



## Rynek

Jeśli chodzi o przekraczanie granic geograficznych i jednocześnie różnic kulturowych, trudno sobie wyobrazić bardziej wyrazistą markę niż Discovery. Jako jedna z niewielu autentycznie globalnych firm medialnych Discovery wierna jest niezmiennie zasadzie, że: gdziekolwiek są widzowie, niezależnie od tego, w jakim zakątku świata mieszkają, jakim językiem się komunikują, Discovery pragnie pomóc ludziom w poznawaniu otaczającego ich świata oraz zaspokoić ich ciekawość...

W Polsce Discovery Channel zainaugurował swą działalność w 1996 roku i od tego czasu nieustannie poszerza swój zasięg oraz ofertę programową. Obecnie jest dostępny w ofercie platform cyfrowych, a także u 90% operatorów sieci kablowych. Dociera łącznie do ponad 3,1 mln gospodarstw domowych w całym kraju. Poza Discovery Channel widzowie w Polsce mogą również oglądać cztery inne kanały z rodziny Discovery: Animal Planet, Discovery Science Channel, Discovery Civilisation oraz Discovery Travel&Adventure. Wszystkie mają lokalnie dostosowane ramówki, a także grupę wiernych widzów, którzy z zamiłowaniem śledzą programy na swoich ulubionych kanałach tematycznych. Oglądalność wszystkich dostępnych w Polsce kanałów Discovery wciąż rośnie, a same kanały mają coraz mocniejszą pozycję na rynku. W szczególności dotyczy to Discovery Channel, który jest najchętniej oglądanym kanałem dokumentalnym i jednym z najpopularniejszych kanałów tematycznych w Polsce.

## Osiągnięcia

Discovery jako marka jest aktywnym graczem w sektorze medialnym zarówno na skalę globalną jak i lokalną. Raport „Roper Report Worldwide” z 2004 roku uplasował Discovery Channel, największą sieć telewizyjną w grupie Discovery, na drugim miejscu wśród światowych marek medialnych Global Media Brands, zaraz za marką Disney.

Według AGB Polska, Discovery Channel należy do najchętniej oglądanych i najbardziej popularnych kanałów telewizyjnych w Polsce, nadawanych drogą satelitarną. Jest to jeden z najpopularniejszych kanałów tematycznych i bez wątpienia najczęściej oglądany kanał dokumentalny w Polsce.

W ciągu wielu lat swojej działalności firma Discovery niejednokrotnie nagradzana była prestiżowymi tytułami, nagrodami i nominacjami. W 2004 roku Discovery Networks Europe zdobyła trzy Złote Nagrody w prestiżowym konkursie Promax & BDA European Awards za przeprowadzenie kreatywnych kampanii marketingowych w Polsce w roku 2003. Podczas oficjalnej ceremonii rozdania nagród, która odbyła się w Rzymie 23 marca 2004 roku, DNE zostało nagrodzone w trzech kategoriach: za Najlepszy Plakat/Reklamę Zewnętrzna (Best Poster/Outdoor Ad), za Najlepszą Reklamę Prasową Skierowaną do Konsumentów (Best Print Ad for Consumer) oraz w kategorii Dodatkowy Materiał Promujący (Best Collateral Material).

Za Najlepszą Reklamę w kategorii Plakat/Reklama Zewnętrzna uznano kampanię zmiany wizerunku Animal Planet przeprowadzoną w Polsce we wrześniu ubiegłego roku, której znakiem charakterystycznym był olbrzymi pajak wspiniący się po ścianie warszawskiego hotelu Metropol.



Kolejną nagrodę, za Najlepszą Reklamę Prasową Skierowaną do Konsumentów (Best Print Ad for Consumer), zdobyła zorganizowana w maju 2003 roku polska kampania „Zamach w Moskwie” (Moscow Siege), a nagrodę w kategorii Dodatkowy Materiał Promujący (Best Collateral Material) przyznano Discovery za europejską kampanię pocztówkową „Odkrycie Nefretete”, przeprowadzoną na przestrzeni sierpnia i września zeszłego roku.

## Historia

Wszystko zaczęło się w Stanach Zjednoczonych w 1985 roku, kiedy John Hendricks postanowił założyć firmę w branży medialno-rozrywkowej, która za pośrednictwem własnych kanałów telewizyjnych oferowałaby najwyższej jakości zawartość programową oraz dzięki której ludzie mogliby poznawać świat, oglądając to, czego na co dzień nie mogą zobaczyć, a także zrozumieć to, co trudno wyjaśnić. Podążając za swoją wizją, Hendricks stworzył Discovery Channel, wierząc, że nowa telewizja sprosta powszechnym oczekiwaniom, jako że w tym czasie na rynku nie istniał żaden kanał dokumentalny o takim profilu i tego typu zawartości programowej.

W ciągu zaledwie jednego roku kanał Discovery Channel znacząco zwiększył liczbę abonentów – z początkowych 156 tys. do 7 milionów. W trzy lata po powstaniu A.C. Nielsen ogłosił Discovery Channel najszybciej rozwijającą się siecią telewizji kablowej wszechczasów. Obecnie Discovery wraz ze swoją szeroką ofertą tematycznych kanałów telewizyjnych jest dostępne w 160 krajach, co daje marce globalny zasięg.

Pełniący funkcję prezesa i dyrektora generalnego John Hendricks jest od 19 lat siłą napędową rozwoju Discovery Communications Int. (DCI). Pod jego przewodnictwem Discovery stało się nie tylko jedną z największych, ale i najbardziej znaczących firm medialnych na świecie. Obecnie w jej skład wchodzi czterdzieście znakomitych marek, takich jak: TLC, Animal Planet, Travel Channel, Discovery Health Channel, Discovery Kids, a także grupa tematycznych kanałów cyfrowych. Discovery dociera ze swoją bogatą ofertą do ponad miliarda abonentów na całym świecie.

Discovery Networks Europe (DNE), oddział DCI na region Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki, zarządza dziewięcioma kanałami telewizyjnymi i dociera do ponad 140 mln abonentów z 38 mln gospodarstw domowych w 106 krajach Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki, co daje firmie znaczącą pozycję w branży. Programy nadawane są w 21 językach. Kanały wchodzące w skład DNE to: Discovery Channel, Animal Planet,

Discovery Science Channel, Discovery Civilisation, Discovery Travel&Adventure, Discovery Wings, Discovery Kids, Discovery Home&Leisure oraz Discovery Health.

Discovery Channel, najpopularniejszy, a zarazem największy kanał w strukturze Discovery, rozpoczął swoją ekspansję międzynarodową w 1989 roku w Wielkiej Brytanii. W 1993 roku został wprowadzony na rynki w Azji i Ameryce Łacińskiej.

Discovery Networks Europe nieustannie się rozwija i umacnia swoją pozycję w regionie, równocześnie rozszerzając swój zasięg na nowe obszary. We wrześniu 2004 roku Discovery pojawiło się na rynku francuskim, proponując tamtejszym widzom najwyższej jakości zawartość programową oraz wspaniałą rozrywkę.

## Produkt

Za pośrednictwem swoich kanałów telewizyjnych Discovery oferuje widzom różnorodność informacji, ciekawe tematy, a przede wszystkim najwyższej jakości zawartość programową.

Dzięki fascynującym, wyprodukowanym przy użyciu najnowszych technologii programom, Discovery Channel zabiera widza w podróż dookoła świata, do wnętrza Ziemi, w przestrzeń kosmiczną i głębię oceanu, a także do miejsc nieznanych i dotąd niezbadanych. Discovery Channel oferuje widzom nowatorskie podejście, bogatą argumentację, wnikliwość i inspirację, jak również prawdziwie intelektualną rozrywkę.

Kiedy jesteście głodni wiedzy... to właśnie poprzez przełomowe filmy dokumentalne, nowatorską narrację i wciągające programy Discovery Channel odpowiada na nasze podstawowe pragnienie, by zaspokoić naturalną ludzką ciekawość.



## Głodni wiedzy

Discovery Channel nadaje przez 18 godzin na dobę, 7 dni w tygodniu. Ramówka dostosowana do potrzeb lokalnego rynku zawiera programy dla dorosłych w różnym wieku. Zarówno kobiety, jak i mężczyźni mogą zawsze znaleźć dla siebie idealny program. Discovery Channel oferuje swoim widzom zarówno serie, jak i pojedyncze dokumenty.

Oferta programowa podzielona jest na bloki tematyczne, dzięki czemu zarówno zawartość, treść programów, jak i ich forma są bliższe widzom oraz ich oczekiwaniom. W poniedziałkowe wieczory można oglądać Noce Medyczne, we wtorki w ramach Wieczoru Nauki dowiedzieć się czegoś na temat techniki, wielkich odkryć oraz inżynierii. Środy to wieczory poświęcone historii, a czwartki w ramach Nocy Zbrodni przenoszą widzów w świat medycyny sądowej, kryminalistyki, śledztwa i detektywów.

Można ponadto znaleźć programy traktujące o przemyśle motoryzacyjnym, technologii, ludziach i ich naturalnym środowisku oraz różnych innych miejscach na całym świecie. Głodni wiedzy...? Włączcie Discovery Channel!

Animal Planet ujmuje cię i wciąga. Tutaj znajdziesz intrygę, przygodę, humor, miłość, przyjaźń, akcję, życie i śmierć. Animal Planet prezentuje programy o życiu zwierząt w ich naturalnych warunkach,

można tu znaleźć wszelkie informacje dotyczące nawet najbardziej nietypowych i niezwykłych zwierząt świata. Wspólnie z prowadzącymi widzowie mogą odwiedzić najbardziej odległe zakątki, obserwować dziką przyrodę oraz najzadsze okazy zwierząt.



Discovery Science przygląda się najświeższym nowinkom ze świata nauki i technologii, od odległych krańców galaktyki do praktycznych zastosowań nauki.

Discovery Civilisation ożywia historyczne wydarzenia, pokazuje zmiany w kulturze oraz analizuje ich wpływ na życie ludzi.

Discovery Travel&Adventure zabiera swych widzów w niezwykle podróże po najbardziej egzotycznych miejscach na świecie. To idealny wybór zarówno dla podróżników, którzy na co dzień nie ruszają się ze swoich foteli, jak i dla amatorów prawdziwie mocnych wrażeń.

Discovery pozwala widzom odkrywać to co nieznanne, zachęca do poszerzania wiedzy i przeżywania przygód. Przedstawia cuda przyrody oraz osiągnięcia nauki w fascynujący sposób, pokazuje prawdziwy świat oraz korzysta z dobrodziejstw nowoczesnej technologii, prezentując obrazy wygenerowane komputerowo. Przybliża starożytne cywilizacje i historię współczesną. Odkrywa nieznanne, wyjaśnia niewyjaśnione i zgłębia niezgłębione.



Discovery to prawdziwa intelektualna rozrywka, możliwość odkrywania kultury i zgłębiania otoczenia, w którym żyjemy. To świat przeniesiony do domów milionów ludzi na całym świecie.



## Ostatnie wydarzenia

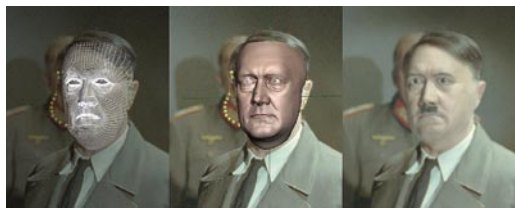
Kanały Discovery to edukacja i rozrywka, przełomowe technologie, najwyższej jakości profesjonalne opinie ekspertów. Chcąc na bieżąco reagować na potrzeby widzów, Discovery nieustannie inwestuje w produkcję i wysoką jakość zawartości programów emitowanych w poszczególnych kanałach. W 2004 roku DNE zainwestowało w ponad 370 godzin programów zamówionych specjalnie na rynek europejski.

Celem Discovery jest pokazywać w swych kanałach jak najwięcej nowych programów i na bieżąco reagować na potrzeby widzów. Dlatego też ostatnio pojawiły się programy skierowane do polskiego odbiorcy, odnoszące się do lokalnej kultury, tradycji, zwyczajów i historii.

Gospodarzem programu pt. „Nieznane oblicza Rock’n’Rolla” w Polsce był Wojciech Mann. Na szklanym ekranie pojawiły się również takie gwiazdy, jak: Beata Tyszkiewicz, Marek Karewicz, Barbara Hoff, Robert Leszczyński czy Stanisław Mikulski.



Nowy, przełomowy program „Wirtualna historia: Tajemnica zamachu na Hitlera”, dzięki połączeniu najnowszej technologii oraz mało znanych do tej pory dokumentów historycznych, otwiera kluczowy moment w historii, pokazując w unikalny sposób wydarzenia nigdy niezarejestrowane na taśmach archiwalnych. Lektorem w polskiej wersji programu był Bogusław Wołoszański.



## Promocja

Do promocji swych programów Discovery zawsze stara się wykorzystywać nowatorskie i oryginalne narzędzia oraz unikalne koncepcje marketingowe. Niedawno Discovery Networks Poland przeprowadziło w Polsce pierwszą interaktywną kampanię łączącą w sobie technikę oraz nowatorski sposób promocji programów. Specjalny baner internetowy wraz z systemem przypominania miał na celu promowanie serii „Godzina zero” oraz dokumentu pt. „Wirtualna historia: Tajemnica zamachu na Hitlera”, emitowanych na Discovery Channel.

Discovery jako marka i firma poprzez swoje kanały telewizyjne zawsze pragnie być blisko widza, rozumieć jego potrzeby i na bieżąco na nie reagować. Zgodnie z tym przekonaniem, Discovery Channel przeprowadza różne kampanie, których zadaniem jest przybliżenie widzom kluczowych komunikatów oraz oferty stacji. Aby podkreślić charakter oraz główne założenia kanału, Discovery Channel zorganizowało w roku 2004 w Europie zintegrowaną kampanię pod wspólnym hasłem „Got

To Know” (w Polsce „Głodni wiedzy”). Na kampanię składały się działania marketingowe, reklamowe oraz PR, a także akcje lokalne mające na celu sprawdzenie poziomu ciekawości wśród wybranych europejskich nacji.

Kampania „Głodni wiedzy” zrodziła się z przekonania, że żyjemy w kulturze ciekawości, a ludzie po prostu chcą wiedzieć więcej o świecie, który ich otacza. Badanie dotyczące ciekawości miało na celu sprawdzenie, jak owa ciekawość objawia się w życiu codziennym oraz co sprawia, że ludzie są głodni wiedzy. Wyniki ankiety pokazały, że Polacy są najbardziej ciekawym światem narodem w Europie!

## Wartości marki

Discovery prezentuje spójny system wartości na całym świecie. Wszędzie propaguje te same idee i przekazuje te same kluczowe komunikaty.

Discovery to odpowiedzialna, zorientowana na widza marka. To prawdziwa intelektualna rozrywka oraz wyjątkowe kanały dokumentalne, które na co dzień oferują najwyższej jakości zawartość programową, nowatorskie i oryginalne podejście, a także unikalne pomysły przedstawiania faktów. To źródło informacji, wiedzy i rozrywki. To gwarancja dobrze spędzonego czasu.

Discovery nieustannie się rozwija, inwestuje w produkcję programów oraz poszerzenie swych usług, tak by widzowie mogli odkrywać świat i zaspokajać ciekawość w coraz to doskonalszy sposób. Discovery dociera ze swoim przekazem oraz oryginalnymi, najwyższej jakości programami do widzów na całym świecie.

Zaangażowanie Discovery i wszechstronna dbałość o najwyższą jakość programów wychodzą poza standardowe granice oferowanych produktów i usług. Jako firma Discovery zatrudnia najbardziej wykwalifikowanych pracowników, wierząc, iż jest to gwarancja najlepszej strategii biznesowej.

Zarówno konkretnej, codziennej pracy, jak i misji, która jej przyświeca, odpowiada przekonanie, że Discovery jest dopiero na początku swojej drogi, istnieje zatem potrzeba, by nieustannie wzmacniać potencjał firmy i marki oraz tym samym zwiększać szanse na osiągnięcie sukcesu na coraz bardziej konkurencyjnym rynku.

[www.discoverychannel.pl](http://www.discoverychannel.pl)

[www.animalplanet.pl](http://www.animalplanet.pl)

Czego nie wiedzieliście o marce

## DISCOVERY

### GLOBALNIE:

- » Discovery działa w 160 krajach na świecie i dociera do łącznej bazy miliarda abonentów;
- » Discovery Channel odbierany jest w 450 mln domów;
- » programy emitowane są w 37 językach;
- » strony internetowe Discovery odwiedzane są każdego miesiąca przez ponad 76 mln użytkowników.

### REGIONALNIE:

- » w regionie Europy, Bliskiego Wschodu oraz Afryki Discovery obecne jest w 106 krajach i dociera do łącznej bazy ponad 140 mln abonentów;
- » Discovery dostępne jest w ponad 38 mln domów w regionie Europy, Bliskiego Wschodu oraz Afryki;
- » Discovery Networks Europe wyprodukowało lokalnie w 2004 roku ponad 370 godzin programów.