafinansowego – który wszedł w życie w 2018 roku – wymaga od nas jednak uspójnienia niektórych danych. Zdecydowaliśmy się na – najlepszy w moim przekonaniu – standard Global Reporting Initiative, który spotyka się z uznaniem przedstawicieli rynku zarówno w Polsce, jak i na świecie.

Raport niefinansowy przedstawiający nasze działania w latach 2016-2017 to dla nas swoisty punkt referencyjny. Uczciwie pokazujemy, co już zrobiliśmy i wskazujemy plany. Cenną nauką był już sam proces przygotowywania organizacji do raportowania. Odmienna specyfika spółek, nie zawsze spójne mierniki czy nawet brak niektórych danych sprawiły, że przygotowanie dokumentu wymagało ogromnej pracy wielu osób – wszystkim im należą się duże podziękowania. Ponieważ w ramach definiowania treści raportu zorganizowaliśmy sesję dialogową, publikacja raportu stała się kolejną okazją do konsultacji z naszymi interesariuszami. Choć spotykamy i komunikujemy się z nimi często, to nie zawsze jest czas i okazja, aby porozmawiać o ich oczekiwaniach i spojrzeniu na nasze działania biznesowe i z zakresu CSR.

Co chciałby Pan, aby czytelnicy zapamiętali po lekturze raportu?

Wierzę, iż każdy odbiorca znajdzie w tym raporcie interesujące informacje – zwłaszcza, że został on przygotowany z myślą o naszych kluczowych interesariuszach, w oparciu o ich zbadane, m.in. podczas sesji dialogowej przeprowadzonej zgodnie z międzynarodowym standardem AA1000SES, oczekiwania wobec naszej organizacji. W efekcie każdy rozdział poświęcony jest innej tematyce, skierowanej do danej grupy odbiorców. Mam nadzieję, że tak jak nam bardzo dużo satysfakcji dało przygotowanie raportu, tak naszym Czytelnikom zapewni on wiele cennych informacji i dużo przyjemności z jego lektury. Wprawdzie nadrzędnym celem naszej strategii biznesowej jest trwały wzrost wartości Grupy Polsat dla jej akcjonariuszy, ale pokazujemy, że cel ten osiągnąć chcemy i możemy w sposób zrównoważony, odpowiedzialny, zapewniający najlepszą jakość usług naszym klientom, a naszym pracownikom satysfakcję z pracy w naszej Grupie.

Rozdział 1
Nasz biznes

1. NASZ BIZNES

1.1. Kluczowe liczby

Kluczowe liczby 2017 r.

[GRI 102-7, GRI 201-1], [UoR – Kluczowe wskaźniki efektywności]

Nr 1 – największa grupa medialno-telekomunikacyjna notowana na GPW
o kapitalizacji **15,9 mld PLN**

Klienci i usługi		Wyniki finansowe	
5,8 mln klientów kontraktowych	**16,5 mln** świadczonych usług	**9.829 mln PLN** przychody Grupy Cyfrowy Polsat (wzrost r/r o 1%)	
4,5 mln świadczonych usług mutliplay	**3,6 mln** średnia miesięczna liczba użytkowników serwisu IPLA	**9.002 mln PLN** wartość ekonomiczna podzielona	**866 mln PLN**[1] wartość ekonomiczna zatrzymana
89,0 zł przychód na klienta kontraktowego	**99%** Polaków w zasięgu Internetu LTE Plus	**594 mln PLN** płatności na rzecz inwestorów	**718 mln PLN** płatności na rzecz państwa
Rynek telewizyjny			
24,5% udziału w oglądalności kanałów TV Polsat w grupie komercyjnej	**27,2%** udział w rynku reklamy	**27 mln PLN** inwestycje w społeczności	
Pracownicze		**Środowiskowe**	
niemal **5 tys.** pracowników		**617 ton** przekazanych do recyklingu odpadów przez Cyfrowy Polsat	

1.2. Kontekst branżowy i model biznesowy GK CP | Telewizja, telefon, Internet – szybko, wszędzie i nowocześnie

[UoR – model biznesowy]

Kim jesteśmy?

[GRI 102-2]

Jesteśmy liderem na rynku płatnej telewizji oraz jednym z wiodących operatorów telekomunikacyjnych w kraju. Zajmujemy czołową pozycję na rynku prywatnych nadawców telewizyjnych pod względem oglądalności i udziału w rynku reklamy.

[1] Prezentowana wartość zatrzymana stanowi kwotę pozostałą po podziale wygenerowanej wartości ekonomicznej pomiędzy interesariuszy firmy. Kwota ta nie jest zbieżna z zyskiem netto prezentowanym w Rachunku Zysków i Strat, ponieważ uwzględnia m.in. również wypłacone dywidendy (jako podzieloną wartość ekonomiczną).

Świadczymy usługi zintegrowane, m.in. w ramach programu smartDOM, który kierujemy do całej rodziny. Działamy również na międzyoperatorskim rynku telekomunikacyjnym, telewizyjnym i reklamowym, oferując szereg usług hurtowych.

Prowadzimy działalność w dwóch segmentach biznesowych – usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym (dostarczając usługi telewizji cyfrowej, szerokopasmowego Internetu, telefonii komórkowej i rozrywki online) oraz segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej (kanał główny POLSAT i stacje tematyczne).

Naszą misją jest tworzenie i dostarczanie najatrakcyjniejszych treści telewizyjnych, produktów telekomunikacyjnych oraz innych usług dla domu oraz klientów indywidualnych i biznesowych, przy użyciu najlepszych i najnowocześniejszych technologii, w celu świadczenia wysokiej jakości usług zintegrowanych odpowiadających na zmieniające się potrzeby naszych klientów oraz utrzymania najwyższego poziomu ich satysfakcji.

Dobra organizacja

[GRI 102-1, GRI 102-3, GRI-102-4, GRI-102-5, GRI 102-6, GRI 102-18]

Grupa Kapitałowa **Cyfrowy Polsat S.A.** działa w Polsce i ma swoją siedzibę w Warszawie. Od maja 2008 roku nasze akcje są notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych. Pod względem kapitalizacji, która na koniec 2017 roku wyniosła 15,9 mld zł, Cyfrowy Polsat jest **największą spółką medialno-telekomunikacyjną notowaną na GPW oraz jedną z największych w Europie Środkowo-Wschodniej**.

Status spółki publicznej obliguje do spełniania najwyższych standardów w zakresie zarządzania. Dlatego też naszym celem jest kierowanie spółką w sposób przejrzysty, przewidywalny i skoncentrowany na tworzeniu wartości. Sprzyja to budowaniu zaufania wśród naszych krajowych i zagranicznych inwestorów, rynków finansowych, naszych klientów i partnerów biznesowych, a także pracowników Grupy.

Zarząd Spółki liczy siedmiu członków [GRI 405-1]

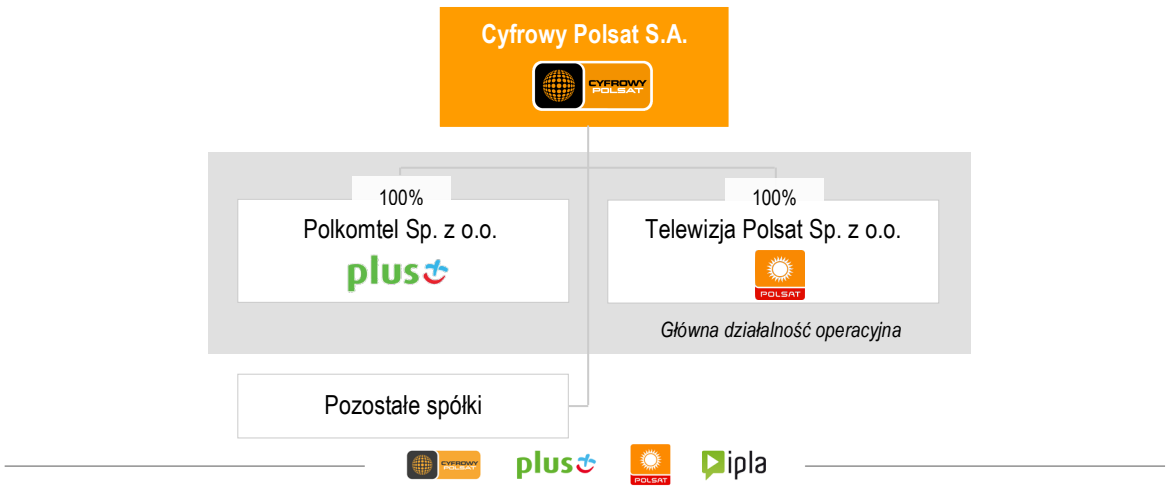
Imię i nazwisko	Stanowisko	Rok pierwszego powołania	Rok powołania na obecną kadencję	Rok upływu kadencji
Tobias Solorz	Prezes Zarządu	2014	2016	2019
Dariusz Działkowski	Członek Zarządu	2007	2016	2019
Tomasz Gillner-Gorywoda	Członek Zarządu	2014	2016	2019
Aneta Jaskólska	Członek Zarządu	2010	2016	2019
Agnieszka Odorowicz	Członek Zarządu	2016	2016	2019
Katarzyna Ostap-Tomann	Członek Zarządu	2016	2016	2019
Maciej Stec	Członek Zarządu	2014	2016	2019

Biogramy członków zarządu dostępne są na stronach korporacyjnych Grupy Cyfrowy Polsat.

1.3. Co oferujemy klientom

[GRI 102-2]

STRUKTURA KAPITAŁOWA GRUPY POLSAT



Kluczowe obszary działalności

PŁATNA TELEWIZJA

Cyfrowy Polsat to największy dostawca płatnej telewizji w Polsce i jedna z wiodących platform satelitarnych w Europie pod względem liczby klientów.

- Zapewnia dostęp do ponad 180 kanałów, w tym ponad 80 kanałów HD.
- Dzięki serwisowi Cyfrowy Polsat GO klienci mają dostęp do tysięcy programów na żądanie oraz do ponad 100 kanałów linearnych zgodnych z wybranym przez klienta pakietem telewizji satelitarnej. Dzięki opcji On The Go można z niego korzystać także na trzech wybranych urządzeniach jednocześnie: komputerze, tablecie i smartfonie.
- Usługa Multiroom HD Cyfrowego Polsatu umożliwia korzystanie z tego samego pakietu telewizji nawet na 4 telewizorach.
- Platforma posiada własne centrum nadawcze umożliwiające emitowanie kanałów telewizyjnych na wykorzystywane przez nią transpondery na satelitach Hot Bird.
- Cyfrowy Polsat to jedyny operator posiadający dekodery własnej produkcji. Taka sytuacja pozwala na kontrolę procesu produkcji, efektywne gospodarowanie kosztami i proponowanie klientom wysokiej jakości sprzętu odpowiadającego ich potrzebom.

Wideo online

IPLA to lider rynku wideo online w Polsce z największą legalną bazą treści telewizyjnych.

- Ponad 90 kanałów telewizyjnych online i kilkadziesiąt tysięcy materiałów VOD[2], w tym kilkaset seriali fabularnych, dokumentalnych i dla dzieci.
- Około 200 godzin miesięcznie relacji na żywo z największych wydarzeń sportowych z kraju i ze świata, bogata i regularnie rozwijana biblioteka filmów, seriali i programów telewizyjnych dostarczanych przez licencjodawców z Polski i ze świata.
- Materiały IPLI można oglądać na komputerach, tabletach, laptopach, smartfonach, telewizorach Smart TV, dekoderach, konsolach do gier.

TELEKOMUNIKACJA

Telefonia komórkowa

Polkomtel to wiodący operator telekomunikacyjny w Polsce, świadczący usługi pod marką Plus. Spółka jest liderem technologii LTE korzystającym z najnowocześniejszych rozwiązań telekomunikacyjnych w rozwijaniu usług dla swoich klientów:

- Oferta dla indywidualnych klientów kontraktowych obejmuje różnorodne plany taryfowe. Obecnie jest dostępna w modelu kontraktowym, przedpłaconym, jak również w ramach oferty mix (połączenie obu ofert).

[2] VOD (ang. *Video on Demand*) usługa zezwalająca na oglądanie materiału filmowego lub słuchanie nagrania dźwiękowego na żądanie.

- Klientom biznesowym Plus oferuje przede wszystkim rozwiązania kontraktowe, często na bazie ogłaszanych przez klientów przetargów. Dodatkowo oferuje usługi telefonii stacjonarnej, rozwiązania w zakresie sieci LAN (ang. local area network)/WAN (ang. wide area network), szerokopasmowy mobilny dostęp do Internetu, usługi SMS Center i inne dedykowane rozwiązania.
- Usługi dla klientów segmentu SOHO (ang. Small Office/Home Office) obejmują szereg opcji miesięcznych opłat abonamentowych, które uwzględniają określone preferencje klientów należących do tego segmentu.
- W ramach usług detalicznych Plus świadczy usługi roamingu międzynarodowego, dzięki którym klienci korzystają z usług telekomunikacyjnych w trakcie pobytu zagranicą, po zalogowaniu się w zagranicznej sieci. Na obszarze UE i krajów EOG maksymalne roamingowe stawki detaliczne dla połączeń głosowych, wiadomości tekstowych i transmisji danych w roamingu międzynarodowym podlegają regulacjom i począwszy od 15 czerwca 2017 roku, zrównane zostały z cenami krajowymi (regulacja Roam Like at Home). Nasi klienci mogą korzystać z połączeń głosowych, SMS-ów i MMS-ów oraz transmisji danych w roamingu na terenie UE i krajów EOG w cenach połączeń krajowych bez ponoszenia dodatkowych opłat. Ponadto oferujemy naszym klientom możliwość zakupu promocyjnych pakietów roamingowych na transmisję danych, obejmujących zarówno kraje europejskie. jak i inne popularne kierunki podróży, co pozwala naszym klientom na elastyczne dopasowanie oferty roamingowej do swoich potrzeb.
- Plus oferuje szeroki wybór nowoczesnych telefonów i smartfonów znanych producentów takich jak: Samsung, Huawei, Apple, Sony, LG, posiada także telefony mniejszych producentów ze średniej i niskiej półki cenowej. Telefony sprzedawane są przede wszystkim w modelu ratalnym (z opłatą początkową lub bez).

Internet szerokopasmowy

Grupa Polsat świadczy kompleksowe usługi mobilnego szerokopasmowego dostępu do Internetu i transmisji danych, zarówno dla klientów indywidualnych, jak i biznesowych pod dwiema markami: Plus i Cyfrowy Polsat, od 2011 roku wykorzystując technologię LTE Plus, a obecnie także LTE Plus Advanced.

- Oferta zapewnia w ramach jednej opłaty abonamentowej dostęp do Internetu przy wykorzystaniu wszystkich obsługiwanych przez sieć technologii, dzięki czemu dziś w zasięgu usługi Internetu LTE Plus mieszka blisko 100% Polaków, a 54% w zasięgu Internetu LTE Plus Advanced, którego maksymalna prędkość technologiczna wynosi 498 Mb/s.
- W ofercie znajdują się pakiety danych różnej wielkości i w różnych wariantach cenowych, dostosowane do potrzeb użytkowników.
- Klienci, którzy chcą skorzystać z usług mobilnego szerokopasmowego dostępu do Internetu, mogą wybierać spośród dedykowanych kontraktowych planów cenowych, planów i promocji prepaid, jak również pakietów transmisji danych dostępnych wraz z ofertami usług głosowych.
- Kontraktowe plany taryfowe oferują podstawowy mobilny szerokopasmowy dostęp do Internetu. Bazują na miesięcznym abonamencie i zapewniają określony co do wielkości pakiet danych oraz w ramach dodatkowej usługi transmisję bez limitu danych w sieci LTE Plus. W ramach tej oferty klienci mają możliwość zakupu lub najmu m.in. modemów USB, routerów stacjonarnych i mobilnych. Dodatkowo dostępne są laptopy, tablety i inne urządzenia, jak również oferta bez sprzętu – *tylko SIM*.
- W ramach usług świadczonych w modelu przedpłaconym po doładowaniu konta klient otrzymuje określony pakiet danych, którego wielkość oraz okres ważności uzależnione są od kwoty doładowania.
- Jako alternatywę dla Internetu stacjonarnego Grupa wprowadziła także autorskie i unikatowe na rynku rozwiązanie Zestaw Internetu Domowego LTE, które może istotnie zwiększyć obszar zasięgu i moc sygnału Internetu LTE. Najnowszy Zestaw Internetu Domowego 300 obsługuje technologię LTE Plus Advanced i pozwala na pobieranie danych z prędkością nawet do 300 Mb/s.

USŁUGI ZINTEGROWANE

Wierzymy, że łączenie nowoczesnych usług Grupy Cyfrowy Polsat może przynieść naszym klientom wymierne korzyści. Nasze spółki – Cyfrowy Polsat oraz Polkomtel – oferują usługi multiplay, w tym wspólny program smartDOM, który pozwala na elastyczne łączenie aż dziewięciu produktów i usług.

SmartDOM to unikalny program oszczędnościowy, oferujący pełen wachlarz produktów i usług, które pozwalają klientom stworzyć wygodny, bezpieczny i nowoczesny dom. Oparty jest o prosty i elastyczny mechanizm – wystarczy posiadać jedną dowolną usługę, a przy zakupie kolejnych produktów z portfolio Grupy klient otrzymuje atrakcyjne rabaty na cały okres trwania umowy. W ten sposób każdy klient może stworzyć unikalny zestaw dla swojej rodziny.

Oprócz flagowych i podstawowych usług: telefonii komórkowej Plusa, Internetu LTE Plus i Plus Advanced oraz telewizji satelitarnej Cyfrowego Polsatu, klienci smartDOMu mogą również skorzystać z usług cyfrowej telewizji naziemnej z 12 kodowanymi kanałami telewizyjnymi i 11 radiowymi, telefonii stacjonarnej, sprzedaży energii elektrycznej w ramach oferty Prąd od Plusa oraz sprzedaży gazu, usług bankowych oferowanych przez PlusBank, kompleksowych usług ubezpieczeniowych oferowanych we współpracy z ERGO Hestia czy usług z zakresu bezpieczeństwa domu, takich jak monitoring pomieszczeń. Ponadto w ofercie znajdują się urządzenia telekomunikacyjne oraz sprzęt RTV i AGD.

Wszystkie proponowane klientom usługi i produkty pełnią ważną rolę w gospodarstwie domowym. Dzięki unikalnej formule programu smartDOM klient może kupić niezbędne dla domu usługi i produkty w jednym miejscu, dodatkowo zapewniając sobie oszczędności na każdej dodatkowo dodanej.

Według analogicznych reguł jak smartDOM działa również nasz program lojalnościowy smartFIRMA, który skierowany jest do klientów biznesowych segmentu SOHO.

TELEWIZJA (NADAWANIE I PRODUKCJA)

TV Polsat

Portfolio kanałów Grupy Polsat składa się z 29 stacji (z czego 19 w jakości HD). Wśród nadawanych przez nas kanałów znajdują się kanały rozrywkowe, sportowe, informacyjne, muzyczne, lifestyle, filmowe oraz dla dzieci. Stacje dostępne są w dystrybucji kablowo-satelitarnej, a sześć z nich – POLSAT, Super Polsat, TV4 i TV6, Polo TV, Eska TV – wchodzą w skład naziemnej telewizji cyfrowej (NTC) na MUX-1 oraz MUX-2[3].

POLSAT, główna stacja naszej Grupy, jest jedną z najczęściej oglądanych kanałów telewizyjnych w najcenniejszej dla reklamodawców grupie widzów (tzw. grupa komercyjna, osoby w wieku 16-49 lat) – w 2017 roku jej udział w grupie komercyjnej wyniósł 12,3%. Bardzo dobry wynik POLSATu w 2017 roku to efekt atrakcyjnej i konsekwentnie rozwijanej oferty programowej, w tym: udanych ramówek stacji – wiosennej i jesiennej – oferujących doskonałą rozrywkę, filmy i seriale, jednego z czołowych programów informacyjnych „Wydarzenia" oraz emocjonujących transmisji sportowych.

Korzystnie rok 2017 zamknęła również cała Grupa Polsat z wynikiem oglądalności na poziomie 24,5% w grupie komercyjnej.

Na atrakcyjność i różnorodność treści programowych składają się:

- Produkcje polskie – to około 60% emitowanych treści[4]. Polsat dąży do różnicowania źródeł pozyskiwania programów, co ma na celu zagwarantowanie efektywnego zarządzania kosztami produkcji. Dzięki temu można wybierać z szerokiego wachlarza ofert te, które są zarówno atrakcyjne, jak i efektywne kosztowo, aby zapewnić gwarantującą sukces konstrukcję ramówki.

[3] MUX, czyli pakiet kanałów telewizyjnych, radiowych i dodatkowych usług jednocześnie transmitowanych cyfrowo do odbiorcy w jednym kanale częstotliwości.

[4] Dane dla kanałów: POLSAT, Polsat2, Polsat Play, Polsat Cafe, Polsat Film, Polsat News, Polsat Sport, Polsat Sport Extra, Polsat Sport News, Polsat News 2, TV4, TV6, Polsat Romans, Disco Polo Music, Polsat Music, Super Polsat.

- Produkcje zagraniczne. Zagraniczne licencje programowe w dużej części dotyczą zakupu praw do emisji filmów, seriali oraz wydarzeń sportowych. Kluczowymi partnerami Grupy przy kupowaniu filmów i seriali są największe studia filmowe. Znajdują się wśród nich: Sony Pictures TV International, 20th Century Fox TV, The Walt Disney Company, Warner Bros International TV Distribution, CBS Studios. Kontrahentem oferującym zagraniczne produkcje jest także Monolith Films.
- Licencje sportowe. Oferujemy szeroki wybór transmisji sportowych, w tym m.in. eliminacje do piłkarskich Mistrzostw Europy w 2020 roku oraz do Mistrzostw Świata w 2022 roku, dwie edycje piłkarskiej Ligi Narodów 2018/19 i 2020/21, wielkie turnieje i atrakcyjne rozgrywki siatkarskie – Mistrzostwa Świata kobiet i mężczyzn 2018 i 2022, nowe niezwykle atrakcyjne rozgrywki siatkarskiej Ligi Narodów (2018-2024), Puchar Świata 2019 i 2023 oraz turnieje kwalifikacyjne do Igrzysk Olimpijskich w Tokio (2020) i Paryżu (2024), Plus Ligę i Orlen Ligę, gale bokserskie i mieszanych sztuk walki (KSW, FEN i UFC), Wimbledon oraz turnieje ATP 1000 i 500 i wiele innych dyscyplin. W roku 2017 nabyliśmy również prawa do najpopularniejszych klubowych rozgrywek na świecie piłkarskiej Ligi Mistrzów oraz Ligi Europy (na lata 2018-2021).

1.4. Działamy strategicznie

[GRI 102-16]

Nadrzędnym celem naszej strategii jest trwały wzrost wartości Grupy Cyfrowego Polsatu dla jej akcjonariuszy. Wzrost wartości Grupy Cyfrowego Polsatu osiągamy poprzez:

Wzrost przychodów z usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym poprzez konsekwentną budowę wartości bazy klientów, dzięki maksymalizacji liczby użytkowników usług oraz liczby usług oferowanych jednemu klientowi, przy jednoczesnym zwiększeniu ARPU i utrzymaniu wysokiego poziomu satysfakcji klientów

Naszym celem jest efektywne budowanie przychodów pochodzących ze sprzedaży produktów i usług dla naszych klientów. Zauważając zachodzące zmiany rynkowe, będziemy nadal tworzyć produkty gotowe sprostać zmieniającym się preferencjom naszych klientów.

Czynnikiem, który będzie miał pozytywny wpływ na nasze przychody, jest możliwość dosprzedaży naszych obecnych i przyszłych produktów i usług (cross-selling) do połączonej bazy klientów Cyfrowego Polsatu i Polkomtelu. Nasza Grupa tworzy unikalne portfolio produktów i usług, które jest jednocześnie adresowane do klientów Cyfrowego Polsatu i Polkomtelu. Właściwe wykorzystanie tego potencjału zarówno poprzez dosprzedaż pojedynczych produktów, jak i poprzez sprzedaż zintegrowanej oferty, może w znaczący sposób zwiększyć liczbę usług na indywidualnego użytkownika, podnosząc tym samym średni przychód od klienta (ARPU).

W Polsce rynek usług zintegrowanych jest słabo rozwinięty, szczególnie poza dużymi miastami, przez co posiada znaczny potencjał wzrostu. Zamierzamy dalej poszerzać portfolio naszych produktów i usług, zarówno w oparciu o projekty własne, jak i strategiczne alianse czy akwizycje. Wierzymy, że kompleksowa i unikalna oferta usług łączonych oraz możliwość dosprzedaży usług dodatkowych, takich jak np. produkty finansowo-bankowe, bądź sprzedaż energii, świadczonych w ramach zróżnicowanych platform dystrybucji, będą decydować o naszej znaczącej przewadze konkurencyjnej, pozwalającej nam utrzymać bazę obecnych klientów oraz dającej szanse na pozyskanie nowych, zarówno na rynkach płatnej telewizji, telekomunikacyjnym, jak i innych usług dla domu i klientów indywidualnych.

Chcemy budować naszą pozycję na rynku usług łączonych między innymi poprzez pozyskanie jak największej liczby klientów usług dostępu do szerokopasmowego mobilnego Internetu. Usługi te stanowią najczęściej dosprzedawany produkt do obecnych klientów w ramach naszej oferty usług łączonych. Ponadto wedle szacunków niezależnych ekspertów szerokopasmowy mobilny Internet jest najszybciej rozwijającą się technologią dostępu do sieci w Polsce. Wierzymy, że technologia mobilna (w szczególności LTE) pozwoli nam zaoferować wysokiej jakości usługi w obszarach zamieszkiwanych przez większość naszych klientów, co w połączeniu z korzyściami, jakie niesie świadczenie usług zintegrowanych, powinno przyczynić się do dalszej poprawy satysfakcji naszych klientów oraz dalszego zwiększenia wskaźnika ARPU. Oferując pakiety programowe charakteryzujące się atrakcyjną relacją jakości do ceny na rynku polskim, chcemy przyciągnąć jak najwięcej klientów do naszej platformy. Zamierzamy wykorzystywać zmiany zachodzące na polskim rynku płatnej telewizji i pojawiające się szanse związane z ewoluującymi potrzebami i oczekiwaniami konsumentów (tj. rosnące zainteresowanie usługami OTT - *over-the-top*) oraz wzrost konsumpcji mediów na urządzeniach mobilnych) i oferować klientom rozbudowany pakiet usług dodatkowych (Cyfrowy Polsat GO, VOD/PPV, catch-up TV, internetowe serwisy wideo i muzyczne, Multiroom, TV Mobilna). Poprzez rozwój naszej oferty płatnej telewizji, wzbogaconej o komplementarne produkty i usługi, zamierzamy uzyskać zarówno wzrost ARPU, jak i zwiększenie satysfakcji i lojalności naszych klientów.

Efektywne połączenie produktów telekomunikacyjnych i multimedialnych stwarza nowe możliwości dystrybucji treści

telewizyjnych. W efekcie takiej kombinacji atrakcyjne treści oraz szerokie spektrum naszych usług mogą być dostarczane za pomocą różnorodnych, niezawodnych kanałów dystrybucji – drogą satelitarną (DTH), w ramach naziemnej telewizji cyfrowej (DVB-T), technologiami mobilnymi LTE i LTE-Advanced – na wszystkie urządzenia klientów – od odbiorników TV przez komputery osobiste po tablety i smartfony.

Wzrost przychodów z produkowanych i kupowanych treści programowych poprzez ich szeroką dystrybucję, utrzymanie oglądalności nadawanych kanałów oraz poprawę profilu widza

Produkowane i nadawane przez nas kanały telewizyjne posiadają silną i ugruntowaną pozycję na polskim rynku telewizyjnym oraz cieszą się wysoką oglądalnością w grupie docelowej. Obecnie w swoim portfolio posiadamy i nadajemy 29 kanałów (w tym 19 w jakości HD), które swoją ofertą programową odpowiadają oczekiwaniom większości grup docelowych wśród polskiej widowni. Naszym celem jest utrzymanie oglądalności na stabilnym poziomie oraz konsekwentna poprawa profilu widza. Wierzymy, że poprzez rozsądne inwestycje programowe oraz szeroką dystrybucję naszych kanałów, profil naszego widza będzie ulegał stopniowej poprawie, co w konsekwencji będzie miało pozytywny wpływ na cenę czasu reklamowego.

Drugim istotnym elementem budowy wartości tego segmentu jest jak najszersza dystrybucja produkowanych i kupowanych przez nas treści telewizyjnych, zarówno jeżeli chodzi o grupę odbiorców (FTA i telewizja płatna), jak i technologię dostępu (naziemna, satelitarna, internetowa). Wierzymy, że dzięki temu jesteśmy w stanie nie tylko maksymalizować korzyści płynące z jak najszerszej dystrybucji treści telewizyjnych, ale również poprawić satysfakcję naszych odbiorców i widzów, którzy sami mogą decydować, co, gdzie i kiedy oglądają.

Efektywne zarządzanie bazą kosztową poprzez wykorzystanie efektów synergii w ramach zintegrowanej grupy medialno-telekomunikacyjnej

Jesteśmy zdania, że stworzenie zintegrowanej grupy medialno-telekomunikacyjnej niesie za sobą szansę osiągnięcia wymiernych synergii i uzyskania istotnych przewag konkurencyjnych. Prowadzimy szereg projektów mających na celu uproszczenia struktury Grupy poprzez integrację odpowiednich zespołów oraz uspójnienie procesów biznesowych i systemów informatycznych w ramach całej Grupy, co umożliwia nam osiągnięcie potencjalnych, wymiernych synergii kosztowych. W sposób ciągły podejmujemy działania optymalizacyjne ukierunkowane na dostosowanie bazy kosztowej do bieżących warunków rynkowych oraz sytuacji naszej Grupy.

Efektywne zarządzanie finansami Grupy, w tym jej zasobami kapitałowymi

Przyjęta przez nas polityka zarządzania zasobami kapitałowymi określa sposób wykorzystania wygenerowanych środków z działalności operacyjnej. Aby zagwarantować ciągłość i stabilność operacyjną Grupy, w pierwszej kolejności wygenerowane wolne środki pieniężne przeznaczane są na finansowanie bieżącej działalności oraz na inwestycje niezbędne do dalszego rozwoju Grupy. Naszym priorytetem jest również efektywne zarządzanie zadłużeniem Grupy i sukcesywne jego obniżanie. Zarząd wyznaczył pożądany poziom skonsolidowanego zadłużenia, mierzony wskaźnikiem dług netto/EBITDA, który powinien zostać zredukowany poniżej pułapu 1,75x.

Jednym z podstawowych zadań polityki zarządzania zasobami kapitałowymi jest wypłacanie Akcjonariuszom dywidendy w sposób przewidywalny. Przyjęta przez nas polityka dywidendy zakłada wzrost wypłat dywidendy uzależniony od spadku poziomu zadłużenia Grupy. Konsekwentnie dążymy do zmniejszania poziomu zadłużenia Grupy, co pozwoli nam zapewnić atrakcyjny dla Akcjonariuszy poziom rentowności zainwestowanego kapitału.

1.5. Szanse i ryzyka

[GRI 102-15, 102-11] [UoR – Ryzyka i szanse]

Wykorzystujemy biznesowe szanse

Jesteśmy przekonani, że Polska jest bardzo atrakcyjnym rynkiem dla świadczonych przez nas obecnie oraz planowanych produktów i usług. Wśród najważniejszych szans biznesowych wyróżniamy:

- Niskie nasycenie usługami zintegrowanymi, w szczególności na obszarach niskozurbanizowanych,
- Niski wskaźnik nasycenia polskiego rynku dostępem do stacjonarnego szerokopasmowego Internetu sprawiający, że mobilna transmisja danych jest obecnie najszybciej rosnącym segmentem rynku telekomunikacyjnego,
- Rozwój rynku nowych technologii i urządzeń, a wraz z nimi wzrost dostępu do treści audiowizualnych i ich konsumpcji,
- Wzrost popularności smartfonów,

- Rozwój rynku reklamy w Polsce,
- Rosnące znaczenie kanałów tematycznych.

Szczegółowo analizujemy ryzyka

Rozumiemy biznesowe ryzyka, które towarzyszą naszej działalności. Analizujemy również ryzyka z ESG (Environmental, Social, Governance) odnoszące się do kwestii społecznych, pracowniczych, środowiska naturalnego, poszanowania praw człowieka oraz przeciwdziałania korupcji. Wśród najważniejszych definiujemy:

ISTOTNE CZYNNIKI RYZYKA ESG
(wybrane przykłady)

Obszar ryzyka	Kluczowe czynniki ryzyka	Grupa Polsat	Cyfrowy Polsat	Sposoby zarządzania ryzykiem
Działalność operacyjna	**Produkty i usługi:**			
	Utrata renomy marek	✓	✓	Cyklicznie monitorujemy poziom satysfakcji naszych klientów. Dbając o wizerunek i renomę systematycznie analizujemy główne parametry kondycji naszych marek (np. poziom znajomości spontanicznej, wspomaganej, miernik Net Promotor Score) oraz ich percepcję w odniesieniu do naszych głównych odpowiedników branżowych. Współpracujemy również z mediami branżowymi oraz mediami ogólnotematycznymi, mając na celu budowę pozytywnego wizerunku naszych marek, jak i świadome zarządzanie relacjami z klientami i partnerami biznesowymi. Prowadzimy regularny monitoring forów dyskusyjnych oraz mediów społecznościowych celem rozpoznania ewentualnych negatywnych zjawisk oraz eliminacji fałszywych informacji dotyczących naszych głównych marek. Aktywnie wykorzystujemy również nasze media (np. Telewizję Polsat) celem pozytywnego eksponowania naszych marek.
	Brak możliwości efektywnego utrzymywania i modernizacji sieci telekomunikacyjnej oraz zaoferowania klientom atrakcyjnych produktów i usług na obszarach zagrożonych wykluczeniem cyfrowym	✓		Mieszkańcy małych miejscowości i wsi mają ograniczony dostęp do rozrywki i edukacji. Wyszliśmy naprzeciw oczekiwaniom tych regionów, kierując do tej grupy atrakcyjną ofertę w przystępnej cenie. Wiemy również, że powszechny dostęp do Internetu jest w tej chwili jednym z największych wyzwań społeczeństwa informacyjnego Polski i Europy. Jest on niezwykle istotnym elementem stymulującym rozwój gospodarczy, kulturę i poprawę jakości życia obywateli. Dzięki inwestycjom w częstotliwości, infrastrukturę jak i dedykowany sprzęt stworzyliśmy możliwość dostępu do szybkiego Internetu nawet tam, gdzie nie dociera zasięg sieci innych operatorów oraz do rozrywki i edukacji dzięki telewizji. Aby móc utrzymywać i w dalszym ciągu rozwijać naszą ofertę, inwestujemy w wiedzę naszych zespołów technicznych oraz marketingowych, które odpowiedzialne są za przygotowanie nowoczesnych technologii i usług dla naszych klientów. Pozostajemy w aktywnym dialogu z doradcami branżowymi, ciałami standaryzacyjnymi oraz producentami nowoczesnego sprzętu telekomunikacyjnego pozwalającego na świadczenie najnowocześniejszych technologii celem odpowiednio wczesnego rozpoznania przyszłych trendów rynkowych oraz przyszłych potrzeb naszych klientów. Monitorujemy popyt klientów na nowe usługi oferowane przez konkurencyjne wobec nas podmioty celem rozpoznania ewentualnego odpowiedniego momentu na zaoferowanie odpowiedników takich usług również po naszej stronie.
	Niepowodzenia w zakresie utrzymania, rozszerzenia lub modyfikacji sieci dystrybucji i sprzedaży	✓	✓	Dążymy do budowy zróżnicowanej sieci dystrybucji (sprzedaż stacjonarna, telesprzedaż, sprzedaż online, kanały door-to-door) celem dywersyfikacji naszych kanałów sprzedażowych. W każdym z kanałów sprzedaży współpracujemy z wieloma partnerami, unikając monopolizacji wybranego kanału przez jednego silnego partnera, który mógłby podjąć w przyszłości decyzję o zaprzestaniu współpracy z nami. Dążymy również do zabezpieczenia naszej sieci dystrybucji poprzez przejmowanie umów dzierżawy konkretnych lokalizacji, w których funkcjonują istotne z punktu widzenia naszej działalności punkty sprzedaży. Wspieramy naszych partnerów prowadzących sieć sprzedaży w lokalnych działaniach promocyjnych. Organizujemy atrakcyjne programy nagradzania najlepszych sprzedawców pracujących w naszych kanałach sprzedaży.
	Niewystarczająca ochrona praw własności intelektualnej	✓	✓	Regulujemy w zawieranych umowach uzyskanie praw, na bieżąco monitorujemy terminy, na jakie udzielone zostały licencje, w każdym projekcie weryfikujemy konieczności uzyskania praw własności intelektualnej, umownie regulujemy odpowiedzialność podmiotów udzielających prawa za ich ewentualne wady prawne.

Ryzyko nadużyć ze strony klientów w szczególności w odniesieniu do usług telekomunikacyjnych i płatnej telewizji	✓	✓	Na bieżąco monitorujemy zużycie generowane przez zarejestrowane w naszych systemach karty SIM, poszukując nietypowych wzorców ruchowych, głosowych, SMS czy MMS, które mogłyby sygnalizować ryzyko powstawania nadużyć. W razie namierzenia takiej sytuacji podejmujemy natychmiastowe działania celem zapobieżenia generowania dalszego strumienia podejrzanego ruchu. Działania te obejmują m.in. blokowanie kont, zakresów numeracyjnych w kraju i za granicą, wykorzystanie rozwiązań anty-fraudowych oferowanych przez operatorów z którymi współpracujemy. W przypadku usługi roamingu międzynarodowego konta naszych klientów posiadają nałożone górne limity użycia ruchu, wyrażone określoną maksymalną kwotą rachunku, co do których klient po uzyskaniu od nas odpowiedniego powiadomienia SMS-owego może podjąć świadomą decyzję o ich usunięciu. W takim przypadku klient obciążany jest rachunkiem odpowiadającym jego faktycznemu użyciu usług roamingowych. Na bieżąco monitorujemy, czy prawa własności intelektualnej oraz środki zabezpieczające oraz zapobiegające piractwu ochronią nas przed nieuprawnionym dostępem do naszych usług i kradzieżą naszych treści programowych. W przypadku wykrycia tego typu nadużyć podejmujemy stosowne kroki prawne. Ryzyko piractwa jest szczególnie dotkliwe dla działalności naszego segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej oraz odpłatnego rozprowadzania treści i sprzyja mu postęp technologiczny oraz konwersja treści multimedialnych do formatów cyfrowych, co ułatwia tworzenie, przekazywanie i udostępnianie, na różnych nośnikach, wysokiej jakości nieautoryzowanych kopii programów dostarczanych w systemie pay-per-view przez dekodery, nielicencjonowane i niekodowane transmisje w telewizji lub przez Internet. Nieuprawnione wykorzystanie naszej własności intelektualnej może wpłynąć negatywnie na naszą działalność, szkodząc naszej reputacji oraz ograniczając zaufanie naszych partnerów biznesowych do naszych możliwości ochrony własnych oraz licencjonowanych treści. Szczegółowo analizujemy poszczególne przypadki, celem podjęcia ewentualnych działań zaradczych, zapobiegających powstawaniu analogicznych sytuacji w przyszłości.
Spadek użycia urządzeń mobilnych lub utrudnienia w pozyskiwaniu lokalizacji na stacje bazowe w wyniku obaw o szkodliwy wpływ urządzeń łączności bezprzewodowej na zdrowie	✓		Podejmujemy działania edukacyjne, które mają za zadanie wyjaśnić ewentualne obawy. Uczestniczymy w inicjatywach lokalnych, których zadaniem jest przekazanie aktualnego stanu wiedzy mieszkańcom rejonów, gdzie powstać mają ewentualnie nasze nowe stacje bazowe. Ściśle kontrolujemy poziom emisji sygnału na poszczególnych nadajnikach celem sprostania wymogom odpowiednich norm emisji pola elektromagnetycznego. Bierzemy aktywny udział w dyskusjach branżowych towarzyszących procesom legislacyjnym normującym standardy emisji pola elektromagnetycznego.
Ciągłość operacyjna:			
Opóźnienia lub brak dostarczenia usług, infrastruktury lub sprzętu i komponentów od dostawców zewnętrznych	✓	✓	Dążymy do tego, by współpracować z więcej niż jednym dostawcą każdego rodzaju sprzętu bądź elementów naszej infrastruktury. Zamówienia na dostawę wybranych elementów sprzętu składamy sukcesywnie, wraz z zapotrzebowaniem, celem eliminacji sytuacji, w której kumulacja zamówień w jednym czasie mogłaby spowodować opóźnienie dostawy wybranego komponentu. Tworzymy średnio- i długoterminowe plany rozbudowy naszej infrastruktury, które komunikowane są naszym głównym dostawcom z odpowiednim wyprzedzeniem, pozwalającym przygotować potrzebne nam komponenty w odpowiednim czasie. Tworzymy listy dostawców usług w podziale na kategorie i zawieramy Umowy Ramowe, które pozwalają podjęcie współpracy w krótkim terminie. Przygotowujemy z odpowiednim wyprzedzeniem plany dostaw sprzętu abonenckiego oraz na bieżąco monitorujemy harmonogramy dostaw utrzymując optymalny poziom rotacji w Magazynie oraz Sieci Sprzedaży. Zabezpieczamy finansowo w Umowach z dostawcami wszelkiego rodzaju opóźnienia w realizacji dostaw usług i sprzętu.
Podatność infrastruktury sieciowej i nadawczej, w tym systemów informatycznych i telekomunikacyjnych, na okoliczności zakłócające świadczone usługi leżące poza naszą kontrolą	✓	✓	Dążymy do posiadania redundantnych zasobów infrastruktury nadawczej, telekomunikacyjnej i informatycznej, celem zapobieżenia bądź ograniczenia negatywnych skutków sytuacji awaryjnych. Redundantne systemy lokalizowane są zazwyczaj w odległych geograficznie miejscach, co zapobiega narażeniu naszej infrastruktury na awarie o charakterze lokalnym. W sposób ciągły współpracujemy z ciałami regulacyjnymi, rozwiązując problemy związane z zakłóceniami zewnętrznymi w używanych częstotliwościach.
Kapitał ludzki			
Utrata kadry zarządczej i kluczowych pracowników	✓	✓	Dbamy o atrakcyjność systemów wynagradzania i premiowania naszych kluczowych pracowników i kadry zarządzającej. Na bieżąco monitorujemy poziom wynagrodzeń na rynku pracy, dostosowując poziom oferowanych przez nas wynagrodzeń do sytuacji rynkowej. Z wybranymi pracownikami zawieramy klauzule dotyczące wydłużenia okresu wypowiedzenia bądź zakazu konkurencji, które to zapisy mają na celu między innymi zabezpieczenie nam odpowiedniego czasu reakcji celem zapobieżenia utraty tych pracowników. Wspieramy rozwój kluczowych pracowników i kadry zarządczej kierując ich na specjalistyczne szkolenia, studia MBA i inne formy dokształcania, budując ich zaangażowanie i identyfikację z firmą.

	Spory z pracownikami; wzrost kosztów pracy	✓	✓	Dbamy o dobre relacje z naszymi pracownikami i spełnianie wszystkich obowiązków ciążących na pracodawcy z tytułu wymogów prawa pracy. W sytuacji powstawania sytuacji spornej dążymy do dialogu celem wypracowania kompromisu w sporze z pracownikiem. Posiadamy politykę antymobbingową i sprawnie działającą komisję antymobbingową. Dbamy o dobre i partnerskie relacje z przedstawicielami pracowników (2 związki zawodowe).
	Wypadki pracowników i podwykonawców	✓	✓	Cyklicznie szkolimy wszystkich naszych pracowników w zakresie ogólnych przepisów BHP, jak i specyficznych wymogów dostosowanych do zakresu wykonywanych przez nich obowiązków. Dbamy o odpowiedni poziom zabezpieczenia miejsca pracy, jak również wysoką jakość urządzeń i odzieży gwarantujących bezpieczeństwo naszych pracowników i podwykonawców.
	Ryzyko reputacyjne i finansowe w przypadku wystąpienia łapownictwa i korupcji	✓	✓	Dokonujemy cyklicznej analizy ryzyka wystąpienia korupcji. Staramy się wdrażać mechanizmy zapobiegające lub ograniczające ryzyko wystąpienia zjawisk korupcyjnych. Dążymy do podziału odpowiedzialności w zakresie podejmowania określonych decyzji, na przykład poprzez wielostopniową i zróżnicowaną ścieżkę akceptacji określonych decyzji. Akceptacja taka przebiega zazwyczaj poprzez różne obszary w strukturze naszej firmy, celem minimalizacji ryzyka powstawania sytuacji korupcjogennej. Obszary szczególnie narażone na ryzyko wystąpienia korupcji podlegają szczegółowej kontroli w zakresie poprawnego stosowania wewnętrznych regulacji i zaleceń.
Otoczenie rynkowe i makroekonomiczne	**Narażenie na skutki regionalnego lub globalnego spowolnienia gospodarczego**	✓	✓	Dążymy do dywersyfikacji naszej działalności biznesowej na szereg obszarów oraz zawierania z naszymi klientami umów kontraktowych, które co do zasady stabilizują wysokość naszych przychodów w średnim terminie. Staramy się oferować usługi o dobrej relacji jakości do ceny, co w naszej opinii minimalizować będzie ewentualne negatywne skutki spowolnienia gospodarczego na nasze wyniki finansowe.
Otoczenie prawno-regulacyjne	**Ryzyko uznania przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów stosowanych przez nas praktyk za ograniczające konkurencję lub naruszające polskie przepisy dotyczące ochrony konkurencji i konsumentów**	✓	✓	Analizujemy na bieżąco zmiany w prawie, z których wynikają implikacje dla naszych działań rynkowych. Każdorazowo regulaminy, cenniki i kampanie reklamowe przygotowywane przez nasze działy marketingu podlegają weryfikacji i akceptacji ze strony zatrudnionych przez nas prawników. Śledzimy orzecznictwo UOKIK celem dostosowania naszych działań do wytycznych określanych przez Urząd.
	Zapadanie niekorzystnych rozstrzygnięć w postępowaniach administracyjnych lub sądowych	✓	✓	Inwestujemy w wiedzę prawników wewnętrznych oraz współpracujemy z wyspecjalizowanymi kancelariami zewnętrznymi, które zapewniają najwyższy poziom obsługi prowadzonych z naszym udziałem postępowań. Prawnicy wewnętrzni śledzą w sposób stały orzecznictwo sądów oraz organów administracyjnych. Aktywnie monitorujemy stan spraw oraz uczestniczymy we wszystkich spotkaniach oraz rozprawach, w prowadzonych z naszym udziałem sprawach. W przypadku zapadnięcia w ostateczności niekorzystnego rozstrzygnięcia z najwyższą starannością analizujemy możliwości odwoławcze czy też sposoby zastosowania się do zaleceń organów lub polubownego załatwienia sporu, w sprawach w których istnieje ryzyko utrzymania przez instancje odwoławcze niekorzystnego dla nas rozstrzygnięcia.
	Ryzyko naruszenia przepisów polskiego i unijnego prawa regulującego naszą działalności na rynkach telekomunikacyjnym, płatnej telewizji oraz nadawania i produkcji telewizyjnej i wynikającego z tego potencjalne sankcje i kary pieniężne	✓	✓	Inwestujemy w wiedzę pracowników naszych działów prawnych, którzy odpowiedzialni są za implementację nowych przepisów prawa do naszej działalności biznesowej. Współpracujemy z wyspecjalizowanymi zewnętrznymi kancelariami prawnymi i firmami doradczymi celem wsparcia organizacji w bardziej złożonych projektach. Angażujemy się aktywnie w działalność organizacji branżowych pozostających w dyskusji z legislatorami i regulatorami rynku, celem ustalenia z odpowiednim wyprzedzeniem zakresu nowych obowiązków prawnych, który dotyczyć może naszej działalności.
	Ryzyko naruszenia przepisów o ochronie danych osobowych lub wymogów stawianych przez Generalnego Inspektora Ochrony Danych Osobowych i wynikające z tego potencjalne sankcje i kary pieniężne	✓	✓	Inwestujemy w wiedzę pracowników naszego działu zajmującego się tematyką ochrony danych osobowych. Współpracujemy z wyspecjalizowanymi zewnętrznymi kancelariami prawnymi i firmami doradczymi celem wsparcia organizacji w bardziej złożonych projektach. Inwestujemy w systemy informatyczne, których celem jest ograniczenie dostępu do wrażliwych danych osobowych naszych klientów wyłącznie w uzasadnionych przypadkach. Na bieżąco gromadzimy i ewidencjonujemy deklaracje naszych klientów, którzy wyrażają zgodę na wykorzystanie ich danych osobowych w określonym zakresie naszej działalności biznesowej bądź działalności biznesowej współpracujących z nami podmiotów.
	Ryzyko naruszenia przepisów krajowych i unijnych regulujących w szczególności obowiązki informacyjne emitentów papierów wartościowych i wynikającego z tego potencjalne sankcje i kary pieniężne		✓	Inwestujemy w wiedzę pracowników naszego działu zajmującego się tematyką relacji inwestorskich. Współpracujemy z wyspecjalizowanymi zewnętrznymi kancelariami prawnymi i firmami doradczymi celem wsparcia organizacji w bardziej złożonych projektach. Na bieżąco uczestniczymy w konferencjach i szkoleniach organizowanych przez wyspecjalizowane instytucje zajmujące się tematyką obowiązków informacyjnych, np. Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych.

Więcej informacji o ryzykach wpływających na wyniki naszej działalności operacyjnej i finansowej znajduje się w dostępnym w Internecie raporcie rocznym Grupy Cyfrowy Polsat.

Główne trendy rynkowe

Głównymi trendami, które, zgodnie z naszą wiedzą, mogą mieć znaczący wpływ na perspektywy rozwoju, przychody i rentowność Grupy Cyfrowy Polsat w najbliższej przyszłości są:

- wysoki poziom nasycenia rynku usługami świadczonym przez Grupę oraz wysoki poziom konkurencyjności rynków, na których działamy;
- pakietyzacja usług polegająca na łączeniu ofert usług medialnych i telekomunikacyjnych, a także usług spoza branży, np. sprzedaż energii elektrycznej czy produktów finansowych i bankowych;
- rosnąca penetracja smartfonów wśród klientów sieci mobilnych, pociągająca za sobą rozwój rynku mobilnej transmisji danych;
- rosnące zapotrzebowanie na transmisję danych i szybkie łącza internetowe, wynikające ze zmieniających się preferencji konsumentów i idącej za tym coraz większej złożoności usług świadczonych w oparciu o transmisję danych;
- rozwój nowoczesnych stacjonarnych sieci szerokopasmowych (NGA), w szczególności światłowodowych;
- dynamiczny rozwój nielinearnych treści wideo, dostarczanych przez serwisy VOD i OTT, połączony ze wzrostem wydatków na reklamę w Internecie;
- wzrost sprzedaży smartTV - telewizorów z dostępem do Internetu;
- rosnąca liczba klientów i użytkowników urządzeń mobilnych, wynikająca między innymi ze stopniowej substytucji usług stacjonarnych usługami mobilnymi, jak również popularyzacji rozwiązań typu *machine-to-machine*;
- presja na przychody z tradycyjnych mobilnych usług telekomunikacyjnych, wynikająca z wysokiej konkurencyjności rynku mobilnego, jak również wypierania tradycyjnych mobilnych usług telekomunikacyjnych przez komunikację z użyciem transmisji danych;
- presja na przychody z usług roamingowych, wynikająca z kolejnego etapu regulacji stawek roamingowych na terenie Unii Europejskiej;
- spowolnienie wzrostu na rynku reklamy telewizyjnej;
- dalsza fragmentaryzacja rynku telewizyjnego (rosnący udział kanałów tematycznych w oglądalności i przychodach z reklamy);
- konsolidacja na rynku płatnej telewizji, w segmencie telewizji kablowej;
- znaczące wyhamowanie skali migracji abonentów w stronę bezpłatnej naziemnej telewizji cyfrowej.

1.6. Zawsze odpowiedzialnie

Wierzymy, że podstawą działania powinien być dialog. Chcemy nie tylko poznawać opinie na nasz temat, ale również aktywnie wyjaśniać podejmowane przez nas decyzje i prezentować stanowisko. Dlatego angażujemy w naszych działaniach interesariuszy, prowadząc wymianę opinii na wielu poziomach.

Jak angażujemy naszych interesariuszy?

[GRI 102-40, GRI 102-42, GRI 102-43]

- klienci
- pracownicy (pracownicy i ich rodziny)
- regulatorzy i instytucje państwowe
- dostawcy
- organizacje społeczne
- akcjonariusze i inwestorzy, analitycy, instytucje finansujące
- konkurencja
- partnerzy biznesowi

Grupa interesariuszy	Niektóre podmioty wchodzące w skład grupy interesariuszy	Podejście i typ zaangażowania grupy interesariuszy (np. ankiety, badania satysfakcji, sesje dialogowe, etc.)	Częstotliwość zaangażowania wg typu	Kluczowe kwestie i problemy poruszane przez interesariuszy
Akcjonariusze i inwestorzy, analitycy, instytucje finansowe	• uczestnicy rynku kapitałowego • analitycy biur maklerskich • akcjonariusze • obligatariusze • inwestorzy instytucjonalni i indywidualni • agencje ratingowe	• raporty finansowe • bieżące komunikaty • korporacyjna strona internetowa • spotkania indywidualne • konferencje i telekonferencje • walne zgromadzenia akcjonariuszy • badania akcjonariatu – perception study	Zgodnie z wymogami wynikającymi z obecności Spółki na GPW: • sprawozdawczość finansowa raz na kwartał • bieżąca komunikacja • walne zgromadzenia akcjonariuszy co najmniej raz w roku • dialog i spotkania zależnie od potrzeb	• sytuacja ekonomiczna grupy i polityka finansowa • strategia i rozwój • otoczenie konkurencyjne • szanse i ryzyka działalności • wartość spółki • transparentność działania
Klienci	• osoby fizyczne i firmy • abonenci usług płatnej TV i telekomunikacyjnych • widzowie • użytkownicy IPLI	• strona internetowa (ankiety) • punkty obsługi oraz infolinia (dialog, ankiety) • badania opinii i satysfakcji, w tym User Experience i NPS	Na bieżąco – działania ciągłe, badania opinii – według potrzeb, a badania satysfakcji NPS – minimum 1 raz w roku.	Badane obszary: • ogólna satysfakcja klienta z operatora, skłonność do rekomendacji marki, trwałość relacji, skłonność do ponownego wyboru operatora oraz satysfakcji. Obszary: – oferta – punkty obsługi – telemarketing – call center – strona www – internetowe centra obsługi – korzyści finansowe – faktura
Pracownicy	• pracownicy i ich rodziny	• badania satysfakcji i ocena okresowa • szkolenia i rozwój • intranet • imprezy integracyjne • programy benefitowe • programy wolontariatu	Bieżąca i cykliczna komunikacja	• stabilność i atrakcyjność zatrudnienia • prorodzinna polityka kadrowa • przyjazne miejsce pracy • możliwości rozwoju

Grupa interesariuszy	Niektóre podmioty wchodzące w skład grupy interesariuszy	Podejście i typ zaangażowania grupy interesariuszy (np. ankiety, badania satysfakcji, sesje dialogowe, etc.)	Częstotliwość zaangażowania wg typu	Kluczowe kwestie i problemy poruszane przez interesariuszy
Regulatorzy i instytucje państwowe	• KRRiT, UKE, UOKiK • GIODO • GIOŚ, instytucje samorządowe • GUS, KNF, Krajowy Rejestr Sądowy • Rada Ministrów • Sejm i Senat • Komisja Europejska, Parlament Europejski, Rada Unii Europejskiej • BEREC • Rada Mediów Narodowych • Rada ds. Cyfryzacji	• konsultacje społeczne • spełnianie obowiązków informacyjnych • spotkania bezpośrednie • wspólne inicjatywy i działania • udział w konferencjach branżowych	• bieżąca komunikacja wynikająca z obowiązków informacyjnych • zależnie od potrzeb	• wpływ na gospodarkę krajową • rozwój rynku • dostępność usług • działalność zgodnie z normami i prawem
Dostawcy	• dostawcy treści, w tym stacje TV i producenci • dostawcy urządzeń końcowych • dostawcy podzespołów do produkcji własnych urządzeń końcowych • dostawcy elementów sieciowych i innej infrastruktury • dostawcy usług	• relacje bezpośrednie • kontrakty • współpraca w ramach organizacji branżowych • spotkania integracyjne • konferencje branżowe i warsztaty	W zależności od potrzeb – na bieżąco i cyklicznie	• warunki współpracy • transparentne zasady przetargów i współpracy • dobre, długoterminowe relacje • współpraca w ramach inicjatyw branżowych
Organizacje społeczne	• fundacje • organizacje społeczne i środowiskowe • instytucje kultury	• partnerstwa i wspólne inicjatywy • wolontariat pracowniczy • sponsoring • dialog bezpośredni (organizacje środowiskowe) • raporty naukowe • debaty	W zależności od potrzeb interesariuszy i możliwości Grupy	• otwartość na dialog • wsparcie finansowe i zaangażowanie ludzkie • zrozumienie wartości, jakimi kieruje się spółka
Konkurencja		• współpraca w ramach organizacji branżowych • konferencje branżowe, debaty i warsztaty • wspólne inicjatywy (np. raporty o stanie rynku)	Komunikacja bieżąca uzależniona od sytuacji rynkowej	• rozwój rynku • właściwa regulacja rynku • standardy

Grupa interesariuszy	Niektóre podmioty wchodzące w skład grupy interesariuszy	Podejście i typ zaangażowania grupy interesariuszy (np. ankiety, badania satysfakcji, sesje dialogowe, etc.)	Częstotliwość zaangażowania wg typu	Kluczowe kwestie i problemy poruszane przez interesariuszy
Partnerzy biznesowi	• dystrybutorzy • reklamodawcy i pośrednicy reklamowi • instytucje naukowe • organizacje branżowe i izby handlowe • związki sportowe	• kanały komunikacji bezpośredniej (np. strona internetowa dla dystrybutorów) • bieżące i cykliczne spotkania • kontrakty • kodeksy dobrych praktyk i samoregulacje • konferencje i warsztaty • raporty i sprawozdawczość • pełnienie funkcji we władzach organizacji i izb branżowych • aktywne zaangażowanie we wspólne projekty i działania (np. w ramach Izb, konsultacje i stanowiska)	• komunikacja zależna od potrzeb interesariuszy • działania proaktywne uzależnione są od sytuacji rynkowej	• zaangażowanie Grupy w kształtowanie rynku • rozwiązywanie problemów rynku i promowanie innowacyjności • transparentność działań • przestrzeganie norm i zasad • otwartość na dialog

[GRI 102-44]

W listopadzie 2016 roku zorganizowaliśmy wspólną sesję dialogową z kluczowymi interesariuszami zewnętrznymi i wewnętrznymi Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat. Z radością przyjęliśmy opinie o postrzeganiu naszego przedsiębiorstwa jako lidera kreującego wysokie standardy na rynku. Doceniono także wysoką jakość dostarczanych produktów i usług, zaangażowanie we współpracę z organizacjami działającymi na rzecz społeczeństwa oraz polski kapitał Grupy.

Wśród oczekiwań dotyczących naszych społecznie odpowiedzialnych działań dominowały:

- strategiczne podejście do biznesowej odpowiedzialności,
- działania związane z budową odpowiedzialnego przekazu,
- przejrzysta i szczegółowa komunikacja dot. zaangażowania społecznego firmy,
- monitoring wpływu środowiskowego.

[GRI 102-12, GRI 102-13] Oprócz kontaktów bezpośrednich z interesariuszami, kształtujemy swoje otoczenie rynkowe również poprzez działalność w stowarzyszeniach branżowych. Należymy m.in. do:

- Polskiej Izby Informatyki i Telekomunikacji
- Krajowej Izby Gospodarczej Elektroniki i Telekomunikacji
- Polskiej Izby Radiodyfuzji Cyfrowej
- IAB Polska
- Stowarzyszenia Dystrybutorów Programów Telewizyjnych SYGNAŁ
- Polskich Badań Internetu
- Rady Reklamy
- Stowarzyszenia Kreatywna Polska
- Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych

Wyróżniają nas nagrody

Cieszymy się, że nasze starania zostają zauważone również przez niezależnych ekspertów. Traktujemy je jako potwierdzenie jakości wykonywanej przez nas na co dzień pracy, również w obszarze odpowiedzialności społecznej. W latach 2016-2017 zostaliśmy wyróżnieni wieloma nagrodami, m.in.:

Transparentność i relacje inwestorskie

CEE Capital Markets Awards 2016-2017

- dwie statuetki w III edycji konkursu w kategoriach: „Najlepsza spółka roku – Polska" oraz „Najlepszy departament IR w spółce giełdowej – Polska",
- statuetka w II edycji konkursu w kategorii „Najlepszy departament IR w spółce giełdowej" w Polsce za wkład w rozwój rynków kapitałowych w regionie Europy Środkowo-Wschodniej.

Transparentna Spółka Roku 2016

Cyfrowy Polsat wśród 20 laureatów rankingu Instytutu Rachunkowości i Podatków oraz *Gazety Giełdy i Inwestorów PARKIET* "Transparentna Spółka Roku 2016". Laureatów wyłoniono spośród wszystkich spółek giełdowych notowanych na GPW w ramach trzech głównych indeksów giełdowych (WIG20, mWIG40, sWIG80).

Giełdowa Spółka Roku 2016

2. miejsce dla Cyfrowego Polsatu w rankingu dziennika gospodarczego *Puls Biznesu* w kategorii „Relacje z inwestorami". Jest to już szósta nagroda w historii tego rankingu.

Nagroda za relacje inwestorskie

2. miejsce dla Cyfrowego Polsatu w III edycji badania relacji inwestorskich w spółkach z WIG30, przygotowanego w 2017 r. przez *Gazetę Giełdy i Inwestorów PARKIET* oraz Izbę Domów Maklerskich.

Kapitał i prestiż

Honorowa Perła Polskiej Gospodarki 2017

Honorowa Perła Polskiej Gospodarki dla Cyfrowego Polsatu w XV edycji rankingu organizowanego przez redakcję magazynu *Polish Market* przy współpracy merytorycznej Instytutu Nauk Ekonomicznych PAN. Honorowa Perła przyznawana jest wybitnym osobom i instytucjom, których dorobek zawodowy, doświadczenie, prestiż i etyka dają rękojmię uznania ich za ambasadorów najwyższych polskich wartości.

Ranking miesięcznika Forbes 2016

1. miejsce dla Cyfrowego Polsatu w rankingu miesięcznika *Forbes* „Lista 100 Największych Polskich Firm Prywatnych". Ranking polskiej edycji magazynu pokazuje realną wartość przedsiębiorstw, które zostały zbudowane wyłącznie z polskiego kapitału i przez polskich biznesmenów.

Orzeł Rzeczpospolitej

Orzeł Rzeczpospolitej w 2016 r. dla Cyfrowego Polsatu w kategorii „Najlepsza firma usługowa i infrastrukturalna". Prestiżowa nagroda dziennika *Rzeczpospolita* przyznawana wyróżnianym firmom z tzw. Listy 500 największych polskich przedsiębiorstw.

Jakość usług i dekoderów

Polsat Media Biurem Reklamy Telewizyjnej 2017 r.

W corocznym badaniu przeprowadzonym przez redakcję *Media i Marketing Polska* Polsat Media zostało najwyżej ocenionym biurem reklamy spośród wszystkich biur reklamy telewizyjnej działających na polskim rynku. W zastosowanej skali, gdzie 5 jest oceną maksymalną, ogólny wynik Polsat Media wyniósł 4,41 – to nasz najlepszy wynik od 2004 roku. W badaniu przeprowadzonym przez Kantar MillwardBrown respondenci podkreślali, że Polsat Media szybko i wyczerpująco odpowiada na brief, a przede wszystkim budzi zaufanie i daje poczucie bezpieczeństwa. Ma opinię solidnego partnera, którego oferta jest dokładnie dopasowana do oczekiwań i potrzeb klientów.

SAT Kurier Awards 2016

1. miejsce dla dekodera EVOBOX PVR w kategorii „Najlepszy dekoder dedykowany" oraz 1. miejsce dla telewizji internetowej IPLA w kategorii „Najlepsza usługa" przyznane podczas gali SAT Kurier Awards 2016 towarzyszącej targom SAT KRAK 2016.

IBC 2016 Awards

Oprogramowanie dekodera EVOBOX PVR na targach IBC 2016 zdobyło prestiżową nagrodę w kategorii „Najlepsza Interaktywna Aplikacja lub Technologia" oraz zostało uznane za innowacyjny produkt na IBC Best of Show Awards.

Złoty Medal – Wybór Konsumentów

„Złoty Medal – Wybór Konsumentów" dla dekodera EVOBOX PVR, najnowocześniejszego i najbardziej zaawansowanego technologicznie sprzętu satelitarnego Cyfrowego Polsatu, w konkursie na najlepszy produkt Międzynarodowych Targów Poznańskich MEDIA EXPO 2016.

Osobowość

Manager Award 2016

Nagroda Manager Award 2016 dla Mariana Kmity, dyrektora ds. sportu w Telewizji Polsat, przyznana przez magazyn *Manager* za dawanie najlepszego przykładu innym przedsiębiorcom, jak efektywnie zarządzać i kreować swoje środowisko pracy w oparciu o najwyższe standardy.

Neptuny 2016

Prestiżowa statuetka Neptuna 2016 dla Agnieszki Odorowicz, Członka Zarządu Cyfrowego Polsatu, za zasługi dla polskiego filmu oraz polskiej kultury. Statuetka Neptuna honoruje polskich i zagranicznych twórców, którzy swoją artystyczną działalnością pozostawiają trwały ślad w historii i kulturze Gdańska oraz których działalność promuje wartości mające w Gdańsku znaczenie szczególne.

Rozdział 2
Troska o potrzeby naszych klientów i widzów

2. TROSKA O POTRZEBY NASZYCH KLIENTÓW I WIDZÓW

„Polsat bardzo fajnie, nie patrząc na inne podmioty zagraniczne, umiejętnie i bardzo skutecznie robi swoje. I mnie to bardzo cieszy, bo dzięki temu skutecznie realizuje swój plan biznesowy. I działa w interesie ochrony polskiego rynku".

„Inwestowanie w edukacyjny aspekt działania firmy zaprocentuje też lojalnością konsumentów i będzie miało pozytywny wpływ na całe środowisko. Jesteśmy świadomi tego, że media mają w tym zakresie szczególną odpowiedzialność, bo zmieniają postawy i świadomość odbiorców".

Uczestnik sesji dialogowej

2.1. Wyjątkowi klienci

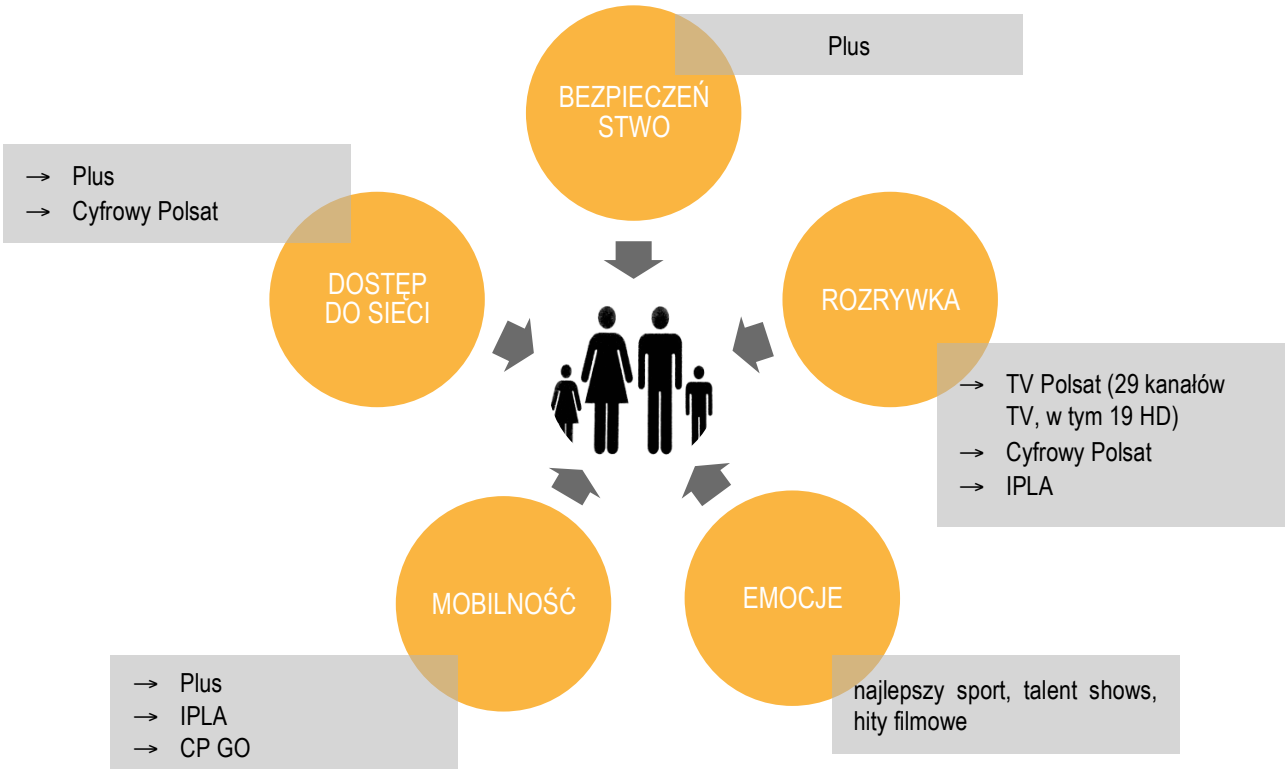
Nie istnieje przeciętny klient usług świadczonych przez Grupę Cyfrowego Polsatu. Dla nas każdy klient jest wyjątkowy – każdego dnia zależy nam na tym, aby to udowodnić. Szczycimy się świadczeniem usług dla praktycznie całego przekroju demograficznego polskiego społeczeństwa. Wśród blisko sześciu milionów naszych klientów kontraktowych są przedstawiciele każdej grupy społecznej, chyba wszystkich profesji i ogromnej większości miast, miasteczek i wsi w Polsce. Telewizja Polsat, Plus i Cyfrowy Polsat na stałe wpisały się do codziennego życia w prawie połowie polskich domów – to zaufanie traktujemy jako zobowiązanie do świadczenia usług najwyższej jakości.

Każda z marek w Grupie Cyfrowy Polsat posiada własną unikalną tożsamość, ton komunikacji i wizualizację. Każda inaczej rozmawia z klientami i inaczej się im kojarzy. Cyfrowy Polsat to marka ciepła, tradycyjna i rodzinna zapewniająca rozrywkę w domu i poza nim. Plusa, kojarzącego się z nowoczesnością, brakiem ograniczeń i szerokimi możliwościami, reprezentuje popularny i dowcipny Szymon Majewski. smartDOM budujemy zaś na platformie komunikacyjnej z wykorzystaniem małżeństwa aktorów Joanny Brodzik i Pawła Wilczaka, pary powszechnie lubianej i kojarzącej się z radosnym i szczęśliwym domem. Platforma Plusha, marki skierowanej do młodych ludzi, to brand hero – charakterystyczny, wyrazisty i bezkompromisowy pluszak Plush. IPLA natomiast komunikowana jest poprzez bogactwo treści oraz swobodę i łatwość w dostępie do nich – w dowolnym miejscu i na dowolnym urządzeniu.

Nasze usługi są dostępne w całej Polsce – statystycznie każdy Polak albo ma Cyfrowy Polsat, albo telefon lub Internet od Plusa, albo zna kogoś, kto korzysta z naszych usług. Według przeprowadzonych przez GfK Polonia badaniach wspomagana znajomość marki Cyfrowy Polsat na poziomie 95% jest najwyższa wśród operatorów płatnej telewizji w Polsce. Wspomagana znajomość marki Plus, jako operatora połączeń głosowych, wynosi 98%; 86% osób zna naszą markę również z usługi Internetu mobilnego[5]. Bez względu jednak na to, czy chodzi o usługi telekomunikacyjne, dostęp do programów satelitarnych czy widzów Telewizji Polsat, chcemy jak najlepiej poznać naszych klientów. Dlatego regularnie przeprowadzamy kompleksowe badania dotyczące tego, kim są i jaką mają o nas opinię. Wierzymy, że tylko w ten sposób możemy podnosić jakość naszej współpracy.

[5] „Badanie wizerunku marek CP i Plus na tle konkurencji" w okresie listopad-grudzień 2017 roku zrealizowane przez GfK Polonia Sp. z o.o.

Doświadczenie oferowane klientom poprzez wybrane usługi świadczone przez Grupę Cyfrowy Polsat



2.2. Kluczowe liczby 2017 r.

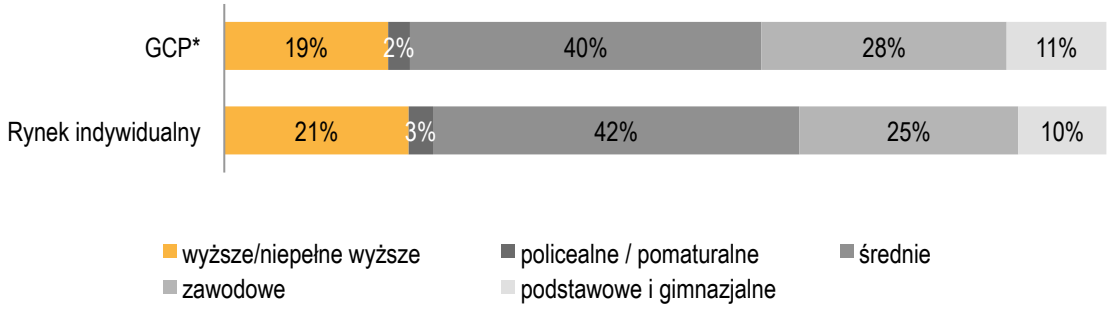
[UoR – Kluczowe wskaźniki efektywności]

16,5 mln świadczonych usług	**5,8 mln** klientów kontraktowych
24,5% udziału w oglądalności kanałów TV Polsat w grupie komercyjnej	**2 mln** usług dostępu do Internetu
3,6 mln średniomiesięcznie użytkowników serwisu IPLA	

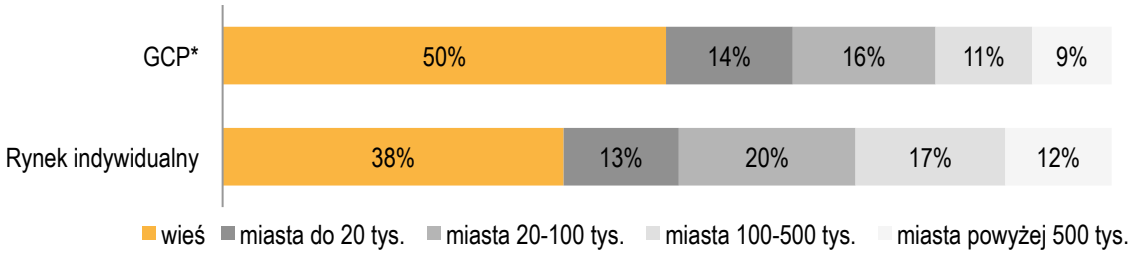
64% klientów Cyfrowego Polsatu mieszkających w małych miastach lub na wsi	**95%** wspomagana znajomość marki Cyfrowy Polsat (jako dostawca płatnej telewizji)
98% wspomagana znajomość marki Plus (jako operator połączeń głosowych)	

Kim są klienci Grupy CP?

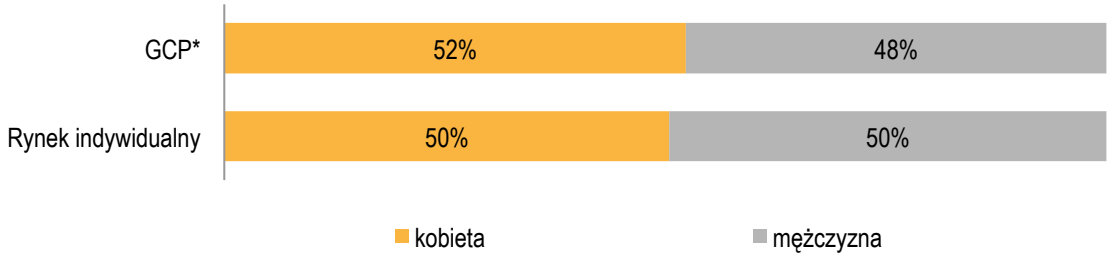
Wykształcenie



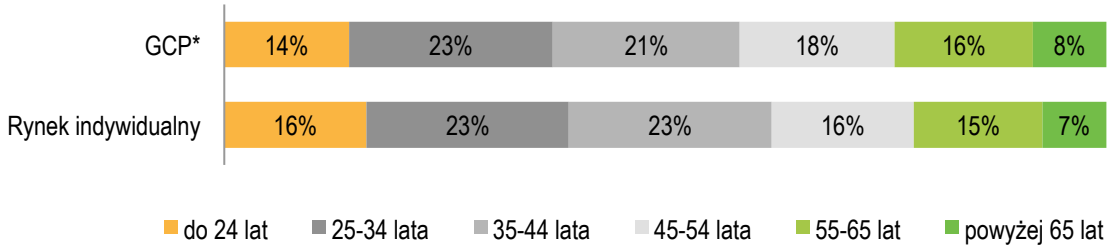
Wielkość miejsca zamieszkania



Płeć



Wiek



** osoby posiadające przynajmniej jedną usługę w CP lub Polkomtelu/rynek klientów indywidualnych*
Źródło: Badanie Sytuacji Rynkowej zrealizowane 2Q/3Q 2017 przez PBS Sp. z .o.o., rynek n=6 000, Grupa CP n=2 341

2.3. Dostępność – telewizja i Internet dla każdego

„Warto chwalić się tym, że przodują państwo w LTE. (...) Bo żaden kraj europejski nie ma takiej konkurencji w tym temacie".

Uczestnik sesji dialogowej

Zakup dekodera i anteny satelitarnej w latach 90. ubiegłego wieku wciąż pozostawał dla przeciętnego obywatela dużym wydatkiem, a indywidualny sprzęt satelitarny był bardzo często traktowany jako element prestiżu. Na wsiach i w małych miejscowościach królowała uboga pod względem liczby kanałów oferta analogowej telewizji naziemnej.

Sytuacja zaczęła zmieniać się na przełomie wieków. Oferta Cyfrowego Polsatu – choć startował dopiero jako trzeci gracz na rynku telewizji satelitarnej – obaliła mit drogiej i elitarnej telewizji satelitarnej dla dobrze sytuowanych. W tysiącach, a później milionach domów pojawiły się anteny satelitarne z naszym logotypem. Dobra i stale poszerzana oferta programowa w atrakcyjnej cenie pozwoliła na systematyczny wzrost klientów, szczególnie w mniejszych miejscowościach. Dziś oglądanie telewizji satelitarnej stało się normą, na którą pozwolić sobie może praktycznie każdy Polak. Miliony abonentów Cyfrowego Polsatu każdego dnia mogą śledzić jeden z ponad 180 polskojęzycznych kanałów satelitarnych i korzystać z dodatkowych treści dostępnych na życzenie – w ramach Domowej Wypożyczalni Filmowej i internetowego serwisu VOD dostępnego na dekoderach podłączonych do sieci.

TELEWIZJA POLSAT

- W 2017 roku telewizja świętowała 25-lecie swojej działalności.
- Pierwsze logo stacji zaprojektował Jacek Błach, a muzykę skomponował Grzegorz Ciechowski.
- Na początku program w Telewizji Polsat emitowany był cztery godziny dziennie: składał się z filmu i bajki dla dzieci, a wieczorem nadawane było kino akcji.
- Pierwszy w Polsce talk show pojawił się na antenie POLSATu – w 1993 roku na antenę trafił program pt. „Na każdy temat".
- Latem 1993 roku pojawiły się na antenie POLSATu reklamy. Większość pochodziła z transakcji barterowych z polskimi firmami.
- We wrześniu 1996 roku wystartowała najbardziej spektakularna akcja promocyjna dla widzów w historii polskiej telewizji – tzw. „Klub Polsatu". Paszporty „Klubu Polsatu" okazały się największym programem lojalnościowym w tamtym czasie, który trafił do 13 milionów gospodarstw domowych.
- POLSAT jako pierwsza telewizja naziemna nabyła prawa do hollywoodzkiej superprodukcji „Titanic" tuż po jego premierze kinowej.
- POLSAT jako pierwsza stacja komercyjna w Polsce transmitował wielkie imprezy piłkarskie – począwszy od MŚ w piłce nożnej Korea-Japonia 2002, przez MŚ 2006 w Niemczech, ME 2008 Austria-Szwajcaria, ME Francja 2016.
- Programy interwencyjne i publicystyczne są jednymi z najbardziej skutecznych w Polsce, np. dzięki programowi „Państwo w Państwie" w 110 przedstawionych przypadkach interweniowały ministerstwa, 25 spraw przeznaczono do ponownego rozpatrzenia, a według wyliczeń, bohaterowie programu przesiedzieli niesłusznie w aresztach i więzieniach ponad 74 lata.
- Redakcja sportowa realizuje rocznie ponad 500 transmisji z różnych stadionów i dyscyplin sportowych.
- Polsat News jest jednym z czołowych kanałów informacyjnych w Polsce, posiada nowoczesne studio, sieć korespondentów krajowych i zagranicznych oraz wysokiej jakości technologicznej sprzęt, w tym helikopter.
- Telewizja Polsat to dzisiaj prawie 30 kanałów, z czego większość jest nadawana w jakości HD.

CYFROWY POLSAT

- Cyfrowy Polsat posiada nowoczesne Centrum Satelitarne, które mieści się na warszawskim Targówku. Składa się ono z wielu zintegrowanych ze sobą systemów wizyjnych, fonicznych oraz informatycznych. Dzięki temu ciągłe rozszerzanie oferty operatora o kolejne kanały i usługi może odbywać się sprawnie i bez zakłóceń dla odbiorców. Centrum Satelitarne Cyfrowego Polsatu jest gwarancją wysokiej jakości obrazu i dźwięku.
- Sygnał satelitarny, żeby trafić do widza, musi przebyć ponad 100 tys. km.
- We wrześniu 2017 roku Grupa Cyfrowy Polsat podpisała po raz kolejny wieloletni kontrakt z Eutelsat Communications na wynajem kilku transponderów satelitarnych. Transponder to cześć satelity odpowiedzialna za odbiór, przekaz i retransmisję sygnału z Ziemi i na nią. Nowa umowa przewiduje przedłużenie dotychczasowej dzierżawy oraz zwiększenie pojemności na pozycji HOTBIRD o 33%, która będzie wykorzystywana przez Cyfrowy Polsat oraz Telewizję Polsat.
- Platforma posiada własną fabrykę dekoderów, zlokalizowaną w Mielcu. Moc produkcyjna fabryki to 2,5 mln dekoderów rocznie.
- Operator posiada także własny, profesjonalny serwis dekoderów. Dekodery to urządzenia składające się z kilkuset elementów elektronicznych, w Cyfrowym Polsacie zajmują się nimi najwyższej klasy specjaliści elektronicy.
- Cyfrowy Polsat to pierwszy operator telewizji satelitarnej, który zaoferował dekoder z twardym dyskiem. Obecnie najnowszy dekoder oferowany przez platformę – EVOBOX PVR – umożliwia nagrywanie do 3 programów jednocześnie.

PLUS

- W 2016 roku Plus świętował 20. urodziny. Przez ten czas, klienci sieci wydzwonili prawie 211 miliardów minut, czyli łączny czas trwania połączeń wychodzących wyniósł ponad 400 286 lat.
- SMS-y, które Plus wprowadził 3 marca 1997 roku były totalną nowością, a popularna wtedy Nokia 1610 nawet ich nie obsługiwała. Przez blisko 20 pierwszych lat klienci Plusa wysłali 185 miliardów SMS-ów – to tak, jakby wysłali całą 30-tomową Wielką Encyklopedię PWN w liczbie… 219 099 egzemplarzy.
- Od 2002 do 2016 roku klienci Plusa wysłali miliard MMS-ów. Gdyby porównać je z tradycyjną widokówką, to każdy listonosz w kraju musiałby dostarczyć o 42 229 przesyłek więcej.
- W 2000 roku byliśmy prekursorami Internetu mobilnego i jako pierwsza sieć w Polsce i jedna z pierwszych w Europie umożliwiliśmy korzystanie z sieci w oparciu o technologię WAP. Dziś świadczymy LTE Plus Advanced z prędkością osiągającą niemal 500 Mb/s. Przez 16 pierwszych lat klienci Plusa przetransferowali 452,7 PB. Gdyby te dane zgrać na płyty CD i ustawić z nich wieżę, to byłaby wysoka na 833 km!
- Najwyżej położona stacja BTS[6] Plusa mieści się na Kasprowym Wierchu (1 987 m n.p.m.). Najniżej – zainstalowana jest w kopalni soli w Wieliczce (130 m pod ziemią).

[6] BTS (z ang. Base transceiver station) – stacja przekaźnikowa

IPLA

- IPLA powstała w 2008 roku dla potrzeb transmisji z EURO 2008, do którego prawa posiadała Telewizja Polsat. Powołano wtedy nieduży zespół informatyczno-redakcyjny do realizacji projektu, który miał pokazywać wydarzenia online. Pierwszym produktem była prosta aplikacja na Windows przekazująca sygnał live oraz oficjalny portal internetowy Euro 2008. W tym roku IPLA obchodzić będzie 10. urodziny.
- Pierwszym poważnym sukcesem IPLI była transmisja walki stulecia Adamek-Gołota w październiku 2009 roku. Udostępniony streaming live osiągnął rekordową oglądalność w polskim Internecie w tamtym czasie – w decydujących momentach walkę w IPLI oglądało 30 tys. internautów.
- Z myślą o potrzebach osób niesłyszących oraz niedosłyszących IPLA rozwinęła funkcję udostępniania napisów i poszerzyła bibliotekę materiałów z napisami o kolejne propozycje z oferty Telewizji Polsat, dostępne na stronie www.ipla.tv. Obecnie dostępnych jest ponad 1000 pozycji z napisami, oznaczonych specjalną ikoną, co ułatwia ich identyfikację, a liczba ta stale rośnie.
- Obecnie IPLA jest jedną z najchętniej pobieranych aplikacji VOD na urządzenia mobilne. Łączna liczba instalacji aplikacji na platformy Android, iOS i Windows Phone przekroczyła już 10 mln.
- Według badania Nielsen Audience Measurement z grudnia 2017 roku, polscy internauci wskazywali IPLĘ jako trzecie najpopularniejsze źródło treści wideo.

FUNDACJA POLSAT

- Fundacja Polsat powstała w 1996 roku i była pierwszą po 1989 roku fundacją powołaną przez media.
- W okresie od 26.10-28.12.1997 odbył się wielki konkurs zorganizowany przez Telewizję POLSAT i Fundację POLSAT, wykorzystujący Paszporty „Klubu Polsatu", do których dołączony był druk przekazu pocztowego na kwotę 15 zł. Osoby, które opłaciły przekaz i wysłały na adres biura odcinek kontrolny, brały udział w losowaniach nagród ufundowanych przez Telewizję Polsat: Seatów Cordoba i Mercedesów C180 oraz nagrody głównej w wysokości 3 000 000 zł! Uzbierana z wysyłanych przekazami pocztowymi pieniędzy kwota w wysokości 7 000 000 zł została przeznaczona na budowę czterokondygnacyjnego budynku w Centrum Zdrowia Dziecka oraz na sprowadzenie do Polski programu rodzinnych przeszczepów wątroby, a także zakup sprzętu medycznego dla 4 stanowisk do przeszczepu szpiku kostnego dla nowoutworzonego w tym czasie (1998 rok) Oddziału Przeszczepiania Szpiku Kostnego w Klinice Hematologii i Onkologii w Lubline. Konkurs pozostaje jednym z największych konkursów w historii mediów w Polsce.

W 2011 roku trzy litery – LTE – na zawsze zmieniły myślenie Polaków o dostępie do Internetu. To wtedy Plus i Cyfrowy Polsat, jako pierwsi w Europie operatorzy, zaoferowali mobilny, szybki i niezawodny dostęp do Internetu LTE na częstotliwości 1800 MHz, idealnie sprawdzającej się nie tylko w miastach, ale przede wszystkim w małych miejscowościach i na wsiach. Dla ogromnej części społeczeństwa pozbawionej do tej pory szansy na szybkie łącza internetowe, oferta Plusa i Cyfrowego Polsatu oznaczała rewolucję, zapewniającą dostęp do sieci i przeciwdziałającą wykluczeniu cyfrowemu. W ciągu następnych lat technologię zweryfikował rynek, a nowatorskie wtedy LTE 1800 stało się dziś standardem dla innych operatorów. W Plusie prowadziliśmy regularny rozwój tej technologii, tak aby obecnie mogło z niej korzystać prawie 100% Polaków, a z nowego rozwiązania LTE Plus Advanced – 54% osób w Polsce. Mobilna transmisja z prędkością do 498 Mb/s to praktycznie nielimitowane możliwości korzystania z multimedialnych zasobów Internetu.

Naszym celem jest zapewnienie maksymalnie szerokiej dostępności naszych usług, dlatego pomagamy również w sytuacjach, w których zwykłe rozwiązania się nie sprawdzają. Autorskie i unikatowe na rynku rozwiązanie Zestaw Internetu Domowego LTE może istotnie zwiększyć obszar zasięgu i moc sygnału Internetu LTE. Zestaw składa się z zewnętrznego modemu oraz wewnętrznego routera. Modem w bardzo prosty sposób można zamontować na budynku (np. na dachu lub balkonie) i podłączyć do istniejącej instalacji antenowej TV (satelitarnej lub naziemnej). Najnowszy Zestaw Internetu Domowego 300 obsługuję technologię LTE Plus Advanced i pozwala na pobieranie danych z prędkością nawet do 300 Mb/s.

Dzięki unikalnemu połączeniu kompetencji spółek z naszej Grupy możemy rozwijać i dostarczać naszym klientom oczekiwane przez nich treści programowe różnymi kanałami dystrybucji z wykorzystaniem różnorodnych technologii, tak aby mogli korzystać z naszych usług na dowolnym urządzeniu, zgodnie ze zmieniającymi się trendami i potrzebami.

Dodatkowo nasza spółka zależna Aero2 świadczy usługi bezpłatnego dostępu do Internetu o ograniczonych parametrach użytkowych (oferta BDI[7]). Klientom BDI oferujemy również możliwość wykupienia dodatkowych pakietów danych, które pozwalają im korzystać z Internetu o wyższej prędkości, bez ograniczeń czasowych dot. czasu trwania sesji. Pakiety BDI sprzedawane są w modelu prepaid.

2.4. Bezpieczeństwo – DNA naszej działalności

> ***„Cyfrowy Polsat bardzo dużo o nas wie. Zna nie tylko nasze ulubione kanały TV, ale również wie, do kogo dzwonimy, gdzie jesteśmy i na co patrzymy w Internecie. Warto byłoby napisać, jak te dane są chronione, jakie polityki firma ma w tym zakresie".***
>
> *Uczestnik sesji dialogowej*

Specyfika świadczonych przez nas usług sprawia, że każdego dnia pozyskujemy dużą liczbę wrażliwych danych. Aby każdemu z naszych klientów zapewnić pełne bezpieczeństwo związane z jego danymi, w spółkach Grupy Cyfrowy Polsat mamy Politykę Bezpieczeństwa Teleinformatycznego oraz Plan Rozwoju Systemów Bezpieczeństwa Teleinformatycznego. Polityka określa fundamentalne zasady zarządzania bezpieczeństwem teleinformatycznym natomiast Plan pokazuje, w jaki sposób chcemy mitygować spodziewane przez nas ryzyko. Zdajemy sobie jednocześnie sprawę, że aby zapewnić odpowiedni poziom bezpieczeństwa teleinformatycznego nie wystarczą nawet najnowocześniejsze rozwiązania technologiczne. Ogromna odpowiedzialność w tym zakresie codziennie spoczywa również na naszych pracownikach i dlatego szkolimy pracowników w tym zakresie, przypominając o fundamentalnym znaczeniu przykładanym przez nas do kwestii bezpieczeństwa.

Respektujemy regulacje prawne

[GRI 416-2] Powodem do dumy jest dla nas fakt, że nie odnotowujemy żadnych przypadków zachowań niezgodnych z obowiązującymi regulacjami, zarówno w roku 2016, jak i 2017.

[GRI 418-1] W 2016 roku Polkomtel otrzymał 6 skarg od organów regulacyjnych dotyczących nieprawidłowości w procesie przetwarzania danych osobowych klientów. W przypadku roku 2017 Polkomtel otrzymał już tylko 2 skargi od organów regulacyjnych dotyczących nieprawidłowości w procesie. 4 takie skargi otrzymał natomiast Cyfrowy Polsat. Opisane powyżej przypadki skarg klientów, po przeprowadzonym przez Głównego Inspektora Ochrony Danych Osobowych postepowaniu administracyjnym i złożonych wyjaśnieniach, zostały oddalone.

W zakresie stwierdzonych wycieków, kradzieży lub przypadków utraty danych klienta w roku 2016 stwierdzono: 22 przypadki w Cyfrowym Polsacie oraz 11 w Polkomtelu. W roku 2017 ich liczba wyniosła odpowiednio 12 i 29.

Każda nowa usługa wprowadzana na rynek już na etapie projektowania jest poddawana analizie w kontekście bezpieczeństwa. Określane są kluczowe wymagania, a przed komercyjnym uruchomieniem wszystkie komponenty są weryfikowane.

Wczesne pozyskanie informacji o aktualnych cyberzagrożeniach jest obecnie kluczowe dla bezpieczeństwa danych naszych klientów i pracowników. Dlatego nasi przedstawiciele współpracują z różnymi grupami zajmujących się bezpieczeństwem, w tym z grupą zajmującą się bezpieczeństwem przy międzynarodowym stowarzyszeniu GSMA, Abuse Forum Polska – nieformalną grupą zrzeszającą największych polskich operatorów telekomunikacyjnych oraz dostawców Internetu i inne podmioty także publiczne, a także z powołanym przez Ministerstwo Cyfryzacji przy NASK – Narodowym Centrum Cyberbezpieczeństwa.

W Grupie Cyfrowy Polsat mamy świadomość, że oferowane przez nas usługi mają wpływ na codzienne poczucie bezpieczeństwa milionów Polaków. Przykładem – oprócz współpracy ze służbami ratownictwa wodnego i górskiego – może być usługa „**Gdzie Jest Bliski**" pozwalająca na proste zlokalizowanie miejsca pobytu członków rodziny. Wystarczy SMS lub kliknięcie w aplikację, by system wysłał informację z danymi o położeniu lokalizowanej osoby oraz wyświetlił jej pozycję na cyfrowych mapach.

[7] BDI to Bezpłatny Dostęp do Internetu

Aby zacząć lokalizować bliskich, wystarczy telefon komórkowy z aktywną kartą SIM. Nie trzeba instalować żadnego dodatkowego oprogramowania czy wprowadzać skomplikowanych ustawień w telefonie. Osoba lokalizująca – np. rodzic – aktywuje usługę i dodaje do niej numer telefonu bliskiego, który musi jedynie wyrazić zgodę na wysyłanie swojego położenia. W przypadku najmłodszych idealnym rozwiązaniem rozszerzającym usługę jest wodoszczelny zegarek, pełniący funkcję zarówno telefonu jaki i lokalizatora. Dziecko nie musi się martwić, że zgubi telefon, uszkodzi go, zamoczy lub zniszczy podczas zabawy, natomiast rodzic nie dość, że ma kontakt telefoniczny z dzieckiem i wie gdzie się ono znajduje, to ma również pewność, że w sytuacji zagrożenia dziecko wyśle za jego pomocą wiadomość SOS wraz z lokalizacją na mapie.

WALKA Z PIRACTWEM

W Polsce skala piractwa jest znacząco wyższa niż na rynkach rozwiniętych Europy Zachodniej czy świata, a koszty tego zjawiska są odczuwalne nie tylko przez twórców, lecz także Skarb Państwa i rynek pracy. Usługi nielegalnego dostępu do treści są przeważnie doskonale zorganizowane i realizowane w celu czerpania korzyści finansowych. Sektor takich usług urósł do skali przewyższającej legalne serwisy internetowe oferujące treści wideo w Polsce. Jak wynika z szacunków Deloitte, przez piractwo internetowe polska gospodarka traci ponad 3 mld zł rocznie. Jest to suma, za którą można by pokryć około 30% rocznych wydatków Skarbu Państwa na kulturę i media lub zakupić cztery bilety do kina dla każdego obywatela.

Według Anti-Piracy Protection w Polsce aż 72% nielegalnych serwisów czerpie zyski ze swojej działalności. Pochodzą one przede wszystkim z reklam albo są efektem stosowania modelu łączonego, czyli reklam i płatności pobieranych od użytkowników w zamian za dostęp do treści. Co piąty Polak regularnie korzysta z serwisów internetowych oferujących nielegalny dostęp do treści wideo. Stanowi to prawie 30% wszystkich Internautów i aż 94% osób szukających treści wideo w Internecie.

W Grupie Cyfrowy Polsat mamy świadomość, jak szkodliwe dla rozwoju polskiej gospodarki i kultury jest piractwo internetowe. Od lat aktywnie działamy w Stowarzyszeniu Sygnał zrzeszającym 21 firm z branży mediów i telekomunikacji. Efekty to m.in. ponad 300 szkoleń dla 20 tys. policjantów i prokuratorów oraz szereg kampanii edukacyjnych. Przedstawiciele Stowarzyszenia uczestniczą też w pracach legislacyjnych nad regulacjami związanymi z ochroną praw autorskich.

W 2017 roku Sygnał zorganizował 24 szkolenia dla blisko 1100 policjantów Komend Wojewódzkich, prokuratorów Prokuratur Rejonowych oraz przyszłych funkcjonariuszy w Szkołach Policji w Szczytnie, Legionowie, Pile i Katowicach. Stowarzyszenie było także współorganizatorem kilku konferencji dla policjantów Komendy Głównej Policji, Komend Wojewódzkich i w Szkołach Policji dotyczących walki z kradzieżą sygnału telewizyjnego i technicznych aspektów przestępczości teleinformatycznej. W marcu 2017 roku Koalicja Antypiracka, którą współtworzy Stowarzyszenie Sygnał wraz ze ZPAV i BSA po raz kolejny wręczyła Złote Blachy – nagrody dla jednostek policji w uznaniu ich zasług w zwalczaniu kradzieży własności intelektualnej. Wyróżniono wydziały dw. z cyberprzestępczością oraz wydziały dw. z przestępczością gospodarczą w Olsztynie i Radomiu oraz wydział dw. z cyberprzestępczością w Rzeszowie. Podobnie jak w poprzednich latach, w 2017 roku członkowie Sygnału wspierali akcje policji, w wyniku których doszło do zatrzymań osób podejrzanych o nielegalne rozpowszechnianie treści wideo oraz kanałów płatnych, a także udostępnianie transmisji sportowych.

Kolejnym podjętym przez Sygnał działaniem w 2017 roku było zintensyfikowanie działań związanych ze strategią „follow the money". Było to możliwe dzięki regularnemu monitoringowi nielegalnych portali internetowych, uwzględnieniu zagadnienia lokowania reklam w serwisach pirackich w standardzie pomiaru reklam online w Polsce, czyli narzędziu Gemius AdReal, działaniom mającym na celu odcinanie ich od źródeł finansowania, współpracy z pośrednikami płatności i rynkiem reklamowym. W 2017 roku Sygnał wzmocnił współpracę z wydawcami, agencjami reklamowymi i domami mediowymi, czego efektem było przekierowywanie budżetów reklamowych do portali działających z poszanowaniem prawa. Zintensyfikował również współpracę z pośrednikami i integratorami SMS Premium.

W 2017 roku przedstawiciele Stowarzyszenia wzięli udział w dziewięciu rodzimych i międzynarodowych konferencjach poświęconych kondycji rynku mediów, ochronie własności intelektualnej, bezpieczeństwu w Internecie, organizowanych m.in. przez PIKE, Stowarzyszenie Kreatywna Polska, PISF, Forum Zarządzania Internetem.

Stowarzyszenie współpracowało także przy opracowaniu raportu „Piractwo w internecie - straty dla kultury i gospodarki. Analiza wpływu zjawiska piractwa internetowego na gospodarkę Polski na wybranych rynkach kultury", przygotowanego przez Deloitte na zlecenie Stowarzyszenia Kreatywna Polska. Raport jest dostępny tu: http://kreatywnapolska.pl/aktualnosci-kreatywnej-polski/235-raport-piractwo-w-internecie-straty-dla-kultury-i-gospodarki.

Prezesem Stowarzyszenia Sygnał jest Teresa Wierzbowska, doradca zarządu Cyfrowego Polsatu ds. public affairs.

2.5. Produkt i serwis na najwyższym poziomie

„Najbardziej pamiętny telefon? 10 minut przed finałem Mistrzostw Świata w piłce nożnej zadzwonił do mnie klient, że mu dekoder nie działa. W domu impreza, goście siedzą, a on cały w panice, że z oglądania nic nie wyjdzie. Okazało się, że sprawa nie miała nic wspólnego z dekoderem – po prostu miał telewizor przełączony nie na to złącze HDMI. Jak zaczęło działać, to obiecywał, że się ze mną ożeni".

Ania, konsultantka infolinii Cyfrowego Polsatu

Obsługa blisko sześciu milionów klientów to ogromne wyzwanie. Nieustanny postęp technologiczny otwiera nowe kanały komunikacji i wymusza ciągłe zmiany w organizacji pracy naszych konsultantów. W procesie obsługi klienta i starań o jego satysfakcję usprawnienia nie mają końca – wiemy, że dobre może być lepszym, a lepsze najlepszym.

Nasi klienci nie dzwonią i nie piszą do nas towarzysko – każda ich decyzja o kontakcie z Grupą Cyfrowy Polsat podyktowana jest konkretną sprawą, którą chcą jak najszybciej załatwić. Niedziałający dekoder, brak Internetu w smartfonie, prośba o wyjaśnienia faktury, słaby sygnał z anteny satelitarnej – powodów są setki. Wszystkie chcemy traktować z najwyższą uwagą. Priorytetem jest dla nas załatwienie każdej możliwej sprawy przy pierwszym kontakcie tak, aby po zakończeniu rozmowy z konsultantem klient znał wyczerpującą odpowiedź na nurtujące go pytania.

Naszymi atutami są zaangażowany i przeszkolony zespół ponad dwóch tysięcy konsultantów, doświadczona kadra menedżerska oraz duża elastyczność działań. Obsługę wspierają także najnowsze osiągniecia techniki. Stworzyliśmy zaawansowany system zarządzania relacjami z klientem, który integruje wszystkie kanały komunikacji – zarówno elektroniczny, jak i telefoniczny oraz pocztowy. Dzięki wdrożonym rozwiązaniom możemy efektywniej realizować oraz dokumentować obsługę każdego klienta.

Trzonem obsługi klienta jest centrum obsługi telefonicznej. Składa się ono z czterech odrębnych ośrodków zintegrowanych poprzez system inteligentnej dystrybucji połączeń. System ten zapewnia całodobową obsługę klientów we wszystkie dni roku. Wspomniany system inteligentnej dystrybucji pozwala także na obsługę połączenia z uwzględnieniem kryterium tematu rozmowy i przekierowanie go do konsultanta zgodnie ze wskazaną tematyką, co pozwala na skrócenie czasu potrzebnego do obsługi klienta. W centrach telefonicznych obsługujących naszych klientów pracuje blisko 2100 osób – 1400 z nich rozmawia z klientami, pozostali zajmują się obsługą pism i e-maili. Konsultanci są do dyspozycji we wszystkich sprawach związanych ze świadczonymi usługami – m.in. przekazują informacje o naszych usługach, pośredniczą w zawieraniu umów abonenckich, przyjmują ewentualne reklamacje oraz udzielają informacji na temat płatności. Numery na nasze infolinie są powszechnie znane – podajemy je, reklamując usługi w mediach. Otrzymywane zgłoszenia i reklamacje są szczegółowo kwalifikowane wg problemów oraz źródeł ich powstawania. Regularnie prowadzona analiza przyczyn pozwala na identyfikację i rozwiązywanie problemów, jak również podejmowanie działań prewencyjnych.

Każdego roku nasi klienci mogą załatwić coraz więcej spraw bez konieczności kontaktowania się z naszymi pracownikami. Obok systemów telefonicznej samoobsługi, bezpieczny i bezpłatny dostęp zapewniają systemy obsługi internetowej – swoje platformy udostępniają zarówno Cyfrowy Polsat, jak i Polkomtel. Klienci mogą samodzielnie dokupić i modyfikować swoje pakiety, sprawdzić saldo należności wraz z ich historią, kontrolować dostępne jednostki do wykorzystania w ramach aktywnych pakietów, a także dokonać płatności. Dodatkowo w internetowych systemach można modyfikować swoje dane teleadresowe, wydrukować przelew pocztowy lub zlecenie płatności w banku, sprawdzić specyfikację techniczną posiadanego sprzętu, wydrukować odpowiednie instrukcje obsługi, wznowić połączenie z satelitą, przywrócić fabryczne ustawienie kodu PIN w dekoderze, a także skontaktować się z nami za pomocą formularza kontaktowego.

Od 2015 roku Polkomtel oferuje klientom aplikację mobilną do zarządzania kontem i sprawdzania bieżących informacji związanych z posiadanym kontem. Korzystanie z serwisu jest darmowe i bez opłat za transmisję danych za ruch realizowany w aplikacji.

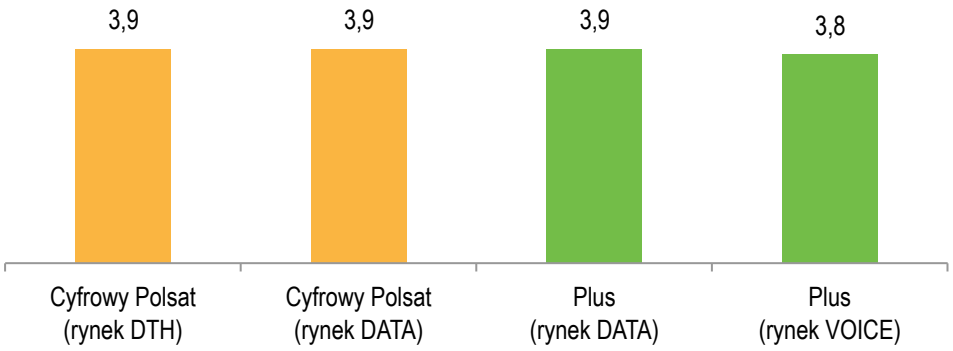
Od 2000 roku Polkomtel posiada wdrożony i stale doskonalony zintegrowany system zarządzania przez jakość, a od 2012 roku – również system zarządzania środowiskowego. Potwierdzeniem tego faktu są międzynarodowe certyfikaty ISO 9001:2008 oraz ISO 14001:2004.

Powodem do ogromnej satysfakcji jest dla nas fakt, że podejmowane działania – zarówno jakość usług, jak i jakość obsługi – są doceniane przez klientów. Świadczą o tym wysokie oceny, które w przeprowadzanych przez GfK Polonia badaniach wystawiane są zarówno dla Cyfrowego Polsatu, jak i Polkomtelu. W przeprowadzonym w 2017 roku pomiarze, wskaźnik satysfakcji klientów dla obydwu spółek oscylował w wysokich wartościach 4 na 5 możliwych punktów. Cieszy nas również

fakt bardzo dużej znajomości naszych głównych marek. Tak zwana „znajomość wspomagana" Cyfrowego Polsatu wynosi 95%, a Plusa – 98%. Z badań wynika, że klienci doceniają przede wszystkim jakość oferty, nowoczesną technologię, doświadczenie oraz naszą wiarygodność i rzetelność.

Z wielką radością przyjęliśmy również informację o zajęciu przez markę Plus pierwszego miejsca w jubileuszowej, 10. edycji badania Top Marka w kategorii Telekomunikacja. Co roku w badaniu magazyn „Press" oraz agencja informacyjna "PRESS-SERVICE Monitoring Mediów" analizują i wskazują najczęściej i najlepiej opisywane brandy w prasie, najpopularniejsze marki w Internecie oraz mediach społecznościowych. Między 1 lipca 2016 a 30 czerwca 2017 markę Plus przywoływano w prasie 7 091 razy. W Internecie pojawiła się w 34 597 publikacjach. Plus znacząco wyprzedził swoich konkurentów, zdobywając w sumie najwyższe noty i przodując w kategorii liczby publikacji i zasięgu, czyli dotarcia do potencjalnych czytelników.

Syntetyczny wskaźnik satysfakcji (CSI)8



Źródło: Badanie satysfakcji, realizowane wrzesień-listopad 2017 przez GfK Polonia sp. z o.o., CP (rynek DTH) n=500, CP (rynek DATA) n=300, Plus (rynek DATA) n=500, Plus (rynek VOICE) n=1200

Stale zmieniające się oferty na dynamicznym rynku telekomunikacyjnym mogą skłaniać niektórych naszych klientów do wniosków, iż "nowy klient ma lepiej". W Grupie Cyfrowy Polsat rozumiemy to zaniepokojenie, dlatego doceniamy lojalność stałych klientów. Niezależnie od posiadanych usług czy pakietów oferujemy im benefity niedostępne dla osób dopiero podpisujących umowy. Przede wszystkim dzięki znajomości preferencji i nawyków stałych klientów możemy im oferować indywidualnie dobrane propozycje najlepszych ofert „szytych na miarę" – zarówno w wyborze sprzętu, jak warunków współpracy, pakietów i długości kontraktu.

Z okazji swoich 20. urodzin sieć Plus przygotowała dla każdego ze swoich pierwszych klientów specjalny zestaw prezentów o łącznej wartości prawie 14 tys. złotych. Klienci będący z Plusem nieprzerwanie od 1 października 1996 r. otrzymali w podziękowaniu za wspólne 20 lat komplet wszystkich usług i sprzętów dostępnych w ramach Programu smartDOM.

[8]CSI - Customer Satisfaction Index to syntetyczny wskaźnik satysfakcji stanowiący średnią ocen zadowolenia klientów z kilku atrybutów/obszarów/aspektów poddawanych ocenie w badaniu

2.6. Wyznaczamy standardy

Nasze kanały telewizyjne

Posiadamy 34 koncesje, w tym 5 koncesji na programy uniwersalne i 29 koncesji na programy wyspecjalizowane, czyli tematyczne kanały telewizyjne. Program uniwersalny to program zawierający różne gatunki i formy telewizyjne oraz poruszający różnorodną problematykę. Program wyspecjalizowany to program, w którym nie mniej niż 70% czasu nadawania stanowią audycje realizujące przyjętą specjalizację.

O zaufaniu i sympatii widzów najlepiej mówi popularność wybieranych przez nich kanałów. Telewizja Polsat rok 2017 zakończyła w czołówce rankingów oglądalności. W grupie wszystkich badanych widzów z wynikiem 10,9% nasz kanał główny nie miał sobie równych – wyprzedził TVN (9,9%), TVP1 (9,6%) i TVP2 (7,9%). Wśród widzów w grupie komercyjnej (16-49 lat), najpopularniejszej wśród reklamodawców, POLSAT zanotował 12,3% udziału, TVN – 12,7% TVP2 – 6,8%, TVP1 – 6,1%.

Bycie jedną z najchętniej oglądanych stacji telewizyjnych w Polsce to zaszczyt, ale jednocześnie zobowiązanie dostarczania widzom informacji na najwyższym poziomie, niezapomnianych emocji sportowych i najlepszej rozrywki – zarówno na poziomie światowym, jak i krajowym.

Obiektywizm jako podstawa naszej działalności publicystycznej

Naszym flagowym programem informacyjnym są „**Wydarzenia**" nadawane w Polsacie, Polsacie News i Polsacie News 2. Główne wydanie, które prowadzą Dorota Gawryluk, Jarosław Gugała, Joanna Wrześniewska-Sieger oraz Bartosz Kurek, jest emitowane codziennie o godzinie 18:50. Od początku istnienia „Wydarzeń" stawiamy na wiarygodność i niezależność. Najważniejszą zasadą, jaką kierujemy się w naszej codziennej pracy, jest obiektywizm. Trzymamy równy dystans do wszystkich sił politycznych i nie ulegamy naciskom. Bezkompromisowo patrzymy na ręce przedstawicielom władzy. Szczególną uwagę poświęcamy problematyce społecznej. To nasza specjalność i cel – być blisko ludzi. Naszą pracę pojmujemy jako misję, która polega na dostarczaniu widzom prawdziwych i bezstronnych informacji.

To właśnie w imieniu naszych widzów kontrolujemy polityków, pamiętając jednocześnie o wielkiej odpowiedzialności, jaka spoczywa na dziennikarzach. Zawsze po głównym wydaniu „Wydarzeń" na antenie Polsat News nadajemy program publicystyczny „Gość Wydarzeń", w którym prowadzący przeprowadza wywiady z najważniejszymi bohaterami dnia.

O jakości naszych programów informacyjnych mogą świadczyć zaprezentowane na początku 2016 roku wyniki analizy KRRiT. Badaniu poddano cztery kampanie wyborcze w 2014 roku, poprzedzające eurowybory, wybory samorządowe, a także okresy kampanijne w 2015 roku, poprzedzające I i II turę wyborów prezydenckich oraz wybory parlamentarne. Rada uznała, że Polsat News był jedną z dwóch stacji najlepiej spełniających kryteria misji publicznej – zarówno pod względem zróżnicowania ideologicznego zapraszanych do studia gości, jak i bezstronności relacji.

Powodem ogromnej satysfakcji są dla nas również przeprowadzone w 2017 roku przez CBOS badania opinii widzów o programach publicystycznych i informacyjnych. Największa liczba ankietowanych – 46% – jako najbardziej bezstronne źródło informacji wskazała programy POLSAT i Polsat News.

W naszej publicystyce nie tylko informujemy, ale staramy się też realnie pomagać widzom wszędzie tam, gdzie mamy taką możliwość. Przykładem społecznie zaangażowanego dziennikarstwa jest program „**Interwencja**", dzięki któremu widzowie poznają dramatyczne, ludzkie historie. Reporterzy magazynu nie pozostaną obojętni na krzywdę zwykłych ludzi – dla wielu z nich ten program jest ostatnią szansą na pomoc i sprawiedliwość. Wiele osób, których historia została pokazana w magazynie „Interwencja", doczekało się pomocy ze strony innych ludzi bądź instytucji. Skuteczność zespołu sprawia, że każdego dnia do redakcji trafiają kolejne listy z prośbami o pomoc.

Jednym z najbardziej skutecznych programów interwencyjnych w Polsce jest również **„Państwo w Państwie**" emitowany w Polsacie, Polsacie News i Polsacie News 2. Program, prowadzony przez Przemysława Talkowskiego, dziennikarza Polsat News, walczy z powszechnym przekonaniem, że wszyscy prowadzący działalność gospodarczą to potencjalni przestępcy. Dziennikarze magazynu ujawniają ekstremalnie trudne sytuacje, z jakimi na co dzień zmagają się przedsiębiorcy w Polsce i wskazują niewłaściwe postawy czy też niesprzyjające przedsiębiorcom regulacje.

Na szczególną uwagę zasługuje również program „**Nasz nowy dom**". To wyjątkowy program, który daje radość i nadzieję na lepszą przyszłość rodzinom w różnych zakątkach Polski – od Bałtyku aż po Tatry. W każdym odcinku pod czujnym okiem kamer, specjaliści (architekt i ekipa budowlana), toczą wyścig z czasem i trudnościami, aby zapewnić na końcu z sukcesem to, co najbardziej prozaiczne i na co dzień potrzebne – nowy, ciepły dom. Każdy program to zupełnie inna, wzruszająca historia rodziny – czasem dotkniętej przez los kłopotami materialnymi, innym razem chorobą czy osieroceniem. Program prowadzi Katarzyna Dowbor, która z pasją i zaangażowaniem pomaga spełniać marzenia uczestników. Jak dotąd Telewizja Polsat, dzięki wsparciu sponsorów programu, gruntownie wyremontowała już ponad 100 domów i mieszkań, zapewniając również podstawowe wyposażenie, w tym między innymi nowoczesne telewizory, sprzęt AGD, ale również tablety, smartfony i dostęp do Internetu.

„Nasz nowy dom" to program misyjny, tworzony z pasją i troską o człowieka. Najlepszym podziękowaniem dla całej zaangażowanej w realizację ekipy są łzy wzruszenia, uśmiechy bohaterów i świadomość, że zmienia się czyjeś życie na lepsze. Nie każdy może to przecież powiedzieć o swojej pracy".

Nina Terentiew, Członek Zarządu oraz Dyrektor Programowy Telewizji Polsat

Od klasyki kina aż po kabarety i bajki dla najmłodszych

Rozrywka od początku była jednym z najważniejszych elementów naszej oferty programowej. W 1993 roku zaprezentowaliśmy pierwszy polski talk show – **„Na każdy temat"**. Program prowadzony był początkowo przez Andrzeja Woyciechowskiego, legendarną już postać polskiego dziennikarstwa, a następnie przez Mariusza Szczygła. Mimo późnej pory nadawania talk show przyciągał przed telewizory ponad półtoramilionową widownię, zapewniając stacji udziały średnio na poziomie 30% rynku. Rekordowy odcinek z 1 czerwca 1997 osiągnął 50% udziałów w rynku.

Jesienią 1997 roku na antenę POLSATu wszedł jeden z największych hitów w naszej historii – teleturniej **"Idź na całość"** prowadzony przez Zygmunta Chajzera. Niespełna miesiąc po debiucie program zdeklasował pod względem oglądalności konkurencję. Hitem okazał się także teleturniej **"Życiowa szansa"** z Krzysztofem Ibiszem w roli prowadzącego. Systematycznie zwiększająca się widownia programu sięgnęła w grudniu 2000 roku w grupie wszystkich badanych 5,5 mln widzów.

Również dziś widzowie POLSATu mogą zawsze liczyć na doskonałą rozrywkę – kabarety, filmy, seriale i teleturnieje cieszą się niesłabnącą, wielomilionową widownią.

Taneczne show **„Dancing with the Stars. Taniec z gwiazdami"** regularnie oglądało miliony Polaków (według badań trzy odcinki piątej serii oglądało średnio 3 mln widzów). Ogromną popularnością cieszył się też obecny na naszej antenie przez 5

lat muzyczny talent show **„Must be the music. Tylko muzyka"** (11. edycję oglądało średnio 2 mln Polaków).

Rekordy popularności biją również kabarety. Ponad 3,1 mln widzów obejrzało na antenie Telewizji Polsat w czerwcu 2017 roku 15-lecie Kabaretu Neo-nówka „Schody do nieba". Podobnie ponad 3 mln osób przyciągnęła przed telewizory XI Płocka Noc Kabaretowa z kwietnia 2017 roku.

POLSAT to także największe wydarzenia sportowe. Mecze reprezentacji Polski w Eliminacjach Mistrzostw Świata w Piłce nożnej gromadziły rekordową publiczność. I tak spotkanie z Czarnogórą obejrzało kolejno 9,5 i 7,8 mln widzów, z Rumunią 8,0 mln, z Kazachstanem 7,1 mln, z Danią 6,7 mln, a z Armenią 6,0 mln widzów.

Naszą rozrywkową ofertę wzbogacają również m.in. seriale („Przyjaciółki", „W rytmie serca", „Gliniarze", „Na ratunek 112", „Pierwsza miłość", „Świat według Kiepskich") oraz programy kulinarne i muzyczne show („Ewa gotuje", „Twoja twarz brzmi znajomo", „Top Chef").

Wigilijną emisję kultowego już hitu naszego kanału głównego „Kevin sam w Nowym Jorku" obejrzało 4,4 mln widzów.

Niezależnie od wieku, swoich zainteresowań i hobby, w portfolio kanałów oferowanych przez Telewizję Polsat każdy widz znajdzie coś dla siebie.

Grupa Cyfrowy Polsat to również doskonałe polskie kino. W 2016 roku uruchomiliśmy **Cyfrową Strefę Twórców**, unikalny w Polsce program wsparcia krajowych produkcji filmowych. Oferujemy filmowcom możliwość zgłaszania autorskich projektów, które nasza Grupa będzie mogła objąć opieką produkcyjną, promocyjną i dystrybucyjną. Poszukujemy m.in. oryginalnych scenariuszy oraz projektów filmowych we wstępnych fazach realizacji. W ramach CST Grupa Cyfrowy Polsat współprodukowała nagrodzony na Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni w 2017 r. film Łukasza Palkowskiego „Najlepszy". Jest to historia inspirowana życiem Jerzego Górskiego, który ukończył bieg śmierci oraz ustanowił rekord świata w triathlonowych mistrzostwach świata, zdobywając tytuł podwójnego Iron Mana. Film obejrzało w kinach prawie 750 tys. widzów.

W połowie stycznia 2018 do kin wszedł film w reżyserii Bartosza Prokopowicza „Narzeczony na niby", wyprodukowany przez TFP Sp. z o.o., którego koproducentami są: Telewizja Polsat, Polkomtel, Cyfrowy Polsat i Edipresse Polska. Film opowiadający historię poszukującej miłości Kariny zanotował najlepsze otwarcie w kinach w 2018 r. W pierwszy weekend sprzedano ponad 250 tys. biletów, a niespełna miesiąc po premierze obejrzało go milion widzów.

Co roku w Wigilię zapraszamy widzów do wspólnego kolędowania. Najpiękniejsze polskie kolędy i pastorałki prezentują na antenie gwiazdy polskiej sceny muzycznej.

W kalendarzach milionów Polaków na stałe zagościły również nasze festiwale, w szczególności Polsat SuperHit Festiwal. Co roku na kilka dni zamieniamy Operę Leśną w Sopocie w miejsce niezapomnianych przeżyć muzycznych i kabaretowych. Przed widzami występuje tradycyjnie czołówka najpopularniejszych artystów i kabareciarzy. Festiwal zaskakuje muzyczną różnorodnością i zadawala nawet najbardziej wybrednych widzów. Podczas festiwali widownia może zobaczyć na scenie najpopularniejszych polskich artystów, których płyty cieszyły się w danym roku największym zainteresowaniem. W 2017 roku byli to wykonawcy, których płyty uzyskały status platynowej. Stałym elementem muzycznej uczty są gorąco przyjmowane jubileusze najznamienitszych polskich zespołów i wokalistów. W 2017 roku 35 lat na szczycie rynku muzycznego świętował rock'n'rollowy Muniek Staszczyk z zespołem T.Love., a 10. sceniczne urodziny obchodziła Ewa Farna, jedna z najmłodszych i największych gwiazd muzycznych Polski i Czech. Pod koniec Polsat SuperHit Festiwalu na scenę zapraszamy zawsze topowych wykonawców polskiej sceny kabaretowej. Dotychczas wystąpili m.in. Kabaret Ani Mru Mru, Kabaret Neo-nówka, Kabaret Młodych Panów, Marcin Daniec, Cezary Pazura i Jerzy Kryszak.

Co roku organizujemy również jedną z największych imprez sylwestrowych w Polsce. Ostatniej nocy 2017 roku widzowie usłyszeć mogli przeboje hiszpańskiego wokalisty Alvaro Soler. Następnie ze sceny popłynęły dźwięki „Bałkanicy" zespołu Piersi oraz hitów Vengaboys „Boom Boom Boom" i „We Are Going To Ibiza". Razem z Sylwią Grzeszczak publiczność zaśpiewała „Księżniczkę", z Feel'em „A gdy już jest ciemno", a z Boysami „Jesteś szalona". Tylko do północy podczas Sylwestrowej Mocy Przebojów najlepszą zabawę przy niemal 50 hitach zapewnili jeszcze tacy wykonawcy jak: Ewa Farna, Danzel, Enej, Golec uOrkiestra, Natalia Szroeder, Michał Wiśniewski, Mesajah, Sebastian Riedel & Cree, Krzysztof Respondek i Frele oraz największe polskie gwiazdy muzyki tanecznej: Weekend, Piękni i Młodzi, Łobuzy, MIG i Long&Junior.

W Grupie Cyfrowy Polsat chcemy, aby nasza oferta mogła docierać do jak największej liczby osób. Dlatego uruchomiliśmy Super Polsat – pierwszą stację w Polsce i Europie, w której zdecydowana większość ramówki jest dostosowana do odbioru przez osoby z niepełnosprawnością narządów wzroku lub/i słuchu. W ofercie Super Polsat znajduje się wszystko to, co najlepsze z produkcji Telewizji Polsat – niezapomniane programy rozrywkowe, kulinarne i muzyczne oraz przebojowe seriale, które zyskały wiernych fanów. W ramówce nie brakuje również znanych hitów filmowych. W soboty widzowie mogą oglądać klasykę polskiego kina powojennego, a w niedziele najlepsze produkcje zagraniczne – kino familijne, wyjątkowe komedie oraz dramaty – wszystkie z napisami dla niesłyszących. Natomiast w codziennym paśmie porannym czekają na najmłodszych widzów filmy animowane. Super Polsat transmituje również wydarzenia sportowe, a także koncerty wyprodukowane przez Telewizję Polsat.

Wierzymy, że telewizja może inspirować i budzić nowe zainteresowania. Dlatego od lat w okresie świątecznym i noworocznym organizujemy tzw. Otwarte Okna. To czas, kiedy nasi abonenci uzyskują bez dodatkowych opłat dostęp do kanałów, których nie posiadają w swoich pakietach na stałe.

Podobne akcje przygotowujemy również dla najmłodszych – staramy się, aby w Cyfrowym Polsacie Dzień Dziecka trwał dłużej. Dzięki temu nasi mali odbiorcy mogą cieszyć się obecnością ulubionych bohaterów, których na co dzień nie oglądają w swoich telewizorach. Udostępniliśmy im możliwość oglądania bajek na kanałach dziecięcych, które dostępne są w wyższych pakietach telewizyjnych niż te, które posiadają, jak również w IPLI.

Czas reklamowy ściśle uregulowany

> ***„Z jednej strony sprzedajecie Państwo swój czas na antenie i tu jest pytanie, komu go sprzedajecie, jakie reklamy emitujecie itd. Jaki to wpływ ma na społeczeństwo, czy podlega weryfikacji. (…) Z drugiej strony Państwo prowadzicie swoją komunikację reklamową, i Polsat, i Plus, i Cyfrowy Polsat. I teraz pytanie, co mówicie w reklamach do ludzi, jaki jest ten przekaz, jakich nośników używacie".***
>
> *Uczestnik sesji dialogowej*

W kanałach Telewizji Polsat – zgodnie z przepisami – co najmniej 33% kwartalnego czasu nadawania programu to audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim, a ponad 50% - audycje europejskie, pochodzące głównie z państw członkowskich UE.

Rygorystycznie przestrzegamy również obowiązków i ograniczeń dotyczących reklamy. Bloki reklamowe na naszych antenach są łatwo odróżnialne od audycji i nie zajmują więcej niż 12 minut w ciągu godziny zegarowej. Nasze ogłoszenia z informacją o audycjach nie zajmują więcej niż 2 minuty w ciągu godziny zegarowej. Wszystkie audycje sponsorowane mają oznaczenie sponsora. Ujawniamy również lokowanie produktów lub usług.

Biuro Reklamy Polsat Media to portfolio 70 kanałów telewizyjnych, łączących dużą ogólnopolską stację telewizyjną POLSAT oraz szeroki pakiet kanałów tematycznych. Łączny udział w oglądalności stacji obsługiwanych przez nas reklamowo w 2017 roku wyniósł ponad 31% w grupie docelowej 16-49 lat. Polsat Media to również oferta reklamowa największej telewizji internetowej IPLA, ponadregionalnej stacji radiowej Muzo.fm, platformy Polsat Media AdTube, Polsat Media AdScreen. W latach 2009, 2010, 2012, 2013, 2014 i 2017 Polsat Media zostało uznane za najlepsze biuro reklamy wśród stacji ogólnopolskich w raporcie *Media i Marketing Polska*. W 2012 roku nasze biuro zostało laureatem głównej nagrody na gali Media Trendy w kategorii „Zintegrowana Kampania w Mediach Cyfrowych" oraz zdobyło wyróżnienie w kategorii „Wykorzystanie Internetu i Mediów Interaktywnych – podkategoria: Engagement" za realizację projektu „Kasia Live Baking", pierwszego w Polsce interaktywnego programu kulinarnego „na żywo", transmitowanego w Internecie za pomocą wielu platform.

[GRI 417-3]

W 2016 roku w naszej Grupie stwierdzono dwa przypadki niezgodności z regulacjami lub dobrowolnymi kodeksami regulującymi kwestie komunikacji marketingowej, z uwzględnieniem reklamy, promocji i sponsoringu, skutkujące nałożeniem grzywny.

W Sądzie Ochrony Konsumentów i Konkurencji czekają na rozpatrzenie nasze odwołania od decyzji prezesa UOKiK z grudnia 2016 roku. W opinii Urzędu – z którą fundamentalnie się nie zgadzamy – reklamy Cyfrowego Polsatu i sieci Plus naruszały zbiorowe interesy konsumentów, sugerując, że transmisja danych realizowana w technologii LTE nie będzie ograniczana. Na Cyfrowy Polsat oraz Polkomtel nałożone zostały kary pieniężne.

Czekamy również na sądowe orzeczenie ws. naszych odwołań od innej decyzji prezesa UOKiK z grudnia 2016 roku. Urząd uznał, że w przekazach reklamowych programu smartDOM prezentowaliśmy ofertę promocyjną, z której – w opinii organu – nie można było skorzystać na przedstawionych warunkach. Prezes UOKiK nałożył na Cyfrowy Polsat oraz Polkomtel kary pieniężne.

W 2016 roku Telewizja Polsat zapłaciła natomiast karę nałożoną za emisję reklamy piwa przed godz. 20 na antenie Polsat Sport.

W toku są też trzy odwołania na nałożone na Telewizję Polsat w 2017 roku kary związane z rzekomym przerywaniem audycji dla dzieci w celu nadania reklamy. Nie stwierdzono natomiast innych niezgodności z regulacjami lub dobrowolnymi kodeksami regulującymi kwestie komunikacji marketingowej, z uwzględnieniem reklamy, promocji i sponsoringu, skutkujące nałożeniem kar.

[GRI 102-12]

Jesteśmy sygnatariuszami szeregu dobrowolnych porozumień branżowych związanych z etyką emisji programów. Najważniejsze z nich to:

- Standardy dotyczące formatów reklamowych online IAB Polska.
- Porozumienia nadawców telewizyjnych w sprawie zasad rozpowszechniania reklam i wskazań sponsorskich dotyczących artykułów spożywczych lub napojów zawierających składniki, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana.
- Inicjatywa na rzecz uczciwej reklamy IAB Polska.
- Kodeks dobrych praktyk w sprawie szczegółowych zasad ochrony małoletnich w audiowizualnych usługach medialnych na żądanie.

Rozdział 3
Sukces dzięki ludziom

3. SUKCES DZIĘKI LUDZIOM

„GKCP jako pracodawca jest stabilny. Mamy bardzo wielu lojalnych, wieloletnich pracowników. Ludzie dobrze się czują w tym miejscu i mogą się rozwijać".

Uczestnik sesji dialogowej

3.1. Kluczowe fakty i liczby

[UoR – Kluczowe wskaźniki efektywności]

Podstawą sukcesu Grupy Cyfrowy Polsat są nie tylko nadajniki, studia telewizyjne, częstotliwości czy koncesje, ale przede wszystkim grupa ponad pięciu tysięcy pracowników, którzy, obsługując 5,8 mln klientów każdego dnia, troszczą się o jakość 16,5 mln świadczonych przez nas usług. To im zawdzięczamy naszą pozycję na rynku, renomę i fakt, że każdego roku z usług spółek Grupy chce korzystać coraz więcej Polaków.

Dbamy o atrakcyjne warunki pracy i dodatkowe benefity, czym zapewniamy organizacji najlepszych pracowników. Zależy nam, by nasza Grupa była dobrym i przyjaznym miejscem pracy, dlatego konsekwentnie dbamy o transfer wiedzy i przepływ dobrych praktyk z obszaru HR pomiędzy spółkami. Cieszymy się, że przyciągamy świetnych pracowników, ale jeszcze większej satysfakcji dostarcza fakt, że zostają z nami na wiele lat.

Nasi pracownicy

4 802
liczba pracowników Grupy Cyfrowy Polsat w przeliczeniu na etaty[9]

4 017
liczba pracowników trzech największych spółek Grupy Cyfrowy Polsat, z czego[10]

38% stanowią kobiety	**62%** to mężczyźni	ponad **60%** posiada wykształcenie wyższe
2 518 liczba pracowników Polkomtel	**789** liczba pracowników Cyfrowego Polsatu	**710** liczba pracowników TV Polsat
ok. **9%** wskaźnik fluktuacji[11]	**81** liczba staży i praktyk (w trzech największych spółkach Grupy)	ok. **10** średnia liczba lat przepracowanych przez naszą załogę w TV Polsat i Polkomtelu
ok. **30** średnia liczba godzin szkoleniowych w trzech największych spółkach Grupy		prawie **93%** zatrudnienie na pełen etat

[9] średnia pracowników nieprodukcyjnych w 2017 r., pracownicy aktywni z wyłączeniem osób czasowo zdjętych z ewidencji (urlopy wychowawcze, macierzyńskie, zwolnienia pow.30 dni, urlopy bezpłatne pow. 30 dni

[10] stan na koniec 2017 r., FTE, pracownicy aktywni z wyłączeniem osób czasowo zdjętych z ewidencji (urlopy wychowawcze, macierzyńskie, zwolnienia pow.30dni, urlopy bezpłatne pow. 30 dni

[11] liczony jako średnia ważona fluktuacji w 2017 r. w trzech głównych spółkach Grupy

[GRI 102-8]

Łączna liczba pracowników w podziale na płeć i czas zatrudnienia

	2016										2017									
	Polkomtel`		Łącznie	Cyfrowy Polsat		Łącznie	TV Polsat		Łącznie	Łącznie GKCP	Polkomtel		Łącznie	Cyfrowy Polsat		Łącznie	TV Polsat		Łącznie	Łącznie GKCP
	Kobiety	Mężczyźni		Kobiety	Mężczyźni		Kobiety	Mężczyźni			Kobiety	Mężczyźni		Kobiety	Mężczyźni		Kobiety	Mężczyźni		
Liczba zatrudnionych na czas określony	10,8% (114)	4,9% (77)	**191**	18,7% (52)	16,8% (64)	**116**	54,6% (111)	64,5% (322)	**434**	**741**	10,9% (104)	5,0% (78)	**182**	9,4% (34)	9,4% (40)	**75**	55,7% (118)	64,9% (323)	**441**	**698**
Liczba zatrudnionych na czas nieokreślony	89,2% (941)	95,1% (1 497)	**2 438**	81,3% (226)	83,2% (316)	**542**	45,4% (93)	35,5% (178)	**270**	**3 250**	89,1% (852)	95,0% (1 484)	**2 336**	90,6% (327)	90,6% (387)	**714**	44,3% (94)	35,1% (175)	**269**	**3 319**
Suma	**1 055**	**1 574**	**2 629**	**278**	**380**	**658**	**204**	**500**	**704**	**3 991**	**956**	**1 562**	**2 518**	**362**	**427**	**789**	**212**	**498**	**710**	**4 017**

Różnice w strukturze zatrudniania pomiędzy spółkami wynikają ze specyfiki ich działalności, a co za tym idzie struktury zatrudnienia.

Liczba pracowników w podziale na wymiar etatu

	2016										2017									
	Polkomtel		Łącznie	Cyfrowy Polsat		Łącznie	TV Polsat		Łącznie	Łącznie GKCP	Polkomtel		Łącznie	Cyfrowy Polsat		Łącznie	TV Polsat		Łącznie	Łącznie GKCP
	Kobiety	Mężczyźni		Kobiety	Mężczyźni		Kobiety	Mężczyźni			Kobiety	Mężczyźni		Kobiety	Mężczyźni		Kobiety	Mężczyźni		
Pełny etat	92,4% (975)	95,0% (1 496)	**2 471**	79,1% (220)	80,5% (306)	**526**	97,6% (199)	99,2% (496)	**695**	**3 692**	93,2% (891)	95,5% (1 492)	**2 383**	84,5% (306)	83,8% (358)	**664**	97,3% (206)	99,2% (494)	**700**	**3 747**
Niepełny etat	7,6% (80)	5,0% (78)	**158**	20,9% (58)	19,5% (74)	**132**	2,4% (5)	0,8% (4)	**9**	**299**	6,8% (65)	4,5% (70)	**135**	15,5% (56)	16,2% (69)	**125**	2,7% (6)	0,8% (4)	**10**	**270**
Suma	**1 055**	**1 574**	**2 629**	**278**	**380**	**658**	**204**	**500**	**704**	**3 991**	**956**	**1 562**	**2 518**	**362**	**427**	**789**	**212**	**498**	**710**	**4 017**

3.2. Nasza kultura pracy

„Do naszej kancelarii dosyć często przychodzą e-maile z prośbą o przekazanie podziękowań do konkretnego konsultanta. Ale jeden list zapadł nam wszystkim szczególnie w pamięci. Ręcznie pisany, wysłany normalną pocztą. W treści nasza klientka – lat 93 – dziękowała konsultantce, że pomogła jej na dekoderze nagrać mecz Polska – Niemcy dla… jej 101-letniego męża. Obiecała, że mu go odtworzy dopiero wtedy, jak już będzie znał wynik – żeby się nie denerwował w czasie transmisji. Na szczęście to był TEN mecz, w którym wygraliśmy 2:0".

Patryk, kancelaria Cyfrowego Polsatu

W Grupie Cyfrowy Polsat, tak silnie związanej z nowoczesnymi technologiami, zdajemy sobie sprawę, jak cenne jest doświadczenie pracowników. Tylko wysoko wykwalifikowana kadra jest w stanie zapewnić najwyższą jakość naszych usług. Pracują u nas eksperci o unikalnych specjalizacjach m.in. mistrzowie sztuki operatorskiej czy organizacji zaawansowanych produkcji telewizyjnych (w przypadku Telewizji Polsat), najwyższej klasy fachowcy IT czy eksperci w dziedzinie szerokopasmowej komunikacji elektronicznej (w przypadku Polkomtelu) albo praktycy rynku wideo online, asy designu czy zawodowi konstruktorzy (w przypadku Cyfrowego Polsatu). **Ponad 60% pracowników posiada wyższe wykształcenie**. Najlepszym potwierdzeniem silnej identyfikacji oraz satysfakcji z pracy jest wieloletni staż, który na koniec 2017 roku wynosił w Grupie **średnio ok. 9 lat**. Ponadto aż **9% pracowników Grupy pracuje w niej co najmniej przez 20 lat.** Wskaźnik fluktuacji na poziomie Grupy kształtuje się na poziomie ok. 9%, najmniejszą fluktuacją może się pochwalić TV Polsat.

Wskaźnik fluktuacji[1]

[GRI 401-1]

	2016			2017		
	TV Polsat	Polkomtel	Cyfrowy Polsat	TV Polsat	Polkomtel	Cyfrowy Polsat
Kobiety	1,2%	5,6%	5,6%	1,0%	5,2%	5,8%
Mężczyźni	1,2%	5,7%	10,4%	2,1%	4,7%	5,7%
Ogółem	2,4%	11,3%	16,0%	3,1%	9,9%	11,5%

[1] po wyeliminowaniu migracji pracowników między spółkami Grupy Kapitałowej

Nie wyróżniamy żadnej ze spółek w Grupie i zapewniamy porównywalne warunki pracy w każdej z nich. W 2017 roku wdrożyliśmy Politykę Personalną Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat. Dokument ten został oparty na rozwiązaniach doskonale funkcjonujących już w Polkomtelu, Cyfrowym Polsacie oraz Telewizji Polsat i posłużył ujednoliceniu rozumienia zasad zarządzania personelem zgodnie z wartościami przyjętymi przez Grupę. Głównym celem Polityki Personalnej Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat jest budowanie atrakcyjnego miejsca pracy dla obecnych i potencjalnych pracowników. Wiemy, że nasz sukces jest efektem wiedzy, umiejętności i zaangażowania pracowników, którzy stanowią nadrzędny kapitał Grupy Cyfrowy Polsat.

W 2016 roku wdrożyliśmy w większości spółek Grupy wspólny system obsługi kadrowo-płacowej. To pozwoliło na uspójnienie procedur, procesów i danych w ramach całej organizacji, a dodatkowo stworzyło możliwości lepszego wykorzystania kompetencji pracowników w dowolnych spółkach Grupy. Menedżerowie uzyskali również lepsze narzędzia planowania czasu pracy załogi.

W Grupie Cyfrowy Polsat najważniejsze są kompetencje. Przy ocenie naszych pracowników nikogo nie dyskryminujemy ze względu na wiek czy płeć. Kierujemy się Polityką różnorodności i poszanowania praw człowieka Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat.

Przeciwdziałamy jakimkolwiek przejawom mobbingu oraz dyskryminacji w miejscu pracy. W Polkomtelu i Cyfrowym Polsacie powołaliśmy wewnętrzną komisję antymobbingową w oparciu o właściwe procedury. Na bieżąco zapewniamy również szkolenia dla pracowników w tym zakresie. W Telewizji Polsat kwestie postępowania w przypadku działań noszących znamię mobbingu opisane zostały w Procedurze antymobbingowej stanowiącej wewnętrzny dokument firmy. W Grupie Polsat obowiązuje także Kodeks Etyki, będący spisem wytycznych regulujących kwestie uczciwej konkurencji, poszanowania prawa oraz etycznego działania. Publikacja jest przewodnikiem w rozwiązywaniu dylematów o charakterze etycznym, z którymi

pracownicy mogą się spotkać w trakcie codziennej pracy.

Jak wynagradzamy naszych pracowników?

Nie szukamy oszczędności na formalnych aspektach zatrudnienia – umowa o pracę jest podstawową formą zatrudnienia w Grupie, jednak w zależności od specyfiki działania poszczególnych Spółek Grupy i/lub oczekiwań naszych współpracowników stosujemy również inne formy zatrudnienia.

Oferujemy pracownikom godziwe wynagrodzenia uzależnione od rodzaju wykonywanych obowiązków, obszaru odpowiedzialności i złożoności wykonywanych zadań. Graniczne poziomy wynagrodzeń na poszczególnych szczeblach określa Regulamin Wynagradzania. Minimalne wynagrodzenie oferowane przez Grupę jest zgodne z przepisami prawa polskiego. Wraz ze specjalizacją i zajmowanymi stanowiskami wynagrodzenia rosną.

Wraz z wynagrodzeniem finansowym każdemu pracownikowi Grupy oferujemy szereg benefitów. Chcemy, aby były one nie tylko motywacją i zachętą, ale również wyrazem podziękowania za codzienną pracę. Jednocześnie część benefitów stanowi wsparcie w osiągnięciu równowagi pomiędzy pracą, a życiem prywatnym.

Wybrane benefity dostępne dla pracowników Grupy Cyfrowy Polsat

[GRI 401-2]

Abonamentowa opieka medyczna

Dbamy o zdrowie naszych pracowników i chcemy, aby mieli łatwy dostęp do opieki medycznej. Wszyscy etatowi pracownicy Grupy objęci są bezpłatną prywatną opieką medyczną. Dodatkowo, mają również możliwość wykupienia po preferencyjnych stawkach abonamentu medycznego dla swojej rodziny, a pracownicy Telewizji Polsat także kontynuacji opieki medycznej po rozwiązaniu stosunku pracy na preferencyjnych warunkach.

Program sportowy

Oferujemy pracownikom możliwość przystąpienia do programu sportowo-rekreacyjnego realizowanego przez naszego partnera, który oferuje dostęp do obiektów sportowych na terenie całego kraju. Każdy pracownik ma możliwość wykupienia miesięcznego abonamentu dla siebie i osób bliskich.

Promocje pracownicze

Każdy pracownik Grupy Cyfrowy Polsat może korzystać z programu Promocji pracowniczych – ma możliwości zakupu zestawu do oglądania telewizji cyfrowej, Internetu LTE oraz telefonii komórkowej w sieci Plus ze specjalnymi rabatami. W ramach ofert dedykowanych gospodarstwom domowym pracownicy mogą też skorzystać z promocji na zakup prądu po preferencyjnych cenach.

Ubezpieczenia

Pracownicy Cyfrowego Polsatu i Polkomtelu mogą skorzystać z unikatowej oferty ubezpieczeń gwarantowanych przez jednego z największych ubezpieczycieli na polskim rynku. Specjalnie przygotowane zniżki na polisy ubezpieczeniowe mieszkania/domu, podróżne i komunikacyjne gwarantują atrakcyjne ceny ubezpieczeń.

Grupa Cyfrowy Polsat oferuje również możliwość przystąpienia do programu dobrowolnego ubezpieczenia na życie, oferowanego przez naszych partnerów ubezpieczeniowych.

Jednocześnie każdy pracownik Grupy Cyfrowy Polsat jest ubezpieczony na wypadek nieszczęśliwego wypadku w czasie pracy i delegacji.

Oferty specjalne teatrów

Nasi pracownicy mają także szansę skorzystać ze specjalnej oferty kulturalnej. Wybrane teatry w Warszawie cyklicznie zapraszają na wybrane spektakle w ofercie specjalnej (możliwość zakupu biletów w atrakcyjnych cenach).

Jednym z elementów naszej polityki socjalnej jest Zakładowy Fundusz Świadczeń Socjalnych (ZFŚS). Środki ZFŚS są przeznaczane na: i) udzielanie pożyczek na cele mieszkaniowe (atrakcyjne oprocentowanie – 2%); ii) udzielanie pomocy materialno-rzeczowej lub finansowej w wypadkach losowych (utrata zdrowia lub życia, ciężka sytuacja rodzinna, materialna itp.), iii) dofinansowanie różnych form wypoczynku, iv) dofinansowanie działalności sportowo-rekreacyjnej (imprezy sportowe, turystyczne, integracyjne, kulturalne itp.). W 2016 roku jeden z pracowników Grupy zachorował na udar. Zapomoga, którą otrzymał z Funduszu, pozwoliła m.in. pokryć koszty rehabilitacji i zakup leków. W efekcie – mimo początkowo nienajlepszych rokowań – pracownik mógł wrócić do pracy.

Stałym punktem w kalendarzu Grupy Cyfrowy Polsat są spotkania integracyjne, m.in. Piknik Rodzinny i okolicznościowe wydarzenia. Wszystkie spotkania integracyjne staramy się połączyć z działaniami edukacyjnymi – korzystając ze współpracy Grupy z WOPR, MOPR, GOPR oraz TOPR, uczymy naszych pracowników bezpiecznych zachowań w górach i nad wodą oraz zasad udzielania pierwszej pomocy.

„To, ile wysiłku wkładane jest w piknik, żeby podobał się dzieciom to naprawdę jest niesamowite. Praktycznie od zera powstaje wesołe miasteczko, a czasu po prostu nie starcza, żeby dzieciaki mogły choć raz zaliczyć każdą atrakcję. Bardzo się cieszę, że ktoś o tym pomyślał".

Katarzyna, Cyfrowy Polsat, mama 8-letniego Kuby i 10-letniej Zosi

Tradycyjnie największą tego typu imprezą jest Rodzinny Piknik. W 2017 roku wydarzenie odbyło się po raz czwarty, a uczestniczyło w nim 4,5 tys. osób (pracowników Grupy z rodzinami). Na miejscu każdy znalazł coś dla siebie – dla dzieci nie zabrakło gier i zabaw wspierających sprawność fizyczną i stymulujących kreatywność. Dla dorosłych przygotowane atrakcje gwarantowały sporą dawkę adrenaliny. Imprezę poprowadził doskonale wszystkim znany Krzysztof Ibisz, a na scenie zawitały liczne gwiazdy Telewizji Polsat, m.in. Tomasz Barański, Nina Tyrka i Przemek Mistrzak.

O dobrą zabawę w wybranych strefach tematycznych zadbali nasi partnerzy – nadawcy kanałów tematycznych z portfolio Cyfrowego Polsatu, m.in. AXN, Cartoon Network, E!Entertainment, Eleven Sports, History, National Geographic, Nickelodeon, Polsat Viasat Explore, Golf Channel Polska, FOX Comedy, CBS Reality.

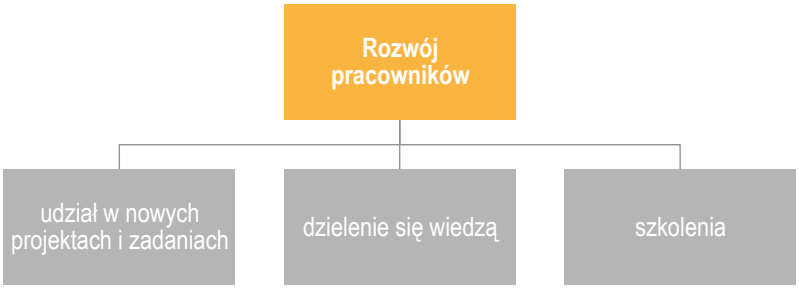
Oprócz wspólnych zabaw, wspieramy integrację pracowników poprzez sport. W każdej spółce naszej Grupy funkcjonują pracownicze drużyny sportowe – m.in. wspólnie biegamy, gramy w siatkówkę i piłkę nożną oraz jeździmy na nartach.

Polsat News od lat aktywnie wspiera masowe ogólnopolskie imprezy biegowe, zarówno poprzez relacje na antenie stacji, jak i poprzez czynny udział w biegach. W czerwcu 2017 roku drużyna „Polsat Biega" – składająca się z pracowników TV Polsat, Polkomtelu i Cyfrowego Polsatu – wystartowała w II Biegu Konstancińskim im. Piotra Nurowskiego. 16 zawodników „Polsat Biega" zmierzyło się z 10-kilometrowym dystansem. Stacja Polsat News objęła zawody patronatem medialnym, natomiast partnerem strategicznym został Plus.

Podczas imprezy, wraz z naszym partnerem firmą Samsung, współorganizowaliśmy również strefę technologii, w której zarówno dorośli jak i dzieci mogli zgłębiać tajniki telekomunikacyjnych nowinek technologicznych, wziąć udział w grach i zabawach ruchowych, łamigłówkach umysłowych oraz rozwijać zdolności plastyczne i manualne m.in. przy tworzeniu latawców. Dzięki zaangażowaniu sponsorskiemu organizatorzy wydarzenia odnotowali wzrost liczby biegaczy – z 800 w roku 2016 do – prawie 1000 w 2017.

3.3. Motywacja i rozwój pracowników

Widzimy potencjał w każdym z ponad pięciu tysięcy pracowników Grupy. Chcemy ich motywować i inwestować w indywidualny rozwój.



Inwestujemy w rozwój naszych pracowników. Proces rozwoju opieramy o zasadę **70-20-10**

- **70** to rozwój poprzez doświadczenie (zadania, udział w projektach)
- **20** to rozwój poprzez relacje z innymi (dzielenie się wiedzą, info zwrotne, coaching, mentoring)
- **10** rozwój poprzez udział w szkoleniach

Szkolenia

Potrzeby szkoleniowe wszystkich pracowników wynikają z charakteru zajmowanego stanowiska oraz zakresu obowiązków. Oferujemy zewnętrzne i wewnętrzne kursy szkoleniowe, które umożliwiają zdobycie lub podnoszenie kwalifikacji pracowników. Znacząca liczba szkoleń w Polkomtelu i Cyfrowym Polsacie dotyczy przede wszystkim szkoleń merytorycznych i narzędziowych, co pozwala na rozwój kompetencji specjalistycznych i podniesienie efektywności pracy. Bogata oferta szkoleń wewnętrznych w zakresie obsługi klienta, produktów i usług pozwala na przygotowanie naszych pracowników do profesjonalnego kontaktu z klientami, świadczenia usług na najwyższym poziomie, zgodnych z potrzebami klientów. W Telewizji Polsat skupiamy się na szkoleniach specjalistycznych z technologii telewizyjnej oraz szkoleniach językowych.

[GRI 404-1]

Średnia liczba godzin szkoleniowych przypadających na pracownika

	2016									2017								
	Polkomtel i Cyfrowy Polsat			TV Polsat			GK CP			Polkomtel i Cyfrowy Polsat			TV Polsat			GKCP		
	Kobiety	Mężczyźni	**Suma**	Kobiety	Mężczyźni	**Suma**	Kobiety	Mężczyźni	**Suma**	Kobiety	Mężczyźni	**Suma**	Kobiety	Mężczyźni	**Suma**	Kobiety	Mężczyźni	**Suma**
Łączna liczba godzin szkoleniowych w podziale na płeć	40 838	43 265	**84 103**	1 160	2 293	**3 453**	41 998	45 558	**87 556**	55 863	61 681	**117 544**	1 547	2 041	**3 588**	57 410	63 722	**121 132**
Średnia liczba godzin szkoleniowych w podziale na płeć	30,6	22,1	**25,6**	5,7	4,6	**4,9**	27,3	18,6	**21,9**	42,4	31,0	**35,6**	7,3	4,1	**5,1**	37,5	25,6	**30,2**

Studia

Pracownicy, którzy pracują u nas co najmniej rok, mogą ubiegać się o dofinansowanie na studia – zarówno na polskich, jak i zagranicznych uczelniach. Warunkiem jest jednak, aby kierunek edukacji związany był z wykonywaną w Grupie pracą. W 2017 roku z tej możliwości skorzystały 42 osoby[12].

Nauka języka angielskiego

Jeśli stanowisko pracy wymaga znajomości języka angielskiego, zapraszamy pracowników na indywidualne i grupowe lekcje odbywające się w siedzibach naszych spółek.

[GRI 404-2] Dla osób zatrudnionych na stanowiskach kierowniczych Grupy Cyfrowy Polsat przygotowaliśmy unikalną ofertę **Akademii Menedżera**. Jej celem jest propagowanie standardów pracy menedżerskiej oraz wsparcie w realizacji wyzwań zawodowych. W ciągu dwóch lat od uruchomienia Akademii Menadżera 112 menedżerów, poprzez serię szkoleń e-learningowych oraz bezpośrednich spotkań z doświadczonymi trenerami biznesu, poznało najlepsze praktyki pracy menedżerskiej oraz zdobyło wiedzę niezbędną do sprawnej realizacji zadań. Przykładowe tematy szkoleń to Rola Menedżera, Proces Menedżerski, Delegowanie zadań, Informacja zwrotna czy Budowanie autorytetu.

Oceniamy pracę menedżerów

Praca kierowników w Cyfrowym Polsacie i Polkomtelu oparta jest na kulturze **Feedbacku 360®.** Poprzez On-linowe Forum Informacji Zwrotnej oceny dokonują podlegli pracownicy, przełożeni i współpracownicy. Celem badania jest umocnienie dobrych praktyk poprzez pozytywną informację zwrotną, identyfikacja obszarów do zmian, w tym badanie potrzeb rozwojowych oraz wsparcie w diagnozie sytuacji i decyzjach dotyczących lokalnych wyzwań menedżerskich. W 2017 roku programem została objęta również kadra kierownicza Telewizji Polsat, która udział w projekcie zakończyła warsztatami szkoleniowymi.

[GRI 404-3]

Odsetek pracowników podlegających regularnym ocenom, jakości pracy i przeglądom rozwoju kariery zawodowej, według płci i kategorii zatrudnienia.

2016				2017			
Cyfrowy Polsat		Polkomtel		Cyfrowy Polsat		Polkomtel	
Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni
11%	7%	46%	25%	11%	12%	51%	25%

W Telewizji Polsat nie jest stosowane systemowe rozwiązanie do oceny pracowników, ale praca każdego z nich zgodnie z wykonywanymi zadaniami podlega bieżącej ocenie przez przełożonych.

Pracownicy spółki Polkomtel mają stały dostęp do platformy e-learningowej z kompleksową bazą szkoleń z umiejętności miękkich – aplikacji biurowych, ofert, systemów sprzedażowych, itp. W 2017 roku zrealizowano w ten sposób 2 985 godzin szkoleń. Wysoka ocena pracowników dla tego rozwiązania sprawiła, że pod koniec 2016 roku rozpoczęły się procesy wdrożeniowe platformy dla wszystkich spółek z Grupy Cyfrowy Polsat. Zgodnie z przyjętym harmonogramem wdrożenie platformy powinno zakończyć się do końca 2018 roku.

[12] Dana dla trzech największych spółek Grupy

Jesteśmy otwarci dla młodych

Od lat zapraszamy młodych ludzi na staże i praktyki do spółek Grupy Cyfrowy Polsat. To najlepszy sposób, aby zdobyć później zatrudnienie w naszym przedsiębiorstwie.

> ***„Trochę się bałem, że praktyki okażą się czasem, kiedy będę robił kawę i uważał, żeby nikomu nie przeszkodzić w pracy. Szczerze mówiąc zgłosiłem się, bo chciałem trochę zarobić. Już na miejscu w Polkomtelu okazało się, że nie tylko ludzie naprawdę mają czas, żeby się mną zająć, to jeszcze w dodatku dostałem naprawdę fajne zadania do wykonania. Od pierwszego tygodnia czułem się jak część zespołu, a nie ktoś, kto zawraca głowę".***
>
> *Łukasz, praktykant z 2015 roku*

Program stażowy to oferta zarówno dla studentów, jak i młodych absolwentów. Półroczny, płatny staż to idealny sposób na zdobycie praktycznej wiedzy i umiejętności. Każdemu stażyście zostaje powierzony jeden projekt lub konkretne zadania techniczne do wykonania, za którego realizację w pełni odpowiada. Stażyście zostaje przydzielony również opiekun, który na bieżąco monitoruje postępy jego pracy, a także pomaga mu w realizacji poszczególnych zadań. W roku 2017 oferowaliśmy staże w obszarach finansów, IT i HR.

Dla studentów, którzy stawiają pierwsze kroki na rynku pracy przygotowaliśmy również Program Praktyk Letnich. Praktyki to niepowtarzalna okazja na aktywne spędzenie wakacji – studenci mają możliwość pracy wśród najlepszych profesjonalistów w branży technologicznej. Praktyki są płatne i trwają dwa letnie miesiące. Każdy praktykant współpracuje z zespołem w ramach jednego z obszarów biznesowych. Przez cały okres praktyk do opieki i pomocy merytorycznej dedykowany jest opiekun.

W 2017 roku w Polkomtelu Program Praktyk zorganizowaliśmy już po raz 22. W Cyfrowym Polsacie odbyło się 9 edycji.

Również Polsat News oferuje możliwość odbycia nieodpłatnych praktyk absolwenckich pod opieką doświadczonych dziennikarzy. Praktyki dają możliwość poznania specyfiki i organizacji pracy w telewizji informacyjnej na różnych stanowiskach. Praktykanci mogą zdobyć wiedzę i umiejętności oraz realizować wyznaczone im zadania dziennikarskie lub producenckie. Po ukończeniu programu praktykanci otrzymują zaświadczenia o odbyciu i zakresie praktyki, nabytych umiejętnościach oraz opinię odnośnie swojej pracy. Najlepiej ocenieni praktykanci mogą aplikować do rozpoczęcia współpracy z Telewizją Polsat.

3.4. Stale udoskonalane bezpieczeństwo i higiena pracy

Chcemy zapewnić wszystkim pracownikom możliwe największe poczucie bezpieczeństwa pracy. W każdej ze spółek działają służby BHP, których zadaniem jest rozpoznanie i ocena stanu bezpieczeństwa oraz wszystkich elementów środowiska pracy, które na ten stan bezpieczeństwa mogą wpływać. Zapewniamy pracownikom szkolenia okresowe BHP, przeciwpożarowe oraz z pierwszej pomocy przedmedycznej.

[GRI 403-3]

Zarówno w 2016, jak i w 2017 roku nie stwierdziliśmy, aby którykolwiek z naszych pracowników pracował w warunkach zidentyfikowanych, jako szkodliwe. W trosce o budowanie bezpiecznej kultury pracy szkolimy pracowników techniki Telewizji Polsat z zasad bezpiecznej pracy w kontakcie z polem elektromagnetycznym. Systematycznie prowadzone pomiary pola nie wskazują przekroczeń norm w tym zakresie. Również pracownicy Polkomtelu i Cyfrowego Polsatu, których zakres zadań wymaga przebywania na wysokości, w tym na masztach i wieżach, posiadają aktualne specjalistyczne szkolenia wysokościowe. Osoby obsługujące urządzenia elektryczne, posiadają aktualne świadectwa kwalifikacyjne do 1kV w zakresie dozoru i/lub eksploatacji. Do wykonywania powyższych prac dopuszcza się pracowników, u których w wyniku przeprowadzonych profilaktycznych badań lekarskich stwierdzono brak przeciwwskazań zdrowotnych do wykonywania takich zadań.

Powyższe zagrożenia występujące w Telewizji Polsat, Polkomtelu oraz Cyfrowym Polsacie zgodnie z przepisami mieszczą się w dopuszczalnej ekspozycji na te czynniki w środowisku pracy.

[GRI 403-2]

Wskaźnik urazów, chorób zawodowych, dni straconych oraz nieobecności w pracy oraz liczba wypadków śmiertelnych związanych z pracą

	2016							2017						
	Polkomtel		Cyfrowy Polsat		TV Polsat		GKCP	Polkomtel		Cyfrowy Polsat		TV Polsat		GKCP
	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni		Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni	
Łączna liczba wypadków przy pracy	1	5	0	0	1	3	10	3	5	1	2	1	1	13
Liczba wypadków śmiertelnych	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Liczba wypadków ciężkich	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Liczba wypadków lekkich	1	5	0	0	0	0	6	3	5	0	0	0	0	8
Całkowita liczba osób poszkodowanych w wypadkach	6		0		4		10	8		3		2		13
Wskaźnik częstotliwości wypadków (IR)[13]	0,3	1,7	0	0	1,4	4,1	-	1,1	1,8	0,1	0,2	4,3	2,0	-
Łączna liczba dni niezdolności do pracy z tytułu wypadków przy pracy (LDR)[14]	14	37	0	0	5	181	237	13	35	55	52	6	32	193
Wskaźnik ciężkości wypadków [15]	14	7	0	0	5	60	-	4	7	55	26	6	32	-
Wskaźnik stwierdzonych chorób zawodowych (ODR)[16]	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Wskaźnik absencji (AR) [17]	4,9%		5,8%		2,6%		-	5,8%		5,3%		2,5%		-

[13] Wskaźnik IR liczony jako całkowita liczba osób poszkodowanych w wypadkach/zatrudnienie x 1000.
[14] Wskaźnik LDR, liczony jako wskaźnik łącznej liczby dni straconych do liczby planowych godzin pracy pracowników w raportowanym okresie*200000.
[15] Wskaźnik ciężkości wypadków liczony jako liczba dni niezdolności do pracy z tytułu wypadku/liczba wypadków.
[16] Wskaźnik stwierdzonych chorób zawodowych ODR, liczony jako <liczba przypadków wystąpienia chorób zawodowych/ całkowita liczba godzin przepracowanych przez wszystkich pracowników w danym okresie>* 200.000.
[17] Wskaźnik absencji AR, <liczony jako całkowita liczba dni nieobecności w pracy/ liczba przepracowanych dni w roku> *200000.

[GRI 102-41] [GRI 403-1, 403-4]

Choć w Grupie Cyfrowy Polsat nie ma układów zbiorowych pracy, to w każdej ze spółek istnieją komisje BHP, w których swoją reprezentację mają wszyscy pracownicy. Regularne spotkania są wykorzystywane nie tylko do zgłaszania bieżących problemów, ale przede wszystkim do wspólnego podejmowania decyzji poprawiających bezpieczeństwo wszystkich pracowników. Przedstawiciele załogi mają również prawo do czynnego udziału w kontrolach i audytach dotyczących BHP oraz dochodzeniach dotyczących wypadków.

Każdy z pracowników ma ponadto możliwość odmowy do wykonania niebezpiecznej pracy – nigdy w takim wypadku nie były, nie są i nie będą wyciągane wobec niego negatywne konsekwencje. Standardem w naszym przedsiębiorstwie jest również osobisty sprzęt ochronny przyznawany wszystkim wymagającym tego zatrudnionym.

Rozdział 4
Cyfrowa odpowiedzialność

4. Cyfrowa Odpowiedzialność

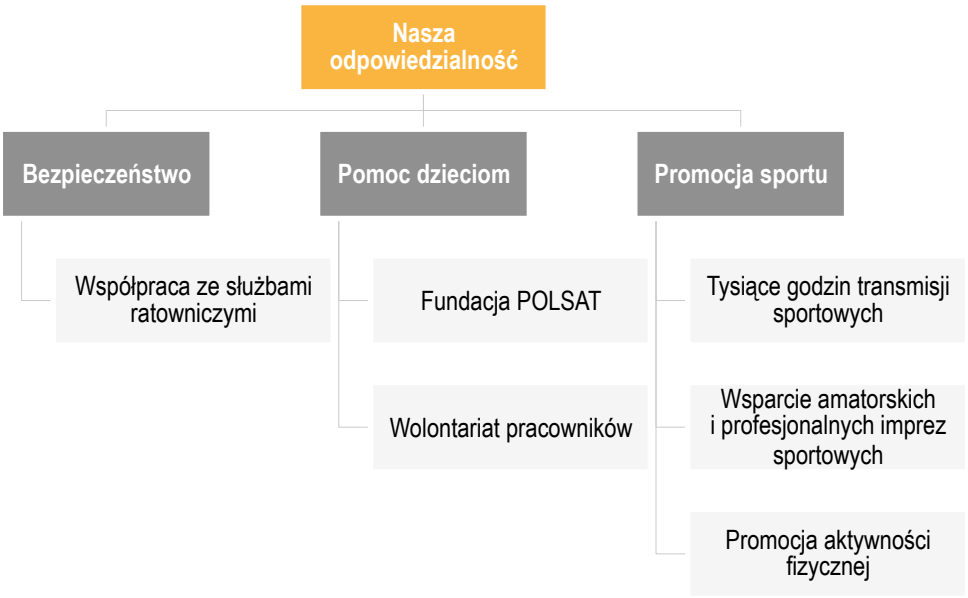
4.1. Technologiczna szansa

„Uważam, że firma bardzo dużo robi, jeżeli chodzi o bezpieczeństwo, promowanie bezpieczeństwa".

Uczestnik sesji dialogowej

XXI wiek to czas rewolucji technologicznej. Trudno wręcz wskazać na obszar, który ma większy wpływ na codzienne życie milionów ludzi. Technologie towarzyszą w życiu zawodowym i prywatnym, wpływając na jakość życia przez całą dobę. Dla przedsiębiorstw technologicznych tak duży wpływ oznacza nie tylko biznesowe szanse, ale także szczególnego rodzaju odpowiedzialność wobec klientów. Cyfrowe usługi naszych spółek dostępne są w całym kraju, a korzystać z nich może praktycznie każdy Polak. Ten ogromny zasięg pozwala nam na podejmowanie działań o niestandardowym wpływie, które systemowo zmieniają wiele aspektów życia każdego Polaka. Umiemy mądrze i z rozwagą wykorzystywać tę szansę – udowadniamy to codziennie od wielu lat.

Jak rozumiemy naszą odpowiedzialność?



Od wielu lat wspieramy **Centrum Nauki Kopernik, jedną z najnowocześniejszych europejskich instytucji łączących popularyzację nauki i kultury**. Dzięki Polkomtelowi, od jesieni 2017 roku goście Centrum mogą korzystać z darmowego Wi-Fi na terenie budynku oraz w Parku Odkrywców. Jesteśmy także wyłącznym partnerem Warsztatów Familijnych organizowanych w Centrum Nauki Kopernik – wspólnie z Centrum opracowaliśmy warsztat dotyczący komunikacji, aby przybliżyć najmłodszym współczesne oraz dawne sposoby komunikowania się. Wcześniej wspólnie zachęcaliśmy zwiedzających m.in. do zabawy przy Wystawie Muzycznej. Sieć Plus w ramach współpracy przygotowała aplikację na telefony komórkowe, która pozwalała zwiedzającym poznawać bliżej najciekawsze eksponaty i uzyskiwać o nich dodatkowe informacje, a także otrzymywać informacje o wystawach naukowych w Centrum. W planach mamy również przygotowanie wraz z CNK eksponatu naukowego obrazującego rozwój telefonii komórkowej.

4.2. W trosce o bezpieczeństwo

„Aplikacja Ratunek to pierwsza taka aplikacja w Polsce. (...) Ona nie dość, że łączy z ratownikami, to jeszcze pokazuje pozycję osoby dzwoniącej. (...) Kapitalna rzecz, także na skalę europejską".

Uczestnik sesji dialogowej

W Grupie Cyfrowy Polsat jesteśmy przekonani, że nowoczesne technologie mogą nie tylko podnosić jakość życia na co dzień, ale mogą wręcz to życie ratować. Powodem do szczególnej dumy jest dla nas ścisła współpraca z organizacjami ratowniczymi działającymi w polskich górach i nad wodą. Od kilkunastu lat wspieramy ratowników w ich działaniach, finansujemy szkolenia i przekazujemy środki na zakup sprzętu.

Przede wszystkim jednak, dzięki naszej technologii, stworzyliśmy system ratowniczy, który w ostatnich latach uratował życie i zdrowie wielu ludzi.

Uruchomienie Zintegrowanego Systemu Ratownictwa wodnego oraz Centra Koordynacji Ratownictwa w górach to działania bez precedensu w historii polskiego biznesu. Dzięki wspólnym z ratownikami działaniom wszyscy Polacy mogą korzystać z błyskawicznych, precyzyjnych i prostych systemów wzywania pomocy w sytuacjach zagrożenia życia i zdrowia nad wodą lub w górach. Rozwiązania wprowadzone przez Polkomtel umożliwiają sprawną komunikację między ratownikami i poszkodowanymi. Nasz system ratownictwa sprawia, że czas dotarcia do osoby zagrożonej **skrócił się nawet o 20 minut** – doświadczenie pokazuje, że ten czas niejednokrotnie oznacza granicę pomiędzy skuteczną pomocą, a ludzką tragedią.

„Firma mogłaby w raporcie powiedzieć o numerach pomocy w górach i nad wodą".

Uczestnik sesji dialogowej

Dwa bezpłatne uruchomione przez sieć Plus numery – 601 100 100 (ratownictwo wodne) i 601 100 300 (ratownictwo górskie) – są łatwe do zapamiętania. Przypominamy o nich na plakatach, banerach i ulotkach widocznych wszędzie tam, gdzie ich znajomość może okazać się na wagę życia. Informacje o numerach są dostępne m.in. w schroniskach górskich, na plażach, w marinach i punktach obsługi turystów.

JAK DZIAŁA ZINTEGROWANY SYSTEM RATOWNICTWA

Osoby dzwoniące na numery ratunkowe (601 100 100 oraz 601 100 300) zostają automatycznie przekierowane do najbliższego centrum dyspozytorskiego. Wystarczy tylko jeden przycisk Dyżurnego, aby jednostka ratownicza ruszyła na ratunek.

System monitoruje całe regiony, pilnując bezpieczeństwa setek tysięcy ludzi. Działa przez całą dobę, cały rok i na terenie całego kraju. Niewątpliwie jest to największy i najnowocześniejszy system w tej części Europy. Numery ratunkowe współpracują ze wszystkimi sieciami komórkowymi i stacjonarnymi w Polsce.

- W ciągu 14 lat istnienia Zintegrowanego Systemu Ratownictwa odnotowano około 20 tys. interwencji nad wodą.
- Ponad 70% wszystkich akcji i interwencji górskich i wodnych służb ratowniczych następuje po wywołaniu połączenia z numerami ratunkowymi Plusa.

„O tym, że system ratownictwa i numer ratunkowy są krokami milowymi dla ratownictwa MOPR świadczy sytuacja z 2007 roku, kiedy po białym szkwale kilkadziesiąt łodzi leżało przewróconych, a 80% zgłoszeń o wypadku pochodziło z tego numeru. W ciągu 20 minut na szlaku o długości 171 km wyjęliśmy z wody prawie 100 ludzi, z czego spisaliśmy ponad 80 osób z imienia i nazwiska".

Zbigniew Kurowicki

Prezes Mazurskiego Ochotniczego Pogotowia Ratunkowego

Uzupełnieniem opracowanego przez nas systemu jest **aplikacja Ratunek**, dostępna za darmo na smartfony. Za jej pomocą szybko i sprawnie można zawiadomić ratowników o zdarzeniu. Aplikacja pozwala na połączenie z najbliższą stacją ratownictwa, a w trakcie rozmowy wysyła SMS do ratownika z lokalizacją osoby poszkodowanej z dokładnością do 3m. Od początku istnienia aplikacji Ratunek wykonano ok. 40 tys. połączeń i udzielono pomocy setkom osób. W 2017 r. aplikację pobrało ponad 50 tys. osób.

W górach w 2017 roku przez aplikację Ratunek odnotowano ponad 200 zgłoszeń, z czego 40 zgłoszeń to zgłoszenia o bezpośrednim zagrożeniu życia.

Przykłady udanych akcji z użyciem aplikacji Ratunek:

- uratowanie ośmiu turystów zagubionych zimą w rejonie Morskiego Oka,
- odnalezienie wychłodzonych ludzi w Karkonoszach,
- sprowadzenie turysty zagubionego we mgle na Czerwonych Wierchach,
- uratowanie grotołaza w Jurze Krakowsko-Częstochowskiej,
- uratowanie grupy gimnazjalistów z kamieniołomu na terenie Jury Krakowsko-Częstochowskiej.

Jesteśmy dumni z możliwości współpracy z ratownikami i korzystamy z każdej okazji, aby pomóc im podnosić swoje kwalifikacje. Dlatego regularnie wspieramy branżowe imprezy – w 2016 roku byliśmy partnerem m.in. Mistrzostw Polski w ratownictwie morskim, Mistrzostw łodzi ratowniczych czy wakacyjnych zawodów ratowników morskich i górskich. Transmisje z wydarzeń pokazują nasze kanały telewizyjne.

Jednocześnie wraz z ratownikami prowadzimy szereg akcji edukacyjnych podnoszących poziom wiedzy na temat bezpiecznych zachowań w górach i na wodzie. W 2017 roku zorganizowaliśmy m.in. akcję w czasie ferii zimowych „Bezpieczna Zima z GOPR" i letnią akcję „Słoneczna Stacja", podczas których poruszaliśmy aspekty bezpieczeństwa i numerów alarmowych. Regularnie prowadzimy akcje informacyjne zarówno on-line w sieciach społecznościowych, jak i poprzez plakaty i banery w nadmorskich i górskich kurortach.

Cieszymy się z uznania, jakie nasze działania związane z bezpieczeństwem znajdują w oczach niezależnych ekspertów. Numer Ratunkowy Plus oraz aplikacja Ratunek zostały laureatami konkursu **Wizjonerzy XXI wieku** organizowanego przez tygodnik *Wprost*.

4.3. W trosce o zdrowie najmłodszych

[GRI 203-1, GRI 203-2] [UoR – Kluczowe wskaźniki efektywności]

Fundacja POLSAT – kluczowe liczby

Przez 21 lat:

Pomoc dla ponad **31,5 tys.** dzieci	Wsparcie dla ponad **1 200** szpitali i ośrodków zdrowia
Ponad **224 mln** przekazanych na cele statutowe	**17,5 mln zł** wpływów z Mikołajkowego Bloku Reklamowego
Ponad **16,7 mln zł** wpływów z 1% podatku	

Wyjątkowe miejsce w myśleniu o wpływie społecznym Grupy Cyfrowy Polsat zajmują dzieci. Od ponad 21 lat Fundacja POLSAT czyni nieprzerwanie wysiłki, aby poprawić sytuację zdrowotną najmłodszych pacjentów w Polsce. Organizuje duże, ogólnopolskie kampanie, z których dochód również przeznaczany jest na zakup sprzętu medycznego do szpitali i placówek zdrowia opiekujących się dziećmi.

Fundacja rozumie, że choroba dziecka to dla wielu polskich rodzin dramat nie tylko w wymiarze emocjonalnym, ale i materialnym. Specjalistyczne leczenie, nowoczesne środki farmaceutyczne czy skomplikowane zabiegi operacyjne wiążą się z kosztami, które często przekraczają finansowe możliwości rodziców. Państwowa służba zdrowia z wielu powodów nie jest w stanie otoczyć właściwą opieką wszystkich potrzebujących.

[GRI 203-1, GRI 203-2]

W 2017 roku Fundacja POLSAT przekazała:

- 511 936,26 zł na leczenie dla 255 dzieci,
- 4 184 223,45 zł na rehabilitację dla 1 794 dzieci,
- 219 784,67 zł na zakup sprzętu medycznego dla 69 dzieci,
- 395 008,80 zł na zakup sprzętu rehabilitacyjny dla 140 dzieci,
- 1 834 248,05 zł przekazała 12 ośrodkom i szpitalom, w których leczone i rehabilitowane są dzieci.

Fundacja POLSAT ratuje zdrowie i życie dzieci, które bez jej pomocy nie mają szans na wyleczenie. Fundacja stworzyła system szybkiej i skutecznej reakcji na prośby o pomoc. Informacje otrzymywane od rodziców są weryfikowane, a następnie ich podania są rozpatrywane według ustalonych kryteriów. Fundacja finansuje liczne zabiegi, leki i terapie. Przez 21 lat pomogła 31 535 dzieciom cierpiącym m.in. na mukowiscydozę, zespół Downa, mózgowe porażenie dziecięce, dystrofię mięśniową, arthrogrypozę, wady słuchu, choroby nowotworowe, choroby nerek, wady serca, cukrzycę czy padaczkę.

Fundacja POLSAT sponsoruje remonty i modernizacje placówek medycznych. Pomoc do tej pory otrzymało ponad 1 200

szpitali i ośrodków na terenie całej Polski. Fundacja zakupiła dla nich najwyższej klasy wyposażenie, m.in. sprzęt diagnostyczny niezbędny do terapii wcześniaków, specjalistyczny sprzęt do diagnostyki chorób nowotworowych u dzieci i aparaturę medyczną do diagnozowania i monitorowania stanu zdrowia dzieci – ofiar wypadków.

Jednym ze sztandarowych przykładów udzielanego przez nas wsparcia jest Klinika Neonatologii, Patologii i Intensywnej Terapii Noworodka działająca przy Instytucie „Pomnik-Centrum Zdrowia Dziecka". Klinika wybudowana została w 2006 roku przez Fundację POLSAT. W 2016 roku rozpoczął się nowy etap rozwoju ośrodka – po sfinansowanej przez nas modernizacji i rozbudowie Klinika stała się największym tego typu ośrodkiem w Polsce. W swoim nowym kształcie Klinika może przyjąć rocznie do 3,5 tys. dzieci. Jednocześnie – w ramach wspólnego z firmą Procter & Gamble projektu „Z dumą wspieramy Mamy" – na terenie oddziału otwarty został pokój dla mam, który zapewnia mamom domowe warunki podczas pobytu ich dzieci w szpitalu.

„Szczególnie cenna we współpracy z Fundacją była dla nas profesjonalna realizacja każdego z projektów od początku do końca oraz podejmowanie się zadań, które były pionierskie i na pierwszy rzut oka bardzo trudne do zrealizowania – im trudniej, tym lepiej – za tę odwagę bardzo Państwa cenimy".

Dr n. med. Maciej Piróg, Dyrektor Instytutu „Pomnik-Centrum Zdrowia Dziecka" w latach 2002-2012

W 2017 roku Fundacja POLSAT zaangażowała się m.in. w remont Oddziału Pediatrii w Powiatowym Centrum Zdrowia w Otwocku – nieremontowanej od ponad pół wieku placówce, w której rocznie hospitalizowanych jest nawet dwa tysiące najmłodszych pacjentów. Fundacja zapewniła finansowanie i organizację prac remontowych. Całkowity koszt odnowy wyniósł milion złotych – wyremontowane oraz wyposażone zostały m.in. izba przyjęć, gabinety zabiegowe, łazienki oraz sale chorych. Wymienione zostały też instalacje wodno-kanalizacyjna, elektryczna i wentylacyjna. W ramach renowacji oddziału zostały stworzone także pokoje socjalno–hotelowe dla mam. To przedsięwzięcie zostało zrealizowane dzięki dołączeniu się do tej części akcji marki Pampers z firmy Procter&Gamble. Dodatkowo Grupa Polsat razem z Fundacją POLSAT zorganizowała wśród swoich pracowników akcję charytatywną „Podwajamy złotówki". Zebrane wśród pracowników środki zostały podwojone z budżetu Polkomtelu, następnie przekazane na zakup specjalistycznego sprzętu m.in. skanera służącego do lokalizowania podskórnych naczyń krwionośnych dla otwockiej placówki. Wyremontowany oddział został otwarty na początku czerwca 2017 roku.

Od samego początku swojego istnienia Fundacja POLSAT angażowała się w projekty, które były pionierskimi działaniami[18]:

- przeniesienie do Polski programu Rodzinnych Przeszczepów Wątroby,
- stworzenie pierwszego w Polsce Dziecięcego Oddziału Autologicznych Transplantacji Szpiku i Terapii Genowej w Katedrze Hematologii Chorób Rozrostowych Dzieci w Akademii Medycznej we Wrocławiu,
- stworzenie Banku Komórek Krwiotwórczych z Krwi Pępowinowej im. Fundacji POLSAT przy Klinice Hematologii, Onkologii i Chorób Wewnętrznych Akademii Medycznej w Warszawie,
- sprowadzenie programu zamykania ubytków międzyprzedsionkowych serca u dzieci metodą niechirurgiczną za pomocą techniki Amplatza w CZD,
- wdrożenie nowatorskich technologii medycznych – zastosowanie tzw. sztucznej wątroby oraz neuromonitoringu śródoperacyjnego w Klinice Chirurgii Dziecięcej i Transplantacji Narządów w Centrum Zdrowia Dziecka,
- wprowadzenie do Polski nowoczesnej metody leczenia w łonie matki dotyczącej rozszczepu kręgosłupa. Zabiegi są wykonywane w I Katedrze i Klinice Położnictwa i Ginekologii Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego.

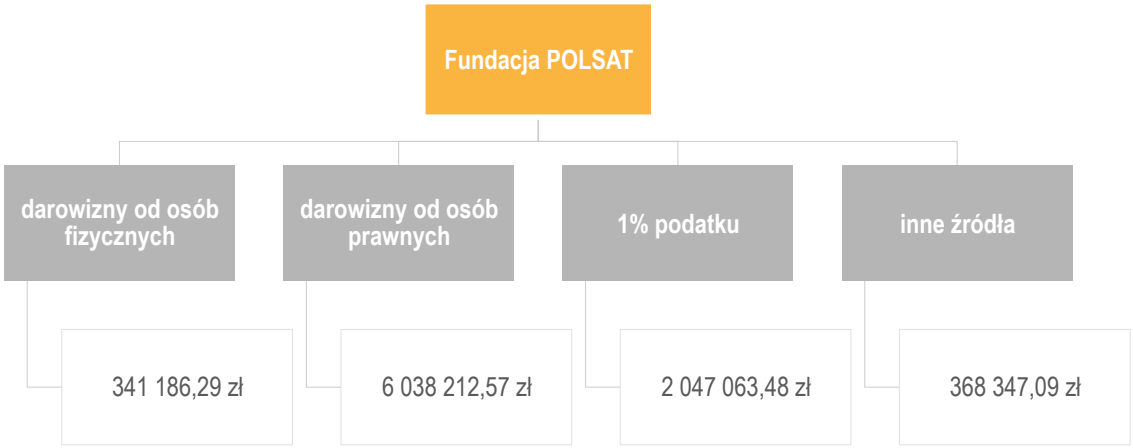
W ważne wydarzenia Fundacja POLSAT angażuje także aktorów i producentów seriali emitowanych na antenie Telewizji Polsat. Od lat wszystkie działania Fundacji wspierają także dziennikarze „Wydarzeń" POLSATu oraz Polsat News. W

[18] Zestawienie oraz szczegółowe informacje dotyczące wszystkich projektów, w które zaangażowana jest Fundacja POLSAT, dostępne są na stronach internetowych Fundacji: (http://www.fundacjapolsat.pl/aktualnosci/)

„Wydarzeniach" emitowane są materiały na temat ważnych działań Fundacji POLSAT. Przedstawiciel Fundacji jest również gościem programu „Nowy Dzień" w Polsat News w każdy czwartek. Fundacja gości w tej stacji również ze swoim coniedzielnym programem „Wystarczy chcieć". Autorzy programu przedstawiają historie rodziców chorych i niepełnosprawnych dzieci ale też problemy, z którymi borykają się dzieci zdrowe. Eksperci wyjaśniają istotę prezentowanych przypadków, omawiają możliwości leczenia, lub – w sytuacji chorób nieuleczalnych – podpowiadają, jak powinna przebiegać opieka. Prowadzącym jest Bartosz Kwiatek, dziennikarz Polsat News, a historie bohaterów opowiada i szuka odpowiedzi u ekspertów Izabela Talabska, mama 11-letniego Olafa z dziecięcym porażeniem mózgowym, podopiecznego Fundacji POLSAT.

Wszystkie działania Fundacji POLSAT mogą być realizowane dzięki wsparciu darczyńców fundacji. Do osób prywatnych i sponsorów docieramy m.in. dzięki Telewizji Polsat, która od lat emituje apele o wsparcie. Bez Telewizji Fundacja POLSAT nie mogłaby działać tak skutecznie i w ogólnopolskiej skali.

Finansowanie Fundacji POLSAT w 2017 r.



Najwięksi darczyńcy w 2017 roku

Lp.	Nazwa	Kwota
1	TELEWIZJA POLSAT SP. Z O.O.	2 252 983,00 zł
2	POLKOMTEL SP. Z O.O.*	1 049 810,44 zł
3	ORANGE POLSKA S.A.*	647 354,95 zł
4	PROCTER AND GAMBLE DS. POLSKA	500 000,00 zł
5	CYFROWY POLSAT S.A.	461 886,04 zł
6	T-MOBILE POLSKA S.A.*	331 275,00 zł
7	P4 SP. Z O.O.*	311 540,00 zł
8	PLUS BANK S.A.	250 000,00 zł
9	POLSAT MEDIA SP. Z O.O. SP.K.	125 565,00 zł
10	ZESPÓŁ ELEKTROWNI PAK	102 000,00 zł
11	PLUS TM MANEAGEMENTY SP. Z O.O.	35 534,70 zł
12	G24 GROUP SP. Z O.O.	31 050,00 zł
13	AQUILA HOTELE SP. Z O.O.	10 000,00 zł

** charytatywne wsparcie i przekazanie całkowitego dochodu z kampanii SMS-owych Fundacji*

Fundacja współpracuje z Telewizją Polsat przy organizacji ogólnopolskich kampanii telewizyjnych, których celem jest pozyskanie wsparcia dla działań statutowych Fundacji. Do najbardziej rozpoznawalnych projektów należy kampania „Jesteśmy dla dzieci". W emitowanych na antenach Telewizji Polsat spotach, dzieci-podopieczni Fundacji apelują o pomoc nie tylko dla siebie, ale także dla swoich chorych kolegów i koleżanek.

[GRI 203-1, GRI 203-2]

Telewizja Polsat i biuro reklamy Polsat Media – od 14 lat, 6 grudnia każdego roku o 18:45, organizują **Mikołajkowy Blok Reklamowy**. To wyjątkowe kilkanaście minut wypełnione reklamami, które co roku przyciągają przed telewizory miliony Polaków. Wpływy z Mikołajkowego Bloku Reklamowego – obliczone na podstawie wyników oglądalności – przekazywane są na leczenie i rehabilitację podopiecznych Fundacji POLSAT.

W 2017 roku Mikołajkowy Blok Reklamowy można było obejrzeć również w telewizji internetowej IPLA. W sumie reklamy obejrzało ponad 6 mln widzów. Na konto Fundacji wpłynęło dzięki temu ponad 1,2 mln zł. W ciągu dotychczasowych czternastu edycji Mikołajkowego Bloku Reklamowego udało się zebrać ponad 17,5 mln zł. Kwota ta w całości została przekazana na leczenie i rehabilitację dzieci.

Dzięki Fundacji POLSAT I Klinika Położnictwa i Ginekologii Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego pod przewodnictwem prof. Mirosława Wielgosia przy współpracy z prof. Thomasem Kohlem ze Szpitala Uniwersyteckiego w Giessen, **zainicjowała projekt polegający na wdrożeniu fetoskopowych operacji rozszczepu kręgosłupa w łonie matki**. 11 września 2017 roku, polscy lekarze razem z prof. Kohlem przeprowadzili pierwszy zabieg w Polsce, który zakończył się sukcesem. Fundacja POLSAT sfinansowała szkolenie lekarzy oraz zakup sprzętu medycznego niezbędnego do wykonania tego typu zabiegu.

- To jest coś niezwykłego. Coraz większa grupa dzieci może uzyskać pomoc jeszcze w łonie matki. Chcemy, by metody stosowane na świecie, były dostępne również w Polsce. Zawsze wychodzimy z założenia, że skoro inni mogą to robić z sukcesem, my też musimy spróbować by możliwe było wykonywanie tego tutaj na miejscu bez konieczności karkołomnych wyjazdów, które dla kobiet w ciąży nie zawsze są korzystne – mówi prof. Mirosław Wielgoś z Uniwersyteckiego Centrum Zdrowia Kobiety i Noworodka WUM.

Ważną częścią przychodów Fundacji jest także 1% podatku. Od lat Telewizja Polsat w kampaniach zachęca swoich widzów do wsparcia Fundacji przy wypełnianiu corocznego zeznania podatkowego. Ze strony Fundacji bezpłatnie dla każdego do pobrania jest oprogramowanie ułatwiające rozliczenia z fiskusem wskazujące Fundację POLSAT jako beneficjenta 1%. Do tej pory, dzięki hojności podatników, uzyskaliśmy w ten sposób blisko 16,7 mln zł. Cała ta kwota została przeznaczona na leczenie i rehabilitację dzieci w Polsce.

Corocznie budżet Fundacji zasilany jest także darowiznami od sponsorów, wśród których są największe działające w Polsce firmy.

4.4. Zdrowie i sportowe emocje

„Plus zawsze mi się kojarzył z siatkówką, sponsoringiem. Myślę, że ważne jest zakomunikowanie, jak taki sponsoring wpływa na wizerunek marki".

Uczestnik sesji dialogowej

[GRI 203-1, GRI 203-2]

Sport zajmuje bardzo szczególne miejsce w działalności Grupy Cyfrowy Polsat. Nie tylko pokazujemy go widzom na najwyższym światowym poziomie, ale przede wszystkim od wielu lat konsekwentnie wspieramy sportowców – zarówno amatorów, jak i światowych mistrzów swoich dyscyplin. Polsat od lat wspiera i inwestuje w polski sport. Na zakup licencji, produkcję telewizyjną, transmisje i promocję różnych rozgrywek od 2000 roku wydaliśmy przeszło **miliard** złotych. Kanały Polsatu są liderami zestawień najchętniej oglądanych programów sportowych. Promujemy sukcesy polskich sportowców poprzez transmisje i retransmisje wydarzeń sportowych, jak i przekazując relację z ich przebiegu w programach informacyjnych i publicystycznych. Jak dotąd żadna stacja w historii polskiej telewizji nie poświęciła tyle czasu antenowego na relacjonowanie przebiegu zmagań sportowców i sukcesów Polaków.

Naszą sportową królową jest bez wątpienia siatkówka. Od dawna prezentujemy na swoich antenach wszystkie najważniejsze rozgrywki siatkarskie – od ligowych poprzez europejskie puchary aż po rozgrywki reprezentacyjne. Dzięki ekspozycji telewizyjnej w tak szerokim zakresie, polska siatkówka – kluby, jak i związek sportowy – dokonała ogromnego skoku jakościowego. Powstały nowe hale i boiska treningowe, pojawili się poważni sponsorzy, wzrosła frekwencja na

meczach, a do polskiej ligi ściągnęły światowe siatkarskie gwiazdy. Polskie kluby zaczęły się liczyć na arenie europejskiej. Ukoronowaniem jest ponad 10 siatkarskich medali z imprez rangi mistrzowskiej, w latach 2006-2017, których zdobycie pokazały anteny Grupy Cyfrowy Polsat. Grupa Cyfrowy Polsat wydatnie przyczyniła się do organizacji siatkarskiego Mundialu w Polsce w 2014 roku, który zakończył się złotym medalem polskiej reprezentacji. Również w 2017 roku relacjonowaliśmy na antenatach Polsatu rozgrywające się w Polsce Mistrzostwa Europy w siatkówce mężczyzn Lotto Eurovolley Poland 2017. Nasza sieć Plus była sponsorem obu tych wydarzeń. Realizacyjny i technologiczny profesjonalizm oraz nasza korzystna współpraca z FIVB doprowadziły też do trzykrotnej organizacji finałów Ligi Światowej w Polsce (lata 2007, 2011 i 2016) – wydarzenia głośnego nie tylko w świecie sportowym, ale również znakomicie promującego Polskę na świecie. Jednocześnie wsparcia reprezentacyjnym siatkarzom i siatkarkom dostarcza również Plus, który od 20 lat jest sponsorem strategicznym obu naszych reprezentacji narodowych. Wartość ekspozycji marki Plus we wszystkich meczach siatkarskich w 2016 roku firma badawcza Pentagon Research wyceniła na ponad 131 mln zł.

Wielkie imprezy siatkarskie w naszym kraju to również nowy, radosny, przyjazny, rodzinny i przede wszystkim bezpieczny model kibicowania, który od lat kształtujemy, wspieramy i promujemy, także dzięki zaangażowaniu naszych spółek. Oprawa widowiska oraz szerokie i częste pokazywanie kibiców i radosnych trybun podczas meczów skutecznie rozpowszechniają ten sposób kibicowania, nie tylko w Polsce, bo często to Telewizja Polsat produkuje i dostarcza sygnał TV z turniejów do kilkudziesięciu i więcej krajów. Naszych kibiców doceniają światowe federacje sportowe, a ich kolorowy, rodzinny, bezpieczny, pełen zaangażowania i pozytywnych sportowych emocji model kibicowania przeniósł się już do Włoch, czy krajów Ameryki Południowej.

Patronatem Plusa objęte są też wszystkie reprezentacje młodzieżowe funkcjonujące w ramach struktur Polskiego Związku Piłki Siatkowej. Dzięki zaangażowaniu firmy, a co za tym idzie stabilności finansowej i wspólnej pracy, polskie siatkarki i siatkarze zanotowali wiele spektakularnych sukcesów sportowych: m.in. złoty medal ME Kobiet w roku 2005, złoty medal Mistrzostw Europy 2009, srebrny medal MŚ Mężczyzn 2006, złoty medal MŚ Mężczyzn 2014 (najcenniejszy, zdobyty na Mistrzostwach, które odbyły się w Polsce) i złoty medal MŚ juniorów U-21 w 2017. Naturalnym rozwinięciem projektu jest współpraca z polską ligą piłki siatkowej – sieć Plus jest tytularnym sponsorem ligi męskiej i sponsorem ligi żeńskiej. Nasze zaangażowanie w siatkówkę w latach 2015-2016 wykorzystywaliśmy jako platformę komunikacyjną produktów i usług naszej sieci Plus.

Nie samą siatkówką jednak kibic żyje. Z myślą o naszych widzach, konsekwentnie od lat stawiamy na piłkę nożną w najlepszym reprezentacyjnym wydaniu. To na naszych antenach można było oglądać piłkarskie Mistrzostwa Świata w 2002 i 2006 roku czy finałowe turnieje Euro w 2008 i 2016 roku.

W najbliższych latach na widzów kanałów Polsatu czekają nie lada piłkarskie emocje. Pokażemy m.in. mecze eliminacyjne do Euro 2020 i Mundialu 2022 roku oraz dwa cykle nowych rozgrywek europejskiej federacji UEFA Nations League (Ligi Narodów) w latach 2018/2019 i 2020/2021. Kibice będą mogli emocjonować się meczami takich piłkarskich potęg jak Niemcy, Portugalia, Hiszpania, Francja, Włochy czy Anglia. Maksymalnie cztery godziny po zakończeniu retransmitować będziemy również mecze polskiej reprezentacji. Łącznie do 2022 roku pokażemy blisko tysiąc spotkań w obu cyklach eliminacyjnych i w Lidze Narodów.

Emocje urosną od sierpnia 2018 roku. Widzów zapraszamy na prawdziwą piłkarską ucztę – przez trzy kolejne lata (do roku 2021) nasze kanały zaprezentują ponad 1000 meczów **Ligi Mistrzów i Ligi Europy UEFA**. Grupa Cyfrowy Polsat nabyła dla polskich kibiców wyłączne prawa do pokazywania LM i LE dla wszystkich kanałów dystrybucji – m.in. telewizji, Internetu i urządzeń mobilnych. Cyfrowy Polsat będzie jedyną platformą satelitarną w Polsce, która pokaże wszystkie mecze.

„Jesteśmy dumni z tego, że pozyskaliśmy prawa do tak doskonałego produktu, jakim jest Liga Mistrzów i Liga Europy UEFA. Dla naszej Grupy, w tym dla platformy cyfrowej, jest to strategiczna inwestycja. Transmitując w ostatnich latach eliminacje do ME 2016, udane dla Polski ME 2016 oraz eliminacje MŚ 2018, obserwujemy rosnącą popularność transmisji z rozgrywek piłkarskich. To utwierdziło nas w przekonaniu, że inwestowanie w piłkę nożną na najwyższym poziomie jest właściwym kierunkiem działania. Zakup wyłącznych praw do LM i LE na kolejne trzy lata to ekscytujące wydarzenie dla naszej Grupy".

Maciej Stec, Członek Zarządu Telewizji Polsat i Cyfrowego Polsatu

W ostatnich latach produkcyjnie i organizacyjnie wspieraliśmy m.in. Mistrzostwa Europy piłkarzy ręcznych w 2016 roku, które odbyły się w czterech polskich miastach. Na trybunach oglądało je rekordowe 400 tysięcy kibiców, a transmisje międzynarodowe z turnieju obejrzało ponad 1,5 miliarda widzów na całym świecie. Piłka ręczna jest obecna na naszych

antenach od momentu powstania kanału Polsat Sport.

Na naszych antenach regularnie pojawia się także koszykówka, rugby, polski boks, biathlon, łyżwiarstwo szybkie oraz tenis.

Naszą pracę i sukcesy naszych reprezentantów doceniają kibice. Wśród spotkań z najwyższą widownią w Polsacie znalazły się m.in.:

- mecz Niemcy – Polska podczas UEFA EURO 2008 – ponad 10 milionów widzów,
- mecz Austria – Polska podczas UEFA EURO 2008 – ponad 10 milionów widzów,
- finał MŚ w siatkówce mężczyzn 2014 – ponad 8 milionów widzów,
- półfinał Wimbledonu 2013 Jerzy Janowicz – Andy Murray, w Polsat Sport – obejrzany został przez prawie 1,4 mln osób.

Dowodem na popularność naszych kanałów sportowych są wyniki badań. Polsat Sport od 2007 roku pozostaje w czołówce najchętniej oglądalnych kanałów sportowych w Polsce.

Dzięki Telewizji Polsat polscy widzowie mają możliwość oglądania najważniejszych wydarzeń sportowych, którymi emocjonują się setki milionów ludzi na całym świecie. Pokazujemy najpopularniejsze i najbardziej emocjonujące zawody oraz gwiazdy sportu. Relacjonowanie najważniejszych imprez to również popularyzacja wielu dyscyplin sportu, co często implikuje chęć uprawiania danej dyscypliny przez ludzi w różnym wieku. Z jednej strony zachęca dzieci i młodzież do wyjścia z domu i zainteresowania się sportem, z drugiej pomaga często osobom dorosłym w podjęciu decyzji o poświęceniu choćby części czasu na sport.

Polsat, a także nasze kanały sportowe i informacyjne należące do Grupy chętnie udzielają wsparcia działaniom propagującym kulturę fizyczną poprzez patronaty medialne i promocję na antenach. Zarówno programy informacyjne, jak i magazyny publicystyki sportowej informują o sportowych wydarzeniach masowych, zachęcając do wzięcia w nich udziału. Poprzez prezentowanie gwiazd sportu, które również chętnie przyłączają się do takich inicjatyw, propagujemy aktywny wypoczynek i turystykę. Promujemy masowe imprezy biegowe czy narciarskie, a także wspieramy dziecięce turnieje hokejowe, piłkarskie oraz tenisowe.

W kanałach Grupy promowane są również turystyka i wypoczynek – w szczególności nacisk jest kładziony na turystykę krajową. Istotną rolę pełnią tutaj przeprowadzane wraz z naszymi partnerami akcje odbywające się w okresach letnich wakacji i ferii zimowych.

Zakup praw do transmisji i realizacja na światowym poziomie wielkich wydarzeń sportowych to wydatek setek milionów euro. W związku z tym ich finansowanie wyłącznie dzięki wpływom sponsorskim lub z reklam nie jest w tym przypadku możliwe. Dlatego – podobnie jak to się dzieje we wszystkich praktycznie krajach UE i Ameryki Północnej – cześć naszych transmisji oferujemy w kanałach kodowanych. Łatwość w nabyciu usługi, przystępne ceny oraz wyśmienita jakość prezentowanych materiałów sprawiają, że takie usługi cieszą się coraz większym zrozumieniem i popularnością wśród naszych klientów.

Jednocześnie staramy się, aby pojedyncze wydarzenia o najwyższym znaczeniu sportowym dostępne były dla jak największego grona widzów. Na otwartej antenie zaprezentowaliśmy m.in. zwycięski dla Polaków finał Mistrzostw Świata w siatkówce. Zgodnie z obowiązującymi obecnie regulacjami, odkodowanych jest również większość meczów polskich reprezentacji narodowych w wielu sportach, m.in. w piłce nożnej, siatkówce i piłce ręcznej.

> ***„Pokazując Ligę Mistrzów i Ligę Europejską od 2018 roku zbudujemy taką ofertę, aby każdy był zadowolony. Tworząc ją, będziemy czerpać z naszych doświadczeń w pokazywaniu piłki nożnej, siatkówki, mundiali i Euro 2016, gdzie jest coś i dla szerokiej publiczności, i dla tych, którzy chcą obejrzeć wszystko."***
>
> *Marian Kmita, Dyrektor ds. Sportu Telewizji Polsat*

4.5. Pomoc mierzona uśmiechem

Encyklopedie definiują wolontariat pracowniczy jako wspieranie przez przedsiębiorcę działalności charytatywnej przy dobrowolnej współpracy zatrudnionych przez przedsiębiorcę osób. Dla nas, w Grupie Cyfrowy Polsat, wolontariat kojarzy się bardziej z radością, pomocą, uśmiechem i szczęściem. Nasi pracownicy od lat wykazują się przy wolontariacie ogromnym

sercem i poświęceniem, a powodem do dumy dla Grupy Cyfrowy Polsat jest wspomaganie ich w tych wysiłkach.

> ***„Jako zespół od wielu lat angażujemy się w akcje na rzecz potrzebujących – Szlachetna Paczka, Kurier Świętego Mikołaja, akcja Wypełnij Plecak, czy wsparcie dla bieżących działań Fundacji POLSAT, to tylko niektóre z nich. Najczęściej są to przedsięwzięcia, w które angażują się pracownicy firmy, czasami wspierani przez Zarządy spółek. Co cieszy nas najbardziej, to większość tych rzeczy dzieje się z oddolnej inicjatywy pracowników".***
>
> *Iza Sarzyńska, Starszy Specjalista ds. Promocji i Public Relations, Anna Suplewska-Kocyło, Starszy Specjalista ds. Public Relations, koordynatorki akcji wolontariatu pracowniczego w Polkomtelu i Cyfrowym Polsacie*

Wolontariat w naszej firmie promowaliśmy hasłem JA+ WOLONTARIAT, nawiązującym do ogólnopolskiej kampanii marketingowej „Plus. Nowe możliwości". Kampania zasłynęła hasłem „Brawo JA!", które stało się chwytliwym sloganem i zadomowiło się w języku potocznym. Na sile przekazu i jego doskonałej rozpoznawalności bazowaliśmy przy organizowaniu wewnętrznych działań wolontariuszy, pragnąc jednocześnie ułatwić integrację zespołów z różnych spółek Grupy. Inspiracją stał się Międzynarodowy Dzień Wolontariusza – z tej okazji podkreślaliśmy w komunikacji wewnętrznej znaczenie zaangażowania w działania społeczne oraz korzyści z pracy zespołowej.

[GRI 203-1, GRI 203-2]

- W wakacje 2017 roku przeprowadziliśmy również po raz kolejny akcję „Wypełnij plecak". Wspólnie zebraliśmy ponad 2 000 różnych artykułów szkolnych i przygotowaliśmy 30 pełnych wyprawek oraz 1 wielki karton z materiałami kreatywnymi dla świetlicy. Od partnerów biznesowych otrzymaliśmy ponad 1 000 atrakcyjnych gadżetów, które również wrzuciliśmy do plecaków.
- W grudniu 2017 roku 360 pracowników Cyfrowego Polsatu i Polkomtelu, w odpowiedzi na wzruszające listy do Św. Mikołaja, przygotowało 141 paczek świątecznych o wartości 16 800 zł. Były to prezenty dla dzieci z dwóch świetlic środowiskowych w Miłkach i Białej Rawskiej. Akcja prowadzona była we współpracy z Fundacją Przyjaciółka.
- Efektem zaangażowania pracowników w wolontariat jest również udział w akcji Szlachetna Paczka. W 2017 roku załoga wolontariuszy przygotowała 43 Szlachetne Paczki o łącznej szacunkowej wartości 6 500 zł. Pomoc materialna i finansowa trafiła do pięciu rodzin z Warszawy i Łodzi.

Pracowniczy wolontariat to również aktywne wsparcie dla podopiecznych Fundacji POLSAT. W 2017 roku nasi współpracownicy wzięli udział w 3 akcjach wspierających leczenie i rehabilitację chorych dzieci.

- W 2017 roku Fundacja POLSAT, w ramach swoich celów statutowych, zaangażowała się m.in. w remont Oddziału Pediatrycznego w Powiatowym Centrum Zdrowia w Otwocku. Poza generalnym remontem przestrzeni szpitalnych bardzo istotny był zakup sprzętu, który zwiększa komfort przeprowadzania zabiegu pobierania krwi u małych pacjentów. Dlatego też wiosną, w naszych biurach zorganizowaliśmy zbiórkę pieniędzy na zakup specjalistycznego skanera służącego do lokalizowania podskórnych naczyń krwionośnych. Dzięki zaangażowaniu pracowników i wsparciu Zarządów spółek Grupy Polsat udało się osiągnąć cel i przeznaczyć kwotę 17 500 zł na zakup powyższego urządzenia.
- Ogromnym sukcesem frekwencyjnym okazał się również nasz Rodzinny Piknik z okazji Dnia Dziecka w Otwocku w 2017 roku. W trakcie wielkiej, rodzinnej fety uczestnicy bawili się podczas dwóch koncertów odbywających się w Parku Miejskim oraz mogli zakupić cegiełki sprzedawane przez wolontariuszy m.in.: pracowników Telewizji Polsat, Cyfrowego Polsatu oraz Polkomtelu. Dochód z loterii został przekazany na pomoc chorym dzieciom oraz

doposażenie Oddziału Pediatrycznego w Powiatowym Centrum Zdrowia w Otwocku. Koncert, na którym wystąpiły takie gwiazdy jak: Ania Wyszkoni, Kayah, Kamil Bednarek, Urszula, Danzel czy Big Cyc, transmitowała Telewizja Polsat.

- Rok 2017 udało się nam zakończyć wyjątkową inicjatywą pomocy dla podopiecznego Fundacji POLSAT. Nasi pracownicy wraz ze swoimi pociechami oraz uczniowie Zespołu Szkolno-Przedszkolnego w Halinowie chętnie przekazali przygotowane przez siebie świąteczne ozdoby na pomoc dla cierpiącego na mózgowe porażenie dziecięce i autyzm Kuby z Mińska Mazowieckiego. Ich prace można było zakupić na świątecznym kiermaszu w biurach Plusa i Cyfrowego Polsatu. W sumie udało się nam zebrać dla Kuby 8 924,70 zł. To była cudowna wiadomość dla mamy chłopca, która w dzień zbiórki dowiedziała się o konieczności przeprowadzenia u synka specjalistycznych badań genetycznych, których koszt wynosi 6 000 zł. Udało się nam w tym przypadku zrealizować idealny scenariusz niesienia pomocy. Wszyscy namacalnie odczuliśmy magię Świąt.

Jest jeszcze jedna forma pomocy, którą co roku chętnie się dzielimy. To przekazanie 1% z naszego podatku na leczenie i rehabilitację dla podopiecznych Fundacji POLSAT oraz innych fundacji, pod opieką których znajdują się nasi chorzy pracownicy, bądź ich chore dzieci.

Choć działalność wolontariatu pracowniczego nie jest ujęta w formalne procedury wewnętrzne w Grupie Kapitałowej Cyfrowy Polsat, wierzymy, że wspólnymi siłami możemy zrealizować wiele wyzwań. Przekonaliśmy się nie raz, że jeden mały gest może wywołać lawinę dobroci. Tym wartościom będziemy wierni!

Rozdział 5
Grupa przyjazna środowisku

5. Grupa przyjazna środowisku

„W momencie, w którym ja jako abonent zwracam do Polsatu sprzęt, którego nie da się już użyć. (...) Pytanie, czy ma on jakieś drugie życie?"

Uczestnik sesji dialogowej

5.1. Kluczowe liczby

[UoR – Kluczowe wskaźniki efektywności]

<1 W energii zużywają w trybie czuwania dekodery produkowane przez Cyfrowy Polsat	**11,9 ton** zużytego sprzętu elektronicznego przekazał Polkomtel do odzysku w 2017 roku
617 ton odpadów zostało przekazanych w 2017 roku do recyklingu przez Cyfrowy Polsat	**3,4 tony** nośników danych przekazała w 2017 roku do recyklingu Telewizja Polsat

5.2. Kontrolujemy nasz wpływ na środowisko

W Grupie Cyfrowy Polsat nie zapominamy o naszym wpływie na środowisko. Kontrolujemy zużycie surowców i oszczędzamy energię elektryczną. Skutecznie zarządzamy odpadami i wszędzie, gdzie to możliwe przekazujemy je do wyspecjalizowanych firm recyklingowych. Badamy również wpływ naszych urządzeń nadawczych na otoczenie.

Istotne obszary wpływu środowiskowego Grupy Cyfrowy Polsat

	Cyfrowy Polsat	Polkomtel	Telewizja Polsat
Zużycie surowców	✓	✓	✓
Energia	✓	✓	✓
Zarządzanie odpadami i recykling	✓	✓	✓
Wpływ stacji bazowych i nadawczych na otoczenie	×	✓	×

Sposób zarządzania

Nasza fabryka dekoderów InterPhone Service posiada certyfikaty ISO 9001:2009 i ISO 14001:2005 w zakresie projektowania i produkcji sprzętu elektronicznego oraz PN-N-18001:2004 w zakresie projektowania i produkcji sprzętu elektronicznego wydane przez Polskie Centrum Certyfikacji. Polkomtel dysponuje certyfikatami potwierdzającymi szczególną dbałość o wysoką jakość oferowanych usług (ISO 9001:2008) oraz odpowiedzialność ekologiczną firmy (ISO 14001:2004).

Od 2014 roku w Polkomtelu obowiązują cele środowiskowe, których przestrzeganie stało się ważnym elementem strategii spółki. Ekologiczne priorytety spółki to:

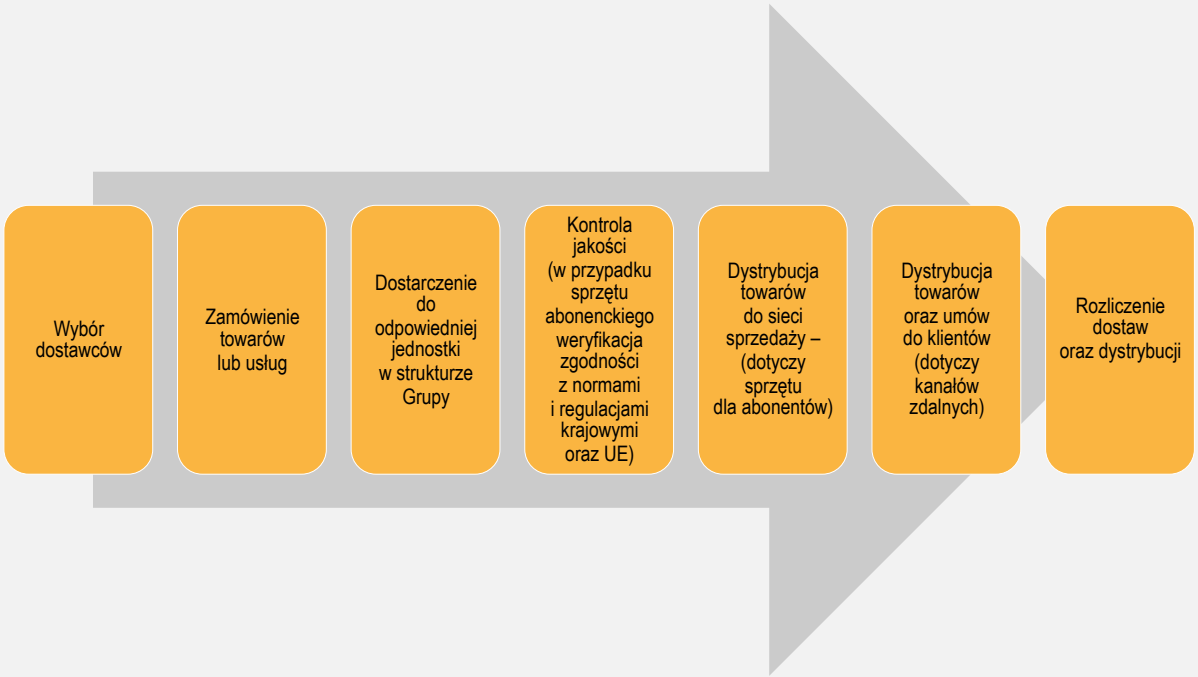
- wprowadzanie na rynek produktów spełniających wymagania stosownych norm i przepisów,
- osiąganie co najmniej wymaganych przez prawo poziomów odzysku i recyklingu wprowadzanego sprzętu elektrycznego i elektronicznego, baterii i akumulatorów oraz produktów w opakowaniach,
- sprzedaż energii elektrycznej wytworzonej z odnawialnych źródeł energii, spalania gazu lub kogeneracji w ilości co najmniej wymaganej przez prawo,
- racjonalne i oszczędne gospodarowanie energią elektryczną,
- ograniczanie negatywnego wpływu na środowisko innych istotnych aspektów środowiskowych.

Firma zobowiązała się do systematycznego podnoszenia świadomości pracowników w zakresie ochrony środowiska, ciągłego doskonalenia procesów i redukcji negatywnego a wzmocnienia pozytywnego wpływu na środowisko oraz spełniania wymagań prawnych i innych dotyczących aspektów środowiskowych.

W Cyfrowym Polsacie regularnie monitorujemy zgodność naszych działań z ustawami i rozporządzeniami obowiązującymi w zakresie ochrony środowiska oraz ze wszelkimi innymi wymogami środowiskowymi, którym możemy podlegać. W razie potrzeby kontaktujemy się z odpowiednimi władzami i współpracujemy z nimi przy monitorowaniu zgodności naszych działań z obowiązującymi przepisami ustawowymi i wykonawczymi. Na dzień sporządzenia niniejszego raportu, według naszej wiedzy, nie toczą się przeciwko nam żadne postępowania dotyczące niezgodności z przepisami środowiskowymi.

ŁAŃCUCH DOSTAW [GRI 102-9]

Produkcja sprzętu, konserwacja sieci, utrzymanie biur czy nadawanie sygnału telewizyjnego wymagają od nas codziennej współpracy z setkami firm z Polski i z zagranicy. We wszystkich spółkach Grupy Cyfrowy Polsat obowiązuje „Procedura Planowania zakupów i wyboru dostawców". Chcemy, aby nasz łańcuch dostaw był maksymalnie efektywny, a jego jednolita i spójna organizacja wspierała optymalizacje w obszarze kosztów i minimalizowała nasz negatywny wpływ na środowisko.



5.3. Odpady i recykling

Ze względu na technologiczny charakter prowadzonej przez nas działalności ważnym obszarem naszego zaangażowania są elektrośmieci. W Cyfrowym Polsacie oraz Polkomtelu – firmach, które każdego roku wprowadzają poprzez swoją ofertę na rynek dużą liczbę dekoderów, telefonów, modemów, anten i innych urządzeń, staramy się, aby jak najwięcej zużytego sprzętu trafiło do recyklingu. To nie tylko sposób na redukcję śmieci, ale przede wszystkim metoda na zmniejszenie negatywnego oddziaływania środowiskowego starych urządzeń. Przy okazji zaś recykling pozwala na odzyskanie dla przemysłu wielu cennych i rzadkich metali.

Wg wyliczeń firmy GoRepair w przeciętnym smartfonie znajduje się m.in. 8,75 g miedzi, 8,31 g kobaltu oraz 0,25 g srebra. W telefonie jest również złoto – 0,024 g, co oznacza, że gram złotego kruszcu można uzyskać z recyklingu z 45 urządzeń. Średnia wartość wszystkich pierwiastków zawartych w jednym aparacie wynosi aż 8 złotych.

[GRI 306-2]

Lp.	Całkowita waga odpadów bezpiecznych i niebezpiecznych według metody postępowania	Waga odpadów w 2016 r. [Mg]				Waga odpadów w 2017 r. [Mg]			
		odpady inne niż niebezpieczne				odpady inne niż niebezpieczne			
		Cyfrowy Polsat	Polkomtel	TV Polsat	SUMA	Cyfrowy Polsat	Polkomtel	TV Polsat	SUMA
1	Recykling	551,7	0	9,5	**561,2**	616,6	0	4,3	**620,9**
2	Odzysk (w tym odzysk energii)	0	0	0	**0**	0	0	0	**0**
3	Inne	0	11,0	0	**11,0**	0	78,8	0	**78,8**
	SUMA	**551,7**	**11,0**	**9,5**	**572,2**	**616,6**	**78,8**	**4,3**	**699,7**

Polkomtel od lat systematycznie zachęca swoich klientów do zachowania postawy proekologicznej. W stacjonarnych punktach sprzedaży każdy może oddać zużyty sprzęt (telefony, akcesoria, itd.), który zostanie później bezpłatnie poddany recyklingowi. Dostępne są również specjalne pojemniki przeznaczone na zużyte akcesoria. W sumie w 2017 roku do recyklingu przekazaliśmy ponad 11,9 ton zużytego sprzętu elektronicznego.

Naszym strategicznym klientom – dużym firmom na stałe współpracującym z Polkomtelem – oferujemy pomoc w utylizacji sprzętów elektronicznych. Na prośbę klientów organizujemy zarówno sam proces przekazania sprzętu do właściwej firmy recyklingowej, jak również monitorujemy rozliczenie procesu utylizacji.

Ustawowe obowiązki recyklingu, odzysku oraz prowadzenia publicznych kampanii edukacyjnych Polkomtel realizuje dzięki współpracy z wyspecjalizowanymi organizacjami odzysku. W 2017 roku Polkomtel wprowadził na rynek 450 ton opakowań i innych odpadów z urządzeń elektrycznych i elektronicznych, z czego organizacje odzysku odzyskały 22,5 tony, zaś zrecyklingowanych zostało 7,3 tony.

W Cyfrowym Polsacie stale współpracujemy z firmami odbierającymi i przetwarzającymi wszystkie rodzaje odpadów powstających w przedsiębiorstwie. W 2017 roku Cyfrowy Polsat przekazał do wyspecjalizowanych zakładów recyclingowych prawie 617 ton odpadów (552 tony w 2016 r.), z czego ponad połowę stanowiły elektroodpady, a odpady opakowaniowe – blisko 35% (40% w 2016 r.).

DOBRE PRAKTYKI STOSOWANE W CYFROWYM POLSACIE

Recykling elektrośmieci

Wszystkie elektroodpady wytwarzane przez pracowników serwisujących urządzenia klientów oraz wewnętrzny sprzęt przeznaczony do likwidacji przekazujemy do wyspecjalizowanych firm recyklingowych. W 2017 roku do wyspecjalizowanych zakładów Cyfrowy Polsat przekazał ponad 375 ton odpadów urządzeń elektrycznych i elektronicznych i 300 ton w 2016 r.

„Ekologiczny" jest również każdy przekazywany klientom dekoder Cyfrowego Polsatu – jego specyfikacja jest zawsze zgodna z obowiązującymi normami, a zużycie prądu w trybie czuwania jest mniejsze niż 1W. Dbamy także o ich wtórny obieg – sprzęt jest użyczany klientom na określony czas, a po zwrocie i odświeżeniu z powrotem trafia na rynek.

Recykling dokumentów

Dokumenty, które przeznaczone są do utylizacji niszczone są w specjalnej niszczarce przemysłowej. Niszczarka rozdrabnia materiał wg normy DIN w III stopniu tajności, a urobek sukcesywnie przekazywany jest jako odpad papierowy do recyklingu firmie związanej umową z Cyfrowym Polsatem.

Recykling opakowań

Nasze odpady – makulaturę, tworzywa sztuczne oraz styropian – starannie segregujemy. W siedzibie spółki na stałe ustawionych jest pięć dużych i wyraźnie oznakowanych kontenerów do ich zbiórki, a dodatkowo zakupiliśmy sprzęt umożliwiający prasowanie tektury – to umożliwia bardziej ekonomiczny załadunek i rzadsze opróżnianie kontenera z makulaturą. Podjęte działania pozwoliły nam przekazać w 2017 roku do recyklingu ponad 212 ton tektury i papieru oraz 6 ton folii i styropianu. Rok wcześniej do recyklingu przekazaliśmy blisko 200 ton tektury i papieru oraz 11,5 tony folii i styropianu.

Ze względu na profil działalności Telewizji Polsat ekologia związana jest przede wszystkim z troską o prawidłową i jak najbardziej wydajną utylizację odpadów. Wszystkie przekazywane są wyspecjalizowanym firmom i przetwarzane poza siedzibą spółki.

W 2017 roku do recyklingu Telewizja Polsat przekazała:

- **150 kg** tonerów,
- **3 427 kg** nośników danych,
- **1 246 kg** elektroniki,
- **750 kg** papieru.

EKO-DEKODERY Z INTERPHONE SERVICE

Nasza fabryka dekoderów InterPhone Service to nowoczesny park maszynowy i wyjątkowi, profesjonalni pracownicy na wszystkich stanowiskach. Przez blisko 11 lat istnienia fabryki taśmę produkcyjną opuściło około 8,1 mln dekoderów, m.in. model EVOBOX PVR, który zajął pierwsze miejsce w konkursie SAT Kurier Awards 2016 w kategorii dekoderów dedykowanych. Urządzenie wyróżnia jego wielofunkcyjność. EVOBOX to nie jest tylko dekoder satelitarny, ale również urządzenie umożliwiające odtwarzanie zdjęć z wakacji, korzystanie z radia internetowego czy serwisów wideo online.

Lokalizacja fabryki – na terenie Specjalnej Strefy Ekonomicznej EURO-PARK MIELEC – gwarantuje, że nie oddziałujemy na cenne przyrodniczo obszary. Chcemy, aby również po opuszczeniu naszego zakładu produkowany przez niego sprzęt w jak najmniejszym stopniu wpływał na przyrodę. Dlatego dążymy do pakowania wszystkich produkowanych urządzeń w **opakowania pochodzące z recyklingu**. Dodatkowo w trosce o efektywność organizacyjną, koszty, jak i kwestie związane z ochroną środowiska, dbamy o optymalny załadunek samochodów dostawczych transportujących do sieci sprzedaży sprzęt jak i inne materiały, co pozwala na redukcję emisji dwutlenku węgla do atmosfery.

5.4. Zużycie energii

Oszczędność energii to jeden z najważniejszych priorytetów ekologicznych Grupy. Zdajemy sobie sprawę nie tylko z negatywnego wpływu na środowisko marnotrawionej energii elektrycznej, ale również z potencjalnych korzyści finansowych możliwych do osiągnięcia dzięki oszczędnej polityce energetycznej. Nie lekceważmy drobnych z pozoru działań, takich jak choćby tryb stand-by komputerów – w skali naszej organizacji i liczby pracujących osób, przekłada się to na realne zmniejszenie wpływu środowiskowego. Przykładem może być nasza polityka wprowadzona w Cyfrowym Polsacie, która zakłada gaszenie świateł w momencie opuszczania pomieszczenia, wyłączanie z gniazdek ładowarek po zakończeniu ładowania, racjonalne zużycie wody oraz rozważne korzystanie z klimatyzacji.

EKOZASADY PRACOWNIKÓW CYFROWEGO POLSATU

1. Zachęcaj naszych klientów do korzystania z eko-faktury
2. Zbieraj makulaturę, prowadź selekcję odpadów
3. Drukuj tylko niezbędne dokumenty
4. Promuj eko-postawę
5. Gaś "czerwone lampki"
6. Oszczędzaj energię
7. Rozważnie korzystaj z klimatyzacji
8. Podróżuj ekologicznie
9. Korzystaj z eko-toreb i pojemników
10. Graj w „zielone”

[GRI 302-4]

W Polkomtelu ekologiczne rozwiązania zostały wdrożone m.in. w stale rozwijających się systemach informatycznych. Nowoczesne rozwiązania związane z przechowywaniem danych w serwerowniach sieci Plus pozwalają na znaczące oszczędności w zużyciu prądu. Jednocześnie do modernizacji i rozbudowy wykorzystujemy najnowsze rozwiązania technologiczne – wysokosprawne prostowniki w naszych siłowniach telekomunikacyjnych czy montaż układów freecoolingowych na stacjach bazowych nie tylko zwiększają komfort klientów korzystania z sieci, ale również zmniejszają zużycie prądu i emisję dwutlenku węgla. W sumie 2016 i 2017 roku zaoszczędziliśmy w ten sposób 3 137 MWh energii. Dodatkowo w salonach sieci Plus oraz punktach partnerskich od wielu już lat do oświetlenia logotypu spółki używa się oświetlenia typu LED. Normą są również żarówki energooszczędne, automatyczne wyłączniki świateł, a w ostatnich latach flota samochodowa powiększyła się o samochody o niskiej emisji CO2.

[GRI 302-1]

Całkowite zużycie energii produkcji własnej lub zakupionej w podziale na: elektryczną, cieplną w dżulach lub ich wielokrotności	2016				2017			
	Polkomtel	Cyfrowy Polsat	TV Polsat	**Suma**	Polkomtel	Cyfrowy Polsat	TV Polsat	**Suma**
Energia elektryczna [MWh]	159 309	10 414	4 401	**174 124**	159 562	10 524	4 444	**174 530**
Energia cieplna (w tym zużycie pary, zużycie energii chłodniczej) [GJ]	5 812	13 867	5 274	**24 953**	7 326	15 471	5 274	**28 071**
Gaz ziemny [MWh]	0	0	239,2	**239,2**	0	0	254,0	**254,0**

5.5. Zużycie surowców

Wszędzie, gdzie to możliwe modernizujemy naszą infrastrukturę, a starsze rozwiązania zastępujemy nowoczesnymi, przyjaznymi dla przyrody rozwiązaniami. Od kilku lat konsekwentnie wdrażamy elektroniczny obieg dokumentów i zachęcamy do tego typu rozwiązań naszych klientów. W trosce o środowisko oraz wygodę klientów uruchomiliśmy **ekousługi**. Użytkownicy wszystkich trzech usług z portfolio Grupy – telewizji, Internetu i telefonii komórkowej – mają możliwość otrzymywania faktur lub blankietów wpłat w formie elektronicznej. Dokumenty otrzymywane drogą elektroniczną to wygoda dla klientów, ochrona środowiska oraz oszczędności w firmowych wydatkach. Według danych na grudzień 2017 roku, elektroniczne faktury otrzymywało ponad 87% klientów Cyfrowego Polsatu oraz 94% klientów Polkomtelu.

[GRI 301-1]

	Wykorzystane surowce/materiały według wagi (t,m3)	**2016**				**2017**			
		Polkomtel	Cyfrowy Polsat	TV Polsat	**SUMA**	Polkomtel	Cyfrowy Polsat	TV Polsat	**SUMA**
Nieodnawialne	Papier xero (tony)	20	32	13	**65**	30	51	14	**95**

Monitorujemy też wykorzystywane przez spółki naszej Grupy surowce i materiały. Dążymy do zminimalizowania ich liczby i masy, co przyniesie oszczędności oraz przełoży się na korzyść dla środowiska.

[GRI 301-1]

Lp.	**Wykorzystane surowce/materiały według wagi (t,m3)**	**2016**				**2017**			
		Polkomtel	Cyfrowy Polsat	TV Polsat	**SUMA**	Polkomtel	Cyfrowy Polsat	TV Polsat	**SUMA**
1	Olej napędowy (m3)	419,4	174,7	293,7	**887,8**	429,2	57,5	268,0	**754,7**
2	Paliwo lotnicze (m3)	0	0	4,7	**4,7**	0	0	9,5	**9,5**
3	Zużycie pozostałych surowców nieodnawialnych i materiałów	0	9,5	82,9	**92,4**	0	13,9	123,2	**137,1**

[GRI 306-1]

Lp.	Miejsce odprowadzenia ścieków Objętość (w m³)	2016				2017			
		Polkomtel	Cyfrowy Polsat	TV Polsat	Suma	Polkomtel	Cyfrowy Polsat	TV Polsat	SUMA
1	Do wód podziemnych	0	0	0	**0**	0	0	0	**0**
2	Do wód powierzchniowych (do jezior, rzek, etc.)	0	0	0	**0**	0	0	0	**0**
3	Do przedsiębiorstw komunalnych	20 460	11 818	531	**32 809**	20 863	11 293	527	**32 683**
Suma całkowitej ilości ścieków		**20 460**	**11 818**	**531**	**32 809**	**20 863**	**11 293**	**527**	**32 683**

Monitorujemy też wykorzystywane przez spółki naszej Grupy surowce i materiały. Dążymy do zminimalizowania ich liczby i masy, co przyniesie oszczędności oraz przełoży się na korzyść dla środowiska.

5.6. Wpływ stacji bazowych i nadawczych na otoczenie

[GRI 413-2]

Z uwagą wsłuchujemy się w pojawiające się w publicznym dyskursie głosy dotyczące rzekomej szkodliwości nadajników telekomunikacyjnych telefonii komórkowej. Dla każdej naszej stacji przed uruchomieniem zawsze uzyskujemy wymagane polskim prawem zezwolenia, również te określające normy w zakresie oddziaływania na otoczenie. Krajowe regulacje wciąż należą do jednych z najostrzejszych w Europie, a nasze anteny są bezpieczne dla zdrowia i środowiska naturalnego. Na skutek zmian w 2016 roku dwóch rozporządzeń dotyczących pracy w polach elektromagnetycznych, zmianie uległa rekomendowana metoda pomiaru oddziaływania pól elektromagnetycznych. Obecna rekomendacja polega na obowiązku wykonania pomiarów w większej liczbie punktów pomiarowych, co bezpośrednio przekłada się na zwiększenie bezpieczeństwa dla ludzi przebywających w otoczeniu stacji bazowej.

W 2014 roku Światowa Organizacja Zdrowia w oświadczeniu "Electromagnetic Fields and Public Health: Mobile phones" wskazała, że badania wpływu telefonów komórkowych na zdrowie człowieka prowadzone są 20 lat. **Nie ustalono na ich podstawie związku pomiędzy korzystaniem z telefonów komórkowych, a uszczerbkiem na zdrowiu**. Tymczasem ryzyko związane z samymi stacjami bazowymi jest jeszcze mniejsze niż związane z użytkowaniem telefonów.

ROZDZIAŁ 6
NASZE PODSTAWY ZARZĄDCZE W ZAKRESIE SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU I KOMUNIKACJI

6. NASZE PODSTAWY ZARZĄDCZE W ZAKRESIE KOMUNIKACJI I SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU

6.1. Kluczowe liczby

[UoR – Kluczowe wskaźniki efektywności]

Spełniamy wymogi **Dyrektywy UE 2014/95** i te wynikające ze zmian wprowadzonych do Ustawy o Rachunkowości.

Działamy na wyjątkowo uregulowanym rynku – prowadząc naszą działalność musimy brać pod uwagę szereg ustaw krajowych, w tym regulacje telekomunikacyjne, prawo prasowe i z zakresu radiofonii i telewizji, prawo UE czy też regulacje rynku kapitałowego i dobre praktyki spółek giełdowych.

Spółki Grupy Cyfrowy Polsat należą do **10 branżowych** organizacji.

→ **23** interesariuszy zewnętrznych, reprezentujących **20** różnych podmiotów wzięło udział w sesji dialogowej

→ **43** przedstawicieli kadry zarządzającej oraz liderów wybranych projektów zostało zaangażowanych w proces powstawania Raportu

→ **83** pomysły dotyczące dobrych praktyk zostały zgłoszone podczas warsztatów z kadrą zarządzającą

6.2. Transparentna komunikacja

[GRI 101, 102-45 GRI 102-46, GRI 102-47, GRI 102-50, GRI 102-51, GRI 102-52, GRI 102-54, GRI 102-56]

Rozumiemy wagę odpowiedzialnej komunikacji z rynkiem, pracownikami oraz pozostałymi interesariuszami naszej Grupy. Od lat regularnie publikujemy sprawozdania finansowe oraz sprawozdania z działalności zarządu, a wysoka jakość naszych relacji inwestorskich została wyróżniona szeregiem prestiżowych nagród. Więcej informacji na ten temat znajduje się w 1. rozdziale – *Nasz biznes.*

Oddajemy w Państwa ręce pierwszy raport niefinansowy Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat, opisujący nasze działania od stycznia 2016 do grudnia 2017. Publikacja powstała zgodnie ze Standardem Global Reporting Initiative w opcji Core oraz znowelizowaną Ustawą o Rachunkowości. W kolejnych latach, odpowiadając na wymogi Ustawy o Rachunkowości (UoR), raportować będziemy w cyklu rocznym. Nasz raport niefinansowy swoim zasięgiem obejmuje Grupę Kapitałową Cyfrowy Polsat, a w szczególności dane dotyczące spółek:

- Cyfrowy Polsat,
- Polkomtel,
- Telewizja Polsat.

Z perspektywy osiąganych przychodów, posiadanych aktywów i charakteru prowadzonej działalności kluczowymi spółkami w naszej Grupie Kapitałowej są właśnie wyżej wymienione podmioty, które – w naszej ocenie – pozwalają na kompleksowe opisanie prowadzonego biznesu. Odpowiadając na wymogi zmienionej Ustawy o Rachunkowości, wszelkie dane prezentujemy w podziale na wyżej wymienione spółki, w tym w szczególności dane dotyczące naszego podmiotu dominującego tj. spółki Cyfrowy Polsat S.A.

Raport nie został poddany zewnętrznej weryfikacji, ale podczas jego sporządzenia korzystaliśmy z konsultacji eksperckich, w tym Zespołu ds. Zrównoważonego Rozwoju Deloitte.

Standard Global Reporting Initiative (GRI) – stanowi międzynarodowy wzorzec raportowania odpowiedzialnego biznesu i zrównoważonego rozwoju dla firm. Zasady raportowania zdefiniowane przez GRI zostały stworzone jako międzynarodowe ramy dla raportowania ekonomicznych, środowiskowych oraz społecznych aspektów funkcjonowania organizacji. Uwzględniają one praktyczne aspekty funkcjonowania różnorodnych organizacji, od małych firm do organizacji/przedsiębiorstw międzynarodowych prowadzących operacje na całym świecie.

Źródło: http://odpowiedzialnybiznes.pl/hasla-encyklopedii/gri-inaczej-wytyczne-do-raportowania-kwestii-zrownowazonego-rozwoju-ang-global-reporting-initiative/

Nasz raport powstał zgodnie z zasadami zdefiniowanymi w Standardzie GRI, a zatem tworząc tę publikację, przeszliśmy przez procesy – identyfikacji, priorytetyzacji i walidacji.

Aby jak najlepiej poznać kwestie istotne dla naszych kluczowych interesariuszy, w listopadzie 2016 roku przeprowadziliśmy **sesję dialogową** opartą o międzynarodowy standard dialogu **AA1000SES**. W dyskusji wzięli udział przedstawiciele 20

podmiotów działających w naszym otoczeniu biznesowym. Zgodnie z założeniami ten dialog miał na celu określenie tematów strategicznych, które powinniśmy uwzględniać w swojej działalności społecznej, a także w publikacji, jaką jest raport.

Dyskusja przeprowadzona podczas sesji pozwoliła na przygotowanie **Matrycy Istotności** – zbioru najważniejszych dla Grupy i jej interesariuszy tematów z zakresu naszej odpowiedzialności społecznej.

[GRI 103-1]

Lista tematów kluczowych dla Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat – tematy wskazane jako ważne przez organizację, jak i jej interesariuszy:

Biznes i rynek:

- **Wpływ GKCP na polską gospodarkę i otoczenie legislacyjne**
- **Podstawy zarządcze odpowiedzialnego działania**
- **Etyka i ład korporacyjny** (w tym zarządzanie ryzykiem i przeciwdziałanie korupcji)
- **Odpowiedzialność w relacji z klientem** (w tym jakość obsługi, badanie satysfakcji, zarządzenie reklamacjami, ochrona danych i prywatności klienta, zapewnianie bezpieczeństwa w sieci dzieciom)
- **Odpowiedzialna komunikacja marketingowa i reklama**
- **Odpowiedzialność w budowaniu przekazu telewizyjnego** (w tym ochrona własności intelektualnej i praw autorskich, standardy redakcyjne, wartość edukacyjna w tematach z zakresu zrównoważonego rozwoju, promowanie postaw)
- **Jakość produktów**
- **Innowacyjność** (w tym inwestycje w badania i rozwój)

Miejsce Pracy:

- **Warunki pracy**
- **Edukacja i rozwój pracowników**
- **BHP**

Pozytywny wpływ na otoczenie społeczne:

- **Działania na rzecz lokalnej społeczności** (poprzez Fundację POLSAT, Grupę oraz wolontariat pracowniczy)
- **Przeciwdziałanie wykluczeniu cyfrowemu**
- **Bezpieczeństwo,** dzięki produktom i usługom świadczonym przez sieć Plus
- **Sponsoring** wydarzeń sportowych
- **Aktywizacja,** dzięki promocji sportu

Minimalizowanie wpływu na środowisko:

- **Zdrowie i bezpieczeństwo produktów i usług** (w całym cyklu życia produktu)
- **Odpady**

6.3. Odpowiadając na wymogi nowych regulacji

[GRI 103-2, 103-3]

Standardy branżowe i samoregulacje

Szczegóły w zakresie polityk, procedur należytej staranności, jak i wskaźników rezultatu znajdują się w rozdziale „Troska o potrzeby naszych klientów i widzów".

Podstawy zarządcze

Wszystkie nasze działania podejmujemy zgodnie z obowiązującym porządkiem prawnym na terenie naszego kraju. W szczególności działamy zgodnie z:

- Prawem Telekomunikacyjnym
- Prawem Prasowym
- Ustawą o radiofonii i telewizji

W Grupie Cyfrowy Polsat co roku razem z raportem rocznym publikujemy oświadczenie o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego w danym roku. Stosowne dokumenty za rok 2017 są publicznie dostępne na naszych stronach internetowych.

W Polsce zasady ładu korporacyjnego zebrane są w dokumencie zatytułowanym Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016. Ich celem jest umacnianie transparentności spółek giełdowych, poprawa jakości komunikacji spółek z inwestorami, wzmocnienie ochrony praw akcjonariuszy, także w obszarach nieregulowanych przez prawo. Dobre Praktyki dotyczą dziedzin, w których ich stosowanie może wpływać dodatnio na rynkową wycenę przedsiębiorstw, a przez to obniżać koszt pozyskiwania kapitału.

Procedury należytej staranności

W każdej ze spółek Grupy za działanie zgodnie z przepisami prawa odpowiadają zarówno departamenty prawne, jak i komórki merytoryczne prowadzące określone działania biznesowe.

Nasze działania na rynku telekomunikacyjnym (Internetu oraz telefonii komórkowej) nadzoruje Urząd Komunikacji Elektronicznej (UKE), natomiast aktywność na rynku radiowo-telewizyjnym podlega kontrolom Urzędu Komunikacji Elektronicznej oraz Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji (KRRiT). Przedstawiciele naszej organizacji regularnie uczestniczą w pracach polskich i międzynarodowych organizacji branżowych, wdrażając i propagując wypracowane tam rozwiązania.

W Grupie nie wdrożono odrębnych procedur związanych z zarządzaniem zgodnością.

Rezultaty

[GRI 419-1 Niezgodność z przepisami prawa w dziedzinie społecznej i gospodarczej (kary związane z oszustwami księgowymi, dyskryminacją w miejscu pracy, etc.)]

Na żadną ze spółek Grupy, zarówno w roku 2016, jak i 2017, nie nałożono kar w zakresie niezgodności z przepisami prawa w dziedzinie społecznej i gospodarczej.

Cyfrowy Polsat zapewnia satelitarny dostęp do ponad 180 polskojęzycznych kanałów TV, w tym wszystkich z szerokiego portfolio Telewizji Polsat. Codziennie jako Telewizja Polsat dostarczamy wiarygodnych i bezstronnych informacji o najważniejszych wydarzeniach z kraju i świata. Najwyższą jakość pracy naszych dziennikarzy potwierdzają m.in. audyty prowadzone przez KRRiT.

Nasz Internet wyrównuje cyfrowe szanse mieszkańców miast i prowincji. Bezprzewodowa łączność LTE od sieci **Plus i Cyfrowego Polsatu** dociera zarówno do dużych miastach, jak i wsi oraz do małych miasteczek. Nasz Internet jest często jedyną możliwością na połączenie z siecią, co zmniejsza w skali kraju społeczne zagrożenie cyfrowym wykluczeniem.

Cyfrowy Polsat mając na uwadze dobro niepełnoletnich widzów oraz ochronę przed treściami szkodliwymi, oferuje możliwość założenia blokady rodzicielskiej na wybrane kanały lub audycje. W przypadku VOD przyjęto „Kodeks dobrych praktyk VoD w zakresie ochrony małoletnich" przygotowany przez KRRiT i Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska.

Telewizja Polsat rozumie szczególną odpowiedzialność, jaka wynika z wpływu telewizji, a w szczególności reklam, na małych widzów. Dlatego już w 2014 roku, wraz z innymi wiodącymi nadawcami, podpisaliśmy porozumienie chroniące dzieci przed niezdrowym odżywianiem. Przyjęliśmy czytelne i jednoznaczne zasady kwalifikacji filmów reklamowych i wskazań sponsorskich emitowanych przy audycjach dla dzieci, a wszyscy reklamodawcy branży muszą składać oświadczenie o zgodności ich produktów z kryteriami opracowanymi przez Polską Federację Producentów Żywności oraz Instytut Żywności i Żywienia.

Telewizja Polsat brała udział w pracach nad porozumieniem w sprawie poziomu głośności dźwięku w audycjach i programach telewizyjnych. Zgodnie z ustaleniami zobowiązaliśmy się do produkowania i emitowania treści audiowizualnych z uwzględnieniem poziomu głośności dźwięku „-23 LUFS"[19] przyjętym na podstawie rekomendacji Europejskiej Unii Nadawców.

Widzom z dysfunkcjami wzroku i słuchu udostępniliśmy kanał Super Polsat, w którym zdecydowana większość audycji przystosowanych jest dla osób z niepełnosprawnościami. To unikatowe medium, które stanowi punkt odniesienia w polityce audiowizualnej również poza granicami Polski. Telewizja Polsat podpisała również Porozumienie Nadawców z 2013 roku, w którym określone zostały zasady opracowywania udogodnień dla osób niepełnosprawnych. Zgodnie z zapisami nadawcy zobowiązani są do wprowadzenia udogodnień dla osób niepełnosprawnych na poziomie 10% kwartalnego czasu nadawania programu z wyłączeniem reklam i telesprzedaży. Naszym zdaniem jednak, procent ten jest zbyt niski. Dlatego w pismach kierowanych do regulatora proponujemy stopniowe wydłużenie czasu udogodnień tak, aby najpóźniej w 2023 roku połowa programów była dostosowana dla osób z niepełnosprawnościami.

[19] LUFS - jednostka głośności w odniesieniu do pełnej skali

Wykraczamy ponad standardy

[GRI 102-12, GRI-102-13]

Nasi przedstawiciele uczestniczą w pracach grup roboczych w ramach dziesięciu organizacji branżowych, których jesteśmy członkami. Udział w pracach jest dobrowolny, a podejmowane tematy związane są m.in. z rozwojem rynku telekomunikacyjnego, regulacjami rynku mediów oraz ochroną własności intelektualnej. Jesteśmy również członkiem Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych.

Firma	Cyfrowy Polsat	Polkomtel	Telewizja Polsat
Polska Izba Informatyki i Telekomunikacji	X	X	
Krajowa Izba Gospodarcza Elektroniki i Telekomunikacji	X		
Polska Izba Radiodyfuzji Cyfrowej	X		
IAB Polska	X		
Stowarzyszenie Dystrybutorów Programów Telewizyjnych SYGNAŁ	X		X
Polskie Badania Internetu	X		
Rada Reklamy	X		X
Stowarzyszenie Kreatywna Polska			X

Przeciwdziałanie korupcji i łapownictwu

Podstawy zarządcze

W Grupie nigdy nie było i nie będzie przyzwolenia na jakiekolwiek działania korupcyjne. Etykę działania wszędzie stawiamy bardzo wysoko – Kodeks Etyki obowiązuje w spółkach Grupy. Dokument określa kwestie uczciwej konkurencji, poszanowania prawa oraz etycznego działania.

Procedury należytej staranności

W Grupie Cyfrowy Polsat funkcjonuje komórka audytu wewnętrznego (formalnie: pion w ramach spółki Cyfrowy Polsat), ponadto w Polkomtelu działa Biuro Kontroli Wewnętrznej, zaś w Telewizji Polsat Biuro Zarządu i Kontroli Spółki. Jednostki te weryfikują działanie zgodnie z procedurami i przepisami oraz zajmują się kwestiami korupcji i łapownictwa we wrażliwych na nie obszarach działania organizacji. Każde podejrzenie o działania korupcyjne jest przez nas skrupulatnie badane – jeśli nasze postępowanie wyjaśniające potwierdza to podejrzenie, definitywnie kończymy współpracę z daną osobą lub firmą.

W Telewizji Polsat przeciwdziałanie korupcji i łapownictwu znajduje się w obowiązkach departamentu prawnego, odpowiedzialnego za przestrzeganie przez pracowników przyjętych norm etycznych.

W Grupie Kapitałowej nie ma wdrożonych osobnych procedur należytej staranności związanych z przeciwdziałaniem korupcji.

Rezultaty

Przeciwdziałanie korupcji

[GRI 205-3]

W Grupie Kapitałowej Cyfrowy Polsat odnotowano w 2016 roku łącznie 5 zdarzeń noszących znamiona korupcji. W roku 2017 odnotowano 2 takie zdarzenia. Wszystkie zdarzenia miały miejsce w spółce Polkomtel.

Odnotowane przypadki korupcji zakończone:	2016	2017
zwolnieniem lub ukaraniem dyscyplinarnym pracowników	1	0
nie odnowieniem umów z kontrahentami z powodu naruszenia zasad dotyczących korupcji	4	2
sprawami sądowymi dotyczącymi praktyk korupcyjnych wszczętych przeciwko organizacji raportującej lub jej pracownikom w raportowanym okresie	0	0
Łącznie	**5**	**2**

W każdym przypadku, gdy potwierdzamy przypadek korupcji – oprócz zwolnienia dyscyplinarnego osoby odpowiedzialnej – w naszych spółkach wdrażane są procedury przypominające pozostałym pracownikom o obowiązujących zasadach i regulaminach wewnętrznych. Wszystkie ujawnione w latach 2016-2017 przypadki naruszenia zasad przez naszych kontrahentów zostały wykryte w trakcie badania jednego obszaru (kanału sprzedaży). Uszczelniliśmy procesy, zmodyfikowaliśmy procedury, wdrożyliśmy nowe i ulepszyliśmy istniejące systemy wsparcia tego obszaru. Prowadzimy wiele działań prewencyjnych i edukacyjnych.

W Telewizji Polsat oraz Cyfrowym Polsacie w latach 2016-2017 nie odnotowano zdarzeń o charakterze korupcyjnym.

Zasady wolnej konkurencji

[GRI 206-1]

W spółce Cyfrowy Polsat miało miejsce jedno zdarzenie nakładające karę pieniężną za dopuszczenie się praktyki ograniczającej konkurencję. Decyzja uznana została przez spółkę za rażąco niesprawiedliwą – naszą ocenę podzielił Sąd Apelacyjny, który w postępowaniu odwoławczym prawomocnie uchylił decyzję UOKiK. Prezes Urzędu wniósł skargę kasacyjną.

W spółce Polkomtel odnotowano w 2017 roku trzy zdarzenia dotyczące domniemanych przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji oraz praktyk monopolistycznych. Dwa postępowania administracyjne są w toku. W jednym przypadku Sąd Apelacyjny prawomocnie uchylił decyzję prezesa UOKiK.

W TV Polsat nie miały miejsca naruszenia dot. zasad wolnej konkurencji i praktyk monopolistycznych.

Odpowiedzialność wobec pracowników

Szczegóły w zakresie polityk, procedur należytej staranności, jak i wskaźników rezultatu znajdują się w rozdziale *Sukces dzięki ludziom*.

Podstawy zarządcze

W każdej ze spółek Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat kwestie pracownicze reguluje obowiązujący Regulamin Pracy.

Staramy się, aby polityki, którymi kierujemy się wewnątrz naszej organizacji odpowiadały obowiązującym standardom. Dotyczy to również Regulaminu pracy.

W 2017 roku wdrożyliśmy natomiast spójną dla całej Grupy „Politykę Personalną", której głównym celem jest budowanie atrakcyjnego miejsca pracy dla obecnych i potencjalnych pracowników. Dokument oparty został na rozwiązaniach doskonale funkcjonujących już w Polkomtelu, Cyfrowym Polsacie oraz Telewizji Polsat i posłużył do ujednolicenia rozumienia zasad zarządzania personelem zgodnie z wartościami przyjętymi przez Grupę.

Procedury należytej staranności

Polityka Personalna reguluje procesy: rekrutacji, adaptacji nowych pracowników, oferowanych warunków pracy i kultury organizacyjnej, rozwoju kompetencji, swobody zrzeszania się.

Oferujemy pracownikom godziwe wynagrodzenia uzależnione od rodzaju wykonywanych obowiązków, obszaru odpowiedzialności i złożoności wykonywanych zadań. Graniczne poziomy wynagrodzeń na poszczególnych szczeblach określa Regulamin Wynagradzania, a minimalne wynagrodzenie oferowane przez Grupę jest zgodne z przepisami prawa polskiego. W całej Grupie obowiązuje również wspólny system obsługi kadrowo-płacowej, co pozwala na uspójnienie procedur, procesów i danych w ramach organizacji.

Rezultaty

Przyjęte przez nas wskaźniki rezultatu to:

- **GRI 102-8 Dane dotyczące pracowników oraz innych osób świadczących pracę na rzecz organizacji**
- **GRI 102-41 Pracownicy objęci umowami zbiorowymi**
- **GRI 405-1 Skład ciał nadzorczych i kadry pracowniczej w podziale na kategorie pracowników według płci, wieku oraz innych wskaźników różnorodności**
- **GRI 403-2 Wskaźnik urazów, chorób zawodowych, dni straconych oraz nieobecności w pracy oraz liczba wypadków śmiertelnych związanych z pracą**
- **GRI 403-3 Pracownicy szczególnie narażeni na choroby związane z miejscem pracy**
- **GRI 403-4 Kwestie bezpieczeństwa i higieny pracy uwzględnione w formalnych porozumieniach zawartych ze związkami zawodowymi**
- **GRI 404-1 Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadających na pracownika**
- **GRI 404-3 Odsetek pracowników podlegających regularnym ocenom jakości pracy i przeglądom rozwoju kariery zawodowej, według płci i kategorii zatrudnienia**

Wykraczamy ponad standardy

Wybrane benefity dostępne dla pracowników Grupy Cyfrowy Polsat [GRI 401-2]**:**

- Abonamentowa opieka medyczna
- Abonamentowy program sportowy
- Promocje pracownicze
- Ubezpieczenia
- Oferty specjalne teatrów

Poszanowanie praw człowieka

Szczegóły w zakresie polityk, procedur należytej staranności, jak i wskaźników rezultatu znajdują się w rozdziale *Sukces dzięki ludziom*.

Podstawy zarządcze

W Polsce poszanowanie praw człowieka jest skutecznie egzekwowane przez obowiązujące prawo. Praca przymusowa czy praca nieletnich nie stanowią procederów, na które jest narażony nasz biznes.

W Grupie Cyfrowy Polsat wdrożono Politykę różnorodności i poszanowania praw człowieka. Popieramy Powszechną Deklarację Praw Człowieka i Deklarację Międzynarodowej Organizacji Pracy. Podstawowe zasady i prawa z nich wynikające zostały włączone do Kodeksu Etyki oraz Polityki Personalnej Grupy Cyfrowy Polsat.

Na mocy innych przepisów i kodeksów (np. Regulamin Pracy czy Regulamin Komisji Antymobbingowej) spółki Grupy zobowiązane są do ochrony pracowników przed każdym aktem wykorzystywania o charakterze fizycznym, werbalnym lub psychologicznym; znęcaniem się; poniżaniem lub groźbami; zarówno ze strony współpracowników, jak i przełożonych, w zakresie każdego z następujących wymiarów różnorodności: płci, wieku, orientacji seksualnej, kompetencji, doświadczenia, ewentualnego stopnia niepełnosprawności, narodowości, pochodzenia etnicznego i społecznego, koloru skóry, języka komunikacji, statusu rodzicielskiego, religii, wyznania lub bezwyznaniowości, poglądów politycznych lub wszelkich innych wymiarów różnorodności zdefiniowanych przez obowiązujące prawo.

Procedury należytej staranności

W spółkach Cyfrowy Polsat i Polkomtel – w ramach Polityki Antymobbingowej – powołaliśmy wewnętrzną Komisję Antymobbingową do rozpatrywania skarg dotyczących występowania zjawiska mobbingu. W celu zapoznania pracowników z tą tematyką, uświadamiania im potencjalnych zagrożeń oraz zapoznania z przysługującymi im prawami, na platformie e-learningowej cyklicznie odbywa się obowiązkowe szkolenie w tym temacie. W Telewizji Polsat kwestie postępowania w przypadku działań noszących znamię mobbingu opisane zostały w Procedurze antymobbingowej stanowiącej wewnętrzny dokument firmy.

W Grupie Kapitałowej Cyfrowy Polsat nie przyjęto odrębnych procedur mających zapewnić poszanowanie praw człowieka.

Rezultaty

[GRI 406-1]

W 2016 roku nie wpłynęło do nas ani jedno zawiadomienie związane z dyskryminacją i mobbingiem. W roku 2017 toczyło się jedno postępowanie – w jego efekcie Komisja Antymobbingowa wykluczyła zaistnienie zachowań czy postępowań, które mogłyby potwierdzić stosowanie praktyk mobbingowych.

Działania na rzecz społeczeństwa

Szczegóły w zakresie polityk, procedur należytej staranności, jak i wskaźników rezultatu znajdują się w rozdziale *Cyfrowa odpowiedzialność*.

Podstawy zarządcze

Działania społeczne realizuje w naszym imieniu Fundacja POLSAT, której misją jest ratowania zdrowia i życia dzieci. Ramy i zasady działalności określa Statut Fundacji POLSAT. Dokument dostępny jest na stronie internetowej Fundacji – www.fundacjapolsat.pl.

W Grupie Cyfrowy Polsat nie obowiązuje odrębna polityka regulująca działania społecznej odpowiedzialności.

Procedury należytej staranności

Należyte i zgodne z przyjętym statutem działania Fundacji POLSAT nadzoruje Rada Fundacji. Od listopada 2016 roku Rada liczy 8 osób. W jej skład wchodzą:

- Małgorzata Nawrocka
- Katarzyna Ostap-Tomann
- Nina Terentiew-Kraśko
- Józef Birka
- Mirosław Błaszczyk
- Paweł Januszewicz
- Aleksander Myszka
- Tobias Solorz

Ministrem odpowiedzialnym za nadzór nad działaniami Fundacji jest Minister Zdrowia.

Rezultaty

Przyjęte przez nas wskaźniki rezultatu to:

- **GRI 203-1 Wspierane inwestycje infrastrukturalne i usługi**
- **GRI 203-2 Znaczący pośredni wpływ ekonomiczny**

Wykraczamy ponad standardy

Nasza definicja odpowiedzialności społecznej:

W Grupie Cyfrowy Polsat widzimy i rozumiemy, jak ogromny wpływ na społeczności mają świadczone przez nas usługi. Filarami naszej działalności na rzecz społeczeństwa są:

- Bezpieczeństwo
- Pomoc dzieciom
- Promocja sportu

Dlatego też nasza Grupa Kapitałowa współpracuje ze służbami ratowniczymi – WOPR, TOPR i GOPR, przekazuje darowizny oraz wspomaga działalność Fundacji POLSAT, wspiera amatorskie i profesjonalne imprezy sportowe oraz promuje wśród społeczeństwa aktywność fizyczną.

Kluczowe liczby:

- Pomoc Fundacji POLSAT dla ponad **31,5 tys.** dzieci.
- Wsparcie przez Fundację **ponad 1 200** szpitali i ośrodków zdrowia.
- Ponad **224 mln zł** przekazanych na cele statutowe Fundacji.
- **17,5 mln zł** wpływów dla Fundacji z Mikołajkowego Bloku Reklamowego.
- Ponad **16,7 mln zł** wpływów dla Fundacji POLSAT z 1% podatku.
- Dwa bezpłatne numery ratunkowe uruchomione przez sieć Plus – 601 100 100 (nad wodą) i 601 100 300 (w górach).
- W ciągu 14 lat istnienia Zintegrowanego Systemu Ratownictwa odnotowano około 20 tys. interwencji nad wodą.
- Ponad 70% wszystkich akcji i interwencji górskich i wodnych służb ratowniczych następuje po wywołaniu połączenia z numerami ratunkowymi Plusa.

Wpływ na środowisko

Szczegóły w zakresie polityk, procedur należytej staranności, jak i wskaźników rezultatu znajdują się w rozdziale *Grupa przyjazna środowisku*.

Podstawy zarządcze

Wszystkie nasze działania podejmujemy zgodnie z obowiązującym porządkiem prawnym na terenie naszego kraju. Dlatego w naszej Grupie działamy zgodnie z ustawami:

- Prawo ochrony środowiska z dn. 27 kwietnia 2001,
- Ustawa z dn. 14 grudnia 2012 o odpadach,
- Ustawa z dn. 29 lipca 2005 o zużytym sprzęcie elektrycznym i elektronicznym,
- Ustawa z dn. 13 czerwca 2013 o gospodarce opakowaniami i odpadami opakowaniowymi,
- Ustawa z dn. 24 kwietnia 2009 o bateriach i akumulatorach.

Procedury należytej staranności

W Polkomtelu od 2014 roku obowiązują cele środowiskowe, których przestrzeganie stało się ważnym elementem strategii spółki. Ekologiczne priorytety spółki to:

- wprowadzanie na rynek produktów spełniających wymagania stosownych norm i przepisów,
- osiąganie co najmniej wymaganych przez prawo poziomów odzysku i recyklingu wprowadzanego sprzętu elektrycznego i elektronicznego, baterii i akumulatorów oraz produktów w opakowaniach,
- sprzedaż energii elektrycznej wytworzonej z odnawialnych źródeł energii, spalania gazu lub kogeneracji w ilości co najmniej wymaganej przez prawo,
- racjonalne i oszczędne gospodarowanie energią elektryczną,
- ograniczanie negatywnego wpływu na środowisko innych istotnych aspektów środowiskowych.

W Cyfrowym Polsacie obowiązuje natomiast 10, wypracowanych wspólnie z pracownikami, ekozasad, które wskazują na promowane przez spółkę pro-środowiskowe postawy i działania.

Dodatkowo nasza fabryka dekoderów InterPhone Service posiada certyfikaty: ISO 9001:2009 i ISO 14001:2005 w zakresie projektowania i produkcji sprzętu elektronicznego oraz PN-N-18001:2004 w zakresie projektowania i produkcji sprzętu elektronicznego, a w Polkomtelu: ISO 9001:2008 oraz ISO 14001:2004.

Rezultaty

Przyjęte przez nas wskaźniki rezultatu to:

- **GRI 301-1 Wykorzystane surowce/materiały według wagi i objętości**
- **GRI 302-1 Zużycie energii przez organizację z uwzględnieniem rodzaju surowców**
- **GRI 306-1 Całkowita objętość ścieków według docelowego miejsca przeznaczenia**
- **GRI 306-2 Całkowita waga odpadów według rodzaju oraz metody unieszkodliwiania**
- **GRI 302-4 Redukcja zużycia energii**

Wykraczamy ponad standardy

- Dążymy do tego, aby każdy produkowany w fabryce Grupy Cyfrowy Polsat dekoder pakowany był wyłącznie w opakowania pochodzące z recyklingu. Dodatkowo, w trosce o efektywność organizacyjną, koszty, jak i kwestie związane z ochroną środowiska, dbamy o optymalny załadunek samochodów dostawczych transportujących do sieci sprzedaży sprzęt jak i inne materiały, co pozwala na redukcję emisji dwutlenku węgla do atmosfery.
- Dokumenty, które w Cyfrowym Polsacie przeznaczone są do utylizacji, niszczone są w specjalnej niszczarce przemysłowej. Urobek sukcesywnie przekazywany jest jako odpad papierowy do recyklingu firmie związanej umową z Cyfrowym Polsatem.
- W Cyfrowym Polsacie stale prowadzimy zbiórkę makulatury oraz selekcję odpadów (np. zużytych tonerów). Wspieramy dobre nawyki, które – w skali przedsiębiorstwa i liczby osób – przynoszą zauważalne zmiany. Drukujemy i kopiujemy dwustronnie, gasimy światła w momencie opuszczania pomieszczenia, wykorzystujemy tryb stand-by pracy komputerów, wyłączamy z gniazdek ładowarki po zakończeniu ładowania, racjonalnie zużywamy wodę oraz rozważnie korzystamy z klimatyzacji.

INDEX GRI

[GRI 102-55]

Numer Standardu GRI	Numer wskaźnika	Tytuł wskaźnika	Wymagany na poziomie CORE	Czy oznaczono w raporcie?	Strona
Założenia i podstawy raportowania					
GRI 101		Założenia i podstawy raportowania	CORE	tak	74
Wskaźniki profilowe					
Profil organizacji					
GRI 102	**102-1**	Nazwa organizacji	CORE	tak	7
GRI 102	**102-2**	Opis działalności organizacji, główne marki, produkty i/lub usługi	CORE	tak	6, 7
GRI 102	**102-3**	Lokalizacja siedziby głównej organizacji	CORE	tak	7
GRI 102	**102-4**	Lokalizacja działalności operacyjnej	CORE	tak	7
GRI 102	**102-5**	Forma własności i struktura prawna organizacji	CORE	tak	7
GRI 102	**102-6**	Obsługiwane rynki	CORE	tak	7
GRI 102	**102-7**	Skala działalności	CORE	tak	6
GRI 102	**102-8**	Dane dotyczące pracowników oraz innych osób świadczących pracę na rzecz organizacji	CORE	tak	43
GRI 102	**102-9**	Opis łańcucha dostaw	CORE	tak	67
GRI 102	**102-10**	Znaczące zmiany w raportowanym okresie dotyczące rozmiaru, struktury, formy własności lub łańcucha wartości	CORE	nie dotyczy	-
GRI 102	**102-11**	Wyjaśnienie, czy i w jaki sposób organizacja stosuje zasadę ostrożności	CORE	tak	12
GRI 102	**102-12**	Zewnętrzne, przyjęte lub popierane przez organizację ekonomiczne, środowiskowe i społeczne deklaracje, zasady i inne inicjatywy	CORE	tak	20, 40, 77
GRI 102	**102-13**	Członkostwo w stowarzyszeniach i organizacjach	CORE	tak	20, 77
Strategia					
GRI 102	**102-14**	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla	CORE	tak	3
GRI 102	**102-15**	Opis kluczowych wpływów, szans i ryzyk	CORE	tak	3, 12
Etyka i integralność					

Numer Standardu GRI	Numer wskaźnika	Tytuł wskaźnika	Wymagany na poziomie CORE	Czy oznaczono w raporcie?	Strona
GRI 102	**102-16**	Wartości organizacji, Kodeks etyki, zasady i normy zachowań	CORE	tak	11
Ład organizacyjny					
GRI 102	**102-18**	Struktura nadzorcza organizacji wraz z komisjami podlegającymi pod najwyższy organ nadzorczy	CORE	tak	7
Zaangażowanie interesariuszy					
GRI 102	**102-40**	Lista grup interesariuszy angażowanych przez organizację raportującą	CORE	tak	16
GRI 102	**102-41**	Pracownicy objęci umowami zbiorowymi	CORE	tak	52
GRI 102	**102-42**	Podstawy identyfikowania i selekcji interesariuszy angażowanych przez organizację	CORE	tak	16
GRI 102	**102-43**	Podejście do angażowania interesariuszy włączając częstotliwość angażowania według typu i grupy interesariuszy	CORE	tak	16
GRI 102	**102-44**	Kluczowe tematy i problemy poruszane przez interesariuszy oraz odpowiedź ze strony organizacji, również przez ich zaraportowanie	CORE	tak	20
Praktyka raportowania					
GRI 102	**102-45**	Ujęcie w raporcie jednostek gospodarczych ujmowanych w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym	CORE	tak	73
GRI 102	**102-46**	Proces definiowania treści raportu i granic aspektów	CORE	tak	73
GRI 102	**102-47**	Zidentyfikowane istotne tematy	CORE	tak	73
GRI 102	**102-48**	Wyjaśnienia dotyczące efektów jakichkolwiek korekt informacji zawartych w poprzednich raportach z podaniem powodów ich wprowadzenia oraz ich wpływu (np. fuzje, przejęcia, zmiana roku/okresu bazowego, charakteru działalności, metod pomiaru)	CORE	nie dotyczy	-
GRI 102	**102-49**	Zmiany w raportowaniu	CORE	nie dotyczy	-
GRI 102	**102-50**	Okres raportowania	CORE	tak	73
GRI 102	**102-51**	Data publikacji ostatniego raportu (jeśli został opublikowany)	CORE	nie dotyczy	73
GRI 102	**102-52**	Cykl raportowania	CORE	tak	73
GRI 102	**102-53**	Dane kontaktowe	CORE	tak	90

Numer Standardu GRI	Numer wskaźnika	Tytuł wskaźnika	Wymagany na poziomie CORE	Czy oznaczono w raporcie?	Strona
GRI 102	**102-54**	Wskazanie czy raport sporządzono zgodnie ze Standardem GRI w opcji Core lub Comprehensive	CORE	tak	73
GRI 102	**102-55**	Indeks GRI	CORE	tak	84
GRI 102	**102-56**	Polityka i obecna praktyka w zakresie zewnętrznej weryfikacji raportu	CORE	tak	73
Podejście do zarządzania					
GRI 103	**103-1**	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	CORE	tak	75
GRI 103	**103-2** **103-3**	Podejście do zarządzania i jego elementy w obszarze **Zgodności z prawem i regulacjami** Ewaluacja podejścia do zarządzania w danym obszarze	CORE	tak	75
GRI 103	**103-2** **103-3**	Podejście do zarządzania i jego elementy w obszarze **Zatrudnienie** Ewaluacja podejścia do zarządzania w danym obszarze	CORE	tak	46, 80
GRI 103	**103-2** **103-3**	Podejście do zarządzania i jego elementy w obszarze **Edukacja i szkolenia** Ewaluacja podejścia do zarządzania w danym obszarze	CORE	tak	47-50
GRI 103	**103-2** **103-3**	Podejście do zarządzania i jego elementy w obszarze **Różnorodność i równość szans** Ewaluacja podejścia do zarządzania w danym obszarze	CORE	tak	42, 80
GRI 103	**103-2** **103-3**	Podejście do zarządzania i jego elementy w obszarze **Przeciwdziałanie korupcji** Ewaluacja podejścia do zarządzania w danym obszarze	CORE	tak	77
GRI 103	**103-2** **103-3**	Podejście do zarządzania i jego elementy w obszarze **wpływu społecznego** Ewaluacja podejścia do zarządzania w danym obszarze	CORE	tak	57, 80
GRI 103	**103-2** **103-3**	Podejście do zarządzania i jego elementy w obszarze **wpływu środowiskowego** Ewaluacja podejścia do zarządzania w danym obszarze	CORE	tak	66, 81

Wskaźniki tematyczne					
Tematy ekonomiczne					
Wyniki ekonomiczne					
GRI 201	**201-1**	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona (z uwzględnieniem przychodów, kosztów operacyjnych, wynagrodzenia pracowników, dotacji i innych inwestycji na rzecz społeczności, niepodzielonych zysków oraz wypłat dla właścicieli kapitału i instytucji państwowych)		tak	6
Pośredni wpływ ekonomiczny					
GRI 203	**203-1**	Wkład w rozwój infrastruktury oraz świadczenie usług na rzecz społeczeństwa przez działania komercyjne, przekazywanie towarów oraz działania pro bono. Wpływ tych działań na społeczeństwo		tak	57, 60, 63
GRI 203	**203-2**	Zidentyfikowanie i opis znacznego pośredniego wpływu ekonomicznego wraz z wyróżnieniem skali i zakresu oddziaływania		tak	57, 60, 63
Przeciwdziałanie korupcji					
GRI 205	**205-3**	Potwierdzone przypadki korupcji i działania podjęte w odpowiedzi na nie		tak	78
Naruszenie zasad wolnej konkurencji					
GRI 206	**206-1**	Całkowita liczba podjętych wobec organizacji kroków prawnych dotyczących przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji, praktyk monopolistycznych oraz ich skutki		tak	78
Tematy środowiskowe					
Materiały					
GRI 301	**301-1**	Wykorzystane surowce/materiały według wagi i objętości		tak	70
Energia					
GRI 302	**302-1**	Zużycie energii przez organizację z uwzględnieniem rodzaju surowców		tak	70
GRI 302	**302-4**	Redukcja zużycia energii		tak	70
Ścieki i odpady					
GRI 306	**306-1**	Całkowita objętość ścieków według docelowego miejsca przeznaczenia		tak	71
GRI 306	**306-2**	Całkowita waga odpadów według rodzaju oraz metody unieszkodliwiania		tak	68

Tematy społeczne:					
Zatrudnienie					
GRI 401	**401-1**	Pracownicy nowo zatrudnieni oraz odejścia		tak	44
GRI 401	**401-2**	Świadczenia dodatkowe zapewniane pracownikom pełnoetatowym, które nie są dostępne dla pracowników czasowych lub pracujących w niepełnym wymiarze godzin		tak	45, 79
Bezpieczeństwo i higiena pracy					
GRI 403	**403-1**	Procent łącznej liczby pracowników reprezentowanych w formalnych komisjach (w których skład wchodzi kierownictwo i pracownicy) ds. bezpieczeństwa i higieny pracy, które doradzają w zakresie programów bezpieczeństwa i higieny pracy oraz monitorują takie programy		tak	52
GRI 403	**403-2**	Wskaźnik urazów, chorób zawodowych, dni straconych oraz nieobecności w pracy oraz liczba wypadków śmiertelnych związanych z pracą		tak	51
GRI 403	**403-3**	Pracownicy szczególnie narażeni na choroby związane z miejscem pracy		tak	50
GRI 403	**403-4**	Kwestie bezpieczeństwa i higieny pracy uwzględnione w formalnych porozumieniach zawartych ze związkami zawodowymi		tak	52
Edukacja i szkolenia					
GRI 404	**404-1**	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadających na pracownika		tak	48
GRI 404	**404-2**	Programy rozwoju umiejętności menedżerskich i kształcenia ustawicznego, które wspierają ciągłość zatrudnienia pracowników oraz ułatwiają proces przejścia na emeryturę		tak	49
GRI 404	**404-3**	Odsetek pracowników podlegających regularnym ocenom jakości pracy i przeglądom rozwoju kariery zawodowej według płci i kategorii zatrudnienia		tak	49
Różnorodność i równość szans					
GRI 405	**405-1**	Skład ciał nadzorczych i kadry pracowniczej w podziale na kategorie pracowników według płci, wieku oraz innych wskaźników różnorodności		tak	7
Przeciwdziałanie dyskryminacji					
GRI 406	**406-1**	Całkowita liczba przypadków dyskryminacji oraz działania naprawcze podjęte w tej kwestii		tak	80
Społeczność lokalna					

GRI 413	**413-2**	Działalność organizacji wywołująca negatywny wpływ na społeczność lokalną		tak	71
Zdrowie i bezpieczeństwo klienta					
GRI 416	**416-2**	Przypadki niezgodności z regulacjami i dobrowolnymi kodeksami dotyczącymi wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo		tak	30
Marketing oraz oznakowanie produktów i usług					
GRI 417	**417-3**	Przypadki niezgodności z regulacjami i dobrowolnymi kodeksami w dotyczącymi komunikacji marketingowej		tak	39
Ochrona prywatności klienta					
GRI 418	**418-1**	Uzasadnione skargi dotyczące naruszenia prywatności klienta i utraty danych		tak	30
Zgodność z regulacjami społeczno-ekonomicznymi					
GRI 419	**419-1**	Niezgodność z przepisami prawa i regulacjami społeczno-ekonomicznymi		tak	76
Wymogi Dyrektywy 2014/95/UE					
Opis modelu biznesowego jednostki				tak	Rozdział 1. str. 6
Opis zarządzania ryzykami zidentyfikowanymi jako istotne				tak	Rozdział 1. str. 12
Opis polityk, procedur należytej staranności oraz kluczowych wskaźników efektywności związanych z działalnością jednostki w odniesieniu do zagadnień pracowniczych				tak	Rozdział 3. str. 42 Rozdział 6. str. 79
Opis polityk, procedur należytej staranności oraz kluczowych wskaźników efektywności związanych z działalnością jednostki w odniesieniu do środowiska naturalnego				tak	Rozdział 5. str. 66 Rozdział 6. str. 81
Opis polityk, procedur należytej staranności oraz kluczowych wskaźników efektywności związanych z działalnością jednostki w odniesieniu do przeciwdziałania korupcji				tak	Rozdział 6. str. 77
Opis polityk, procedur należytej staranności oraz kluczowych wskaźników efektywności związanych z działalnością jednostki w odniesieniu do poszanowania praw człowieka ***Prawa człowiek definiujemy, jako: prawo do ochrony życia prywatnego, wolność od poniżającego traktowania, prawo do niedyskryminacji***				tak	Rozdział 6. str. 80
Opis polityk, procedur należytej staranności oraz kluczowych wskaźników efektywności związanych z działalnością jednostki w odniesieniu do zagadnień społecznych				tak	Rozdział 4. str. 57 Rozdział 6. str. 80

[GRI 102-53]

W przypadku pytań dotyczących niniejszej publikacji zapraszamy do kontaktu:

raportcsr@cyfrowypolsat.pl

www.grupapolsat.pl