

## **UPC Polska rusza z nową odsłoną kampanii z MegaRodzinką i wprowadza nową ofertę promocyjną**

**Warszawa, 5 stycznia 2016 r. UPC Polska, lider innowacyjnych usług cyfrowych, rusza z nową odsłoną kampanii, wykorzystującej format MegaRodzinki. Promuje ona ofertę dla nowych klientów, z ceną niższą o połowę nawet przez trzy miesiące.**

W najnowszej reklamie aktorka Sylwia Gliwa, wcielająca się w rolę MegaMamy, promuje 50-procentowy upust na wszystkie usługi UPC dla nowych klientów. Wszyscy nowi klienci otrzymają usługi w promocji, która pozwala na korzystanie z nich nawet przez trzy miesiące w cenie niższej o 50 proc. Klient otrzyma zniżkę niezależnie od tego czy wybiera jedną usługę, dwie lub więcej. Spot obejrzyć można na kanale YouTube [UPC Polska](#). Szczegóły oferty na stronie [www.upc.pl](http://www.upc.pl).

UPC – zgodnie z przyjętą strategią – konsekwentnie stawia satysfakcję klienta w centrum uwagi, dopasowując ofertę do jego potrzeb. Dlatego rozwija i wzbogaca swoje cyfrowe usługi – telewizję, internet i telefon. Stale zwiększana jest liczba kanałów w Telewizji Cyfrowej UPC, w tym w jakości HD, których jest już 78, co czyni UPC liderem wśród największych operatorów kablowych w Polsce.

W ramach platformy Horizon, której sprzedaż przekroczyła już 100 000, klienci mają też dostęp do telewizji mobilnej, dzięki aplikacji Horizon Go oraz do bogatych bibliotek treści na żądanie, w tym biblioteki MyPrime z 2000 filmów i seriali. Przyspiesza także internet – klienci indywidualni mogą korzystać z łącza o prędkości do 250 Mb/s, a klienci biznesowi nawet do 600 Mb/s.

Nowa kampania reklamowa jest prowadzona w najważniejszych mediach, w tym w ogólnopolskiej telewizji, online i social mediach. Za kreację kampanii odpowiada agencja Heart & Brain, media kupuje dom mediowy OMD, za działania BTL odpowiada Arip.



\*\*\*

**UPC Polska** jest liderem cyfrowych usług kablowych: telewizji, szerokopasmowego Internetu i telefonii dla klientów indywidualnych i biznesowych. Łączymy ludzi z cyfrowym światem, ułatwiając korzystanie z jego nieograniczonego potencjału oraz wyznaczamy nowe trendy na rynku, dzięki wdrażaniu najlepszych, światowych technologii. Na koniec trzeciego kwartału 2015 r. z usług UPC Polska korzystało 1 415 600 abonentów, w tym 936 400 z telewizji cyfrowej, 249 700 z telewizji analogowej, 1 019 500 z szerokopasmowego internetu i 578 400 z telefonii. W zasięgu najnowszej generacji szerokopasmowych sieci UPC w standardzie DOCSIS 3.0 znajduje się ponad 2,8 mln gospodarstw domowych, w ponad 100 miastach w Polsce. UPC Polska jest częścią Liberty Global, Inc. (NASDAQ: LBTYA, LBTYB, LBTYK). Więcej informacji dostępnych jest na stronie: [www.upc.pl](http://www.upc.pl)

**Liberty Global** jest największym międzynarodowym operatorem telewizji kablowej, obecnym w 14 krajach. Liberty Global łączy ludzi z cyfrowym światem, umożliwiając im odkrywanie jego nieograniczonych możliwości. Usługi Liberty Global, wyznaczająca rynkowe trendy, są świadczone dzięki sieciom nowej generacji oraz innowacyjnym platformom technologicznym, które łączą ponad 27 mln klientów, korzystających z 57 mln usług: telewizji, szerokopasmowego Internetu i telefonii (dane na 30 września 2015 r.). Dodatkowo, na koniec września 2015 r. roku Liberty Global obsługiwało 5 milionów klientów usług mobilnych oraz oferowało usługi WiFi w sześciu milionach miejsc dostępu.

Firmy Liberty Global działają w ramach dwóch Grup, notowanych na giełdzie: Liberty Global Group (NASDAQ: LBTYA, LBTYB i LBTYK), która przede wszystkim obejmuje działalność w Europie oraz LiLAC Group (Nasdaq: LILA i LILAK, OTC Link: LILAB), która obejmuje działalność w Ameryce Łacińskiej i na Karaibach.

Marki konsumenckie, należące do Liberty Global to Virgin Media, Ziggo, Unitymedia, Telenet, UPC, VTR i Liberty. Działalność operacyjna obejmuje również Liberty Global Business Services oraz fundusz inwestycyjny Liberty Global Ventures. Więcej informacji na stronie [www.libertyglobal.com](http://www.libertyglobal.com).