



# Avid Everywhere

Rozwój branży medialnej



Rozwój branży medialnej

Avid Everywhere

## Avid Everywhere

### Branżę medialną czekają zmiany

W ostatnim okresie każdy etap technologicznego procesu powstawania filmów i programów telewizyjnych doświadcza zmian, począwszy od sposobu tworzenia i zarządzania mediami po metody stosowane do zabezpieczenia, optymalizacji, dystrybucji i analizy treści. Te zmiany wytworzyły ogromną presję i otworzyły nowe możliwości dla organizacji związanych z mediami i dla profesjonalnych twórców. Presję rynku kierowaną wyzwaniami można zdefiniować poprzez trzy kluczowe zagadnienia:

### Cyfryzacja procesów technologicznych w mediach

Dzięki technologii, obecnej w każdym aspekcie naszego życia coraz większe znaczenie ma cyfryzacja. Nie zaskakuje więc, że oczekiwania społeczeństwa w zakresie zwiększenia możliwości wyboru, efektywności i wydajności odnoszą się również do przemysłu medialnego. Przyspieszenie powszechnego trendu cyfryzacji ma ogromny wpływ na przemysł medialny i fundamentalnie zmienia proces technologiczny, który obowiązywał niezmiennie przez dekady. W najprostszym ujęciu twórcza strona procesu technologicznego zaczyna łączyć się z biznesową powodując, że te dwa osobne do tej pory elementy przenikają się wzajemnie stwarzając pole dla bardziej interaktywnej, wydajnej i efektywnej współpracy na każdym etapie od tworzenia do odbioru treści.

Możliwość łączenia pomysłów i tworzenia cyfrowo oraz w sposób bardziej bezpośredni treści rozrywkowej stawia nowe wyzwania, z którymi przemysł nigdy wcześniej nie musiał się mierzyć. Organizacje są pod silną presją, żeby łączyć i automatyzować całościowo wszystkie procesy biznesowe (workflow) od tworzenia po przekazanie treści. Z drugiej strony wysoko wyspecjalizowane rozwiązania, oferowane przez nową technologię, niejednokrotnie wymijają się z istotnymi potrzebami producentów filmowych. Cyfryzacja znosi ograniczenia w tworzeniu treści, a to z kolei zwiększa wyzwania związane z pozyskaniem widza i udziałem w czasie reklamowym. Taka sytuacja powoduje, że potrzeba opracowania zintegrowanych i dopasowanych procesów jest większa, niż kiedykolwiek wcześniej. Nie jest to tylko sprawa elastyczności i adaptacji biznesowej. Znaczne ryzyko ponoszą w konsekwencji ci, którzy nie dostosują się do bieżących potrzeb i mogą w dłuższej perspektywie stracić swój udział w procesie produkcji medialnej.

**„Możliwość łączenia pomysłów i tworzenia cyfrowo i w sposób bardziej bezpośredni treści rozrywkowej, stawia nowe wyzwania, z którymi przemysł nigdy wcześniej nie musiał się mierzyć.“**

## Opracowania technologiczne w tworzeniu i przekazywaniu treści medialnej

Minęły czasy, w których to twórcy treści decydowali kiedy, gdzie i w jaki sposób odbiorcy mogą korzystać z mediów. Oczekiwania współczesnych odbiorców są wyrafinowane jak nigdy wcześniej. Oczekują oni możliwości tworzenia i odbierania treści w dowolnym miejscu i chwili w dowolnym formacie oraz przy pomocy dowolnego urządzenia. Postęp technologiczny powoduje konieczność zwiększenia nakładów i opracowania złożonych rozwiązań umożliwiających spieniężanie zbiorów zarówno w wielu formatach jak i za pośrednictwem wielu kanałów dystrybucji na ogólnie dostępnych urządzeniach. Technologia umożliwia dostosowanie treści do oczekiwań odbiorców oraz dopasowanie modeli dystrybucji do indywidualnych możliwości. Technologia wytwarza bardziej zaawansowane techniki badań konsumenckich. Przyczyniło się to do niezwykle wzmożonej rywalizacji o portfel konsumenta i oglądalność. A jednocześnie zaistniała możliwość lepszego rozumienia modeli konsumpcji oraz potrzeb i oczekiwań konsumentów, a to zwiększa możliwość spieniężania cyfrowych treści w takim stopniu oraz w taki sposób, jaki wcześniej nie było to możliwe.

## Ciągła presja skuteczności działań

W całym sektorze przemysłu medialnego konieczność ograniczania kosztów stałych z jednoczesnym dążeniem do maksymalizowania dochodów mają coraz większy wpływ na decyzje finansowe. Podczas gdy budżety IT nieco się zwiększają, to priorytety inwestycyjne o znaczeniu strategicznym podnoszą wymagania w zakresie metod spieniężania, ochrony i optymalizacji treści. W procesie tworzenia, ochrony i dystrybucji wysokiej jakości rozpoznawalnych produktów medialnych, branża medialna musi stawić czoła coraz większej złożoności technicznej oraz wielorakości metod sprzedaży a jednocześnie musi poszukiwać innowacyjnych metod w celu rozwiązania tych kwestii. Integracja technologii, dobór dostawców i wyzwanie spójności stawiane współpracy wewnętrznej stwarzają dodatkowe progi i podnoszą poprzeczkę jeszcze większej elastyczności, wydajności i innowacyjności wymaganych w nowoczesnej produkcji. Konieczność innowacyjnego myślenia w branży medialnej staje się oczywista.

## Bieżące tendencje rynkowe

Coraz bogatsza oferta cyfrowych mediów powoduje coraz większe zapotrzebowanie na systemy do zarządzania rosnącym strumieniem treści.

—Frost and Sullivan

Badania przeprowadzone wśród 800 użytkowników końcowych różnych organizacji IT wykazały, że oprogramowanie do zarządzania obrazami i filmami video jest najszybciej rozwijającą się częścią rynku zarządzania treścią.

—Gartner

Przewiduje się, że średnia roczna stopa wzrostu wydatków na rozrywkę i media wyniesie 5,7 % i w 2016 roku będzie na poziomie 2,1 bln \$

—PwC

## Nowy proces technologiczny w branży medialnej



Taka różnorodność czynników ma znaczący wpływ na proces produkcyjny branży medialnej. W przeszłości organizacje stosowały liniowe procesy biznesowe, w których treść przechodziła kolejno przez etapy preprodukcji, produkcji, postprodukcji, dystrybucji i przekazania ściśle ustalonymi procedurami obowiązującymi pomiędzy każdym z etapów procesu. W dzisiejszym świecie dotychczas liniowy model procesu produkcyjnego przekształcił się w płynny, interaktywny i wielowymiarowy proces, w którym cyfrowe zbiory mogą być kontrolowane na każdym etapie od zaprojektowania do przekazania do odbioru.

Oprócz zmian w tradycyjnym modelu procesu produkcyjnego, technologia cyfrowa stwarza fascynujące możliwości w zakresie opisu i analizy treści. Organizacje przemysłu medialnego mogą korzystać z mechanizmów analizy metadanych na przykład do kontrolowania kiedy, jak i z jakiego powodu odbiorcy korzystają z mediów. Dzięki uzyskiwaniu natychmiastowej informacji zwrotnej na temat trendu oraz potrzeb i oczekiwań klientów, producenci mogą dostosować produkt już na poziomie procesu tworzenia treści.

Co mogą zrobić organizacje, żeby osiągnąć sukces w warunkach dzisiejszych wyzwań i możliwości?

**“To już nie jest proces produkcyjny. To ekosystem zależności powiązanych siecią współpracowników zaangażowanych w rozwiązanie konkretnego zadania produkcyjnego.”**

—PwC

## Jak osiągnąć sukces we współczesnych realiach?

Zdolność organizacji do osiągnięcia sukcesu zależy od tego, jak bardzo jest ona w stanie przystosować się do nowej rzeczywistości. Problemy wielu organizacji wynikają nie tylko z braku narzędzi do realizacji własnych strategicznych celów, ale również ze zdezaktualizowanej struktury organizacyjnej, opartej na tradycyjnej, hermetycznej wizji tworzenia i dystrybucji.

Wyzwania stworzone przez powszechną cyfryzację zasobów medialnych oraz przez opracowania technologiczne w zakresie tworzenia i dystrybucji a także przez ciągły nacisk na skuteczność działań spowodowały powstanie pięciu potrzeb, charakterystycznych dla twórców treści medialnych:

### Integracja procesów tworzenia i spieniężania treści

W nowym cyfrowym środowisku proces tworzenia treści i proces spieniężania są ze sobą bardziej niż kiedyś powiązane. Ograniczanie kosztów, możliwość optymalizacji i dopasowania dostarczania treści oraz większa interakcja powodują, że wybierane są jednorodne, dopracowane rozwiązania, które w całym procesie biznesowym działają bardziej efektywnie, skutecznie i elastycznie. Głównym wyzwaniem dla organizacji stało się zapewnienie dobrej współpracy pomiędzy zespołem odpowiedzialnym za twórczą stronę procesów i zespołem ich strony biznesowej, tak by korzystając z technologicznych możliwości, oba realizowały strategiczne cele całego przedsiębiorstwa.

### Dostarczanie inspirującej treści o najwyższej jakości

W czasie gdy proces produkcyjny ulega zmianie, jedna kwestia pozostaje niezmienna - treść ma pierwszorzędne znaczenie. Na rynku, który ewoluje w szybkim tempie i eksperymentuje, aby przyciągnąć widza, atrakcyjna treść o doskonałym obrazie i dźwięku jest najsilniejszym bodźcem, przyciągającym widownię. Żeby zmotywować klientów o coraz bardziej wyrafinowanych gustach do aktywności, studia, osoby odpowiedzialne za dobór programów oraz nadawcy zmuszeni są do produkowania programów o najwyższej jakości obrazu i dźwięku, które są tworzone i przekazywane za pomocą profesjonalnych systemów zarządzania produkcją, zasobami i procesami biznesowymi.

## Badania branżowe firmy Avid i Ovum

W ostatnim czasie Avid zlecił liderowi w dziedzinie badań rynku - firmie Ovum - globalne badanie, które objęło zarówno firmy medialne jak i odbiorców. Celem badania było umożliwienie społeczności telewizyjnej zrozumienie, prognozowanie i zbadanie możliwości udziału w zmianach, które zachodzą w naszej branży na nieobserwowaną do tej pory skalę.

Wyniki wskazują, że treść ma największe znaczenie mimo zmiany procesów technologicznych. 65% widzów określa wrażenia związane z jakością obrazu i dźwięku jako najważniejsze w czerpaniu zadowolenia.

Badania wykazują dodatkowo, że można uzyskać wpływ z archiwizacji mediów, o ile organizacje są w stanie dopracować właściwą strategię w zakresie metadanych. 37% widzów byłoby gotowa zapłacić, żeby obejrzeć archiwalne odcinki swoich ulubionych seriali. Jednak, chociaż producenci utrzymują, że byliby gotowi udostępnić 33% archiwum własnych produkcji, by umożliwić widzom płatny dostęp, to i tak w rzeczywistości większość tych produkcji nie jest obecnie osiągalna w ogóle.

## Avid Everywhere

### Sprawna i uwzględniająca współdziałanie organizacja pracy

Tak jak widzowie nie są już obecnie ograniczeni tym, jak i kiedy mogą korzystać z treści medialnych, tak firmy medialne nie muszą ograniczać się do organizacji pracy tylko w budynkach własnych zakładów. Specjaliści od mediów powinni mieć narzędzia, które umożliwiłyby im tworzenie, współdzielenie, ochronę, optymalizację i przekazywanie treści z dowolnego miejsca na świecie. I chociaż technologia chmury jest znakomitym narzędziem, organizacje powinny dysponować dodatkową możliwością dostosowania warunków pracy do jak najkorzystniejszej realizacji własnych założeń zamiast stosować szablon z góry ustalony przez producenta. Możliwość stałego korzystania w czasie rzeczywistym i z dowolnego miejsca z udostępnionych materiałów pozwala na wdrożenie złożonych procesów niezależnie od miejsca pobytu. Aby w pełni korzystać z tych możliwości, firmy medialne potrzebują rozwiązania optymalnie i w łatwy sposób przystosowującego pojedynczą zintegrowaną platformę tak by odpowiadała na wszelkie wymagania, stawiane przez sposoby tworzenia i przekazywania treści.

### Ochrona i optymalizacja zbiorów medialnych

Szybko zachodzące zmiany modelu biznesowego wymagają od firm medialnych i specjalistów od mediów, by jak najszybciej i jak najniższym kosztem wykorzystywali dany materiał audiowizualny. To podnosi wymagania stawiane producentom filmowym. W złożonym otoczeniu biznesowym powinni być w stanie w sposób natychmiastowy tworzyć, zapewniać dostęp i przekazywać odbiorcom zbiory, ponosząc przy tym jak najniższe koszty. Aby odbywało się to efektywnie, trzeba mieć pewność, że zasoby są zabezpieczone i dostępne zawsze gdy zachodzi taka potrzeba oraz że łatwo i efektywnie mogą być ponownie wykorzystywane i dostosowywane do nowych wymagań. Wielu wąsko wyspecjalizowanych dostawców sprzętu proponujących tradycyjny model procesu technologicznego w rzeczywistości oddala organizacje medialne od właściwych potrzeb odbiorców. Taka praktyka nie tylko nie spełnia współczesnych potrzeb otoczenia ale dodatkowo prowadzi również do ponoszenia istotnych kosztów na integrację i wewnętrzną współpracę całej organizacji.

### Współpraca z profesjonalistami z branży

Aby rzeczowo podjąć obecne i przyszłe wyzwania i utrzymać innowacyjność w branży, organizacje powinny nawiązać współpracę z takim partnerem technologicznym, który odznacza się bardzo dobrą znajomością branży, w przeszłości osiągnął doskonałe i powszechnie znane wyniki w rozwiązywaniu najbardziej złożonych problemów technologicznych oraz od wielu lat angażuje się i inwestuje w badania oraz rozwój.

## Wiodąca pozycja w walce o przyszłość branży

Wobec tak wielu zmian na rynku, przemysł medialny potrzebuje lidera, który wkroczyłby w przyszłość, proponując kierunek kompleksowego rozwoju. Avid posiada odpowiednie osiągnięcia by się sprawdzić w tej roli dzięki ponad 25-letniemu doświadczeniu we współpracy z wiodącymi organizacjami medialnymi i profesjonalnymi twórcami z całego świata. Avid doskonale rozumie potrzeby przemysłu medialnego. Tylko Avid łączy otwartość i elastyczność z innowacyjnością i wszechstronnością potrzebną do stawienia czoła zmaganiom przemysłu medialnego w przezwyciężeniu nadzwyczajnych wyzwań, które stoją przed nami wszystkimi.

Aby to osiągnąć przedstawiamy wizję strategii, która pomoże przemysłowi medialnemu przejść przez te burzliwe czasy. To nie jest wizja tylko firmy Avid, to wizja aktualna dla całej branży mediów. Pragniemy, by każdy włączył się w nurt przemian.

## Kluczowe wyzwania stojące przed klientami

Avid przeprowadził w ostatnim czasie wywiad z wieloma czołowymi organizacjami medialnymi, aby określić, jakie wyzwania mają największy wpływ na ich działalność. Oto, co zostało przez nich podkreślone:

**Klient:** Wiodące studio filmowe

**Najważniejsze wyzwania:** Połączenie twórczego i biznesowego obszaru działalności firmy. Znalezienie sposobu na wielokrotne spieniężanie zbiorów.

**Klient:** Międzynarodowa agencja informacyjna

**Najważniejsze wyzwania:** Zdobywanie niezawodnego i przyszłościowego rozwiązania, które umożliwi korzystanie z optymalnie wielu osiągnięć najnowszej technologii.

**Klient:** Lokalna telewizja informacyjna

**Najważniejsze wyzwania:** Tworzenie lepszej jakości oferty programowej dzięki stworzeniu większych możliwości ciągłości pracy. Dostęp do newsroomu z centrum wydarzeń.

**Klient:** Stacja telewizyjna

**Najważniejsze wyzwania:** Czerpanie korzyści z innowacyjnych, ale mniej kosztownych technologii bez rezygnowania z bezpieczeństwa, elastyczności, funkcjonalności i dostępnych możliwości.



## Avid Everywhere



### Avid Everywhere

#### Wszystko zaczyna się od pomysłu.

Wyobraźmy sobie świat, w którym każdy, kto ma twórczy pomysł może go dopracować, stworzyć produkt, spieniężyć go i przekazać owoc swojej pracy dla przyjemności i na korzyść innych oraz może być wynagrodzony przez światową społeczność za wkład w powiększenie zbioru kulturowego. Wyobrażamy sobie, że w takim świecie ludzie mogą korzystać ze wspólnej platformy, na której elementy tworzenia oraz korzystania i konsumpcji treści łączą się w proces technologiczny spajający wszystko razem w jedną strukturę, którą można elastycznie dostosowywać do własnych działań.

“Avid Everywhere” jest naszą wizją ułatwienia tego procesu - zapewnienie profesjonalnym twórcom i organizacjom medialnym łączności ze ich widownią w ściślejszy, skuteczniejszy i korzystny sposób. Aby urzeczywistnić koncepcję “Avid Everywhere”, planujemy stworzyć najbardziej płynne, end-to-end, rozproszone środowisko produkcji, czyli kompleksowe rozwiązanie, które obejmie każdy aspekt nowego procesu technologicznego tworzenia cyfrowych mediów.

Podstawą będzie **platforma wspólnych usług**, która dzięki łączności oraz funkcjonalności wesprze cały medialny proces technologiczny. Ta platforma zapewni otwarte i rozszerzalne środowisko, które zintegruje się z technologią firmy Avid oraz innych producentów. Twórcy treści i dystrybutorzy zyskają w ten sposób możliwość koordynacji produkcji, zarządzania, dostarczania i spieniężania mediów, co pozwoli na zachowanie jednorodnych norm niezależnie od producenta sprzętu i użytych na każdym etapie procesu narzędzi.

“Avid Everywhere” jest naszą wizją zapewniającą profesjonalnym twórcom i organizacjom medialnym łączność ze swoją widownią w ściślejszy, skuteczniejszy i korzystny sposób, pomagając kreatywnym uczestnikom na realizację swoich pomysłów i dzielenie się nimi ze światem.

Założyliśmy, że na bazie platformy wspólnych usług budowany będzie zestaw **aplikacji modułowych**. Avid dostarcza obecnie najbardziej wiodące aplikacje do prezentacji, współdzielenia, zarządzania i montażu zasobów medialnych w całym procesie produkcyjnym. W kolejnym kroku rozszerzymy zestaw aplikacji o narzędzia do spieniężania - aplikacje, które umożliwią twórcom treści zabezpieczenie, szyfrowanie, zmianę formatu, przekazanie i ponowne dostosowanie gotowych zbiorów w celu zwiększenia ich wartości, wiążąc ze sobą etap tworzenia i sprzedaży.

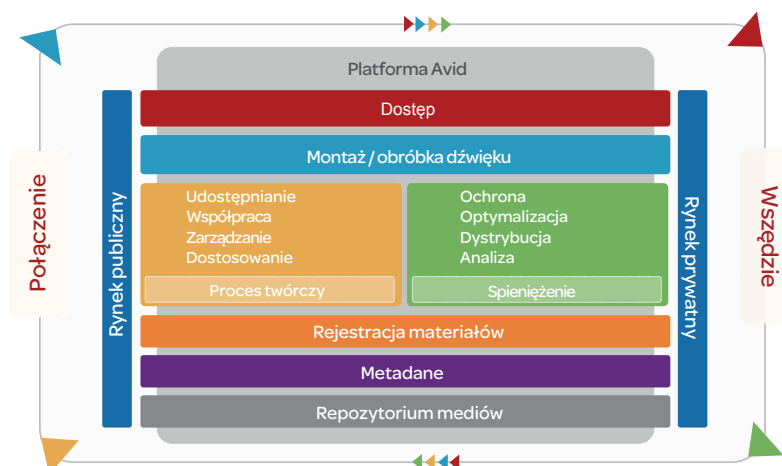
Aby umożliwić korzystanie z takiej platformy, Avid Everywhere dostarczy **moduł dostępu** (UI), który będzie miał jednorodny interfejs w całej sieci zarówno dla urządzeń mobilnych jak i stacjonarnych. Stworzy on dla każdego uczestnika dostęp do odpowiednich procesów biznesowych wszędzie i w dowolnej chwili oraz przypisze właściwy poziom uprawnień w procesie produkcji medialnej.

Wiodące narzędzia firmy Avid przeznaczone dla twórców i służące do **montażu obrazu oraz obróbki dźwięku** są również kluczowym elementem platformy Avid Everywhere. Korzystając z narzędzi warstwy wspólnych usług i funkcji zarządzania mediami, włączymy w to zdalną współpracę, dostęp do mediów i zarządzanie prawami autorskimi w całym procesie produkcyjnym. Twórcy treści będą mogli skupić się na właściwym tworzeniu, podczas gdy zwykłe, rutynowe i uciążliwe obowiązki zostaną wykonane w tle.

Precyzyjne i dokładne **tagowanie metadanych** na etapie **rejestracji materiałów** mają kluczowe znaczenie w uzyskaniu pełnego potencjału w całym procesie produkcyjnym. W ścisłej współpracy ze społecznością, jaką są nasi klienci, **Avid zmierza do utworzenia nowego ustandaryzowanego systemu śledzenia metadanych**, w którym metadane będą generowane algorytmicznie, zapewniając znacznie większy poziom funkcjonalności i uszczegółowienia. Zapewni to elastyczny i dopasowany podgląd mediów na dowolnym stadium życia i tworzenia zbiorów.

„Metadane są podstawą w nowej ekonomii branży muzycznej. To podstawowy element do obsługi przychodów i skutecznego wynagradzania artystów na coraz bardziej zróżnicowanym rynku, gdzie dochody są coraz bardziej rozproszone i globalne. Z tego powodu największe znaczenie dla branży i twórców jest to, żeby było właściwe i prawidłowo funkcjonowało w całym cyklu tworzenia muzyki - od podpisania umowy, poprzez pracę w studio po wydanie gotowego produktu na rynek.”

- Barak Moffitt,  
Executive Vice President,  
Universal Music Group



## Avid Everywhere



**Repozytorium mediów** w rozwiązaniu Avid Everywhere łączy wysoko zoptymalizowane przechowywanie mediów w przestrzeni produkcyjnej z zastosowaniem otwartych mechanizmów zapisu w bibliotekach taśmowych, zapewniając tym samym łatwiejsze, niż kiedykolwiek, archiwizowanie i przywracanie mediów.

Ostatnim elementem Avid Everywhere jest **dostęp do rynku**. Nasza wizja to włączenie twórców mediów do negocjowania projektów oraz możliwości spieniężania gotowych produkcji filmowych realizowanych z udziałem zarówno sektora publicznego jak i prywatnego. A to wszystko w oparciu o platformę wspólnych usług, z kontrolą dostępu, szyfrowaniem, ochroną i narzędziami autentykacji.

### Avid Everywhere: sprostowanie wyzwaniom dnia dzisiejszego i jutra

Niespotykane do tej pory tempo zmian w przemyśle medialnym powoduje powstanie ogromnej presji na modele biznesowe. Zdolność organizacji do odniesienia sukcesu zależy od tego, jak wydajnie potrafi ona wykorzystać nowe procesy produkcyjne branży medialnej.

Wizja **Avid Everywhere** powstała w oparciu o nasze unikalne doświadczenie z organizacjami, osiągającymi sukcesy na skalę światową. Rozumiemy bieżące i przyszłe wyzwania rynku w branży medialnej oraz odpowiednio dostosowujemy nową technologię, procesy biznesowe i standardy prowadzące naszą społeczność do sukcesu. U podstaw **Avid Everywhere** leży duży udział wdrożonej już oraz stosowanej technologii i w związku z tym nasza wizja stanowi naturalne rozszerzenie naszej otwartości i wiodącej innowacyjności, a nie tylko proponowanie kolejnej zmiany organizacji procesu produkcyjnego.

W przeciwieństwie do producentów, którzy jedynie część swojej uwagi poświęcają technologii audio i wideo, Avid w całości nastawiony jest na sprostanie strategicznym potrzebom profesjonalistów. Ciągłe śledzimy zmiany, wpływające na naszą branżę oraz na nowe procesy produkcji medialnej, ulegające ewolucji. Avid poświęca wiele uwagi rozwojowi, wzmocnieniu i inspirowaniu największej na świecie społeczności profesjonalnych twórców. To dlatego jest w stanie zapewnić im narzędzie do osiągnięcia zawodowego sukcesu zarówno teraz jak i w przyszłości.

Dołącz do nas. Weź udział w tym co robimy. Kształtuj z nami przyszłość branży.



Siedziba główna 800 949 AVID (2843)

Siedziba w Azji + 65 6476 7666

Siedziba w Europie + 44 1753 655999

Aby znaleźć biuro znajdujące się najbliżej twojego regionu odwiedź [www.avid.com/contact](http://www.avid.com/contact)

[www.avid.com](http://www.avid.com)

#### O firmie Avid

Poprzez Avid Everywhere Avid dostarcza najbardziej otwartą, innowacyjną i kompleksową platformę medialną łączącą tworzenie treści ze współpracą, zabezpieczeniem zbiorów, dystrybucją i odbiorem najchętniej słuchanych, oglądanych i uwielbianych mediów na świecie - od najbardziej prestiżowych i nagradzanych filmów, nagrań muzycznych i programów telewizyjnych po koncerty na żywo i wydania wiadomości. Wiodące rozwiązania obejmują Pro Tools®, Media Composer®, ISIS®, Interplay® i Sibelius®. Aby uzyskać więcej informacji na temat rozwiązań i usług firmy Avid, odwiedź [www.avid.com](http://www.avid.com), dołącz do firmy Avid na Facebooku, Twitterze, YouTube, LinkedIn, Google+ lub subskrybuj blogi firmy Avid.

©2013 Avid Technology, Inc. Wszystkie prawa zastrzeżone. Właściwości produktów, specyfikacje, wymagania systemowe i dostępność ©2013 Avid Technology, Inc. Wszystkie prawa zastrzeżone. Właściwości produktów, specyfikacje, wymagania systemowe i dostępność mogą ulec zmianie bez wcześniejszego powiadomienia. Avid i logo Avid są zastrzeżonymi znakami handlowymi lub znakami handlowymi Avid Technology, Inc. lub podmiotów związanych w Stanach Zjednoczonych i/lub innych krajach. Inne znaki handlowe wymienione w tym dokumencie są własnością odpowiednich podmiotów.

