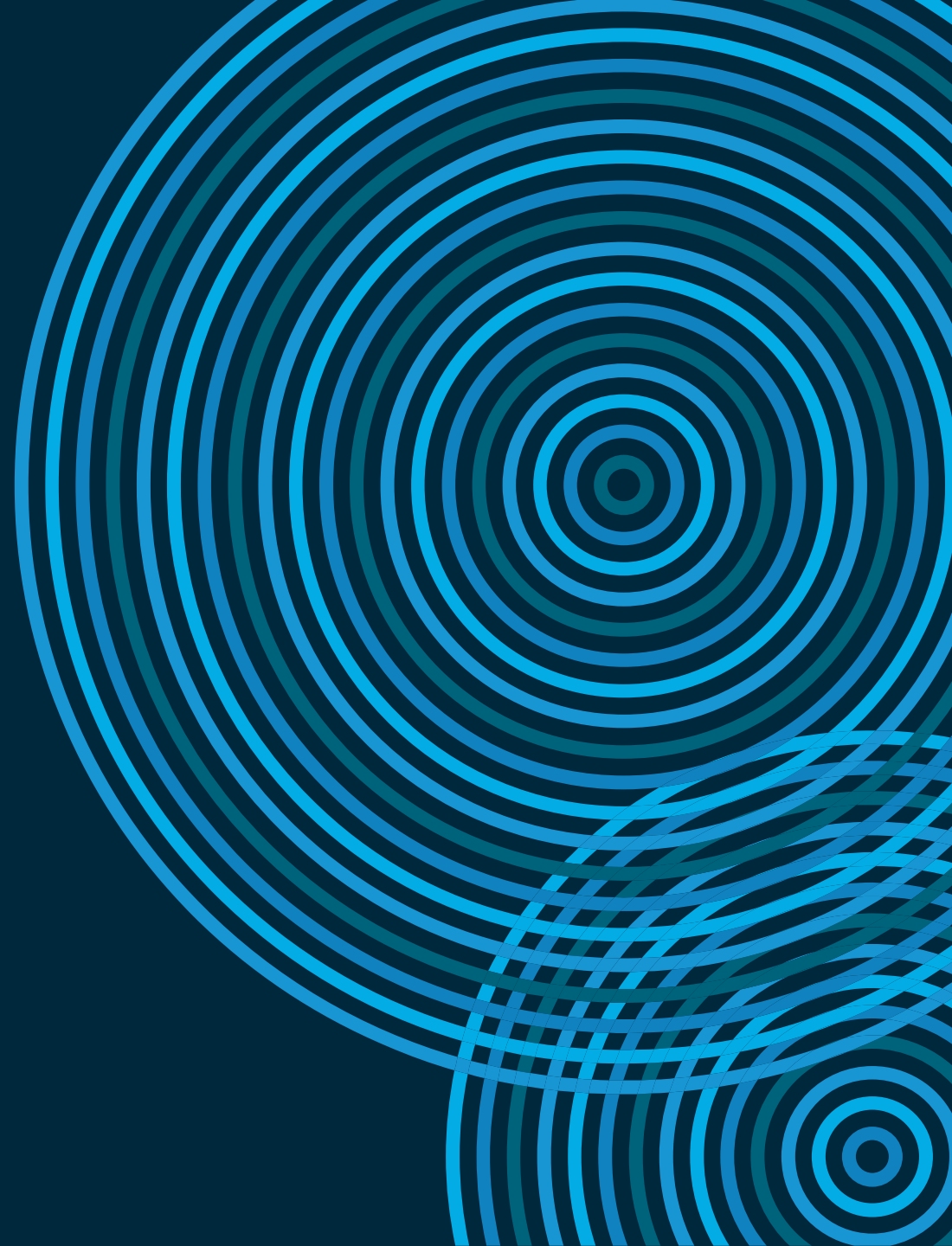


Wyniki finansowe 1Q'24

23 maja 2024 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



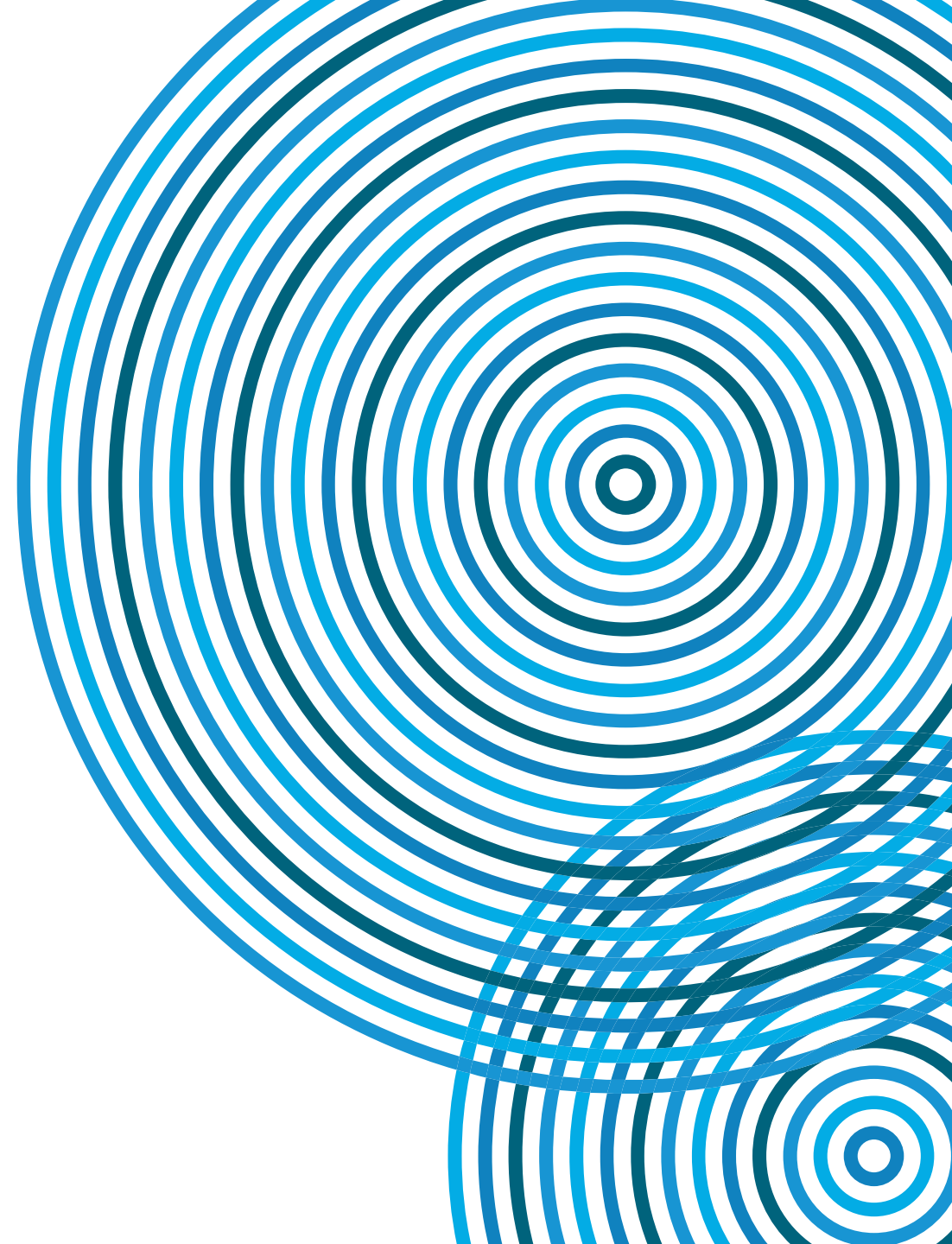
KATARZYNA OSTAP-TOMANN
CFO, CZŁONEK ZARZĄDU DS. ESG



PIOTR ŻAK
PREZES ZARZĄDU, TELEWIZJA POLSAT

Agenda

- 1. Najważniejsze wydarzenia 1Q'24**
- 2. Działalność operacyjna**
- 3. Wyniki finansowe**
- 4. Podsumowanie i Q&A**



Najważniejsze wydarzenia 1Q'24



Mirosław Błaszczuk
Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Najważniejsze wydarzenia 1Q'24

Segment usług B2C i B2B

- ARPU rośnie we wszystkich segmentach klientów: B2C +4,5%, B2B +3,9% i prepaid +1,2%, a churn utrzymujemy na niskim poziomie
- Zwiększamy zasięg sieci 5G – już 23 mln osób w zasięgu sieci 5G Plusa i 6 mln osób w zasięgu sieci 5G Ultra
- Zawarliśmy umowę sprzedaży części posiadanego pakietu adresów protokołu komunikacyjnego IPv4 za 56,1 mln USD

Segment mediowy: TV i online

- Silny wzrost naszych przychodów reklamowych +8%
- Bardzo dobre wyniki oglądalności wiosennej ramówki

Segment zielonej energii

- 47 mln PLN EBITDA segmentu zielonej energii



Działalność operacyjna



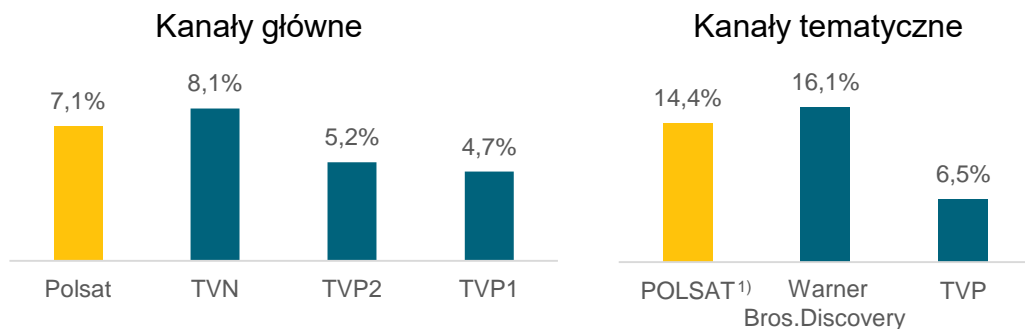
Segment mediowy: telewizja i online



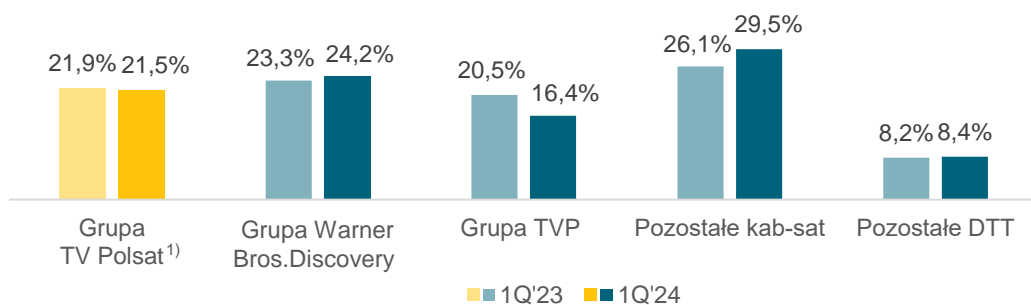
Piotr Żak
Prezes Zarządu, Telewizja Polsat

Oglądalność i pozycja na rynku reklamy w 1Q'24

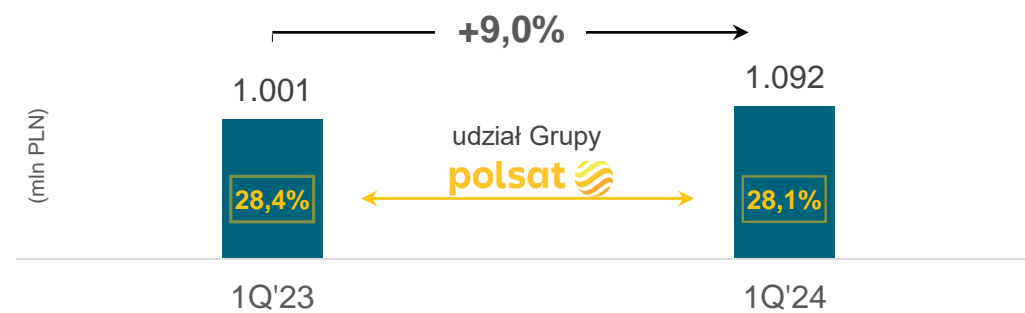
Udział w oglądalności



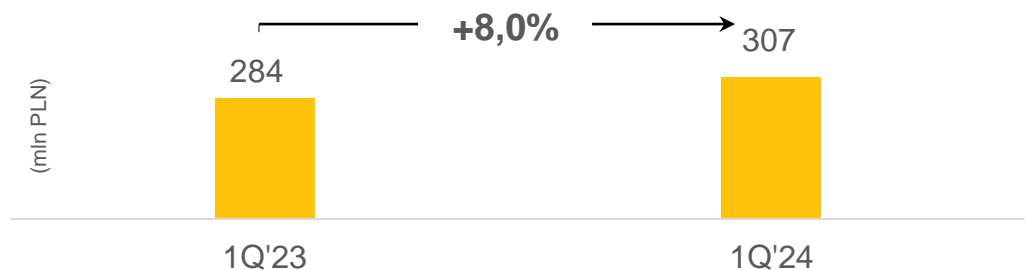
Dynamika udziałów w oglądalności



Wydatki na reklamę TV i sponsoring



Przychody z reklamy TV i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat²⁾



Źródło: oglądalność: NAM, wszyscy 16-59, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2, oraz oglądalność poza miejscem zamieszkania, (tzw. widownia OOH), analizy własne; rynek reklamy: Publicis Groupe, dane wstępne, reklama spotowa i sponsoring; Grupa TV Polsat: dane własne

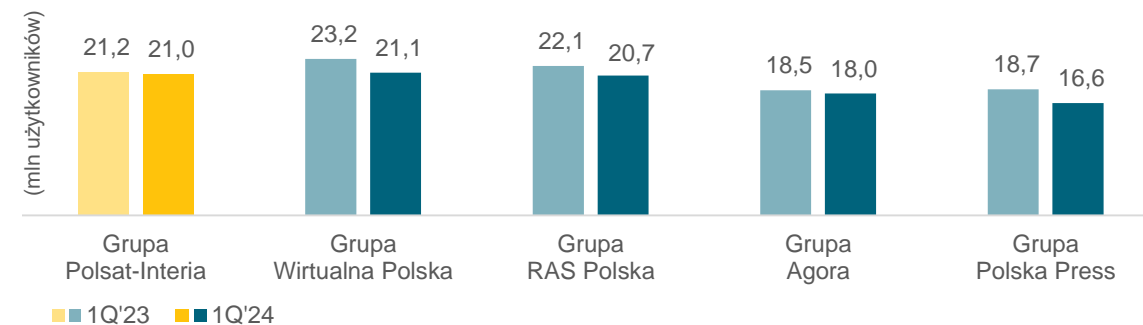
Nota: (1) z wyłączeniem kanałów partnerskich

(2) Przychody z reklamy TV i sponsoringu kanałów wchodzących w skład Grupy Telewizji Polsat

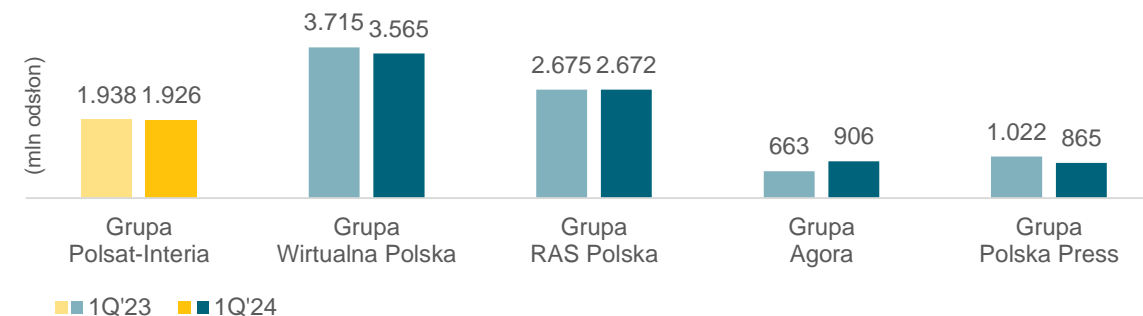
Skutecznie budujemy naszą pozycję na rynku portali internetowych

- Mamy bardzo silną pozycję na rynku internetowym
- Nasza wiodąca pozycja w mediach internetowych:
 - 21,0 mln użytkowników
 - 1,9 mld odsłon

Średniomiesięczna liczba użytkowników



Średniomiesięczna liczba odsłon



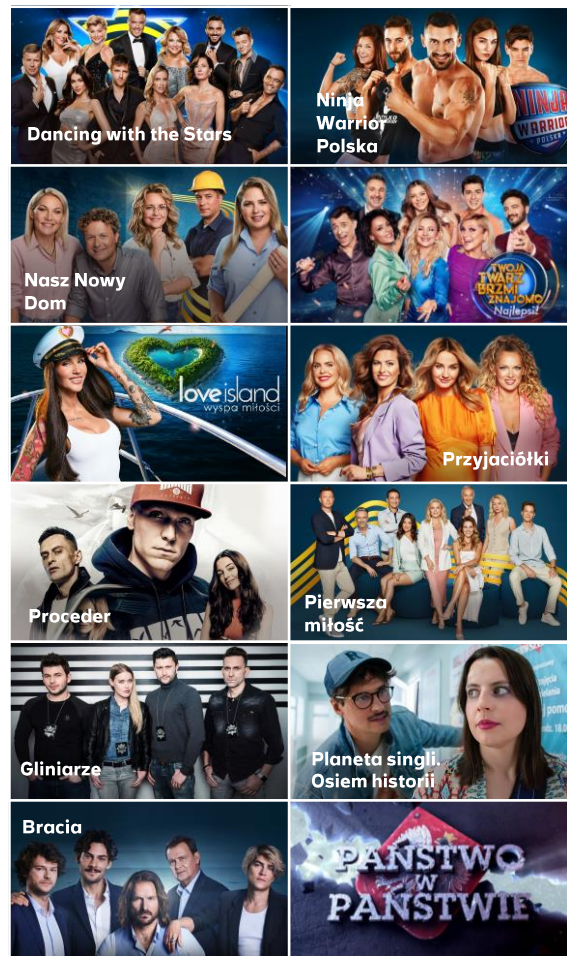
Źródło: Mediapanel, liczba użytkowników – wskaźnik real users, liczba odsłon – wskaźnik views

Kontent – nasza strategia

Koncentrujemy się na tworzeniu unikalnego polskiego kontentu

NASZE KANAŁY

UNIKALNE PRODUKCJE



DOSTĘP NA WSZELKICH URZĄDZENIACH

polsat box



polsat box | 4K lite

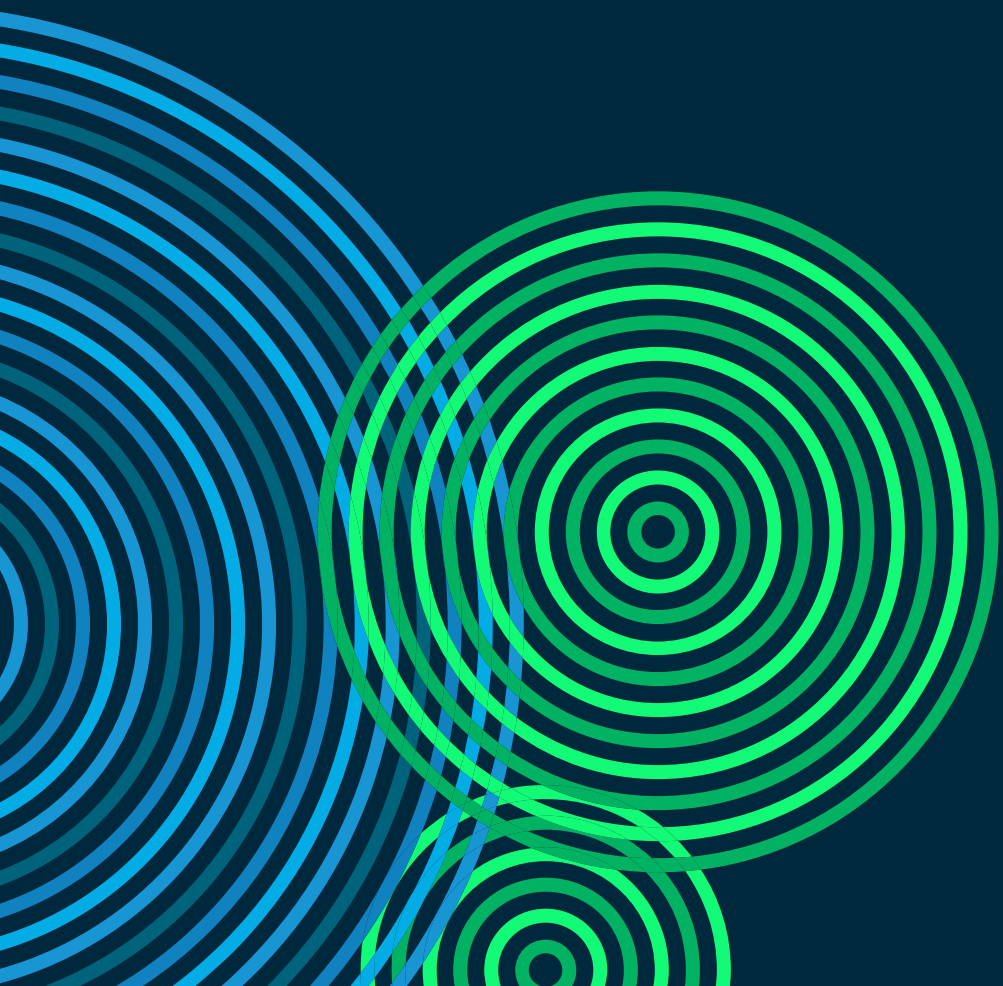


Download on the
App Store

EXPLORE IT ON
AppGallery

GET IT ON
Google Play

Segment usług B2C i B2B

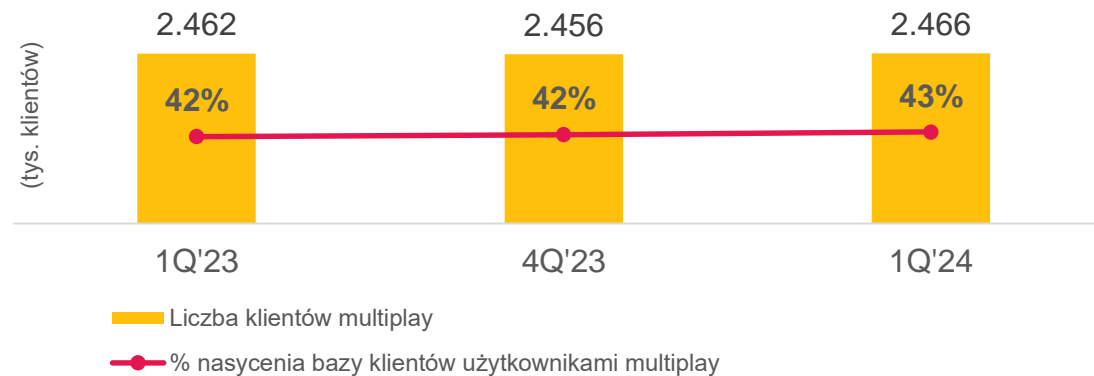


Maciej Stec
Wiceprezes Zarządu ds. Strategii, Cyfrowy Polsat

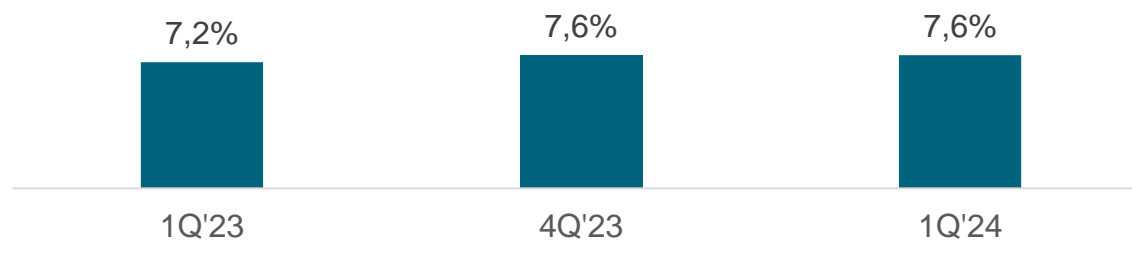
Blisko 2,5 mln klientów korzysta z naszej oferty multiplay

- Wysoka, stabilna baza klientów multiplay pomimo niekorzystnych warunków rynkowych
- W efekcie konsekwentnej realizacji strategii multiplay 2,47 mln naszych klientów korzysta z oferty multiplay – to 43% naszej bazy klientów
- Nasi klienci multiplay posiadają 7,47 mln RGU
- Niski poziom churn – głównie dzięki naszej strategii multiplay

Liczba klientów usług multiplay



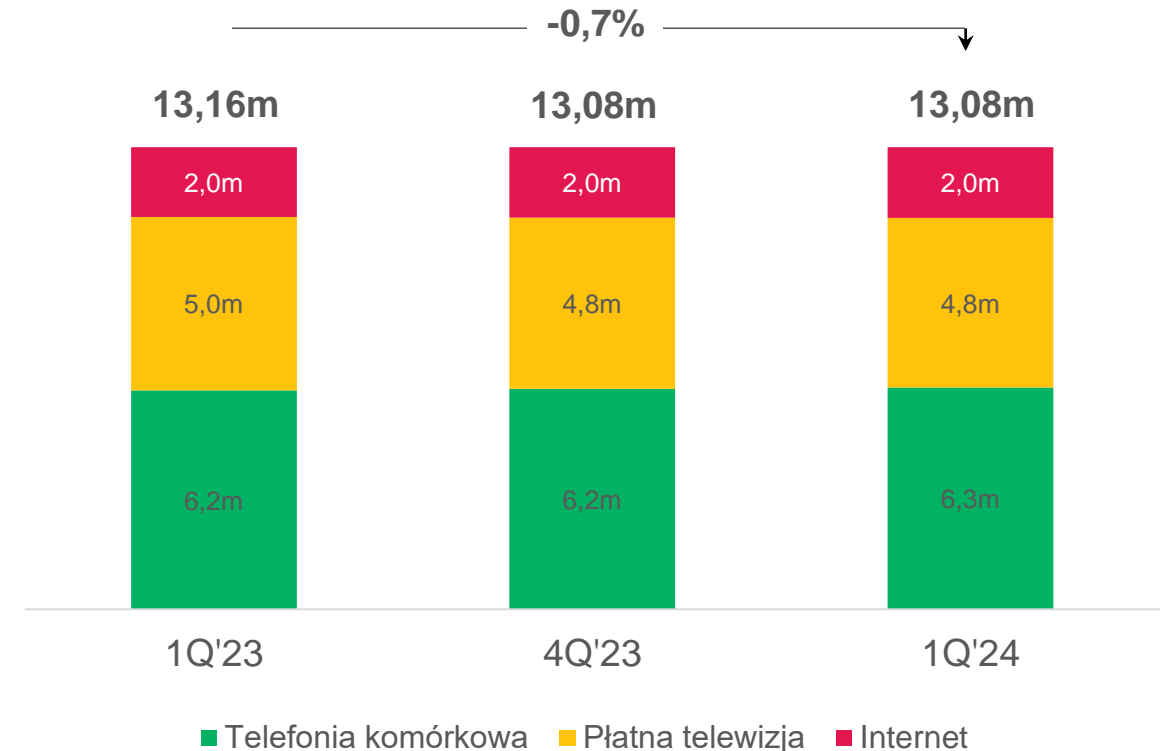
Churn



Świadczymy ponad 13 mln usług kontraktowych

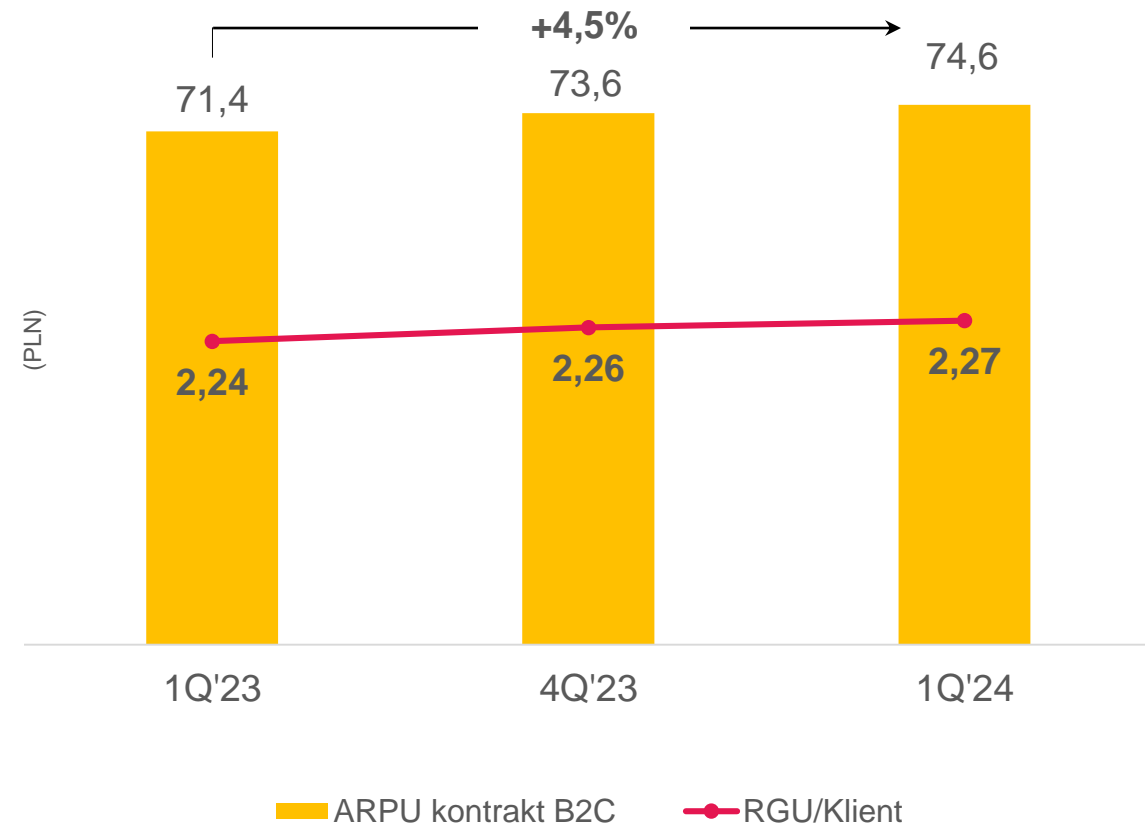
- Wysoka, stabilna baza usług telefonii komórkowej i Internetu
- Rosnąca liczba usług telewizyjnych świadczonych w technologiach IPTV i OTT częściowo kompensuje spadek bazy usług płatnej telewizji, wynikający z repozycjonowania cenowego naszych serwisów wideo online

Liczba RGU w segmencie kontraktowym B2C



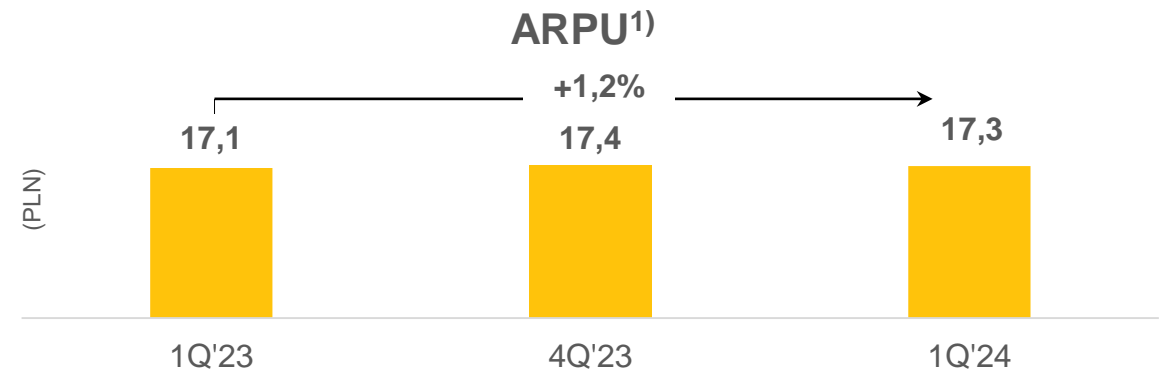
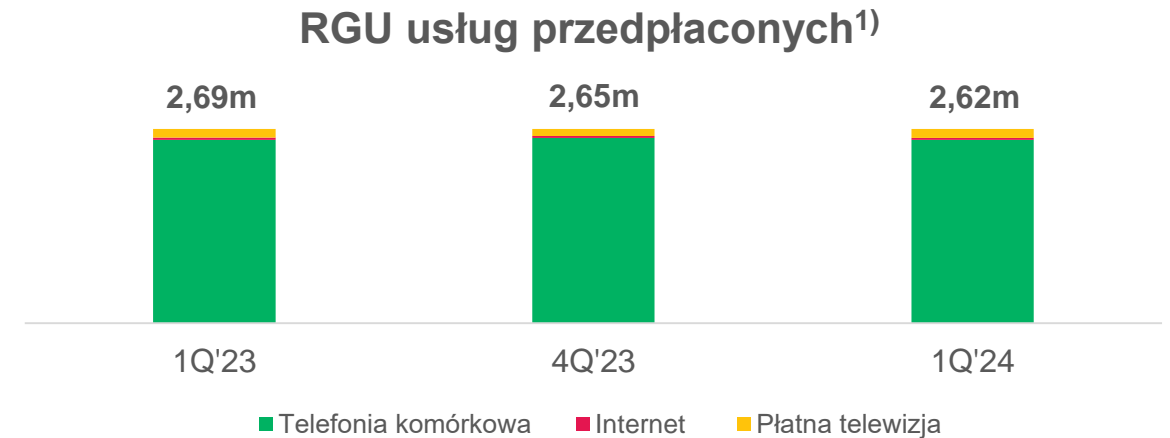
Wzrost ARPU w segmencie B2C dzięki konsekwentnej realizacji strategii multiplay i popularyzacji 5G

- Wzrost ARPU o 4,5% r/r to efekt konsekwentnej budowy wartości istniejącej bazy klientów
- Skuteczna dosprzedaż produktów w ramach strategii multiplay odzwierciedla się w wysokim poziomie wskaźnika saturacji RGU na klienta



Wysoka baza i rosnące ARPU usług przedpłaconych

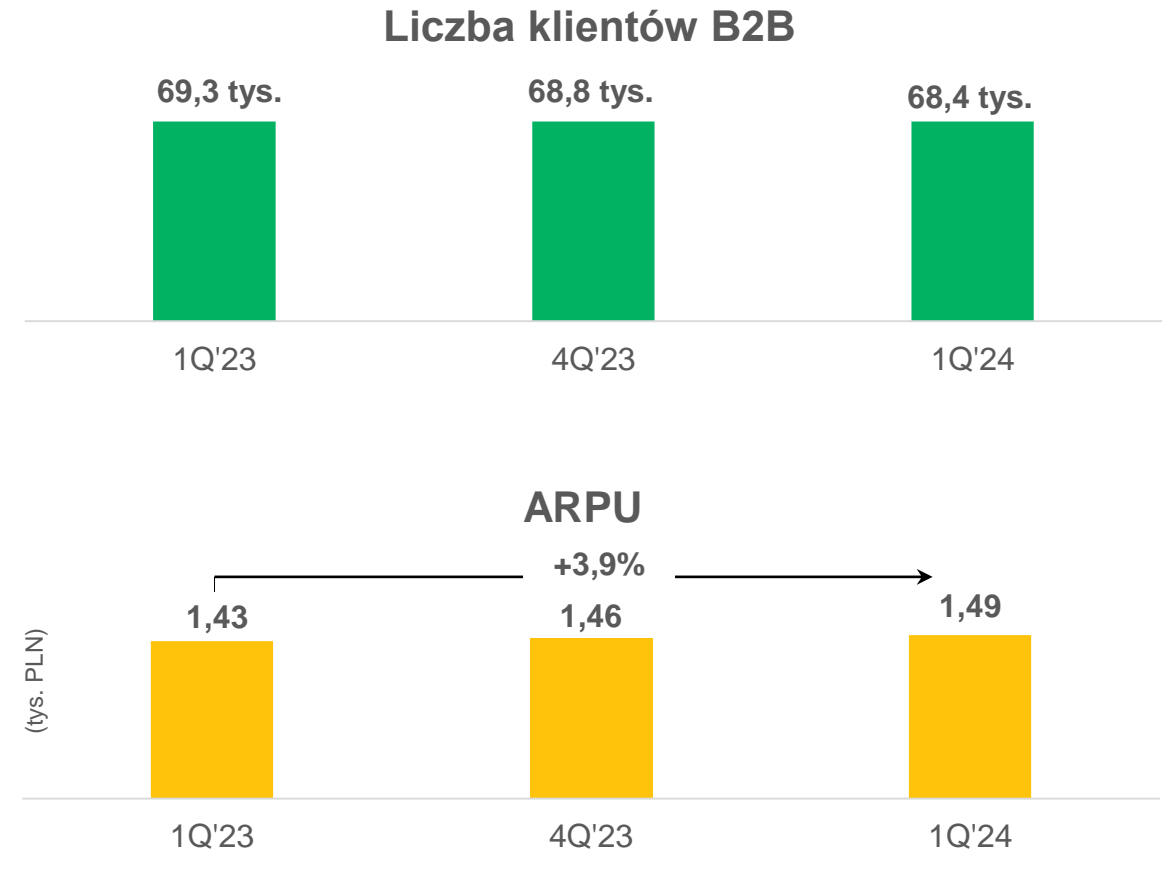
- Utrzymujemy wysoką bazę usług przedpłaconych na poziomie 2,6 mln usług
- Wzrost ARPU 1,2% r/r (po wyłączeniu niskomarżowego pakietu promocyjnego w Polsat Box Go) na silnie konkurencyjnym rynku



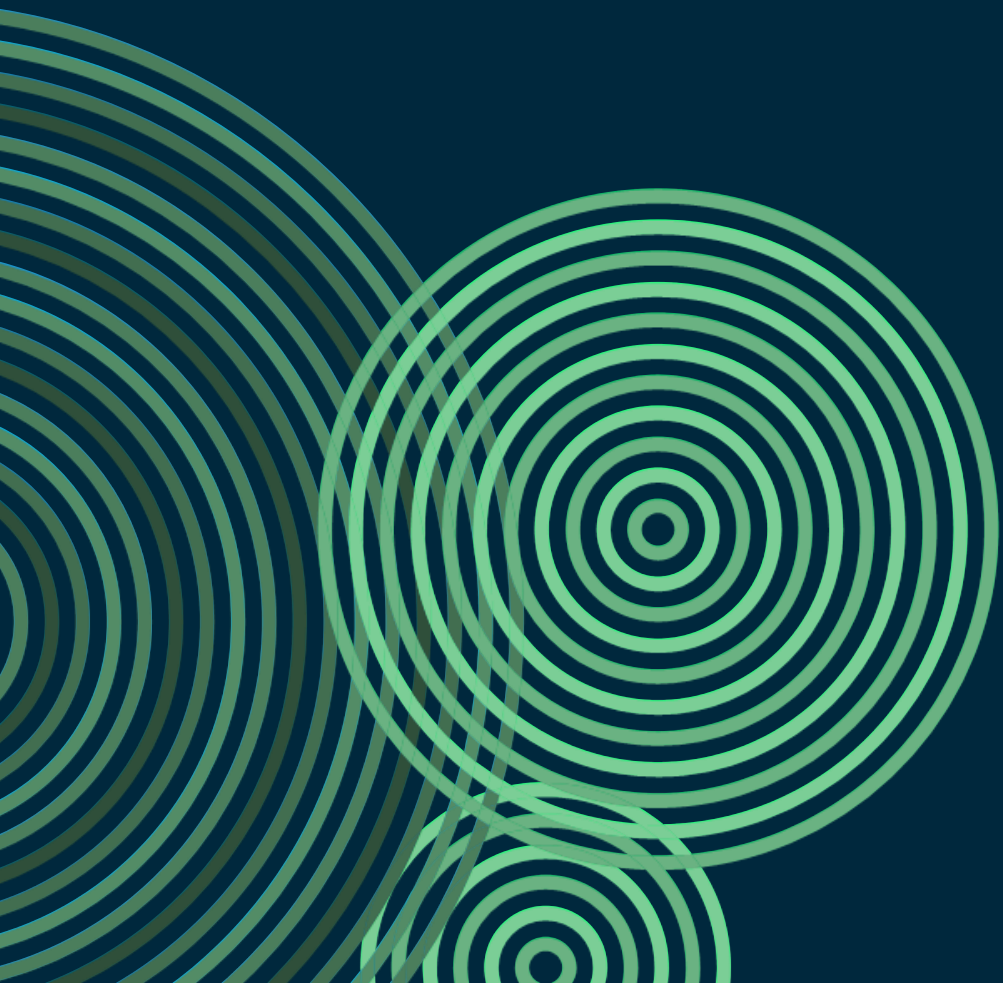
Nota: (1) z wyłączeniem niskomarżowego pakietu Polsat Box Go Start

Wysoka baza i rosnące ARPU klientów B2B

- Obsługujemy ponad 68 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 (+3,9% r/r)



Segment zielona energia



Maciej Stec

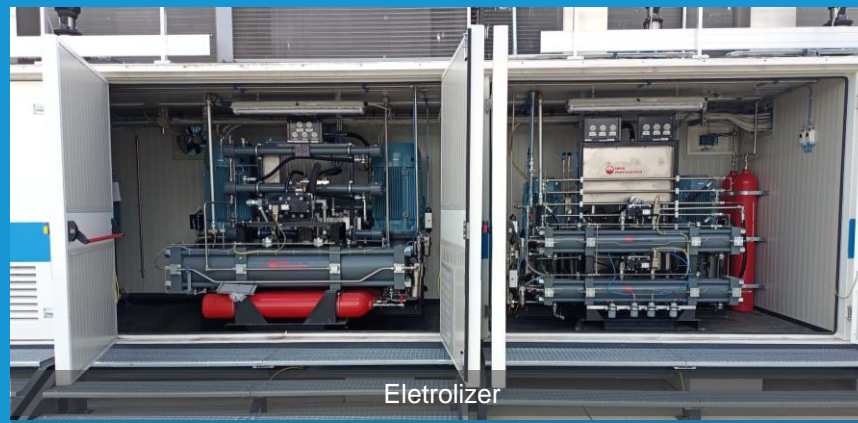
Wiceprezes Zarządu ds. Strategii, Cyfrowy Polsat

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 >340 MW

→ Cambria/Brudzew

moc: 82,4 MWp / prod.: 91 GWh
uruchomione



→ Przykona (współpraca z ZE PAK)

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



ENERGIA Z WIATRU ON-SHORE >296 MW

→ Miłosław

moc: 9,6 MW / prod.: 38 GWh
uruchomione



→ Kazimierz Biskupi

moc: 17,5 MW / prod.: 60 GWh
uruchomione



→ Człuchów

moc: 72,6 MW / prod.: 230 GWh
uruchomione



→ Przyrów

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



→ Drzeżewo

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



→ Dobra

moc: 7,8 MW / prod.: 24 GWh
uruchomienie: 4Q'25



ENERGIA Z ODPADÓW

→ Rybnik

podpisano list intencyjny
uruchomienie: 2026



% zaawansowania
wydatkowania Capexu
(wydano+zakontraktowano)

■ Wydano

▨ Zakontraktowano

■ Pozostało

Zainstalowana moc w zielonej energii: ok. 330 MW w 2024 r. i ok. 740 MW w 2026 r.

Budujemy pełen łańcuch wartości gospodarki opartej o zielony wodór



PRODUKCJA ZIELENEGO WODORU

→ Pierwszy elektrolizer 2,5 MW od Cummins

uruchomienie: **Q2 2024**

produkcja: **1000 kg H₂ dziennie**

→ Zakup drugiego elektrolizera od Cummins

dostawa: **2024**

produkcja: **1000 kg H₂ dziennie**

→ Prototyp pierwszego polskiego elektrolizera alkaicznego 0,5 MW

realizacja: **Q2 2024**

produkcja: **200 kg H₂ dziennie**



MAGAZYNOWANIE I TRANSPORT

→ Wodorowóz 371 kg w użyciu

→ 7 wodorowozów 1024 kg w użyciu

→ 2 wodorowozy 1024 kg

dostawa: **Q2 2024**



DYSTRYBUCJA ZIELENEGO WODORU

→ Stacje H₂ w Warszawie i Rybniku

uruchomione

→ Budowa stacji H₂ w Gdańsku i Gdyni

uruchomienie: **Q2 2024**

→ Budowa stacji H₂ we Wrocławiu i Lublinie

uruchomienie: **Q2/Q3 2024**

→ Mobilne stacje H₂

- 2 w użyciu
- 3 w trakcie dostawy (Q2/Q3'24)



PRODUKTY DLA UŻYTKOWNIKÓW

→ Wygrany przetarg na dostawę 26 NesoBusów do Chełma

realizacja: **2025**

→ Dostawa 10 NesoBusów do Gdańska

realizacja: **Q3 2024**

→ Dostawa 20 NesoBusów do Rybnika

Sfinalizowana w **Q4 2023**

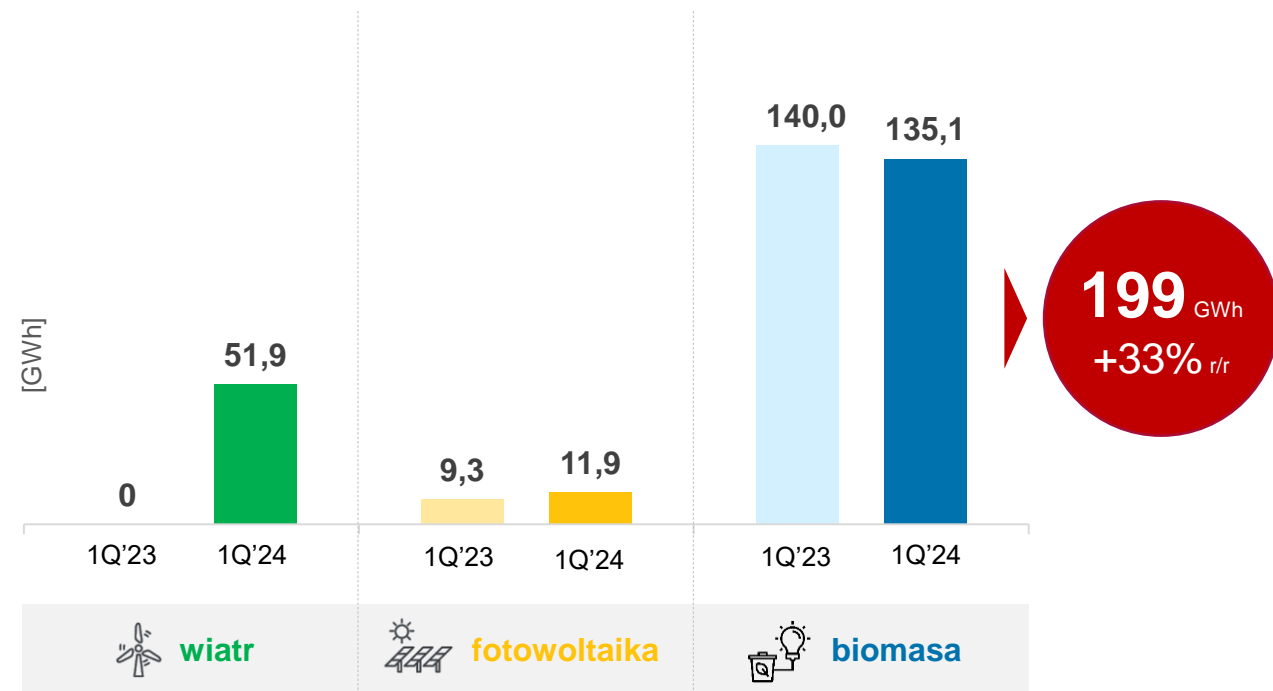


→ 150 samochodów H₂ użytkowane we flocie Grupy Polsat Plus

Rozpoczęliśmy produkcję ze wszystkich źródeł energii w ramach *Strategii 2023+*

- W 1Q'24 wyprodukowaliśmy 199 GWh zielonej energii: 135 GWh z biomasy, 12 GWh ze słońca oraz 52 GWh z wiatru
- Tylko w 1Q'24 nasze **100 MW w wietrze wygenerowało 52 GWh zielonej energii**
- Na farmie Przyrów instalacja turbin zakończona przed harmonogramem – to kolejne 50 MW, które zostanie uruchomione już w 3Q'24

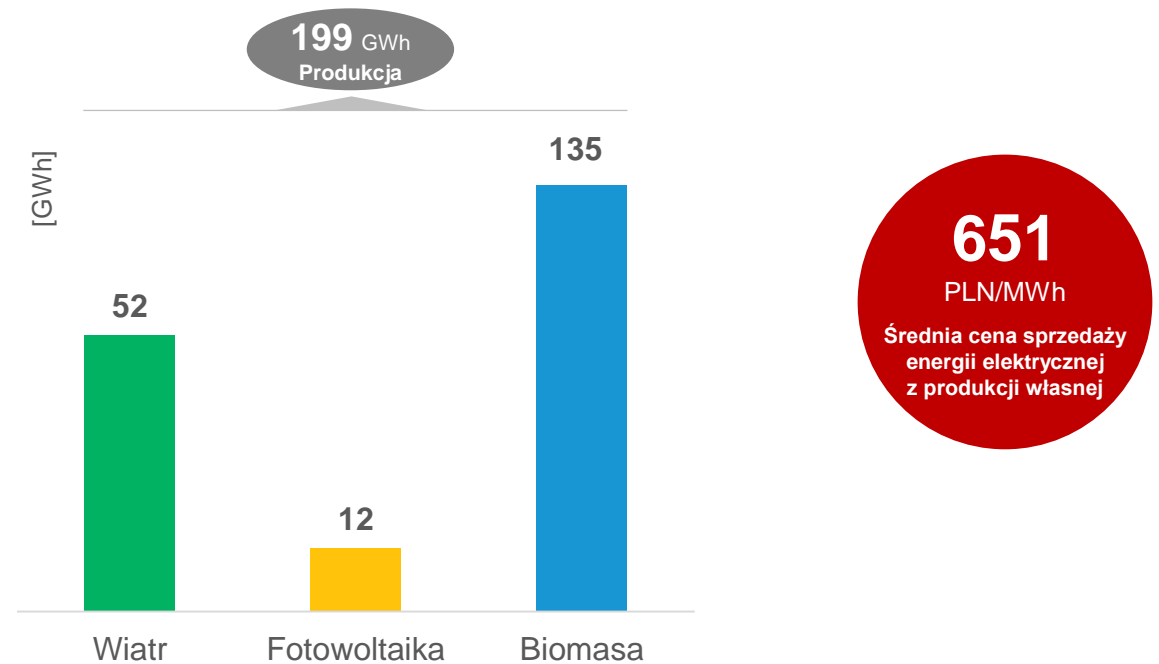
Produkcja energii z OZE



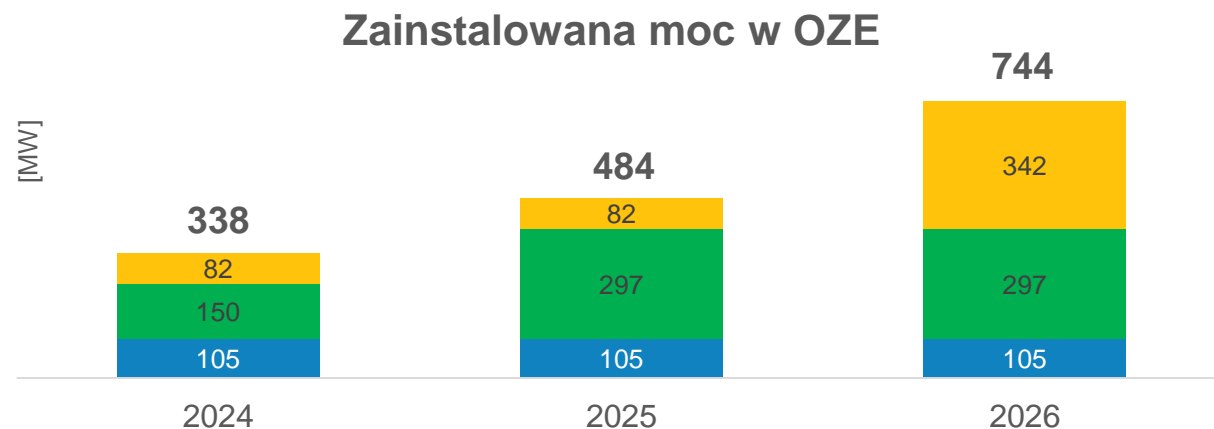
Sprzedaliśmy zieloną energię za 130 mln zł tylko w 1Q'24

- W 1Q'24 sprzedaliśmy 199 GWh wyprodukowanej energii elektrycznej po średniej cenie 651 zł/MWh
- EBITDA segmentu zielonej energii w 1Q'24 na poziomie 47m PLN

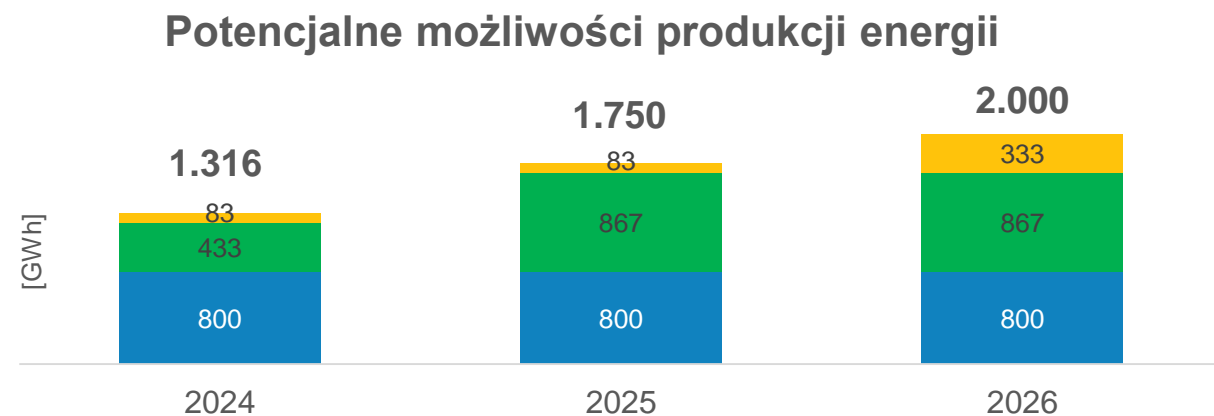
Średnia cena sprzedanej energii elektrycznej w 1Q'24



Dynamicznie realizujemy *Strategię 2023+* uruchamiając kolejne moce w OZE zgodnie z planem



+2,5x
moc
zainstalowana
w OZE
vs. 2023r.



100%
realizacja
Strategii 2023+
w 2026 r.

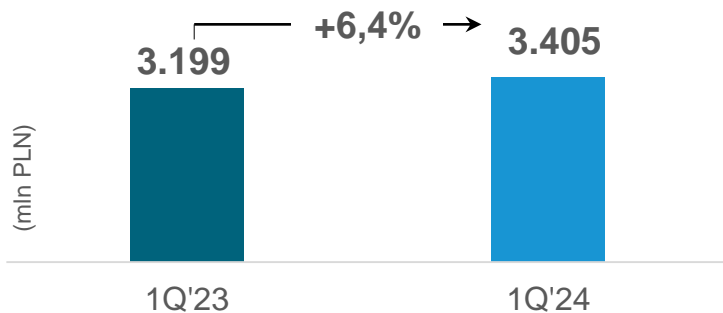
Wyniki finansowe



Katarzyna Ostap-Tomann
CFO, Członek Zarządu ds. ESG, Cyfrowy Polsat

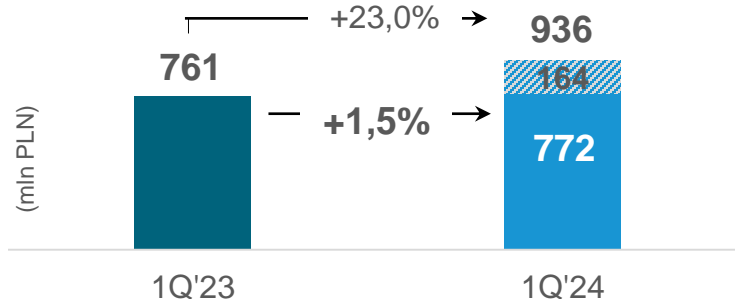
Wyniki Grupy w 1Q'24

Przychody



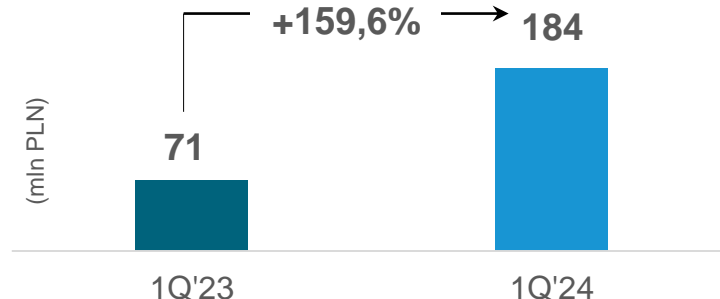
EBITDA skorygowana¹⁾

z wyłączeniem zbycia aktywów

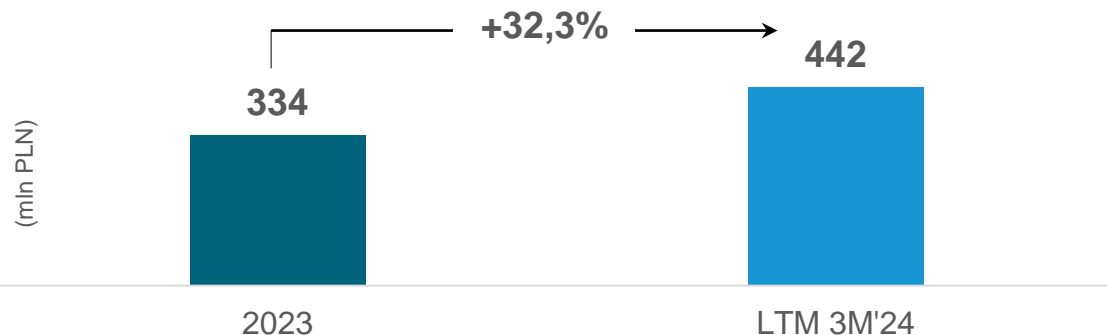


■ Zbycie aktywów (pakiet adresów IPv4)

Zysk netto



LTM FCF



Dług netto/EBITDA LTM

(z wyłączeniem finansowania projektowego)

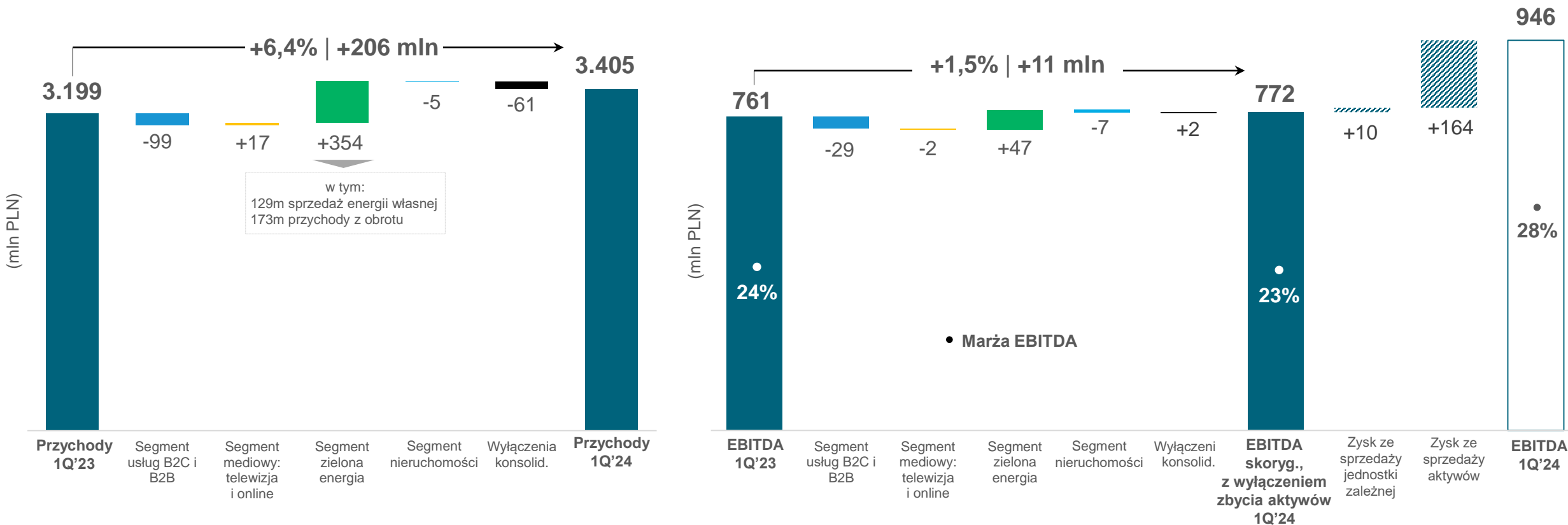


Nota: (1) EBITDA skorygowana o zysk na sprzedaży jednostki zależnej i stowarzyszonej w 1Q'24 (10 mln PLN);

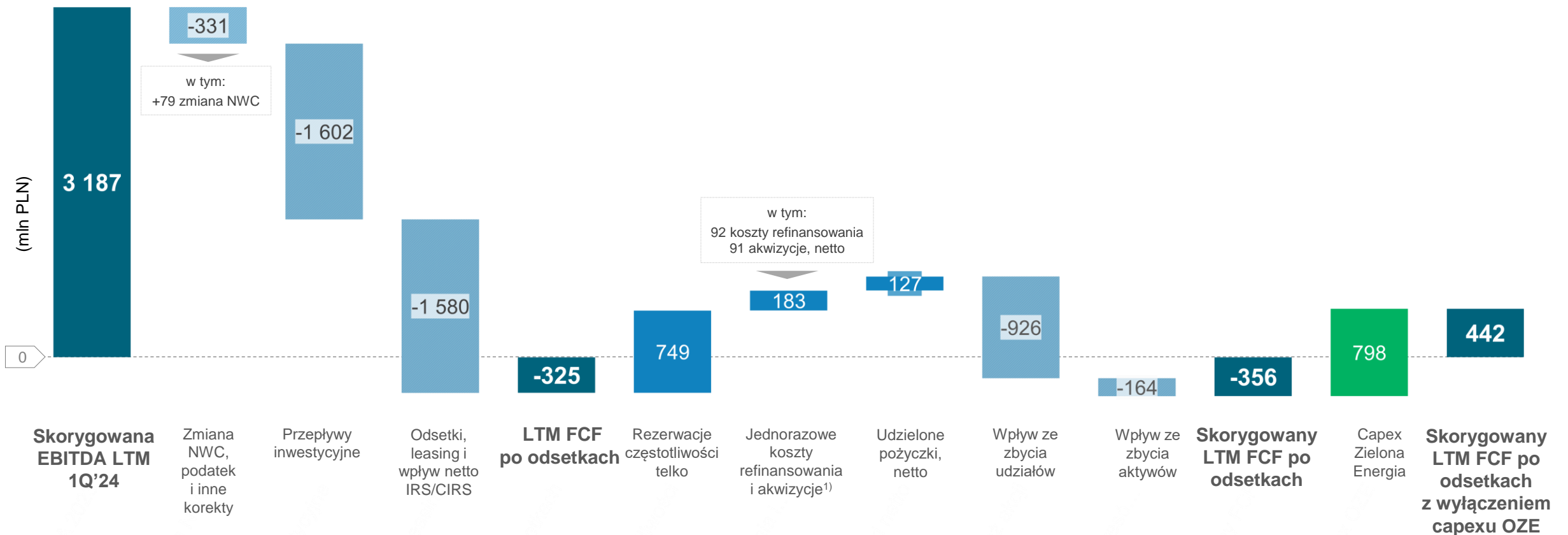
Przychody i EBITDA – czynniki zmian

Przychody ze sprzedaży

EBITDA



LTM FCF pod wpływem wysokich kosztów odsetkowych

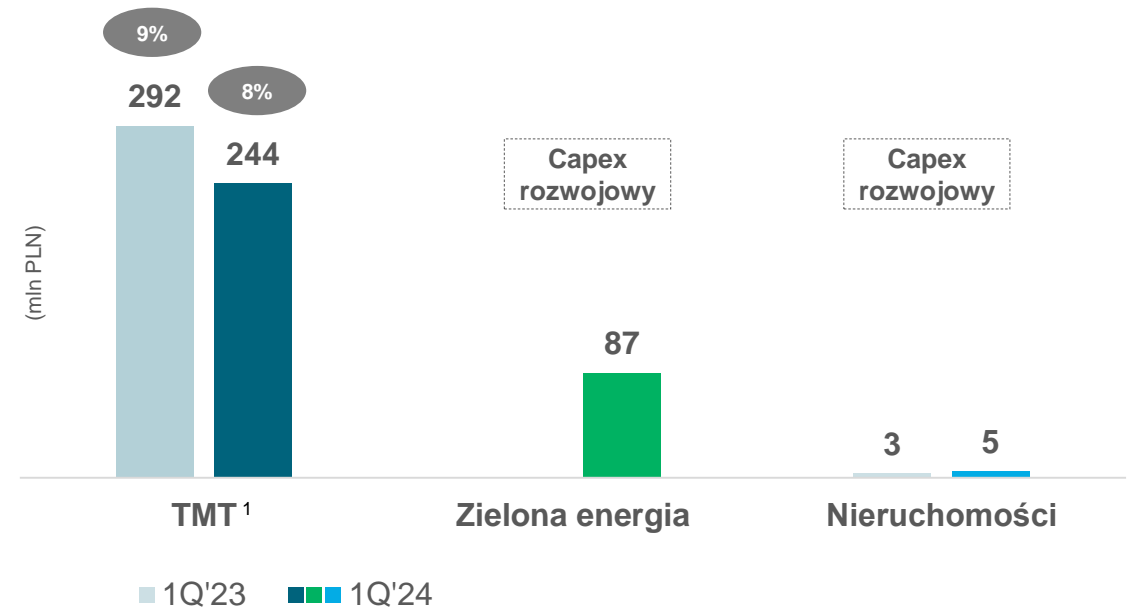


Nota: (1) Nabycie akcji/udziałów w jednostkach zależnych pomniejszone o przejęte środki pieniężne

Capex „pod kontrolą”: capex do przychodów w TMT tylko 8%, wysokie inwestycje w rentowny segment zielonej energii

- W obszarze TMT¹⁾ niski wskaźnik capex do przychodów na poziomie 8%
- Skokowy wzrost łącznych nakładów inwestycyjnych Grupy wynika z wysokiego capexu rozwojowego w segmencie zielonej energii
- Inwestycje w OZE wymagają wysokich nakładów inwestycyjnych w początkowym okresie projektu przy niskim poziomie capexu odtworzeniowego w długim horyzoncie czasowym

Capex wg segmentów w 1Q'24



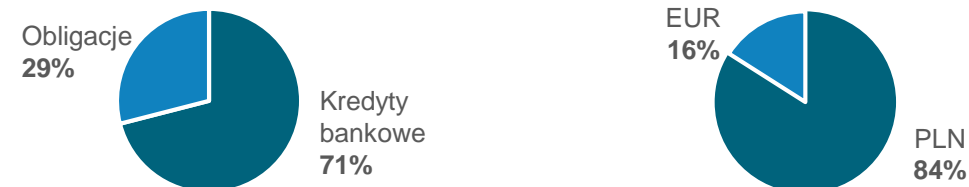
Nota: (1) obejmuje segment usług B2C i B2B oraz segment mediowy

x% capex/przychodów dla segmentu

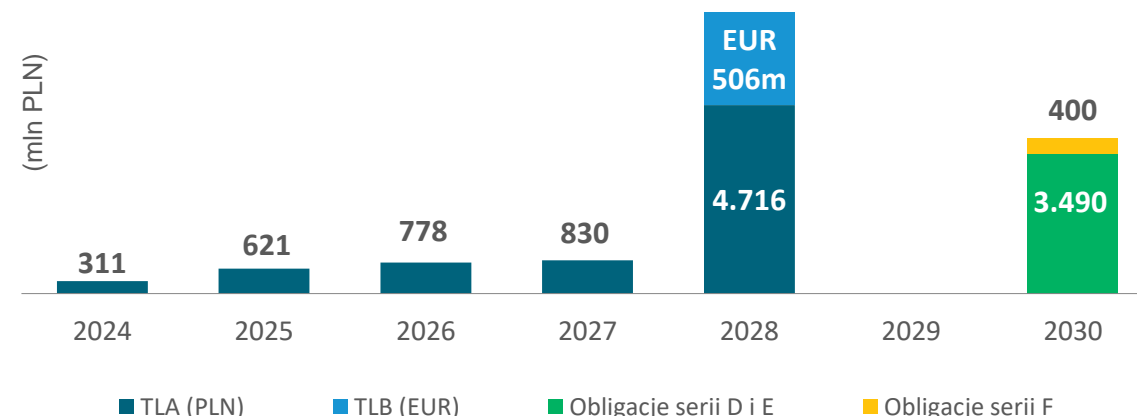
Zadłużenie Grupy

mIn PLN	Wartość bilansowa na dzień 31.03.2024
Zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek, w tym:	10.621
<i>Zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek z wyłączeniem finansowania projektowego¹⁾</i>	9.361
<i>Zobowiązania z tytułu finansowania projektowego</i>	1.259
Zobowiązania z tytułu obligacji	3.940
Zobowiązania z tytułu leasingu i inne	639
Zadłużenie brutto	15.200
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty ²⁾	2.695
Zadłużenie netto	12.505
EBITDA LTM ³⁾	3.380
Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM	3,70x
Wskaźnik zadłużenia netto / EBITDA LTM z wyłączeniem finansowania projektowego⁴⁾	3,40x
Średni ważony koszt odsetek od kredytów i obligacji ⁵⁾	8,5%

Struktura zadłużenia
(z wyłączeniem finansowania projektowego)
na dzień 31.03.2024



Zapadalność długu
(z wyłączeniem finansowania projektowego)
na dzień 31.03.2024



Nota: (1) Finansowanie projektowe oznacza kredyty inwestycyjne udzielone spółkom zależnym PAK-PCE (spółki projektowe) na realizację projektów inwestycyjnych związanych z rozwojem czystych źródeł energii
(2) Z uwzględnieniem środków pieniężnych i ich ekwiwalentów przeznaczonych do sprzedaży
(3) Skonsolidowany wynik EBITDA LTM skorygowany o udziały niekontrolujące
(4) Z wyłączeniem wyniku EBITDA LTM i zadłużenia netto spółek korzystających z finansowania projektowego
(5) Prospektywny średni ważony koszt odsetkowy zadłużenia Grupy (z uwzględnieniem Kredytu Rewolwingowego) zgodnie ze wskaźnikami WIBOR/EURIBOR na dzień bilansowy, nie uwzględniając instrumentów zabezpieczających, finansowania projektowego i leasingu

Podsumowanie i Q&A



Mirosław Błaszczuk
Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Podsumowanie

Segment usług B2C i B2B

- Konsekwentnie realizujemy strategię multiplay, co przekłada się na wzrost ARPU wszystkich grup klientów i wzrost przychodów detalicznych o 2,1%
- Budujemy jakość naszej sieci 5G i 5G Ultra dzięki unikalnej częstotliwości 2,6GHz TDD, agregacji pasm 1,8 GHz, 2,1 GHz i 2,6 GHz TDD oraz nowej częstotliwości 3,6 GHz

Segment mediowy: TV i online

- Silna pozycja pod względem oglądalności
- Przychody z reklamy TV rosną o +8% przy bardzo pozytywnym wzroście rynku reklamowego w 1Q'24

Zielona energia i wodór

- Produkujemy zieloną energię ze wszystkich źródeł i w 1Q'24 wygenerowaliśmy już 200GWh
- Odnotowaliśmy bardzo dobre wyniki finansowe nowego segmentu: 130 mln zł przychodów ze sprzedaży energii własnej i 47 mln zł EBITDA



Q&A

Dodatkowe informacje



Wyniki segmentu usług B2C i B2B

mIn PLN	1Q'24	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.576	-4%
Koszty operacyjne ¹⁾	1.948	-3%
EBITDA z wyłączeniem zysku ze zbycia aktywów ²⁾	634	-4%
Marża EBITDA z wyłączeniem zysku ze zbycia aktywów ²⁾	24,6%	-0,2pkt%
Wydatki inwestycyjne	217	-19%

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

(2) EBITDA z wyłączeniem zysku ze sprzedaży aktywów (164 mln PLN w 1Q'24)

- Przychody ze sprzedaży pod presją regulacyjnego, sukcesywnego obniżania stawek międzyoperatorskich MTR oraz niższych przychodów ze sprzedaży sprzętu
- Spadek przychodów częściowo skompensowany wyższymi przychodami detalicznymi
- Koszty operacyjne pod kontrolą

Wyniki finansowe segmentu mediowego: telewizja i online

mIn PLN	1Q'24	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	585	3%
Koszty operacyjne ¹⁾	485	2%
EBITDA skorygowana ²⁾	91	-2%
Marża EBITDA skorygowana ²⁾	15,5%	-0,8pkt%
Wydatki inwestycyjne	26	18%

- Na przychody ze sprzedaży pozytywnie wpływają rosnące przychody reklamowe i od operatorów kab/sat, przy niższych przychodach z tytułu sprzedaży licencji i sublicencji
- Koszty operacyjne pod kontrolą

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

(2) EBITDA z wykluczeniem zysku ze sprzedaży jednostki zależnej i stowarzyszonej (10 mln PLN w 1Q'24)

Wyniki finansowe segmentu zielona energia

mIn PLN	1Q'24
Przychody ze sprzedaży	354
Koszty operacyjne ¹⁾	307
EBITDA	47
Marża EBITDA	13,4%
Wydatki inwestycyjne	87

Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji (w tym kosztów amortyzacji ujętych w ramach kosztów produkcji energii i autobusów), utraty wartości i likwidacji

- Konsolidacja wyników Grupy PAK-PCE od 3 lipca 2023 r.
- Przychody wspierane rozpoczęciem eksploatacji farm wiatrowym w Kazimierzu Biskupim i Miłosławiu w 3Q'23 i rozpoczęciem rozruchu technicznego w Człuchowie w 1Q'24
- Przychody segmentu ze sprzedaży energii elektrycznej z produkcji własnej na poziomie 129m PLN²⁾ w 1Q'24
- Przychody segmentu ze sprzedaży energii elektrycznej z obrotu na poziomie 173m PLN²⁾ w 1Q'24

Nota: (2) przed wyłączeniami konsolidacyjnymi

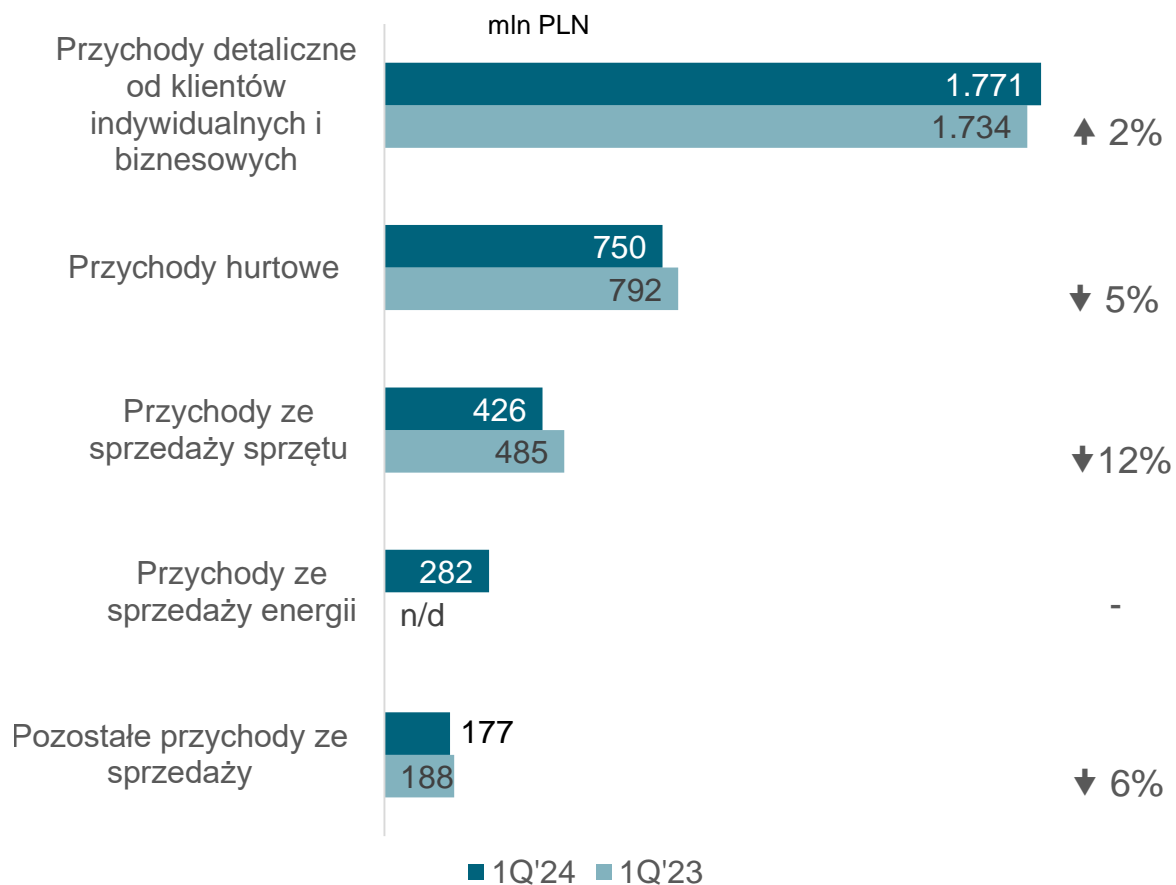
Wyniki finansowe segmentu nieruchomości

mIn PLN	1Q'24	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	40	-10%
Koszty operacyjne ¹⁾	35	-10%
EBITDA	0	-96%
Marża EBITDA	0,7%	-14,9pkt%
Wydatki inwestycyjne	5	55%

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

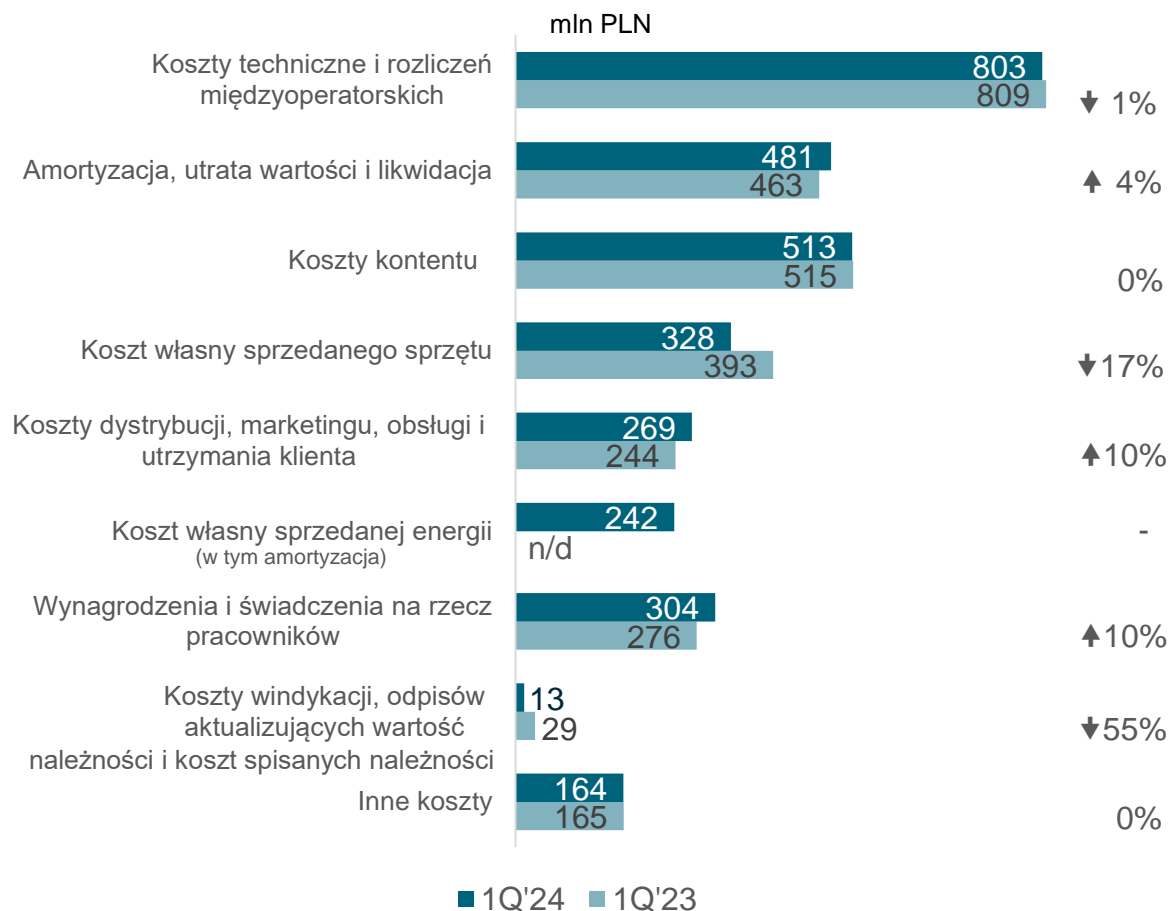
- Segment nieruchomości obejmuje głównie realizację projektów budowlanych, jak również sprzedaż, najem i zarządzanie nieruchomościami własnymi lub dzierżawionymi
- Rozpoznanie przychodów i kosztów ze sprzedaży mieszkań w nowej inwestycji w Porcie Praskim przy ul. Sierakowskiego 1 i Sierakowskiego 3 w momencie wydania lokali (Q4'24/Q1'25)
- Kolejne projekty deweloperskie zaplanowane są w perspektywie średnioterminowej

Struktura przychodów ze sprzedaży



- Wyższe **przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych** przede wszystkim w wyniku wzrostu ARPU na klienta usług kontraktowych B2C.
- Niższe **przychody hurtowe** głównie na skutek rozpoznania niższych przychodów z tytułu rozliczeń międzyoperatorskich, wynikających z ostatniego, regulacyjnego obniżenia stawek międzyoperatorskich MTR w styczniu 2024 r. oraz niższych przychodów ze sprzedaży sublicencji telewizyjnych, częściowo kompensowanych wzrostem przychodów z tytułu reklamy i sponsoringu.
- Niższe **przychody ze sprzedaży sprzętu** przede wszystkim w wyniku wysokiego wolumenu sprzedaży odnotowanego w okresie porównawczym.
- W związku z konsolidacją wyników Grupy PAK-PCE od 3 lipca 2023 r., Grupa rozpoznała **przychody ze sprzedaży energii**, które obejmują przychody ze sprzedaży energii elektrycznej z produkcji oraz z obrotu, przychody ze sprzedaży energii cieplnej oraz przychody ze sprzedaży praw majątkowych, w szczególności świadectw pochodzenia.

Struktura kosztów operacyjnych



- Niższy **koszt własny sprzedanego sprzętu** wynikający z niższego wolumenu sprzedaży w raportowanym kwartale sprzętu, co koresponduje z niższymi przychodami ze sprzedaży sprzętu
- Wyższy **koszt dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta**, głównie w wyniku rozpoznania wyższych kosztów związanych z call center i działaniami marketingowymi realizowanymi w Q1'24.
- Rozpoznanie **kosztu własnego sprzedanej energii** w związku z konsolidacją wyników Grupy PAK-PCE.
- Wzrost **kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników** głównie w efekcie wzrostu zatrudnienia oraz utrzymującej się presji inflacyjnej.
- Spadek **kosztów windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności** w wyniku jednorazowego przeszacowania całego pakietu wierzytelności wg wyższego wskaźnika, lepszej spłacalności oraz niższej sprzedaży w modelu ratalnym niż w pierwszym kwartale 2023 roku.

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>

