



www.tp.pl

Telekomunikacja Polska jest narodowym operatorem telekomunikacyjnym. Wraz ze spółkami zależnymi tworzy Grupę Kapitałową TP, która jest największą grupą telekomunikacyjną w Europie Środkowej i pozostaje wiodącą firmą na rynku usług telekomunikacyjnych w Polsce. Firmą, która nadal jest jedną z najlepiej znanych marek w Polsce – rozpoznaje ją prawie 100 proc. Polaków, a blisko 70 proc. wie, że TP oprócz tradycyjnych usług oferuje również dostęp do Internetu.

Oferta i wartości

TP prowadzi działalność we wszystkich segmentach rynku telekomunikacyjnego w Polsce, oferując usługi w zakresie telefonii stacjonarnej, transmisji danych, dostępu do Internetu oraz transmisji satelitarnej. TP przede wszystkim koncentruje się na rozwoju usług szerokopasmowego dostępu do Internetu. Liczba abonentów tej usługi wzrosła o ponad 70 proc. w stosunku do stanu na koniec 2004 r. – w grudniu 2005 r. było to prawie 1,17 mln użytkowników, a całkowite przychody z usług internetowych wzrosły w 2005 r. o 23,5 proc. w porównaniu z 2004 r. Dziś ze wszystkich usług TP korzysta prawie 11 mln

klientów, w tym ponad 1,5 mln gospodarstw domowych podłączonych jest do Internetu dzięki TP.

Kluczowe wartości TP to bliskość, solidność i innowacyjność, a w swej działalności firma kieruje się zasadami uczciwości i przejrzystości. W kwietniu 2005 r. zarząd TP przyjął Kodeks Etyczny, w którym sformułowano podstawowe zasady etyczne obowiązujące w całej grupie, w tym apolityczność, dbałość o pracowników, bezwzględną walkę z korupcją, troskę o środowisko naturalne. W 2005 r. TP została przyjęta do grona Partnerów Strategicznych Forum Odpowiedzialnego Biznesu. W 2006 r. TP

przystąpiła do Global Compact, inicjatywy sekretarza generalnego ONZ Kofiego Anana.

Jako operator narodowy Telekomunikacja Polska od lat angażuje się w działania społeczne i charytatywne, czego efektem było utworzenie w grudniu 2005 r. Fundacji Grupy TP. Fundacja wspiera ważne społecznie inicjatywy i prowadzi ogólnopolskie programy autorskie.

Realizując programy społeczne skierowane do różnych grup, TP skupia się m.in. na działaniach mających na celu upowszechnienie dostępu do Internetu w polskich szkołach. W 2004 r. TP zainaugurowała program „Edukacja z Internetem TP”.



Telekomunikacja Polska – Główny Sponsor Polskiej Reprezentacji Piłkarskiej

Kontekst rynkowy

Polski rynek usług telekomunikacyjnych jest największy w Europie Środkowej, lecz w porównaniu z rynkami w innych krajach tego regionu charakteryzuje się niską penetracją. Wskaźnik penetracji w segmencie telefonii stacjonarnej osiągnął na koniec 2005 r. poziom 32 proc., a w segmencie telefonii komórkowej – 76,6 proc. Oznacza to, że rynek telekomunikacyjny w Polsce ma olbrzymi potencjał wzrostu.

Postępująca liberalizacja doprowadziła do istotnych zmian na rynku telekomunikacyjnym i pojawienia się rosnącej liczby operatorów niszowych i regionalnych. TP utrzymała jednak znaczący udział we wszystkich kluczowych segmentach działalności i posiada ponad 80 proc. udziału w rynku połączeń lokalnych oraz prawie 65 proc. wychodzącego ruchu międzynarodowego.

TP ma też silną pozycję na rynku usług transmisji danych, który stanowi jeden z najszybciej rozwijających się segmentów rynku telekomunikacyjnego w Polsce. Na koniec 2005 r. udział TP w segmencie usług wąskopasmowego dostępu do Internetu (połączeń typu dial-up) wynosił ponad 90 proc., a w segmencie usług szerokopasmowych – 70 proc. Nowe potrójne pakiety usług łączące szerokopasmowy dostęp do Internetu, usługi telefoniczne i dystrybucję telewizji sprawiają, że dostęp szerokopasmowy staje się coraz bardziej atrakcyjny.

W ramach programu 12 tys. szkół (4 mln uczniów) korzysta z usług stałego dostępu do Internetu TP na preferencyjnych warunkach. W ramach programu TP nieodpłatnie udostępniła szkołom pakiet e-bezpieczeństwo, promujący ideę bezpiecznego korzystania z Internetu wśród najmłodszych.

TP wspiera polskich sportowców. Od 2002 r. jest Głównym Sponsorem Polskiej Reprezentacji Piłkarskiej. We współpracy z Polskim Związkiem Piłki Nożnej organizuje również największe w Polsce piłkarskie rozgrywki dla przyszłych piłkarzy – Puchar TP dla Dzieci w Piłce Nożnej im. M. Wielgusa. W 2005 r. w turnieju wzięło udział 1,7 tys. drużyn – 17,5 tys. dziewcząt i chłopców.

Innowacje i promocje

Rok 2006 dla TP był momentem przełomowym. Jako zintegrowany operator telekomunikacyjny TP postawiła nacisk na rozwój najnowocześniejszych rozwiązań w dziedzinie komunikacji, dzięki którym klienci będą mogli pełniej czerpać z otaczającej ich rzeczywistości, realizować swoje pasje i zainteresowania.

Dziś TP to nie tylko telefon i Internet. Najnowszym produktem dla klientów indywidualnych jest livebox tp – prawdziwe centrum domowych mediów: bezprzewodowy Internet, telefonia internetowa i telewizja cyfrowa w jednym. Livebox tp to również dostęp do multimedialnej wypożyczalni filmów i programów telewizyjnych, z której można korzystać bez konieczności wychodzenia z domu. Dzięki nowoczesnemu modemu livebox tp można również bezprzewodowo korzystać z każdej opcji neostrady tp, a także podłączyć do Internetu kilka komputerów jednocześnie. Cała rodzina może korzystać z Internetu w tym samym czasie, a wbudowane zabezpieczenia zapewniają maksymalną ochronę przed nieautoryzowanym dostępem do sieci.



To, czego nie wiedziałeś

- W ciągu swojego życia przeciętny człowiek spędza przy słuchawce telefonicznej łącznie 365 dni
- Codziennie 11 mln klientów TP wykonuje 34 mln połączeń
- Konsultanci Błękitnej Linii TP 9393 odbierają dziennie ponad 90 tys. telefonów
- W Polsce działa ponad 80 tys. automatów telefonicznych, a z 25 tys. przystosowanych do wysyłania SMS-ów w 2005 r. klienci wysłali 1,762 mld wiadomości
- W 2005 r. na działalność społeczną TP przeznaczyła 12 mln zł
- TP podłączyła do sieci ponad 12 tys. szkół i jest głównym partnerem ogólnopolskiej kampanii „Dziecko w Sieci”
- W 2006 r. Telekomunikacja Polska otrzymała nagrodę główną w 4. edycji konkursu „Świat Przyjazny Dziecku” za neostradę tp z pakietem e-bezpieczeństwo



Osiągnięcia i perspektywy na przyszłość

Telekomunikacja, informatyka i produkcja sprzętu IT generują dziś 25 proc. unijnego wzrostu gospodarczego, a rola tego sektora nadal rośnie. W Polsce rynek telekomunikacyjny jest na początku kolejnej technologicznej rewolucji, która przyniesie m.in. nowe innowacyjne usługi i powszechne wykorzystanie technologii IP. Świadoma wyzwał wynikających ze zmian technologicznych, TP intensywnie inwestuje w rozwój najnowszych technologii, które pozwolą świadczyć usługi na najwyższym światowym poziomie. W latach 2000-2005 przeznaczyła na inwestycje rzeczowe 20 mld zł (kwota ta pozwoliłaby na wybudowanie 1,4 tys. km autostrad), a jako jedna z dwóch krajowych spółek znalazła się w europejskich rankingach firm inwestujących w działalność badawczo-rozwojową (prawie 55 mln zł).

1947
Utworzenie państwowego przedsiębiorstwa Polska Poczta, Telegraf i Telefon

1999
TP uruchamia SDI – stały dostęp do Internetu

1991
3,5 mln abonentów telefonii stacjonarnej

1998
Prywatyzacja i debiut na giełdach w Warszawie i Londynie (GDR)

1992
Rozpoczęcie działalności przez spółkę Telekomunikacja Polska SA

2000
Konsorcjum France Telecom-Kulczyk Holding SA zostaje strategicznym akcjonariuszem TP (35 proc. akcji)

1996
TP uruchamia usługę dostępu (dial-up) do Internetu

2004
TP zmienia logo (rebranding)

2006
Era Domu Przyszłości – 10,6 mln abonentów telefonii stacjonarnej, 1,5 mln podłączonych do Internetu TP

