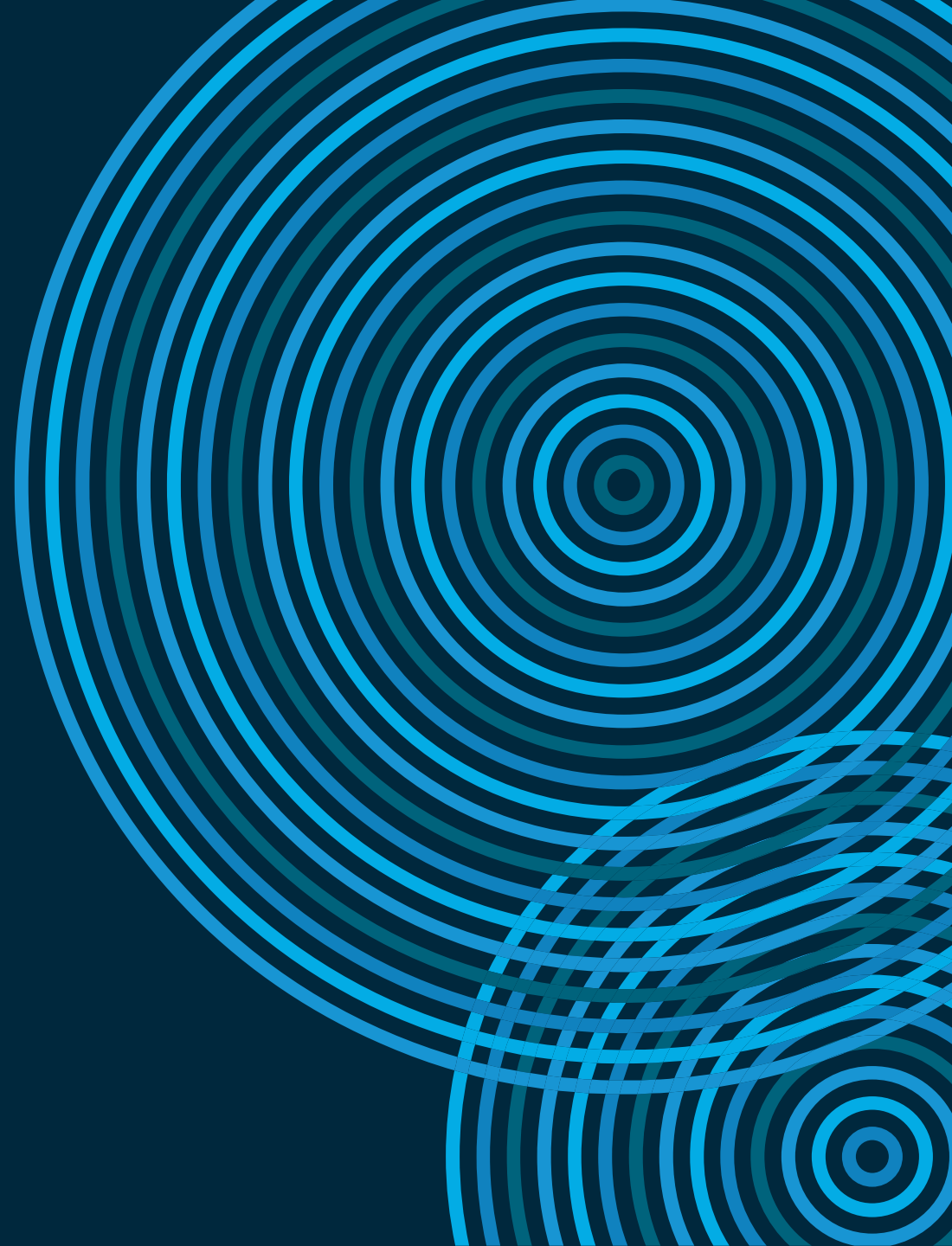


Wyniki finansowe 2Q'23

17 sierpnia 2023 r.



Oświadczenie

Informacje zawarte w niniejszej prezentacji mogą zawierać stwierdzenia odnoszące się do przyszłych oczekiwań, rozumiane jako wszystkie stwierdzenia (z wyjątkiem dotyczących faktów historycznych) w odniesieniu do naszych wyników finansowych, strategii biznesowej oraz celów i planów dotyczących przyszłej działalności (łącznie z planami odnośnie rozwoju naszych produktów i usług). Stwierdzenia te nie stanowią gwarancji przyszłych wyników oraz wiążą się z ryzykiem i brakiem pewności realizacji tych oczekiwań, gdyż ze swej natury podlegają wielu założeniom, ryzykom i niepewności. Rzeczywiste wyniki mogą zasadniczo różnić się od tych, które wyrażono lub których można oczekiwać na podstawie stwierdzeń odnoszących się do przyszłych oczekiwań. Nawet jeśli nasze wyniki finansowe, strategia biznesowa oraz cele i plany dotyczące naszej przyszłej działalności są zgodne z zawartymi w prezentacji stwierdzeniami dotyczącymi przyszłych oczekiwań, nie musi to oznaczać, że te stwierdzenia będą prawdziwe dla kolejnych okresów. Stwierdzenia te wyrażają nasze stanowisko na dzień sporządzenia prezentacji.

Nie podejmujemy żadnego zobowiązania do publikowania jakichkolwiek korekt czy aktualizacji stwierdzeń zawartych w prezentacji w celu odzwierciedlenia zmian naszych oczekiwań, zmian okoliczności, na których oparte zostały te stwierdzenia czy też zdarzeń zaistniałych po dacie sporządzenia niniejszej prezentacji.

Prelegenci



MIROSŁAW BŁASZCZYK
PREZES ZARZĄDU



MACIEJ STEC
WICEPREZES ZARZĄDU DS. STRATEGII



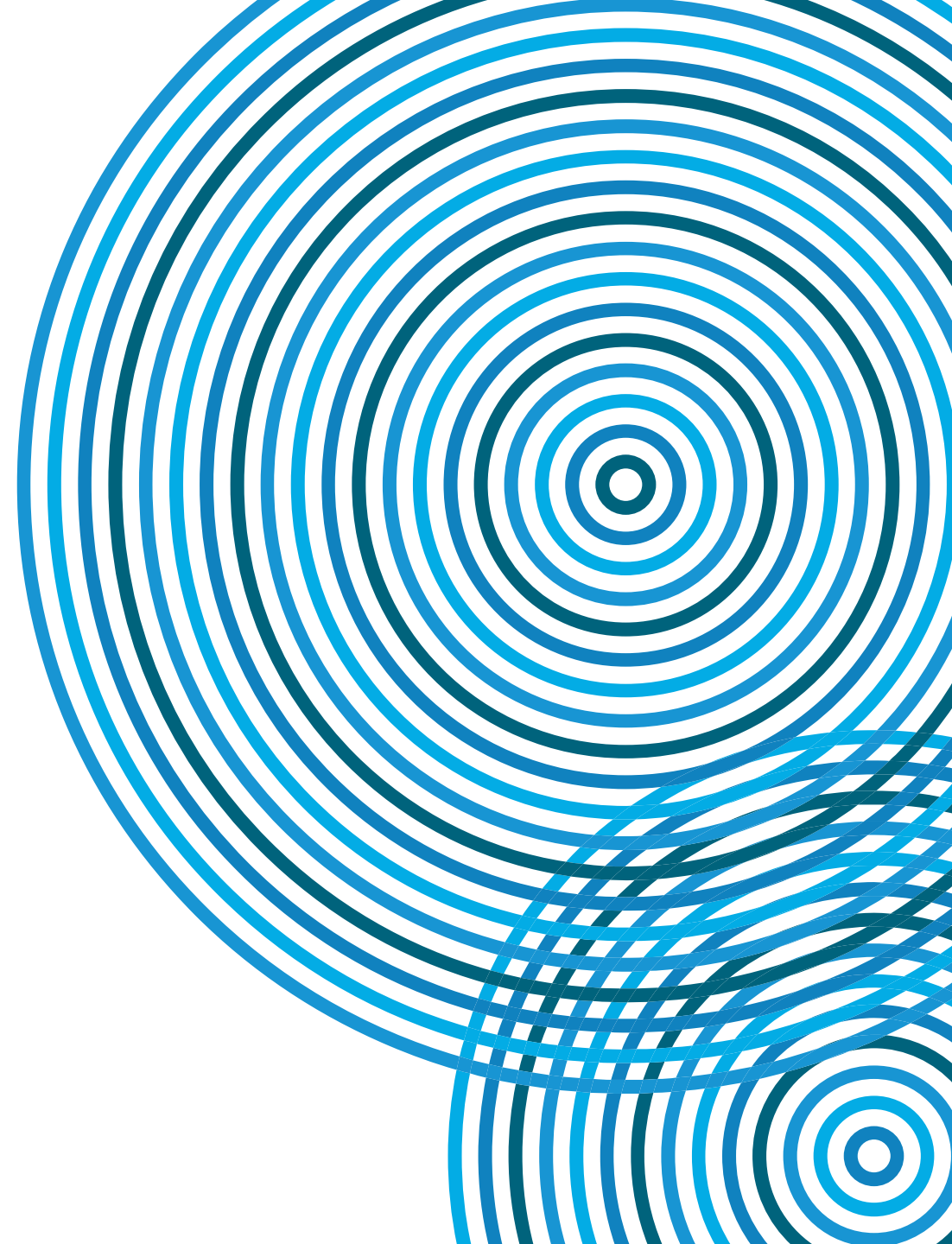
KATARZYNA OSTAP-TOMANN
CZŁONEK ZARZĄDU, CFO



STANISŁAW JANOWSKI
PREZES ZARZĄDU, TELEWIZJA POLSAT

Agenda

- 1. Najważniejsze wydarzenia 2Q'23**
- 2. Działalność operacyjna**
- 3. Wyniki finansowe**
- 4. Podsumowanie i Q&A**



Najważniejsze wydarzenia 2Q'23



Mirosław Błaszczuk
Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Najważniejsze wydarzenia 2Q'23

- Pomimo trudnej sytuacji rynkowej notujemy rosnące ARPU we wszystkich segmentach klientów: B2C, B2B i prepaid a churn utrzymujemy na niskim poziomie
- Wzmacniamy naszą pozycję w segmencie mediowym poprzez nabycie serwisu naEKRANIE.pl oraz 3 kanałów telewizyjnych 4FUN
- Nabyliśmy pakiet kontrolny w PAK-PCE i rozpoczynamy konsolidację segmentu czystej energii od Q3'2023
- Uruchomiliśmy produkcję testową w naszych farmach wiatrowych w Miłosławiu i Kazimierzu Biskupim
- Zbudowaliśmy pierwszą stację wodorową w Warszawie i uzyskaliśmy wszystkie pozwolenia niezbędne do jej uruchomienia
- Rozwijamy działalność na rynku mikroinstalacji fotowoltaicznych dla B2B – podpisaliśmy umowę na instalacje fotowoltaiczne na 750 dachach sieci sklepów DINO
- Nabyliśmy udziały w Pantanomo w ramach kontynuacji strategii w obszarze nieruchomości
- Agencja Fitch Ratings przyznała nam nowy rating na poziomie BB z perspektywą stabilną



Działalność operacyjna



Segment mediowy: telewizja i online

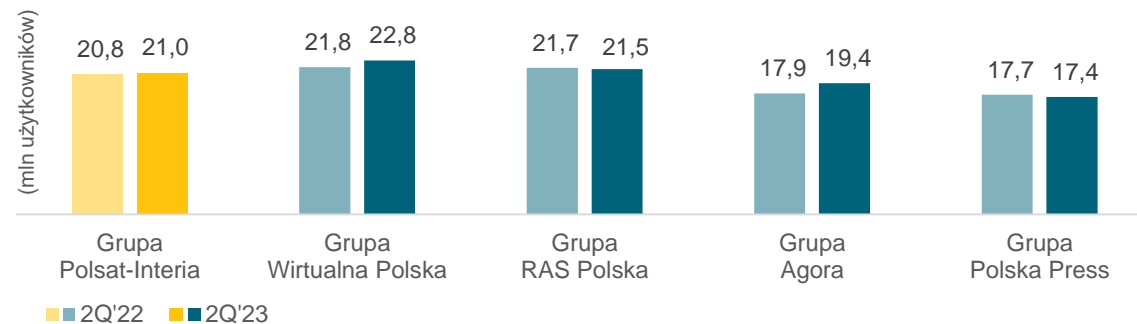


Stanisław Janowski
Prezes Zarządu, Telewizja Polsat

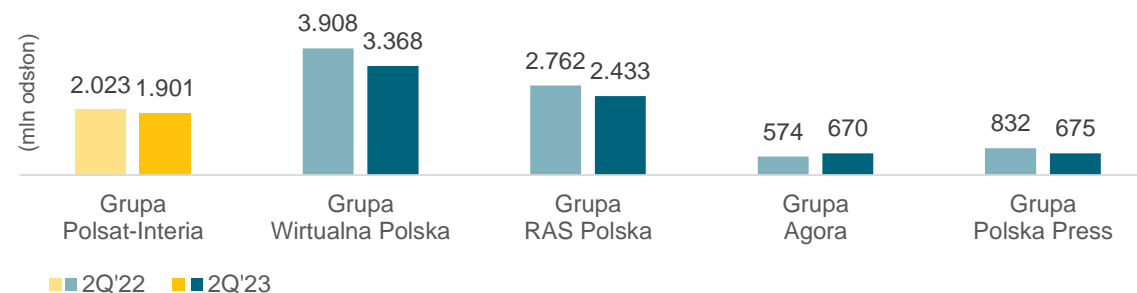
Skutecznie budujemy naszą pozycję na rynku portali internetowych

- Jesteśmy wiodącym wydawcą internetowym w Polsce dzięki dokonanej akwizycji Interia.pl
- Nasza wiodąca pozycja w mediach internetowych:
 - 21,0 mln użytkowników oraz
 - 1,9 mld odsłon
- Rozwijamy się na rynku portali internetowych
 - w sierpniu nabyliśmy serwis **naEKRANIE.pl**

Średniomiesięczna liczba użytkowników



Średniomiesięczna liczba odsłon

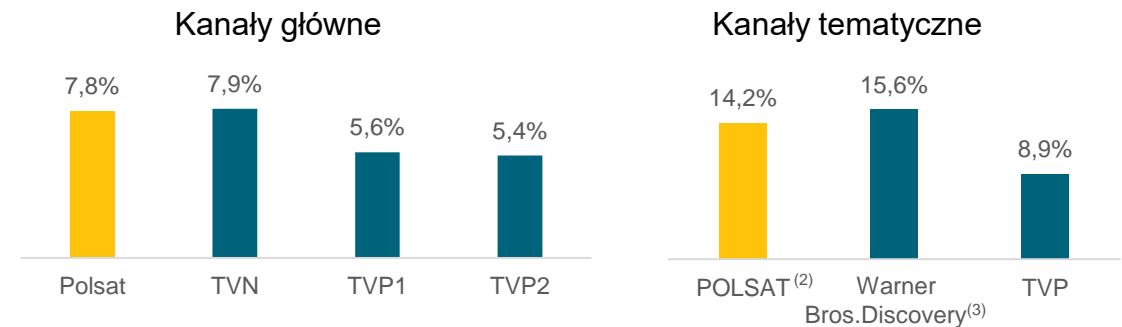


Źródło: Mediapanel, liczba użytkowników – wskaźnik real users, liczba odsłon - wskaźnik views

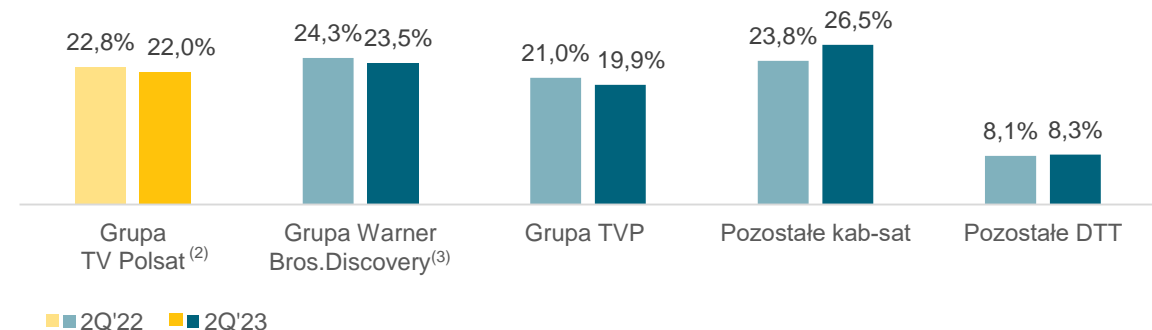
Oglądalność naszych kanałów w 2Q'23

- Dobre wyniki oglądalności kanałów Grupy TV Polsat w 2Q'23 pomimo niekorzystnego wpływu refarmingu do standardu DVB-T2
- Poszerzamy nasze portfolio do 42 kanałów – w sierpniu nabyliśmy 3 nowe kanały telewizyjne: 4FUN.TV, 4FUN DANCE, 4FUN KIDS

Udział w oglądalności



Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-59, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2⁽¹⁾, oraz oglądalność poza miejscem zamieszkania, (tzw. widownia OOH), analizy własne

Nota: (1) oglądalność z dnia emisji i z 2 kolejnych dni (tzw. *Time Shifted Viewing*)

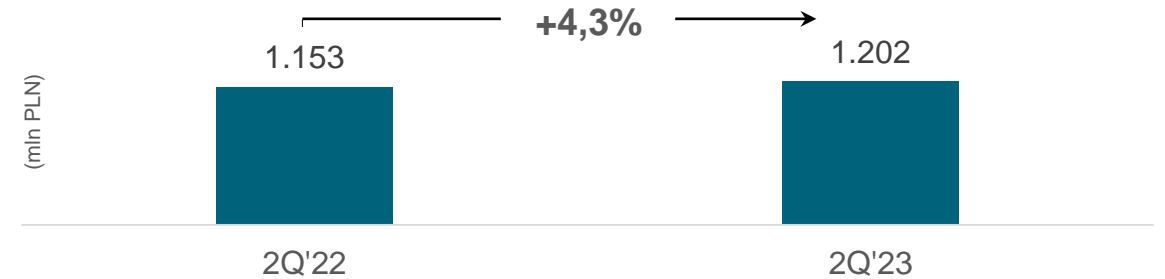
(2) z wyłączeniem kanałów partnerskich: Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat Nature, Polsat Viasat History, JimJam (2Q'22), CI Polsat, Polsat Comedy Central Extra

(3) Grupa powstała 8 kwietnia 2022 r. w wyniku fuzji spółek WarnerMedia i Discovery, dane sprzed tego okresu dotyczą kanałów należących do Grupy Discovery

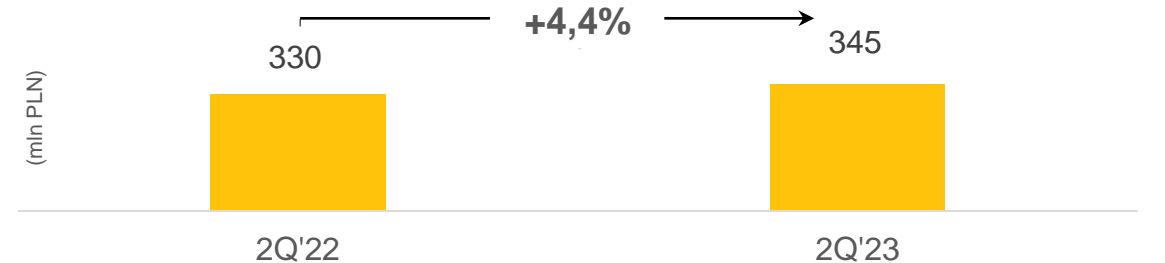
Pozycja na rynku reklamy w 2Q'23

- Dynamika przychodów z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat zgodna z rynkiem
- W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu osiągnął poziom 28,7%

Wydatki na reklamę TV i sponsoring



Przychody z reklamy TV i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



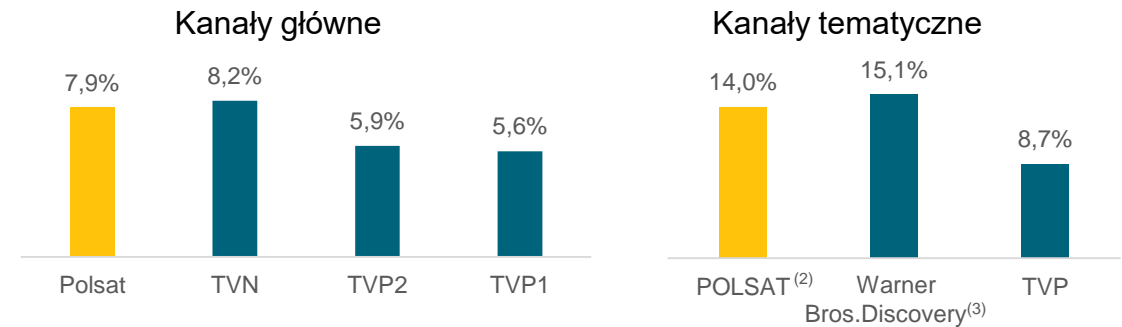
Źródło: rynek: Publicis Groupe, reklama spotowa i sponsoring; Grupa TV Polsat: dane własne

Nota: (1) Przychody z reklamy TV i sponsoringu kanałów wchodzących w skład Grupy Telewizji Polsat

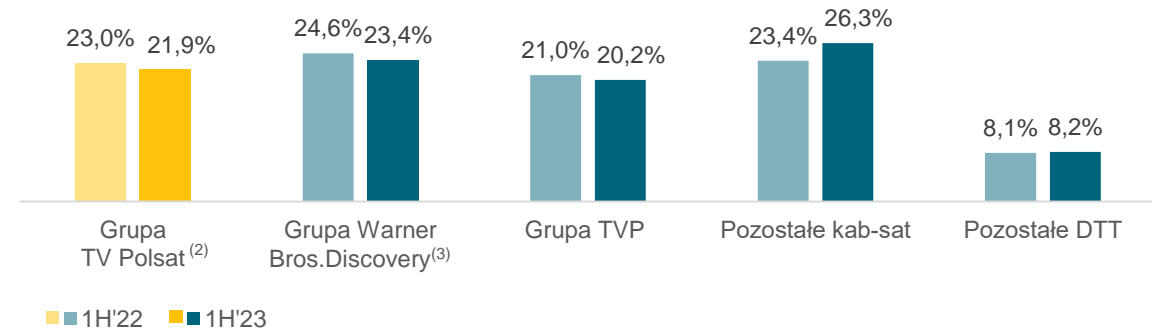
Oglądalność naszych kanałów w 1H'23

- Dobre wyniki oglądalności kanałów Grupy TV Polsat w 1H'23 pomimo niekorzystnego wpływu refarmingu do standardu DVB-T2

Udział w oglądalności



Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-59, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2⁽¹⁾, oraz oglądalność poza miejscem zamieszkania, (tzw. widownia OOH), analizy własne

Nota: (1) oglądalność z dnia emisji i z 2 kolejnych dni (tzw. *Time Shifted Viewing*)

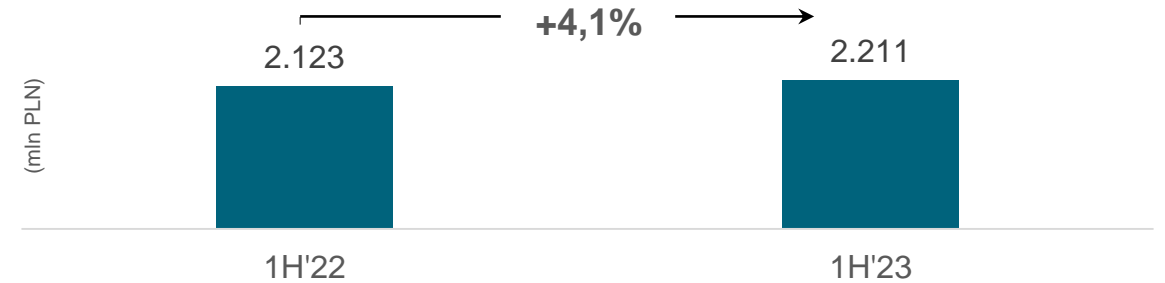
(2) z wyłączeniem kanałów partnerskich: Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat Nature, Polsat Viasat History, JimJam (do 14.02.23), CI Polsat, Polsat Comedy Central Extra

(3) Grupa powstała 8 kwietnia 2022 r. w wyniku fuzji spółek WarnerMedia i Discovery, dane sprzed tego okresu dotyczą kanałów należących do Grupy Discovery

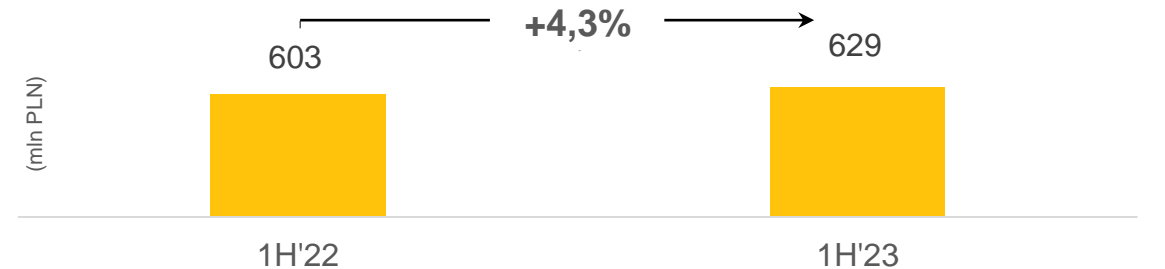
Pozycja na rynku reklamy w 1H'23

- Dynamika przychodów z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat zgodna z rynkiem
- W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu osiągnął poziom 28,4%

Wydatki na reklamę TV i sponsoring



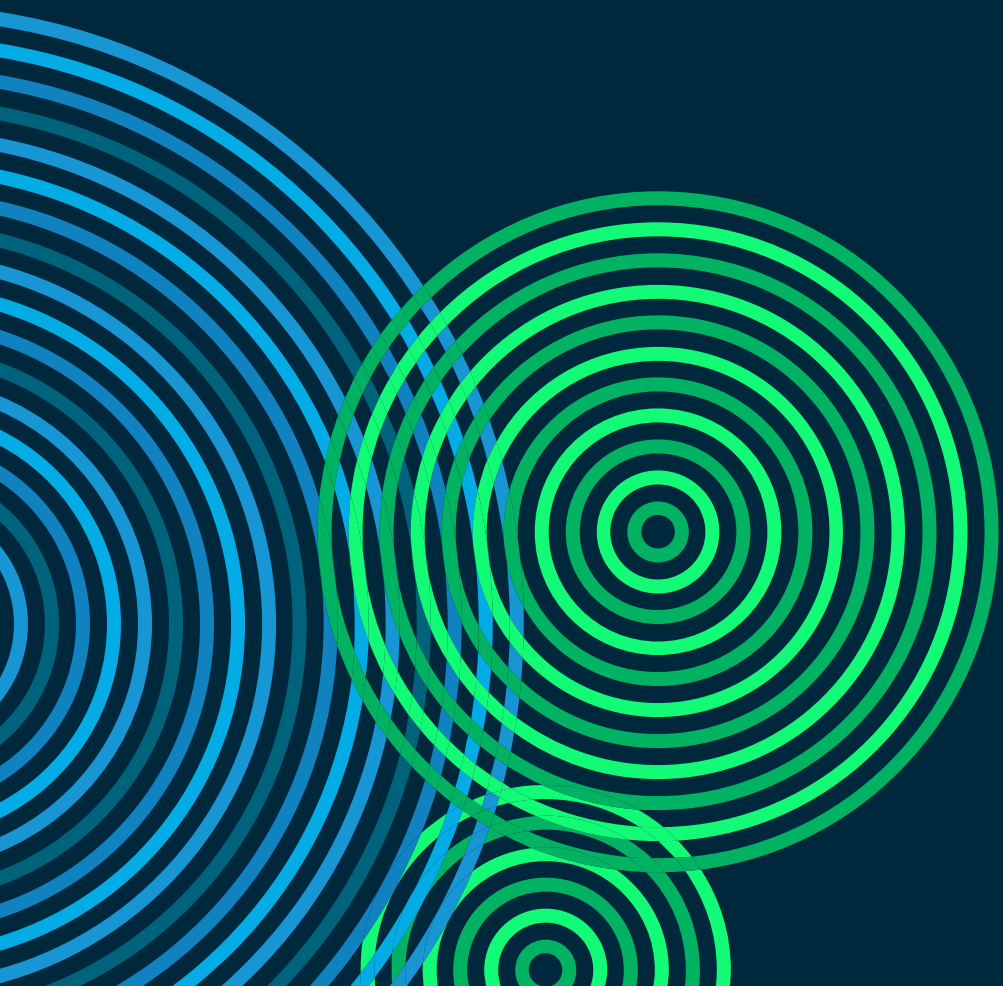
Przychody z reklamy TV i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



Źródło: rynek: Publicis Groupe, reklama spotowa i sponsoring; Grupa TV Polsat: dane własne

Nota: (1) Przychody z reklamy TV i sponsoringu kanałów wchodzących w skład Grupy Telewizji Polsat

Segment usług B2C i B2B

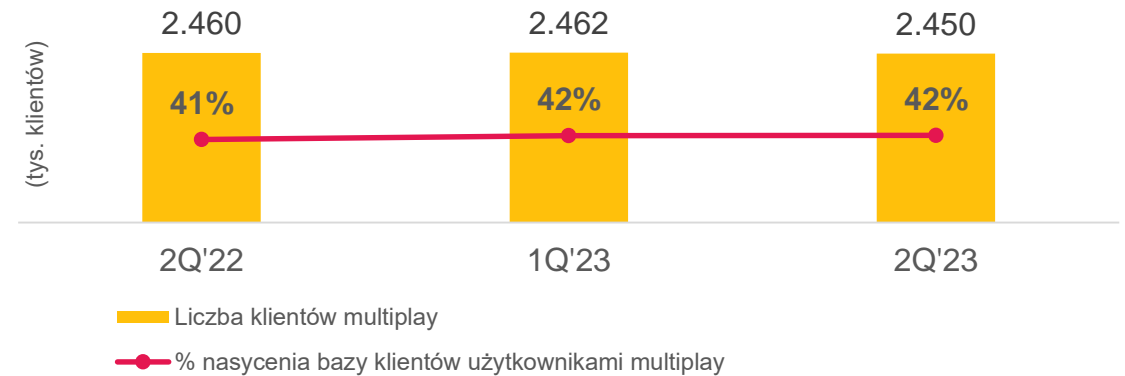


Maciej Stec
Wiceprezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

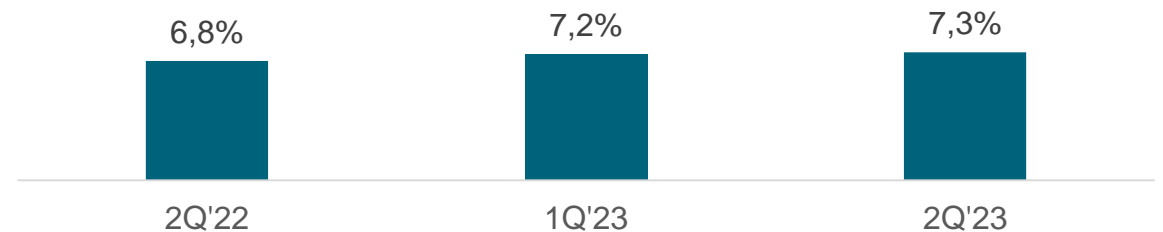
Utrzymujemy wysoką bazę klientów oferty multiplay

- Wysoka baza klientów multiplay pomimo niekorzystnych warunków rynkowych
- W efekcie konsekwentnej realizacji strategii multiplay 2,45 mln naszych klientów korzysta z oferty multiplay – to 42% naszej bazy klientów
- Liczba RGU posiadanych przez tych klientów wynosi 7,39 mln
- Niezmiennie niski poziom churn – głównie dzięki naszej strategii multiplay

Liczba klientów usług multiplay¹



Churn

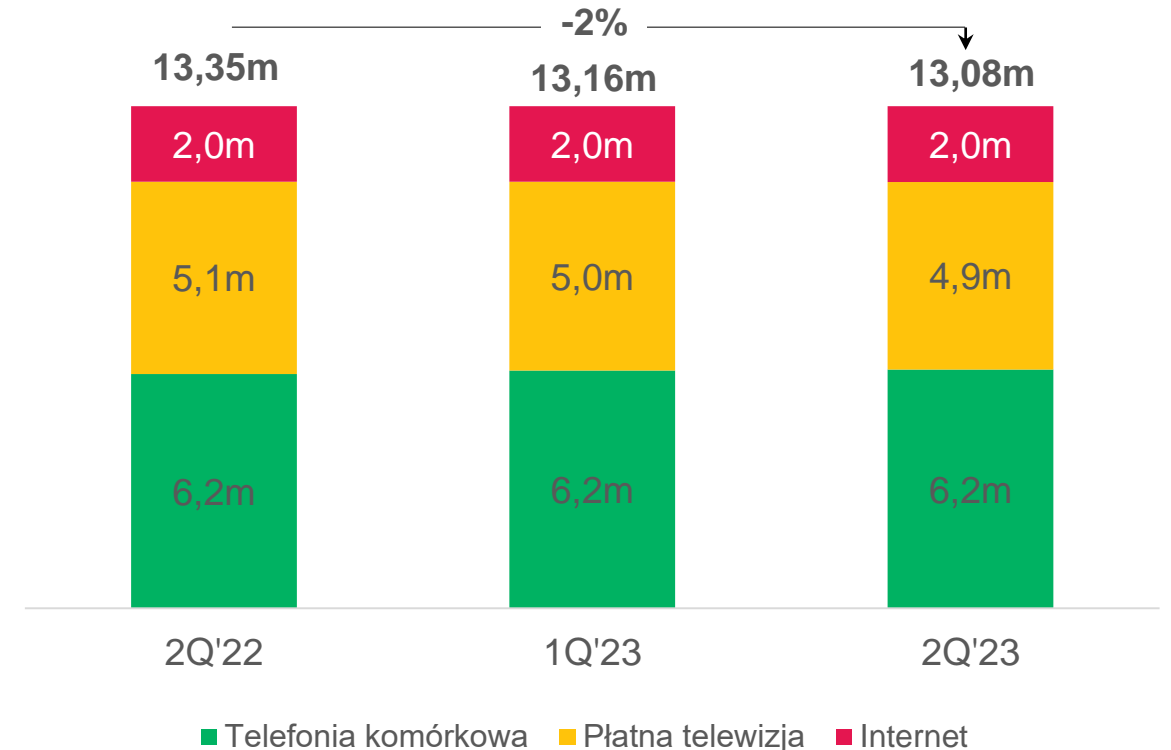


Nota: (1) Obejmuje klientów usług pakietowych spółek z Grupy Netia oraz Premium Mobile

Świadczymy 13,1 mln usług dla klientów kontraktowych B2C

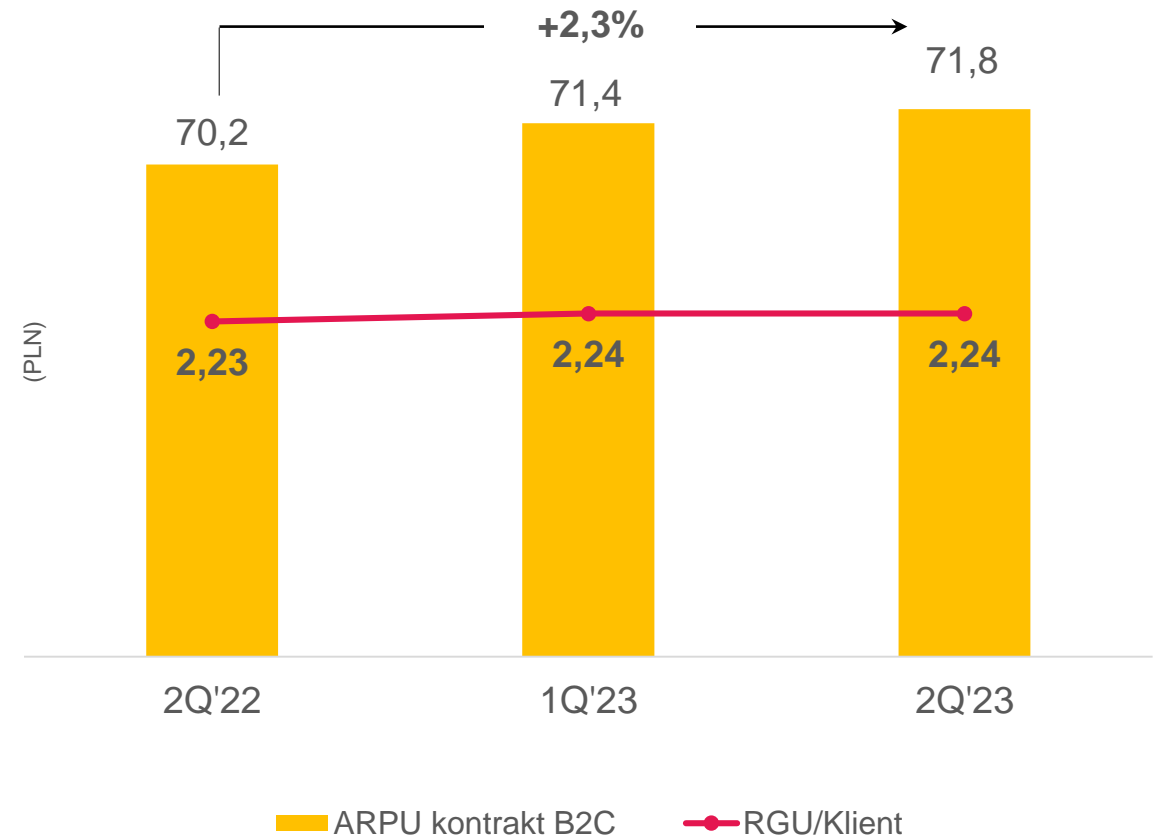
- Utrzymujemy wysoką, stabilną liczbę świadczonych usług telefonii komórkowej i Internetu
- Jednocześnie – zgodnie z naszymi zapowiedziami – odnotowujemy niższą liczbę świadczonych usług płatnej telewizji, co wynika głównie z podjętej przez nas decyzji o repozycjonowaniu cenowym i zmianie strategii oferowania naszych serwisów wideo online
- Spadek ten jest częściowo kompensowany rosnącą liczbą usług telewizyjnych świadczonych w technologii internetowej (IPTV/OTT)

Liczba RGU w segmencie kontraktowym B2C



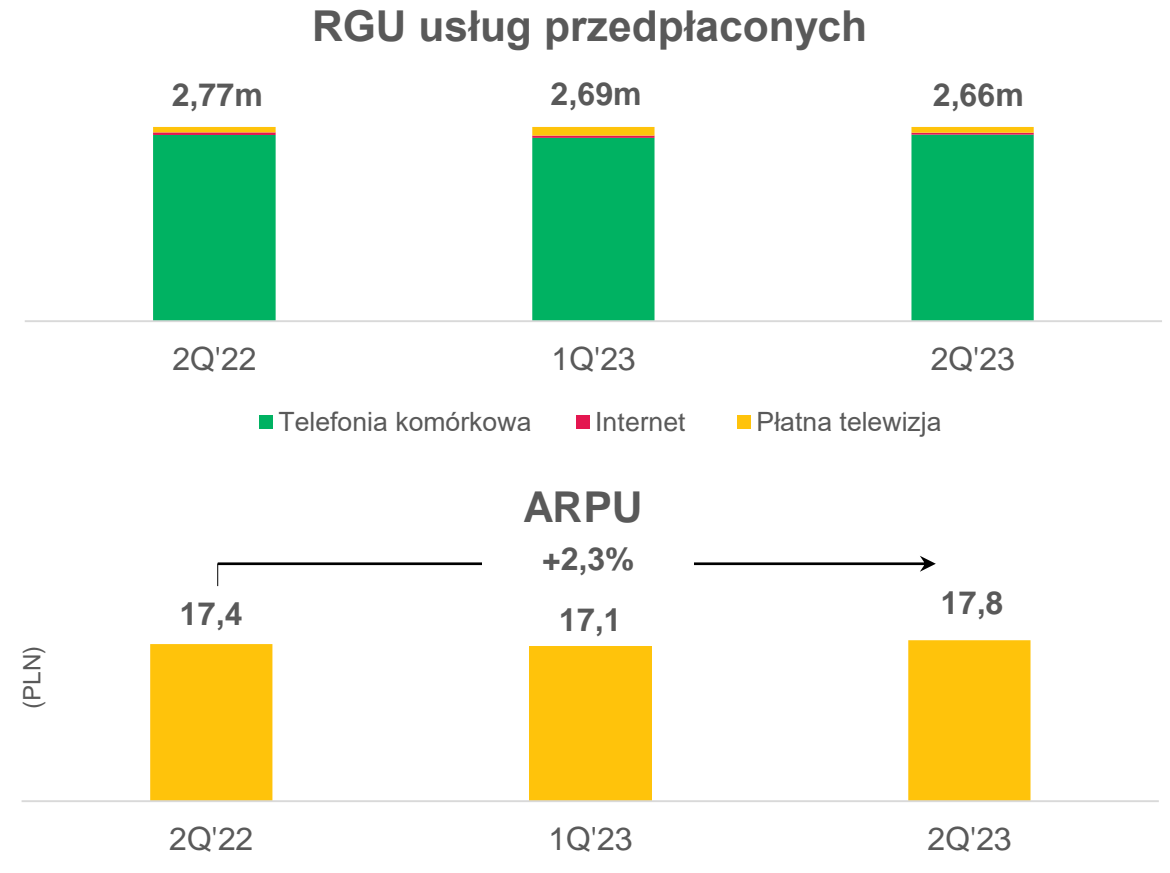
Wzrost ARPU w segmencie B2C dzięki konsekwentnej realizacji strategii multiplay i popularyzacji 5G

- Wzrost ARPU o 2,3% r/r wynikający z konsekwentnej budowy wartości istniejącej bazy klientów pomimo niekorzystnych warunków rynkowych
- Skuteczna dosprzedaż produktów w ramach strategii multiplay odzwierciedla się w wysokim poziomie wskaźnika saturacji RGU na klienta



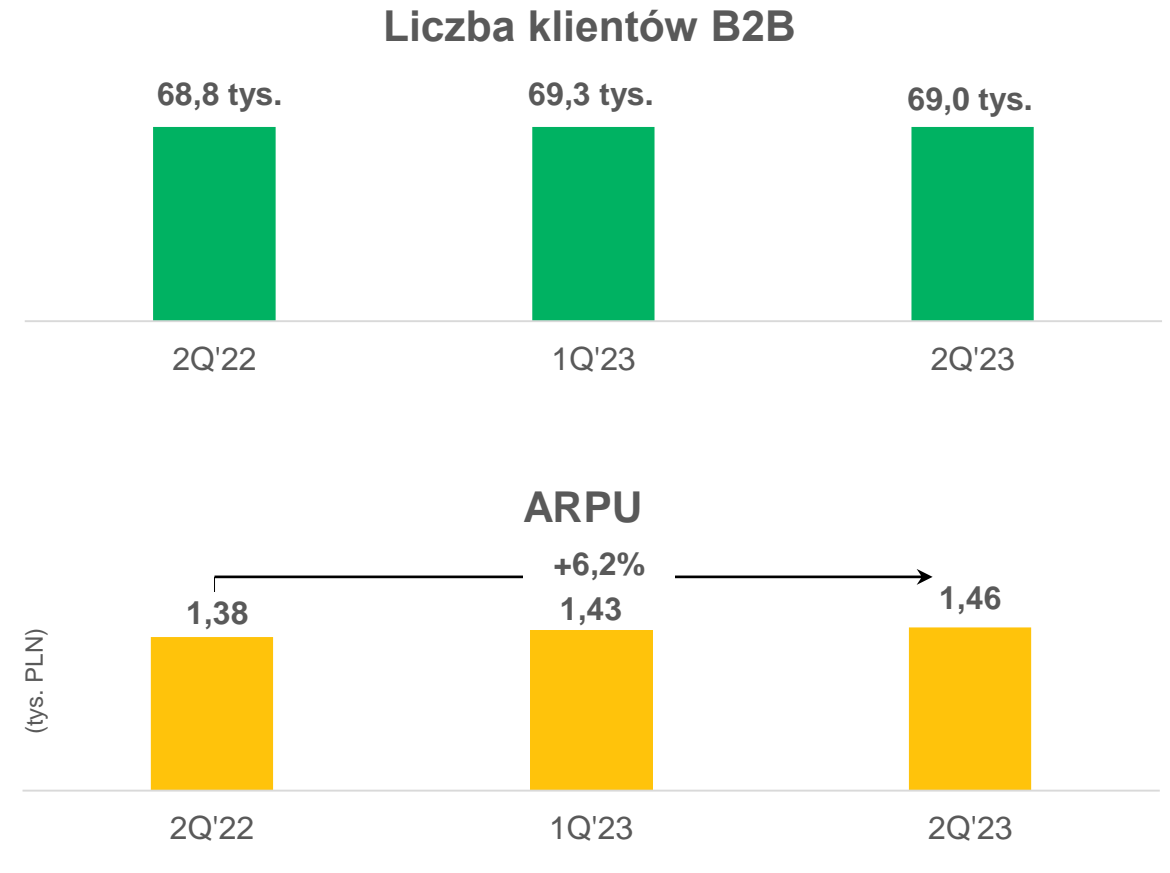
Wysoka baza i rosnące ARPU usług przedpłaconych

- Stabilna baza usług prepaid
- Spadek r/r liczby RGU telefonii mobilnej związany z efektem wysokiej bazy na skutek prowadzonej w 1H'22 akcji wsparcia dla nowoprzybyłych uchodźców z Ukrainy, polegającej na dystrybucji darmowych starterów Plusa umożliwiających bezpłatną komunikację
- Wzrost poziomu ARPU o 2,3% r/r

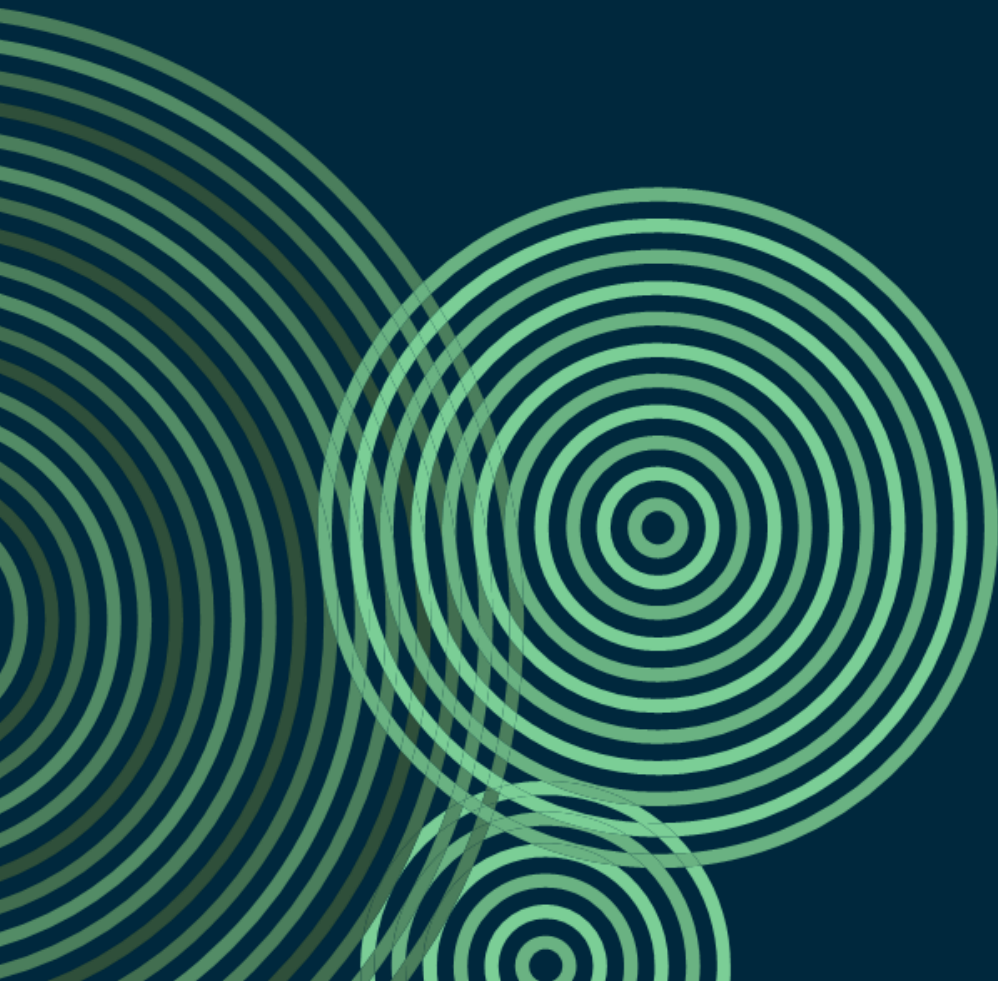


Stabilna baza i rosnące ARPU klientów B2B

- Obsługujemy 69 tys. klientów B2B skutecznie utrzymując skalę swojej bazy
- Sukcesywnie poszerzana oferta usług komunikacyjnych i teleinformatycznych pozwoliła zwiększyć ARPU klientów B2B do poziomu niemal 1,5 tys. PLN/m-c (+6,2% r/r)



Segment czysta energia



Maciej Stec
Wiceprezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Chcemy stać się wiodącym producentem czystej zielonej energii i zielonego wodoru

Cel #1:
Chcemy stać się wiodącym
producentem czystej, zielonej energii



Cel #2:
Chcemy stać się wiodącym
producentem zielonego wodoru



Dynamicznie realizujemy strategiczne inicjatywy związane z produkcją czystej energii



ENERGIA Z BIOMASY 100 MW

→ blok #1

moc: 55 MW
Produkcja: 350-400 GWh

→ blok #2

moc: 50 MW
Produkcja: 350-400 GWh



ENERGIA ZE SŁOŃCA >280 MW

→ Brudzew

moc: 70 MWp
Produkcja: 78 GWh w 2022 r.

→ Cambria/Brudzew

moc: 12,4 MWp / produkcja: 13 GWh
uruchomienie: 3Q'23

→ Przykona (współpraca z ZE PAK)

moc: ok. 260 MWp / produkcja: ok. 250 GWh
uruchomienie: 15 mies. od zebrania pozwoleń



ENERGIA Z WIATRU ON-SHORE >296 MW

→ Miłosław

moc: 9,6 MW / produkcja: 38 GWh
uruchomienie: rozruch techniczny/3Q'23

→ Kazimierz Biskupi

moc: 17,5 MW / produkcja: 60 GWh
uruchomienie: 3Q'23

→ Człuchów

moc: 72,6 MW / produkcja: 230 GWh
uruchomienie: 2Q'24

→ Przyrów

moc: 50,4 MW / produkcja: 105 GWh
uruchomienie: 3Q'24

→ Drzeżewo 1-4

moc: 138,6 MW / produkcja: 410 GWh
uruchomienie: 4Q'25

→ Dobra

moc: 7,8 MW / produkcja: 24 GWh
uruchomienie: 3Q'25



ENERGIA Z ODPADÓW

→ Rybnik

podpisano list intencyjny
uruchomienie: 2026

Zainstalowana moc w zielonej energii: ok. 330 MW w 2024 r. i ok. 740 MW w 2025 r.

Budujemy pełen łańcuch wartości gospodarki opartej o zielony wodór



PRODUKCJA ZIELENEGO WODORU

→ Pierwszy elektrolizer 2,5 MW od Cummins

uruchomienie: **Q3'23**

produkcja: **1000 kg H₂ dziennie**

→ Zakup drugiego elektrolizera od Cummins

dostawa: **2024**

produkcja: **1000 kg H₂ dziennie**

→ Stworzyliśmy prototyp pierwszego polskiego elektrolizera 0,5 MW

realizacja: **Q3'23**

produkcja: **200 kg H₂ dziennie**



MAGAZYNOWANIE I TRANSPORT

→ Wodorowóz 371 kg w użyciu

→ 5 wodorowozów 1024 kg w użyciu

→ 4 wodorowozy 1024 kg

dostawa: **do końca 2023**



DYSTRYBUCJA ZIELENEGO WODORU

→ Stacja H₂ w Warszawie
Posiadamy wszystkie pozwolenia

→ Stacja H₂ w Rybniku
uruchomienie: **Q3'23**

→ Budowa stacji H₂ w Gdańsku i Gdyni

uruchomienie: **Q4'23/Q1'24**

→ 20 mln PLN dotacji NFOŚ na budowę stacji H₂ w Rybniku, Gdańsku, Wrocławiu, Gdyni i Lublinie



PRODUKTY DLA UŻYTKOWNIKÓW

→ Wygrany przetarg na dostawę 20 NesoBusów do Rybnika

realizacja: **Q3-Q4'23**

→ Składamy oferty w kolejnych przetargach w Gdańsku, Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii, Wałbrzychu i Świdniku

→ Fabryka autobusów H₂ w Świdniku

uruchomienie: **Q3'23**

produkcja: **>100 autobusów rocznie**



→ 150 samochodów H₂ użytkowane we flocie Grupy Polsat Plus

Dynamicznie realizujemy *Strategię 2023+* w segmencie czystej energii i zielonego wodoru

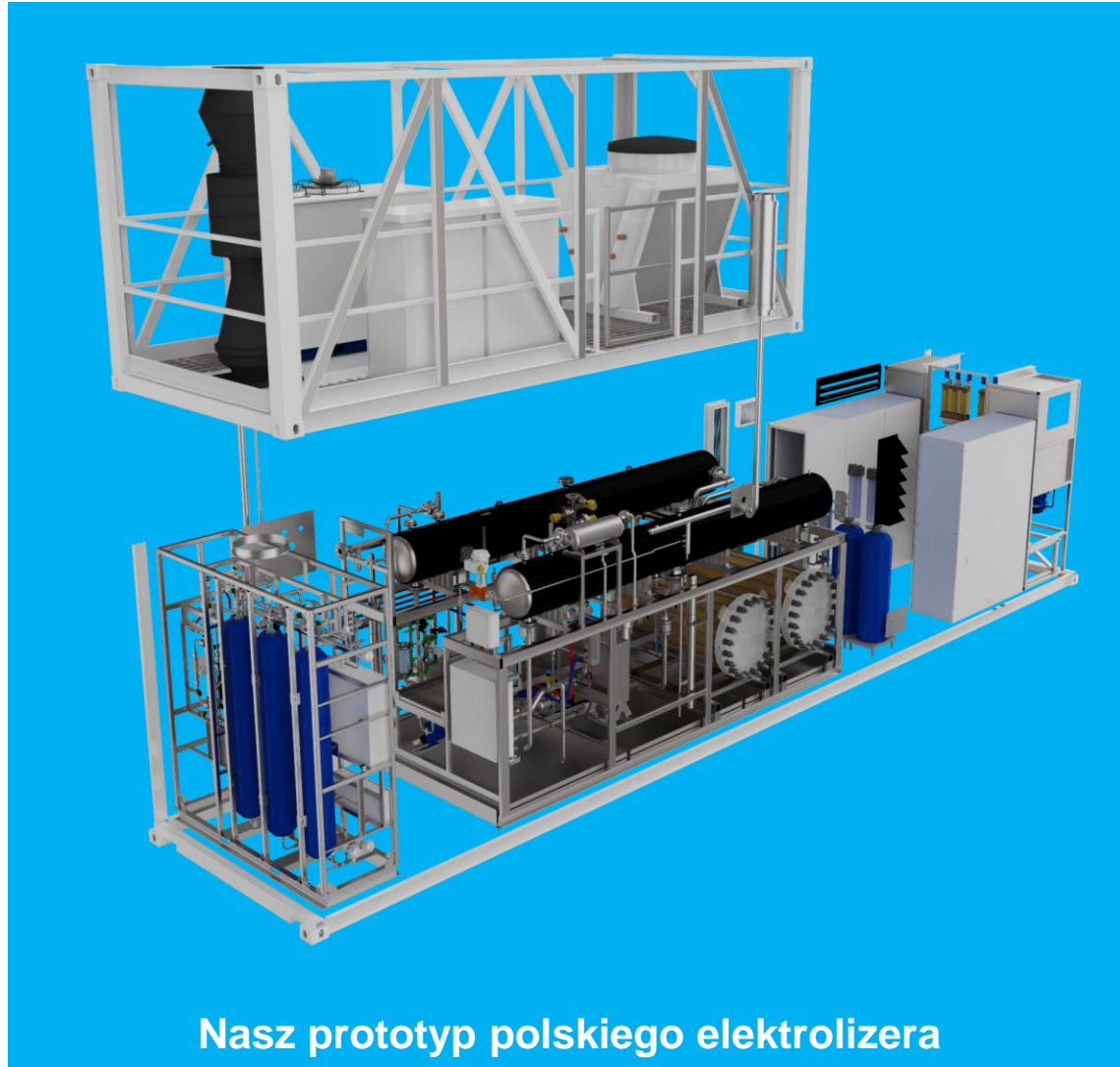


Produkcja pierwszych NesoBusów do Rybnika



Kompresor wodorowy | Elektrolizer

Dynamicznie realizujemy *Strategię 2023+* w segmencie czystej energii i zielonego wodoru, cd



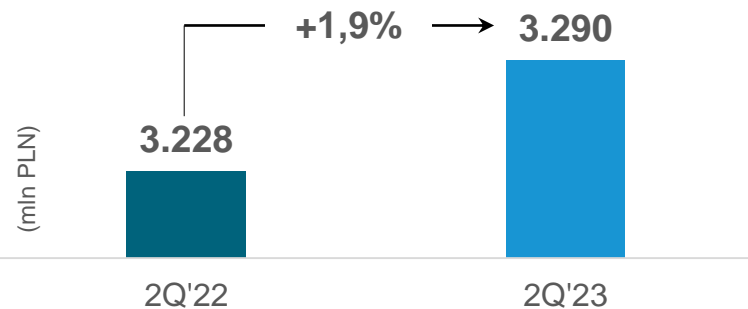
Wyniki finansowe



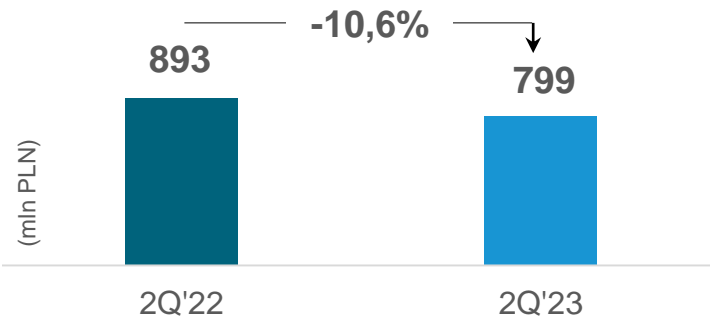
Katarzyna Ostap-Tomann
Członek Zarządu, Cyfrowy Polsat

Wyniki Grupy w 2Q'23

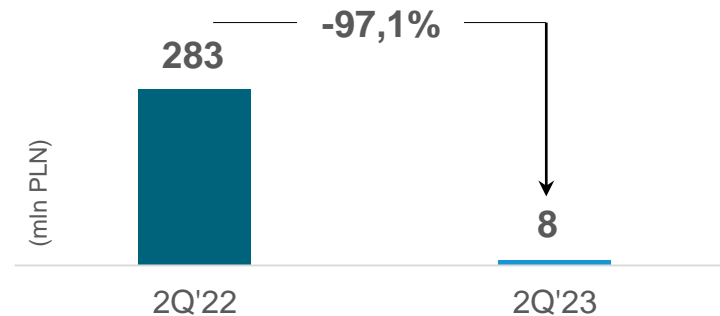
Przychody



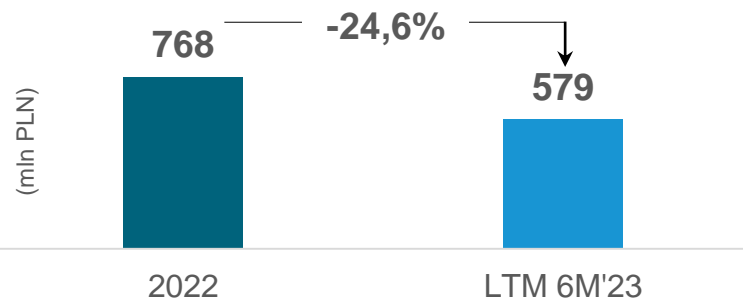
EBITDA



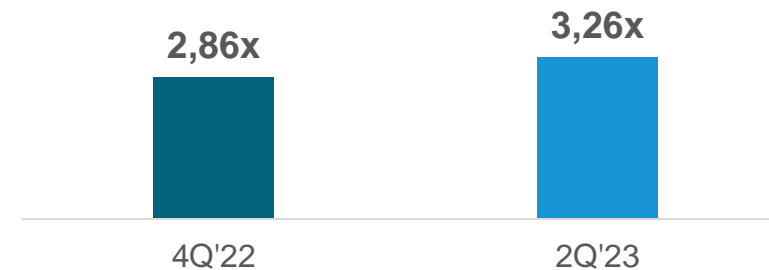
Zysk netto



LTM FCF



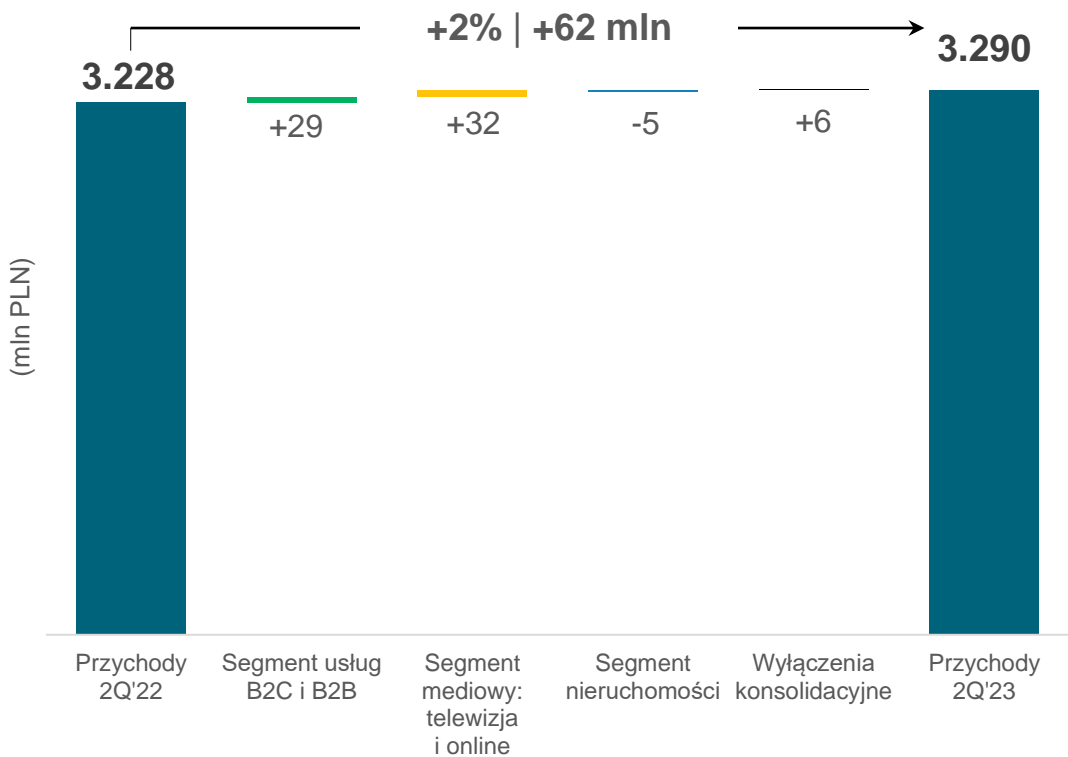
Dług netto/EBITDA LTM



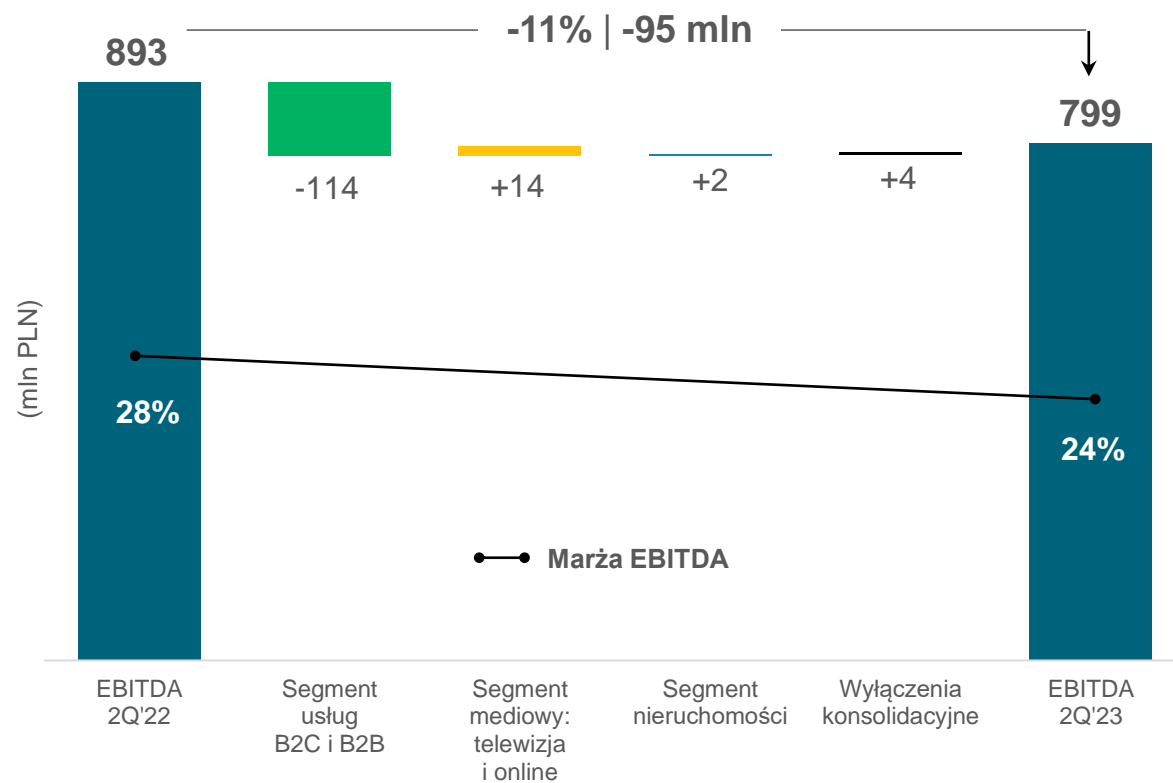
Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2023 r. oraz analizy własne

Przychody i EBITDA – czynniki zmian

Przychody ze sprzedaży



EBITDA

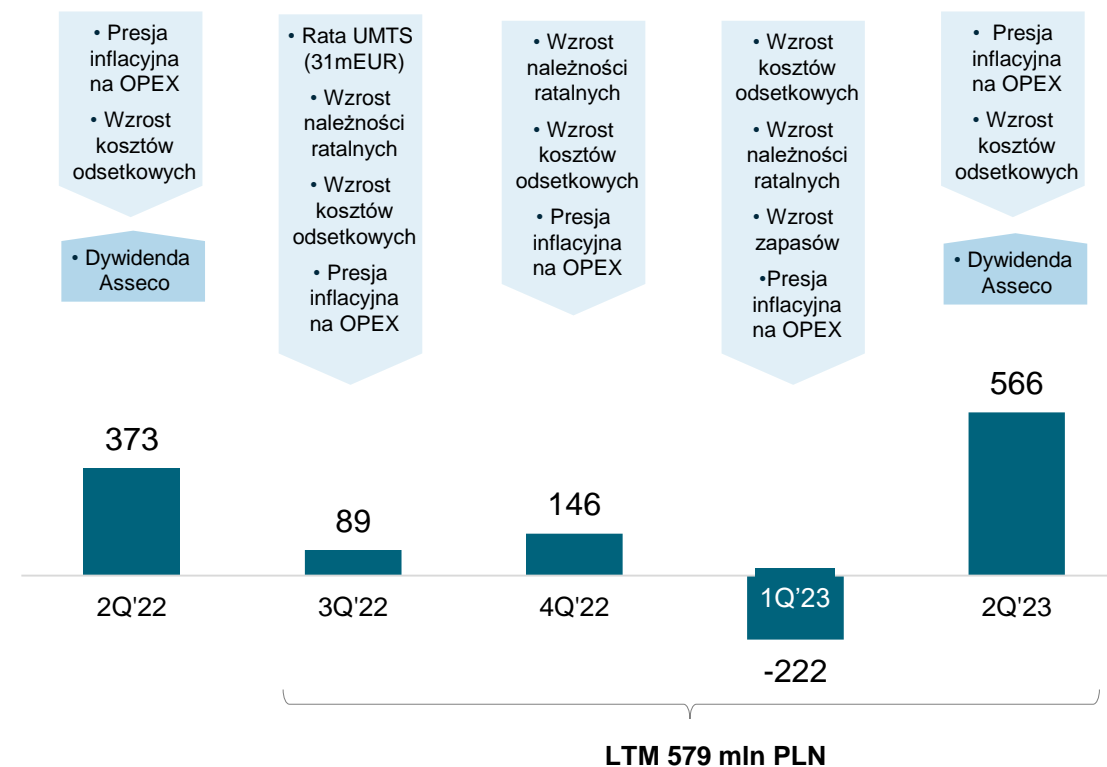


Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2023 r. oraz analizy własne

FCF pod wpływem rosnących odsetek i presji inflacyjnej

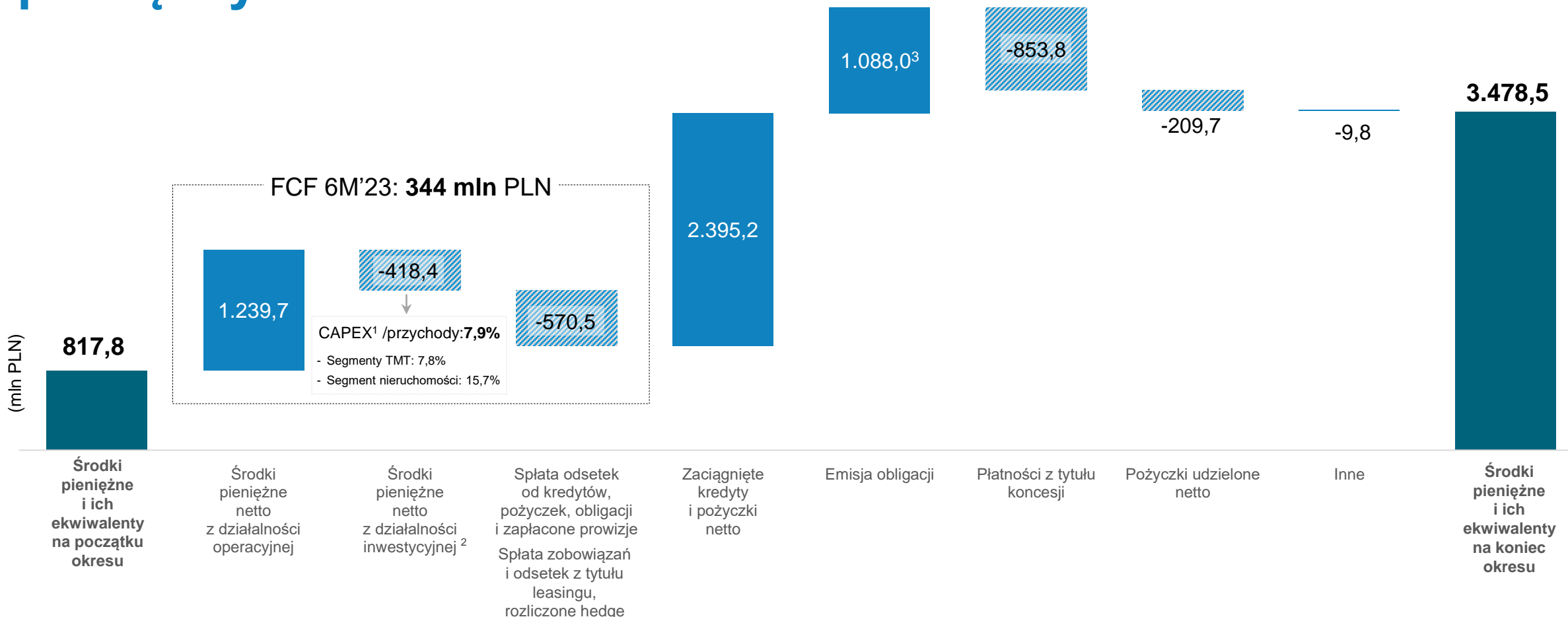
mIn PLN	2Q'23	6M'23
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	940	1,240
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-271	-1,482
Splata odsetek od kredytów, pożyczek, obligacji, rozliczenie instrumentów pochodnych	-266	-453
Splata zobowiązań i odsetek z tytułu leasingu	-54	-118
FCF po odsetkach	349	-813
Udzielone pożyczki netto	126	210
Jednorazowa płatność z tytułu koncesji telekomunikacyjnych	0	847
Wpływ wcześniejszego wykupu obligacji	0	10
Jednorazowe koszty refinansowania	91	91
Skorygowany FCF po odsetkach	566	344

Skorygowany FCF po odsetkach



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2023 r. oraz analizy własne

Refinansowanie zadłużenia zapewnia wysoki poziom środków pieniężnych



Zadłużenie Grupy

mIn PLN	Wartość bilansowa na dzień 30.06.2023
Kredyt Terminowy (transza PLN i EUR)	9.446
Kredyt Rewolwingowy	1.004
Obligacje (seria B, C i D)	3.284
Leasing i inne	517
Zadłużenie brutto	14.251
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty ¹	(3.466)
Zadłużenie netto	10.785
EBITDA LTM ²	3.306
Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM	3,26x
Średni ważony koszt odsetek od kredytu i obligacji ³	9,5%

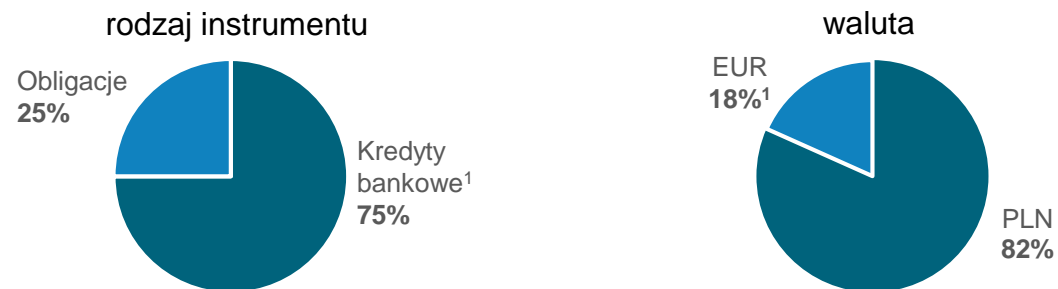
¹ Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów.

² EBITDA LTM skorygowana zgodnie z wymogami umowy kredytowej

³ Prospektywny średni ważony koszt odsetkowy Kredytu Terminowego (wraz z Kredytem Rewolwingowym) oraz Obligacji Serii B, Serii C i Serii D, wg stanu na dzień 30 czerwca 2023 roku przy WIBOR 1M na poziomie 6,86% i WIBOR 6M – 6,95% i EURIBOR 1M na poziomie 3,40%, nie uwzględniając instrumentów zabezpieczających.

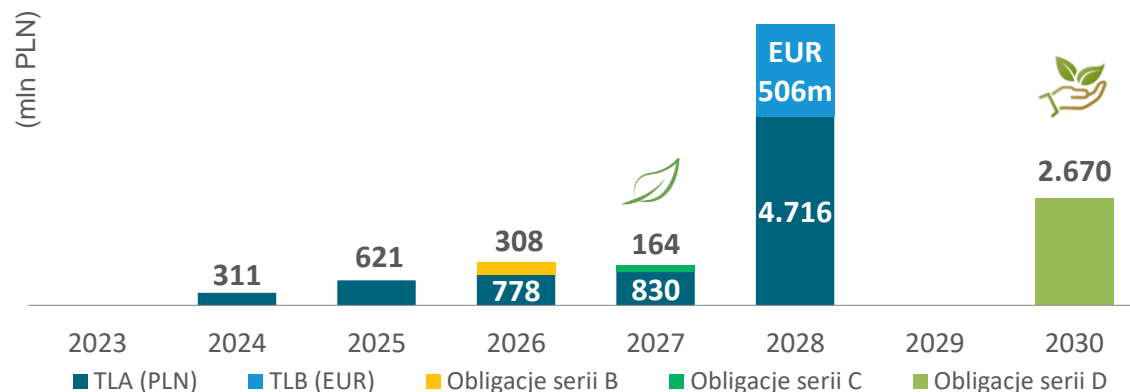
Struktura zadłużenia

na dzień 30.06.2023



Zapadalność długu

na dzień 30.06.2023



Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2023 r. oraz analizy własne

Nota: (1) Transza EUR w kwocie 506 mln EUR została przeliczona na złote po kursie 4,4503 złotych za 1 euro

Podsumowanie i Q&A



Mirosław Błaszczuk
Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Podsumowanie

- Konsekwentnie realizujemy naszą strategię multiplay, co odzwierciedla się w rosnącym ARPU i utrzymującym się na niskim poziomie churn
- Odnotowaliśmy świetne wyniki finansowe segmentu mediowego – przychody rosły o 5%, a EBITDA aż o 10% r/r
- Z powodzeniem zrefinansowaliśmy zadłużenie Grupy na trudnym rynku długu i pozyskaliśmy środki na realizację inwestycji w ramach *Strategii 2023+*
- Udzieliliśmy już pożyczek netto w kwocie 585 mln zł na rozwój projektów w segmencie czystej energii
- Budujemy kompletny łańcuch wartości oparty o zielony wodór – od produkcji, przez logistykę i dystrybucję, po wykorzystanie w życiu codziennym
- Konsekwentnie i dynamicznie realizujemy naszą *Strategię 2023+* w obszarze Czysta Energia, inwestując tym samym w przyszłość Grupy Polsat Plus



Q&A

Dodatkowe informacje



Wyniki segmentu usług B2C i B2B

mIn PLN	2Q'23	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.700	1%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	2.048	6%
EBITDA	635	-15%
Marża EBITDA	23,5%	-4,6pkt%

- Wzrost przychodów wsparty silną sprzedażą sprzętu oraz wyższymi przychodami z działalności na rynku fotowoltaicznym
- Presja inflacyjna i wysokie koszty energii elektrycznej to główne czynniki odzwierciedlające się we wzroście kosztów operacyjnych

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2023 r. oraz analizy własne

Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji

Wyniki finansowe segmentu mediowego

mIn PLN	2Q'23	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	639	5%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	483	4%
EBITDA	157	10%
Marża EBITDA	24,5%	1,0pkt%

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2023 r. oraz analizy własne

Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji

- Na przychody ze sprzedaży pozytywnie wpływają rosnące przychody reklamowe oraz od operatorów kab/sat
- Traktując obszar produkcji contentu jako naszą przewagę konkurencyjną, nieprzerwanie inwestujemy w atrakcyjność naszej oferty programowej, w tym najlepszy sport, nowe seriale oraz atrakcyjną ramówkę, co odzwierciedla się w wyższej bazie kosztowej

Wyniki finansowe segmentu nieruchomości

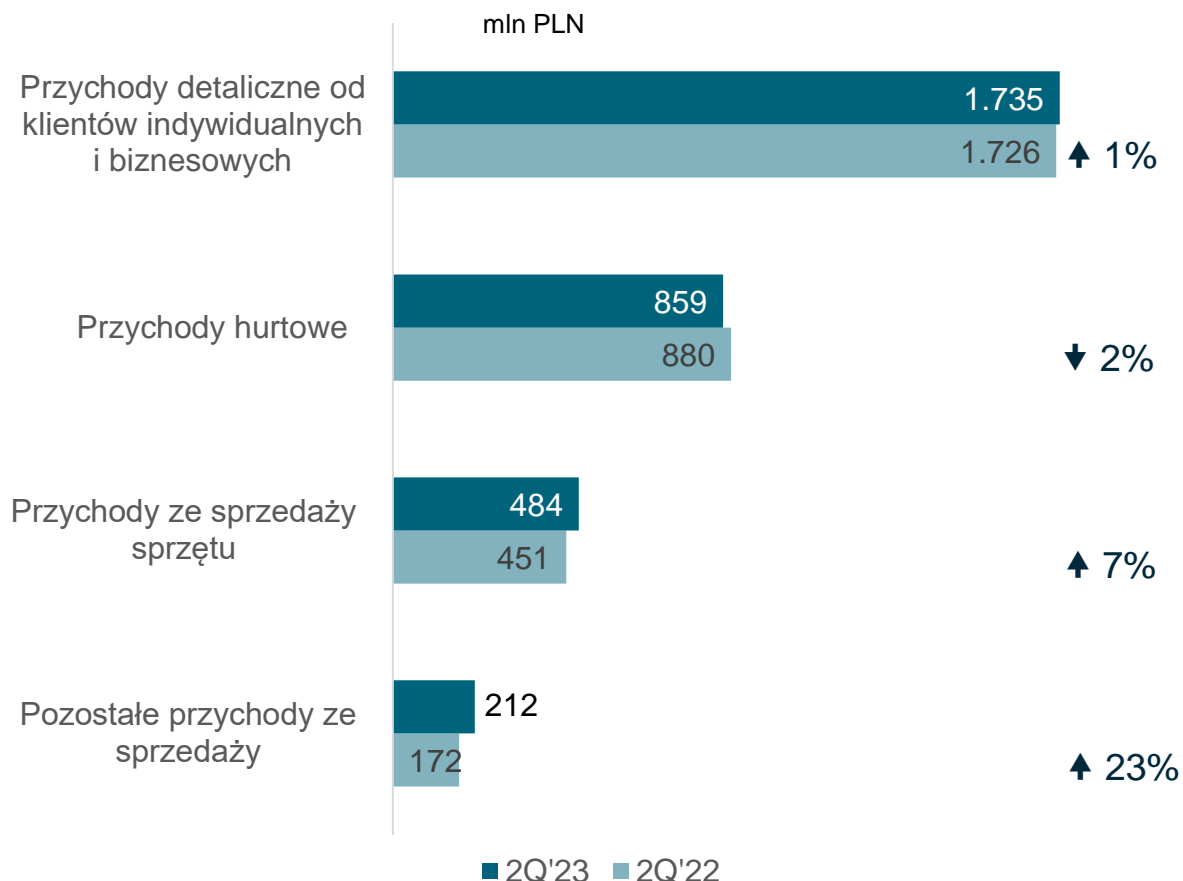
mIn PLN	2Q'23	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	39	-12%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	35	-19%
EBITDA	6	62%
Marża EBITDA	15,4%	7,0pkt%

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2023 r. oraz analizy własne

Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji

- Segment nieruchomości obejmuje głównie realizację projektów budowlanych, jak również sprzedaż, najem i zarządzanie nieruchomościami własnymi lub dzierżawionymi
- Trwa sprzedaż mieszkań w nowej inwestycji w Porcie Praskim. Posiadamy też zapas mieszkań gotowych do sprzedaży w już ukończonych inwestycjach oraz realizujemy projekty budowlane na rzecz spółek z Grupy Polsat Plus
- Kolejne projekty deweloperskie zaplanowane są w perspektywie średnioterminowej

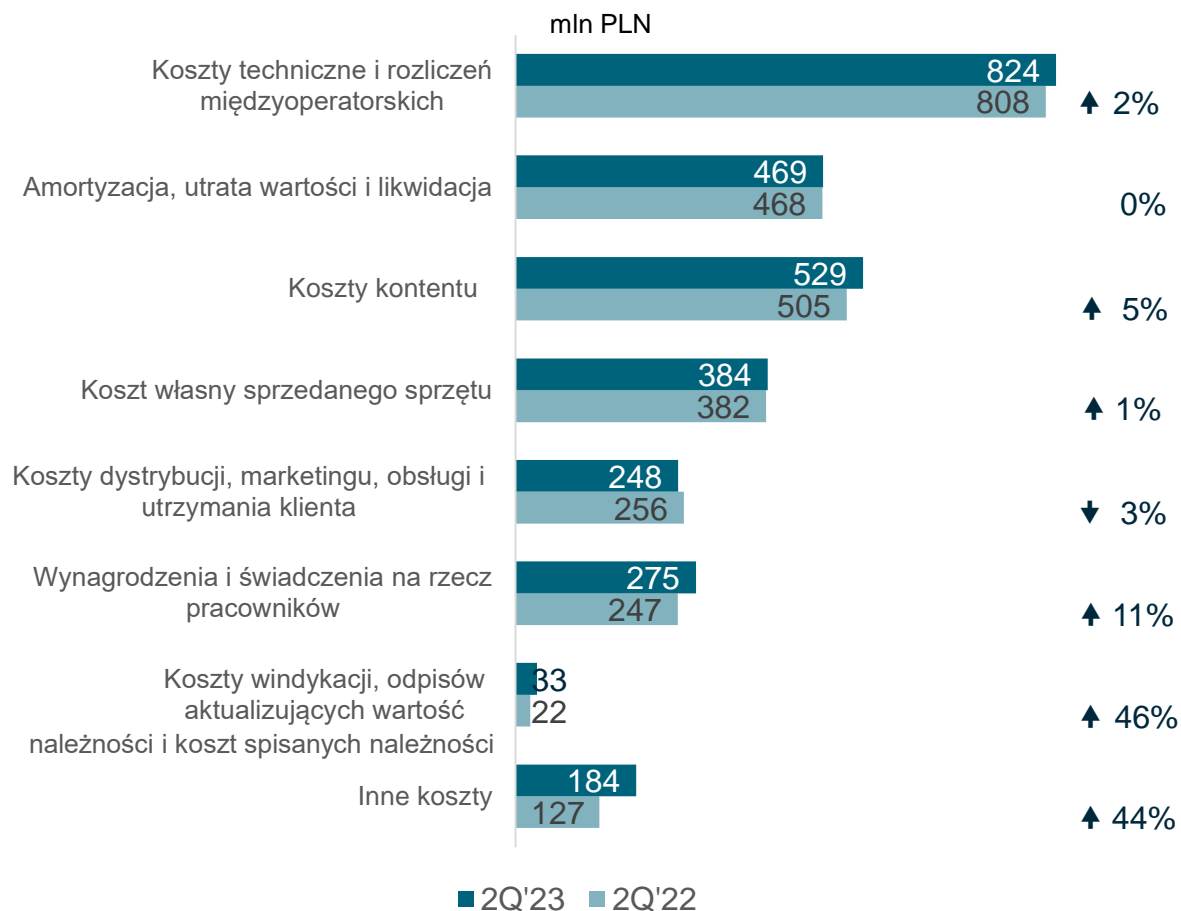
Struktura przychodów ze sprzedaży



- Niższe **przychody hurtowe** na skutek ubytku przychodów z tytułu rozliczeń międzyoperatorskich, wynikającego z regulacyjnego, sukcesywnego obniżania stawek międzyoperatorskich MTR. Ubytek ten został w znacznym stopniu skompensowany wyższymi przychodami z tytułu reklamy i sponsoringu oraz od operatorów kablowych i satelitarnych
- Wyższe **przychody ze sprzedaży sprzętu** przede wszystkim w wyniku wzrostu udziału droższych modeli smartfonów w miksie sprzedażowym
- Wyższe **pozostałe przychody ze sprzedaży** przede wszystkim dzięki wyższym przychodom z działalności na rynku fotowoltaicznym, rosnącym przychodom z odsetek od sprzedaży ratalnej oraz wyższym przychodom z najmu lokali

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2023 r. oraz analizy własne

Struktura kosztów operacyjnych



- Wzrost **kosztów technicznych i rozliczeń międzyoperatorskich** spowodowany głównie przez wyższe koszty utrzymania sieci wynikające z wyższych kosztów energii elektrycznej oraz waloryzacji umów czynszowych. Wzrost ten został w istotnej części zniwelowany przez niższe koszty rozliczeń międzyoperatorskich w związku z regulacyjnym, sukcesywnym obniżaniem stawek międzyoperatorskich MTR
- Wyższe **koszty kontentu** przede wszystkim na skutek rozpoznania wyższych rok do roku kosztów produkcji własnej oraz inwestycji ukierunkowanych na zwiększenie atrakcyjności oferty programowej naszych kanałów telewizyjnych i pakietów płatnej telewizji
- Wzrost **kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników** głównie w efekcie wzrostu zatrudnienia oraz utrzymującej się presji inflacyjnej
- Wzrost **innych kosztów** przede wszystkim w wyniku rozpoznania wyższych kosztów związanych z działalnością na rynku fotowoltaicznym

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2023 r. oraz analizy własne

Definicje

RGU (Revenue Generating Unit)	Pojedyncza, aktywna, generująca przychód detaliczny usługa płatnej telewizji świadczonej w dowolnej technologii, dostępu do Internetu mobilnego lub przewodowego lub telefonii komórkowej, świadczona w modelu kontraktowym lub przedpłaconym.
Klient	Osoba fizyczna, prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, posiadająca co najmniej jedną, aktywną usługę świadczoną w modelu kontraktowym. Klient identyfikowany jest na poziomie unikalnego numeru PESEL, NIP lub REGON.
ARPU na klienta B2C/B2B	Średni miesięczny przychód detaliczny od Klienta wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym.
ARPU na RGU prepaid	Średni miesięczny przychód detaliczny wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym w przeliczeniu na jednostkę RGU prepaid.
Churn	<p>Rozwiązanie umowy z Klientem B2C w drodze wypowiedzenia, windykacji lub innych działań, skutkujące tym, że po skutecznym rozwiązaniu umowy, Klient nie posiada żadnej aktywnej usługi świadczonej w modelu kontraktowym.</p> <p>Wskaźnik churn prezentuje stosunek liczby klientów, którym dezaktywowano ostatnią usługę (w drodze wypowiedzenia, jak i dezaktywacji w wyniku działań windykacyjnych lub z innych przyczyn) w okresie ostatnich 12 miesięcy do średniorocznej liczby klientów w tym 12-miesięcznym okresie.</p>
Definicja użyciowa (90-dni dla RGU pre-paid)	Liczba raportowanych RGU usług przedpłaconych w ramach telefonii komórkowej oraz Internetu oznacza liczbę kart SIM, które w ciągu ostatnich 90 dni wykonały albo otrzymały połączenie, wysłały albo otrzymały SMS/MMS albo skorzystały z usług transmisji danych.

Relacje Inwestorskie

Cyfrowy Polsat S.A.
ul. Konstruktorska 4
02-673 Warszawa

Email: ir@cyfrowypolsat.pl

<https://grupapolsatplus.pl>

