

Gdańsk, dnia 29 kwietnia 2015

Pan Jan Dworak
Przewodniczący
Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji
Skwer kard. S. Wyszyńskiego 9
01-015 Warszawa

Szanowny Panie Przewodniczący,

W nawiązaniu do konsultacji dotyczących naziemnej telewizji cyfrowej (MUX-8) oraz naszego pisma z 28 maja 2014 roku, uprzejmie prosimy o rozważenie przydzielenia Mango Media kanału DTT na potrzeby 24-godzinnych telezakupów.

Spółka Mango Media, założona w Gdyni w 1989 roku, jest najlepiej znaną w Polsce firmą zajmującą się telezakupami i sprzedającą na odległość, z 93% rozpoznawalnością wśród Polaków. Mango działa w swojej obecnej formie prawnej od 2002 roku. Firma posiada szeroki wachlarz bestsellerów telezakupowych obejmujących artykuły gospodarstwa domowego, kuchenne, akcesoria wyposażenia domu, zdrowotne, służące relaksowi, pielęgnacji urody, pracy nad sprawnością fizyczną i inne.

Dzięki naszej licencji na 24-godzinne nadawanie telezakupów przez satelitę pod nazwą Telezakupy Mango24, udzielonej przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji, Mango dociera do 8,7 miliona polskich gospodarstw domowych (70% obszaru kraju) za pośrednictwem telewizji kablowej i platform cyfrowych.

Możliwość zwiększenia zasięgu za pośrednictwem naziemnej telewizji cyfrowej znacząco by nam pomogła, jako jedynej polskiej firmie telezakupowej, w skutecznym konkurowaniu z firmami zagranicznymi. Kanał telezakupowy naziemnej telewizji cyfrowej na multipleksie dla Mango24 nie zakłóci rynku reklam telewizyjnych ponieważ firma Mango nie będzie prowadziła sprzedaży czasu reklamowego jak inni typowi nadawcy. Dla Mango działającego w standardzie SD nie jest to ograniczeniem, a ponieważ nie będzie zużywać środków z budżetów na reklamę to więcej środków będzie można przeznaczyć na lokalne produkcje na innych kanałach. Tak skonfigurowany MUX-8 pozwoli operatorowi MUX na bardziej stabilną pracę i będzie bardzo skutecznym sposobem dywersyfikacji.

Ponadto, naszym zdaniem, Mango Media skutecznie dba o różnorodność programową w Polsce, czego dowodem jest wysoka rozpoznawalność marki w Polsce, na poziomie 93%.

SEKRETARIAT
DEPARTAMENT STRATEGII
Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji
Lp. DS. 077.15.178.2011

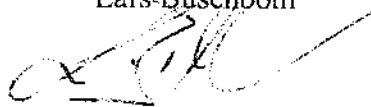
[Handwritten signature]

Dlatego zwracamy się z uprzejmą prośbą o realistyczną ocenę włączenia kanału Mango24 do naziemnej telewizji cyfrowej (MUX-8).

Pozostajemy do całkowitej dyspozycji gdyby miał Pan jakiegokolwiek dalsze pytania i uprzejmie prosimy o ustosunkowanie się do naszej prośby.

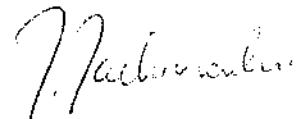
Z poważaniem,

Lars-Buschborn



Prezes Zarządu

Jarosław Jachimowski



Wiceprezes Zarządu

Mango Media
Sp. z o.o.

80-309 Gdańsk, Al. Grunwaldzka 411

NIP 585-13-94-958 ①

Regon 192787175

Gdańsk, April 29, 2015

Mr. Jan Dworak
Chairman
National Broadcasting Council
S. Wyszyński Square 9
01-015 Warszawa

Dear Chairman,

With regards to the digital terrestrial television (MUX-8) consultation and our letter from May 28th, 2014, we kindly ask you to consider Mango Media granting a DTT channel for 24-hours teleshopping.

Mango Media, established 1989 in Gdynia, is the best known teleshopping and distance selling company in Poland with 93% aided brand awareness amongst the Polish population. Mango is operating in its current legal form since 2002. Mango has a broad range of bestselling teleshopping products covering household, kitchen, home and living accessories, health, wellness, beauty, fitness and other categories.

Thanks to our 24-hour teleshopping license to broadcast via satellite, granted by the National Broadcasting Council entitled "Telezakupy Mango24", Mango reaches 8.7 million Polish households (70% of country territory) through cable and digital platforms.

The possibility to increase the reach via digital terrestrial television would substantially help us to compete successfully against international companies as the only Polish teleshopping company. This digital terrestrial multiplexes teleshopping channel for Mango24 won't affect the normal TV advertising market as Mango will not sell advertising time like other normal broadcasters. For Mango operating in SD is not a limitation and as it is not consuming the advertising budgets more money can be devoted for local production on other channels. Such set up of the MUX8 would give the MUX operator more stable operation and would be very efficient way of diversification.

Moreover, we believe that Mango Media is successfully maintaining the programming diversity in Poland, documented by the high brand awareness of 93% in Poland.

Thus, we kindly ask for a realistic assessment of the inclusion of Mango24 channel in digital terrestrial television (MUX-8).

We remain at your entire disposition for any further questions and looking forward to hearing from you.

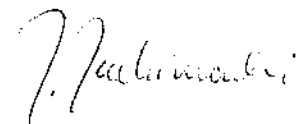
Best regards,

Lars Buschbom



Przes Zarządu

Jarosław Jachimowski



Wiceprezes Zarządu

Mango Media
Sp. z o.o.
80-309 Gdańsk, Al. Grunwaldzka 411
NIP 585-13-94-958 ①
Regon 192787175

Gdańsk, dnia 29 kwietnia 2015

Pan Jan Dworak
Przewodniczący
Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji
Skwer kard. S. Wyszyńskiego 9
01-015 Warszawa

Dep. Strategii
AS

Szanowny Panie Przewodniczący,

W nawiązaniu do konsultacji dotyczących naziemnej telewizji cyfrowej (MUX-8) oraz naszego pisma z 28 maja 2014 roku, uprzejmie prosimy o rozważenie przydzielenia Mango Media kanału DTT na potrzeby 24-godzinnych telezakupów.

Spółka Mango Media, założona w Gdyni w 1989 roku, jest najlepiej znaną w Polsce firmą zajmującą się telezakupami i sprzedażą na odległość, z 93% rozpoznawalnością wśród Polaków. Mango działa w swojej obecnej formie prawnej od 2002 roku. Firma posiada szeroki wachlarz bestsellerów telezakupowych obejmujących artykuły gospodarstwa domowego, kuchenne, akcesoria wyposażenia domu, zdrowotne, służące relaksowi, pielęgnacji urody, pracy nad sprawnością fizyczną i inne.

Dzięki naszej licencji na 24-godzinne nadawanie telezakupów przez satelitę pod nazwą Telezakupy Mango24, udzielonej przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji, Mango dociera do 8,7 miliona polskich gospodarstw domowych (70% obszaru kraju) za pośrednictwem telewizji kablowej i platform cyfrowych.

Możliwość zwiększenia zasięgu za pośrednictwem naziemnej telewizji cyfrowej znacząco by nam pomogła, jako jedynej polskiej firmie telezakupowej, w skutecznym konkurowaniu z firmami zagranicznymi. Kanał telezakupowy naziemnej telewizji cyfrowej na multipleksie dla Mango24 nie zakłóci rynku reklam telewizyjnych ponieważ firma Mango nie będzie prowadziła sprzedaży czasu reklamowego jak inni typowi nadawcy. Dla Mango działającego w standardzie SD nie jest to ograniczeniem, a ponieważ nie będzie zużywać środków z budżetów na reklamę to więcej środków będzie można przeznaczyć na lokalne produkcje na innych kanałach. Tak skonfigurowany MUX-8 pozwoli operatorowi MUX na bardziej stabilną pracę i będzie bardzo skutecznym sposobem dywersyfikacji.

Ponadto, naszym zdaniem, Mango Media skutecznie dba o różnorodność programową w Polsce, czego dowodem jest wysoka rozpoznawalność marki w Polsce, na poziomie 93%.

S. Nadle

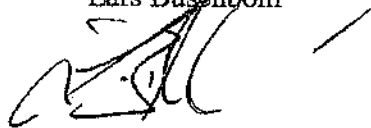
EX-111
p-1035/15
20.04.2015

Dlatego zwracamy się z uprzejmą prośbą o realistyczną ocenę włączenia kanału Mango24 do naziemnej telewizji cyfrowej (MUX-8).

Pozostajemy do całkowitej dyspozycji gdyby miał Pan jakiegokolwiek dalsze pytania i uprzejmie prosimy o ustosunkowanie się do naszej prośby.

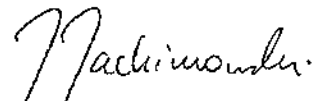
Z poważaniem,

Lars Buschbom



Prezes Zarządu

Jarosław Jachimowski



Wiceprezes Zarządu

Mango Media
Sp. z o.o.
80-309 Gdańsk, Al. Grunwaldzka 411
NIP 585-13-94-958 ①
Regon 192787175