



Analiza obecności sektora DC i PLDCA w mediach - wnioski zarządcze

27.07.2026

Co zawiera prezentacja?

1. Aktualizacja zadań i procesów w zespole PR
2. Outcome: efekty w mediach
3. Sentyment DC w mediach: negatywny vs. pozytywny
4. Wnioski i rekomendacje



Cel główny 2026

Wzmocnienie i zwiększenie zakresu wpływu. Wejście do strategicznych debat kluczowych interesariuszy, w tym mediów, jako kluczowy uczestnik i głos.

Cele szczegółowe

Wpływ na decydentów publicznych i regulatorów.

Ugruntowanie pozycji PLDCA jako niezbędnego partnera merytorycznego w procesach decyzyjnych dotyczących energii, inwestycji infrastrukturalnych, AI i cyfryzacji.

Wpływ na środowiska eksperckie i liderów opinii.

Budowanie długofalowego konsensusu eksperckiego wokół roli centrów danych jako infrastruktury strategicznej o znaczeniu krytycznym, warunkującej rozwój gospodarki cyfrowej, bezpieczeństwo i konkurencyjność kraju.

Wpływ na biznes i środowisko inwestycyjne.

Kształtowanie postrzegania PLDCA jako reprezentanta dojrzałego, przewidywalnego sektora, zdolnego do skalowania inwestycji i współpracy z administracją.

Wpływ na media jako nośnik wpływu systemowego.

Wzmocnienie pozycji PLDCA jako pierwszego źródła wiedzy dla mediów w tematach centrów danych, infrastruktury cyfrowej, AI i energii.

ROI: wyniki działań (VI-VII 2026)*

PLDCA obecne w kluczowych mediach: Rzeczpospolita, Puls Biznesu, PAP Biznes, Onet, XYZ, CRN, IT-Reseller i in.

152

publikacji medialnych z udziałem PLDCA ogółem w okresie VI-VII 2026. **47 w mediach Tier 1.****

357 tys.

do tyłu osób, do których dotarły komunikaty PLDCA **za pośrednictwem mediów Tier 1** w analizowanym okresie.

649 tys. zł

AVE*** (wartość ekwiwalentu reklamowego materiałów pozycjonujących PLDCA w okresie VI-VII 2026) **w mediach Tier 1.**

36 tys.

Tyle razy posty profilu LinkedIn PLDCA zostały wyświetlone odbiorcom (z wyłączeniem postów ambasadorów, kadry PwC i Microsoft)

17,7 tys.

Do tyłu unikalnych użytkowników dotarły posty profilu LinkedIn PLDCA. 20% odwiedzających profil stanowiły osoby odpowiedzialne za rozwój biznesów, 13% - za sprzedaż i 8% - za operacje.

***AVE (Advertising Value Equivalency) pokazuje, jaką wartość finansową przyniosła firmie obecność w mediach, porównując ją z kosztem zakupu reklamy o podobnym zasięgu lub powierzchni.

* dane na 24.07.2026

** szczegóły nt mediów Tier 1 na kolejnych slajdach

PLDCA w mediach (VI-VII 2026)*

XYZ

NEWSROOM XYZ

ARCHIWALNY

18.06.2026 14:16

Tysiące miejsc pracy i miliardy złotych z podatków. Tak centra danych wpływają na polską gospodarkę

W 2025 r. centra danych wygenerowały 10,6 mld zł wartości dodanej brutto i 4,3 mld zł z podatków. Dzięki temu sektorowi rocznie utrzymywanych jest także 41 tys. miejsc pracy - wynika z raportu „Napędzając Gospodarkę: Gospodarczy wpływ sektora Data Center w Polsce” przygotowanego przez Polski Związek Centrów Danych (PLDCA) we współpracy z PwC Polska.

XYZ

PAP Biznes

Strona główna Wiadomości Gospodarka Nieruchomości Firmy i Branże Rynki Profil

Strona Główna Firmy W '25 Centra Danych Wygenerowały 10,6 Mld Zł Wartości Dodanej Brutto i 4,3 Mld Zł Wpływów Fiskalnych - Raport

Najnowsze

Gospodarka 12:40 MF analizuje różne warianty zmian skali podatkowej

Firmy 12:32 W przyszłym tygodniu na stacjach kontynuacja wzrostu cen paliw - e-petrol

Firmy 12:31 Noble Securities wznowił pokrycie TSG od rekomendacji "Kupuj" i ceny docelowej akcji 152,7 zł

Firmy 12:15

Publikacja: 2026-06-18 10:00

W '25 centra danych wygenerowały 10,6 mld zł wartości dodanej i 4,3 mld zł wpływów fiskalnych - raport

W 2025 r. centra danych w Polsce wygenerowały 10,6 mld zł z brutto i 4,3 mld zł wpływów fiskalnych dla gospodarki - wynika: "Gospodarczy wpływ sektora Data Center w Polsce" przygotowany: Polski Związek Centrów Danych (PLDCA) we współpracy z PwC

PAP Biznes

30 lat onet

ONET PREMIUM > BUSINESS INSIDER > TECHNOLOGIE > SERWEROWNIE, SUSZA I ZIMNA KALKULACJA

BUSINESS INSIDER Polska premium

Serwerownie, susza i zimna kalkulacja przed trudnym testem

Mieszko Krzykowski Obserwuj

13 czerwca 2026, 06:02 | 10 min czytania

Skróć artykuł 3,7 tys.

premium To jest artykuł Onet Premium.

Onet

CRN

IT - biznes, trendy, technologie Numer 1 w Polsce

AKTUALNOŚCI WYWIADY/FILETONY ARTYKUŁY MAGAZYN CRN CHANNEL MASTER IT MASTER IT F

Podziel się

AKTUALNOŚCI

Autor: Krzysztof Pasławski | Dodano: 2026-06-22 07:18

Centra danych w Polsce: „Wzrost napędzi rewolucja AI”

Polski rynek centrów danych czeka gwałtowny wzrost w kolejnych latach, a branża r przy tym solidnie wspierze gospodarkę. Jesteśmy jednak na rozdrożu i musimy wykazać się, jaką daje AI - wynika z konferencji zorganizowanej przez PLDCA i PwC w Wa

CRN

Raport Cyberodporność. Wersja Polska

wnp

Wiergia Przemysł Rynki Bezpieczeństwo Tech Budownictwo Logistyka wnp-economic trends Polityka i So

Tech Ten sektor pompkuje miliardy w polską gospodarkę. Prawdziwy boom jednak dopiero nadchodzi

Ten sektor pompkuje miliardy w polską gospodarkę. Prawdziwy boom jednak dopiero nadchodzi

WNP

nkier.pl

GOSPODARKA Cyfrowa infrastruktura stała się samodzielną gałęzią gospod...

REPORT Cyfrowa infrastruktura stała się samodzielną gałęzią gospodarki

publikacja 2026-06-21 08:00

W 2025 r. centra danych w Polsce wygenerowały 10,6 mld zł wartości dodanej brutto i 4,3 mld zł wpływów fiskalnych dla gospodarki - wynika z raportu "Gospodarczy wpływ sektora Data Center w Polsce" przygotowanego przez Polski Związek Centrów Danych (PLDCA) we współpracy z PwC Polska.

Bankier.pl

* dane na 24.07.2026

Zadania agencji (VI-VII 2026)*

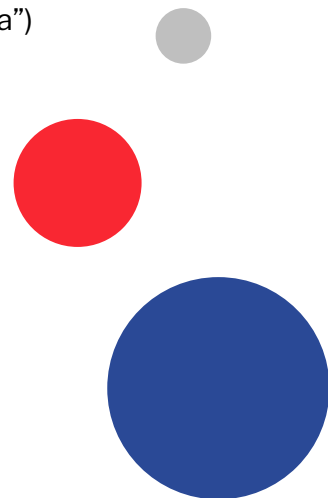
Ongoing

- **7 zapytań od mediów** (OKO.press, TVN24, Property Insider, IT w Administracji, Infrastructure Investor Deals, Balkan Investigative Reporting Network)
- **5 autoryzacji i komentarzy za pośrednictwem PLDCA** (CRN, AHK, Ciepłownictwo Ogrzewnictwo Wentylacja, Datacentered – Dutch Data Center Association, Puls Biznesu - Switch Datacenters)
- **2 proaktywne komentarze dla mediów** (2x Rzeczpospolita)
- **4 pełne materiały prasowe** (“Komisja Europejska wymienia Polskę wśród kluczowych nowych lokalizacji centrów danych”, “Raport PLDCA: centra danych w Polsce wygenerowały w 2025 roku 10,6 mld zł wartości dodanej”, “Strategia Cyfryzacji Państwa wyznacza kierunek rozwoju infrastruktury cyfrowej. Co oznacza dla sektora centrów danych?”, “Raport PLDCA: centra danych tworzą w Polsce prawie 41 tys. miejsc pracy. Sektor planuje dalszy wzrost zatrudnienia”)
- **19 postów na LinkedIn PLDCA**
- **Project Management** (bieżące zarządzanie projektem, raportowanie, planowanie działań)

Premiera Impact Report 2026

- **Obsługa medialna konferencji prasowej** (obecność 7 redakcji na wydarzeniu)
- **5 postów na LinkedIn dla ambasadorów Impact Report**
- **Materiały do komunikacji** (m.in. dla Microsoft)

* dane na 24.07.2026



Q2. Analiza efektów w mediach (IV-VI 2026)

Przeanalizowaliśmy dane za II kwartał 2026 roku. Z całego krajobrazu mediów wyodrębniliśmy do analizy te, które czytają odbiorcy kluczowi z perspektywy PLDCA. Są to media ogólne, biznesowe i branżowe (z naciskiem na media technologiczne, energetyczne, gospodarcze i nieruchomościowe). Media te na potrzeby analizy określamy jako Tier 1.

Poniżej pełna lista mediów Tier 1 ujętych w analizie.

Dziennik Gazeta Prawna (infor.pl), Puls Biznesu, Rzeczpospolita, Parkiet, Gazeta Wyborcza, Forbes, ISBnews, Gazeta Finansowa, Strefa Biznesu, Polityka, Wprost, Newsweek, ITwiz, CRN, IT Reseller, IT w Administracji, Computerworld, WNP.pl, Wysokie Napięcie, BiznesAlert.pl, Energetyka24 / CyberDefence24, Chłodnictwo i Klimatyzacja, cire.pl, PAP (Polska Agencja Prasowa), Onet, WP, Interia, Gazeta.pl, Wyborcza.biz, Business Insider, Money.pl, Bankier.pl, xyz.pl, Property Insider, Propertynews, Eurobuild, Obiekty, tok.fm, RMF, Radio ZET, Polsat / Polsat News, TVN / TVN24

Q2. Diagnoza sytuacji i analiza

W analizowanym okresie w mediach Tier 1 ukazało się łącznie 1850 artykułów, w których wzmiankowana jest fraza „centrum danych”. Większości z nich centra danych pojawiają się jako dodatkowy wątek (stąd ich duża liczba). Tego typu materiały mają zwykle wydźwięk neutralny lub pozytywny stanowią ok. **98% wszystkich analizowanych publikacji**.

Przykładowe materiały tego rodzaju:

[PRZYKŁAD 1](#) | [PRZYKŁAD 2](#) | [PRZYKŁAD 3](#)

Tam, gdzie centra danych były głównym kontekstem, za pomocą narzędzia analitycznego przypisaliśmy wydźwięk wyrażnie negatywny lub wyrażnie pozytywny.

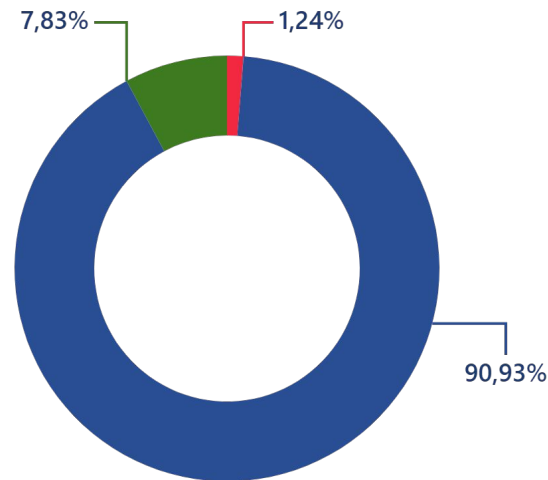
Przykładowe materiały z wydźwiękiem negatywnym:

[PRZYKŁAD 1](#) | [PRZYKŁAD 2](#) | [PRZYKŁAD 3](#)

Przykładowe materiały z wydźwiękiem pozytywnym:

[PRZYKŁAD 1](#) | [PRZYKŁAD 2](#) | [PRZYKŁAD 3](#)

Wydźwięk - Share of Voice



● negatywny ● neutralny ● pozytywny

Q2. “Centra Danych”:



45 009 810

Łączny zasięg artykułów o wydźwięku
neutralnym i pozytywnym

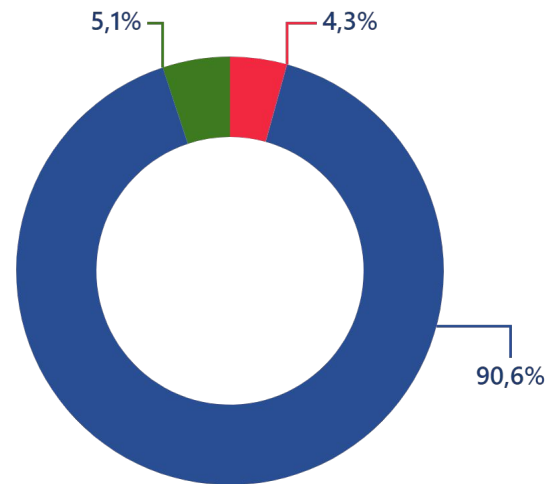


2 039 860

Łączny zasięg artykułów o wydźwięku
negatywnym

Artykuły o wydźwięku negatywnym stanowiły **1,2% Share of Voice** i odpowiadają za **4,3% całkowitego zasięgu**.

Wydźwięk - zasięg



● negatywny

● neutralny

● pozytywny

Q2. “PLDCA”:

Strategia PR PLDCA koncentruje się **na wzmacnianiu pozycji w mediach** organizacji jako “jednego głosu sektora DC” i pierwszego źródła wiedzy o centrach danych oraz **budowaniu wpływu** na media, biznes, decydentów i środowiska eksperckie poprzez dane, analizy oraz spójną narrację o strategicznym znaczeniu infrastruktury cyfrowej.

Zgodnie z tymi założeniami w minionych miesiącach skutecznie dotarliśmy do kluczowych mediów biznesowych, opiniotwórczych i branżowych.

1,4 mln

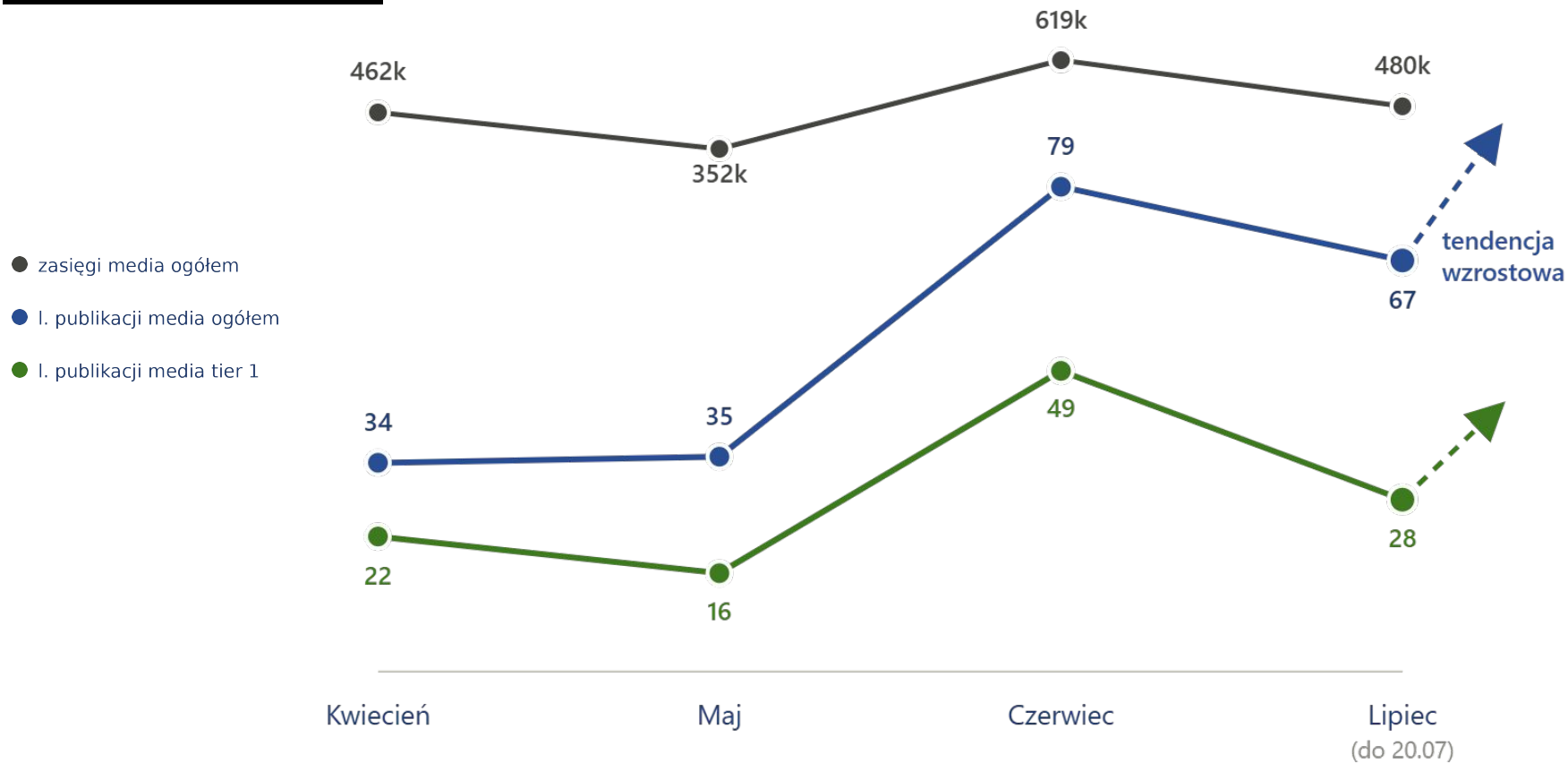
Łączny zasięg materiałów
pozycjonujących PLDCA w mediach
w II kw. 2026 r.

2,2 mln zł

AVE - szacowana wartość ekwiwalentu
reklamowego materiałów
pozycjonujących PLDCA w II kw. 2026 r.

***AVE (Advertising Value
Equivalency) pokazuje, jaką
wartość finansową przyniosła
firmie obecność w mediach,
porównując ją z kosztem zakupu
reklamy o podobnym zasięgu lub
powierzchni.

Q2. “PLDCA”:



Centra Danych: pozytywny przekaz w mediach biznesowych

W kluczowych mediach biznesowych (Rzeczpospolita, Puls Biznesu, PAP Biznes i in.) i branżowych (IT-Reseller, ITWiz i in.) przeważa wyważona narracja na temat centrów danych, które przedstawiane są w kontekście **neutralnym** lub **pozytywnym** (choć z wyjątkami).

Przykładowe materiały z udziałem PLDCA po prawej (okres IV-VII '26).



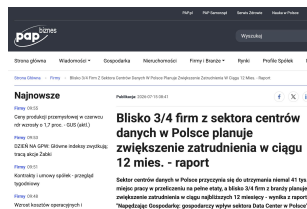
Rzeczpospolita, 17.07.2026



IT-Reseller, czerwiec 2026



Rzeczpospolita, 14.07.2026



PAP Biznes, 15.07.2026



CRN, maj 2026



Bankier.pl, 14.06.2026

Materiały o wydźwięku negatywnym

Jednocześnie w mediach (głównie ogólnych, choć nie tylko) pojawiają się z coraz większą regularnością materiały, które przedstawiają centra danych jako zagrożenie: sektor energochłonny czy wodochłonny.

Obok przykłady materiałów tego rodzaju (okres IV-VII '26).



Newsweek, 26.06.2026



Gazeta Finansowa, 22.05.2026



Gazeta Wyborcza, 20.06.2026

Blokują budowę centrów danych. Od Michałowic po Nowy Jork. "Trwa jeden z największych wstrząsów"

Maria Korcz, PAP
16 lipca 2026, 06:00

Centra danych AI zużywają ogromne zasoby wody. Stan Nowy Jork zablokował możliwość tworzenia nowych tego typu inwestycji na tym terenie. Takiej infrastruktury nie chcą również mieszkańcy Michałowic pod Warszawą.

nextgazeta.pl, 16.07.2026

Media mapping

Media, które pokazują pozytywny wpływ sektora

Kluczowe media pokazujących **pozytywny** wpływ sektora centrów danych:

- Puls Biznesu, Rzeczpospolita
- WNP.pl,
- ITwiz, CRN Polska, Computerworld, IR Reseller

Media te, chcąc pokazać różne spojrzenia na rozwój sektora, uwzględniają także opinie przeciwników centrów danych oraz odwołują się do przykładów z rynku USA, w tym danych czy protestów, które nie zawsze znajdują odzwierciedlenie w polskich realiach. **Jednak regularnie zasilane są danymi z PLDCA i regularnie je wykorzystują.** Spodziewamy się, że w obliczu konieczności walki mediów o zasięgi i skłonności do clickbaitów, **niemożliwe jest całkowite wyeliminowanie materiałów negatywnych. Konieczne są jednak działania równoważące te przekazy.**

Media pokazujące sektor w negatywnym świetle

Kluczowe media publikujące **negatywny** wpływ sektora centrów danych:

- Gazeta Wyborcza, gazeta.pl, tok.fm i media grupy Agora SA
- Onet
- Newsweek
- Krytyka Polityczna, OKO.press, Do Rzeczy, Spidersweb.pl

Media mapping

Analiza obejmuje media ogólne i biznesowe; wyłączono publikacje w mediach branżowych oraz nieruchomościowych.

Pozytywna narracja II kw.

1. WNP.pl – 13 publikacji
2. PAP – 13 publikacji
3. Puls Biznesu – 10 publikacji
4. [rp.pl](#) - 5 publikacji
5. onet – po 5 publikacji
6. Business Insider – 2 publikacje

Negatywna narracja II kw.

1. Onet – 5 publikacji
2. WNP.pl – 2 publikacje
3. WP.pl – 2 publikacje
4. rp.pl – 2 publikacje
5. pb.pl – 1 publikacja

Pozostałe pojedyncze publikacje warte odnotowania:

- TVN24.pl – 1 (duży wpływ zasięgowy, ale pojedynczy materiał)
- Gazeta Wyborcza – 1 (istotne ze względu na potencjalną narrację społeczną)
- TOK FM – 1 (opiniotwórcze medium radiowe)

LinkedIn PLDCA

Benchmark: porównanie potencjału ekosystemów DC - Polska, Finlandia, Norwegia, Szwecja.

Kraj	Zainstalowana moc operacyjna (2026)	Stowarzyszenie branżowe	Liczba członków stowarzyszenia
Szwecja	~800 MW	Swedish Data Center Industry (SDIA)	150+
Norwegia	~520 MW	Norsk Datasenterindustri (NDI)	120+
Finlandia	~285 MW	Finnish Data Center Association (FDCA)	250+
Polska	~250 MW	PLDCA - Polish Data Center Association	80+

Kraje nordyckie są dziś jednym z najszybciej rosnących rynków data center w Europie, z wyraźnym przyspieszeniem inwestycji i popytu na moc

LinkedIn PLDCA

W minionych miesiącach PLDCA rosło szybciej niż inni (biorąc pod uwagę procentowy wzrost liczby followersów m/m), w ostatnich dwóch miesiącach rośniemy mniej więcej w takim tempie, jak inni (średnia wzrostu dla wszystkich stowarzyszeń monitorowanych to 2,5%, PLDCA wzrosło o 3% m/m).

Wzrost procentowy

TOP 3 tempo wzrostu obserwujących LinkedIn, styczeń–czerwiec 2026

PLDCA 3 729 → 4 872 (+1 143) **+30,65%**

FDCA 4 720 → 6 145 (+1 425) **+30,19%**

Szwecja 6 080 → 7 658 (+1 578) **+25,95%**

Wzrost bezwzględny

TOP 3 oraz najbliższa konkurencja PLDCA
nowi obserwujący LinkedIn, styczeń–czerwiec 2026

France Datacenter **+2 522**

EUDCA **+1 597**

Spain DC **+1 588**

Szwecja **+1 578**

FDCA **+1 425**

PLDCA **+1 143**

Norwegia **+1 080**

BDIA (Belgia) **+559**

Aby powalczyć ze spowolnieniem wzrostu w ujęciu m/m konieczne będzie zaangażowanie ambasadorów PLDCA w podbijanie, szerowanie z komentarzem treści LinkedIn oraz powrót do zróżnicowanych kreacji graficznych - obecne są estetyczne, ale nie przykuwają już oka.

Podsumowanie /wnioski / rekomendacje

- W wyniku prowadzonych od ponad roku regularnych działań media relations, dziennikarze mediów biznesowych, do których kierujemy przekaz – zgodnie ze strategią komunikacji – **korzystają z danych, insightów i komentarzy PLDCA.**
- **PLDCA umacnia pozycję “one voice” i pierwszego źródła ekspertyzy i danych.** Związek jest postrzegany jako merytoryczny partner w dyskusji i naturalne źródło komentarzy eksperckich.
- **Kluczowy efekt: otrzymujemy coraz więcej zapytań od mediów o opinie, komentarze** (w okresie od 1 kwietnia do 24 lipca - 16 komentarzy, wywiadów itp.)
- Udział procentowy (<2%) i zasięgi (<5%) artykułów prezentujących - jednak negatywny sentyment jest zbyt widoczny dla interesariuszy PLDCA.
- **Diagnostujemy “błąd percepcji” po stronie agencji** - nie komunikowaliśmy odpowiednio efektów pracy zespołu PR PLDCA/LL
- **Nie reagowaliśmy elastycznie na zmianę priorytetów vs założenia i strategia PR** (review priorytetów real time)
- **Do 20.08 proponujemy rekonstrukcję strategii komunikacji oraz zmiany w modelu współpracy PLDCA/LL**

Rekomendacje

- **Lepsza komunikacja wyników i zarządzanie percepcją efektów działań PR** w ekosystemie PLDCA.
- **Wdrożenie selekcji w relacjach z mediami** z priorytetem na media Tier1 i media, w których rejestrujemy negatywny sentyment.
- **Systemowa odpowiedź na negatywny sentyment** - realizacja dedykowanej kampanii edukacyjnej.

linkleaders ..



Dziękujemy!