

## Wyniki finansowe Grupy Polsat Plus w 1Q'26

w mln zł	1Q'26	1Q'25	Zmiana r/r	Konsensus rynkowy: mediana <sup>1)</sup>	Różnica
<b>Przychody ze sprzedaży, w tym:</b>	<b>3.635,0</b>	<b>3.530,2</b>	<b>3,0%</b>	<b>3.612</b>	<b>0,6%</b>
- Przychody detaliczne	1.859,4	1.799,0	3,4%		
- Przychody hurtowe	789,1	767,6	2,8%		
- Przychody ze sprzedaży sprzętu	369,9	424,8	-12,9%		
- Przychody ze sprzedaży energii	376,9	309,4	21,8%		
- Pozostałe przychody	239,7	229,4	4,5%		
<b>Koszty operacyjne, w tym:</b>	<b>3.214,2</b>	<b>3.105,9</b>	<b>3,5%</b>		
- Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich	884,1	854,4	3,5%		
- Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja	393,2	374,6	5,0%		
- Koszt własny sprzedanego sprzętu	288,2	328,4	-12,2%		
- Koszty kontentu	480,8	478,9	0,4%		
- Koszt własny sprzedanej energii	290,8	263,5	10,4%		
- w tym amortyzacja	25,6	23,1	10,8%		
- Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta	262,0	258,7	1,3%		
- Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	350,0	320,6	9,2%		
- Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności	17,1	30,0	-43,0%		
- Inne koszty	248,0	196,8	26,0%		
- w tym amortyzacja	2,6	1,1	136,4%		
<b>EBITDA skorygowana<sup>2)</sup></b>	<b>847,0</b>	<b>809,3</b>	<b>4,7%</b>	<b>828</b>	<b>2,4%</b>
<i>Marża EBITDA skorygowana<sup>2)</sup></i>	23,3%	22,9%	0,4 pkt%	22,9%	0,4 pkt%
EBIT	425,6	410,3	3,7%	405	5,1%
<b>Zysk netto</b>	<b>133,6</b>	<b>86,7</b>	<b>54,1%</b>	<b>134</b>	<b>-1,0%</b>

<sup>1</sup> Mediana, w oparciu o prognozy: BM BDM, DM BOŚ, BM mBanku, DM PKO BP, ERSTE Biuro Maklerskie, Ipopema, Trigon, Pekao, Wood&Co

<sup>2</sup> EBITDA 1Q'25 skorygowana o zysk ze sprzedaży jednostki zależnej i stowarzyszonej (-0,2 mln PLN)

- **Przychody Grupy Polsat Plus** wyniosły **3.635 mln zł**, co oznaczało **wzrost r/r o 105 mln zł (+3,0% r/r)**. Na poziom przychodów wpływ miały w głównej mierze:
  - Wyższe **przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych o 60 mln zł (+3,4% r/r)**, w wyniku bardzo dobrej dynamiki sprzedaży usług dostępu do Internetu oraz mobilnej telefonii, w szczególności w ramach oferty multiplay;
  - Wzrost **przychodów ze sprzedaży energii o 68 mln zł (+21,8% r/r)**, gdzie przychody ze sprzedaży energii z produkcji wzrosły o 40 mln zł r/r do poziomu 175 mln zł, głównie dzięki wyższemu wolumenowi produkcji energii z wiatru po uruchomieniu największej farmy wiatrowej Grupy – Drzeżewo. W 1Q'26 wolumen obrotu energią był wyższy, co przełożyło się na wzrost przychodów z obrotu o 24 mln zł, do poziomu 171 mln zł.
  - Wyższe **przychody hurtowe o 22 mln zł (+2,8% r/r)**, głównie na skutek rozpoznania wyższych przychodów roamingowych oraz przychodów z reklamy i sponsoringu;
  - Niższe **przychody ze sprzedaży sprzętu o 55 mln zł (-12,9% r/r)**, w wyniku niższego wolumenu sprzedaży, przy marży w wysokości 82 mln zł (-15 mln zł r/r).
  - Wyższe **pozostałe przychody ze sprzedaży o 10 mln zł (+4,5% r/r)**, wynikające przede wszystkim z wyższych kosztów sprzedaży autobusów wodorowych, związanych z większym wolumenem sprzedanych jednostek w 1Q'26, przy jednoczesnym rozpoznaniu niższych kosztów sprzedanych mieszkań.
- **Koszty Grupy** wyniosły **3.214 mln zł i wzrosły r/r o 108 mln zł (+3,5% r/r)**. Na ich wysokość wpływ miał w głównej mierze:
  - Wyższe **koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich o 30 mln zł (+3,5% r/r)**, przede wszystkim w wyniku rozpoznania wyższych kosztów związanych z roamingiem oraz wyższych kosztów dostępu hurtowego do sieci stacjonarnych innych operatorów w związku z bardzo dobrą sprzedażą usług internetowych;
  - Wyższy **koszt wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników o 29 mln zł (+9,2% r/r)**, głównie w wyniku presji na płace wynikające m.in. z inflacji oraz wzrostu płacy minimalnej. Jednocześnie w 1Q'26 zmieniono sposób rozpoznawania części rezerw, co skutkuje ich bardziej równomiernym rozkładem w ciągu roku oraz eliminuje koncentrację tych kosztów w 4Q;
  - Wyższy **koszt własny sprzedanej energii o 27 mln zł (+10,4% r/r)**, głównie w wyniku wyższego wolumenu wyprodukowanej energii;
  - Wyższy **koszt amortyzacji, utraty wartości i likwidacji o 19 mln zł (+5,0% r/r)**, co wynikało głównie z oddania do użytkowania i rozpoczęcia naliczania amortyzacji nowych systemów informatycznych oraz amortyzacji nowo pozyskanych rezerwacji częstotliwości;
  - Wzrost **innych kosztów o 51 mln zł (+26,0% r/r)**, wynikający przede wszystkim z wyższych kosztów sprzedaży autobusów wodorowych, związanych z większym wolumenem sprzedanych jednostek w 1Q'26, przy jednoczesnym rozpoznaniu niższych kosztów sprzedanych mieszkań;
  - Spadek **kosztów własnych sprzedanego sprzętu o 40 mln zł (-12,2% r/r)**, który korespondował z niższymi przychodami ze sprzedaży sprzętu;
  - Niższy **koszt windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności o 13 mln zł (-43,0% r/r)**, wynikający przede wszystkim z przeszacowania posiadanego pakietu wierzytelności, w wyniku lepszej splącalności.
- **EBITDA skorygowana<sup>3</sup>** wyniosła **847 mln zł i wzrosła r/r o 38 mln zł (+4,7% r/r)**, przy marży **23,3%**. Był to przede wszystkim efekt wyższych przychodów przy ścisłej kontroli kosztów oraz wyższego wyniku EBITDA segmentu zielonej energii, wynikającego z rozbudowy mocy

<sup>3</sup> EBITDA 1Q'25 skorygowana o zysk ze sprzedaży jednostki zależnej i stowarzyszonej (-0,2 mln PLN)

produkcyjnych i wyższego wolumenu produkcji. Pozytywny wpływ tych czynników został częściowo zniwelowany niższą marżą na sprzedaży sprzętu.

- **EBIT** wyniósł **426 mln zł (+3,7% r/r)**.
- **Zysk netto** Grupy wyniósł **134 mln zł (+54,1% r/r)**, co wynikało przede wszystkim z wyższego skorygowanego wyniku EBITDA oraz poprawy salda przychodów i kosztów finansowych netto.
- **Skorygowany FCF LTM po odsetkach, z wyłączeniem capexu rozwojowego w segmencie zielonej energii** na koniec 1Q'26 r. wyniósł **1.197 mln zł (+62,6% vs. FY'25)**.
- Główny kowenant – **dług netto/EBITDA** LTM (z wyłączeniem finansowania projektowego<sup>4</sup>) na poziomie **3,68x** (vs. 3,59x na koniec 2025 r.)
- Dług netto/EBITDA LTM z uwzględnieniem finansowania projektowego<sup>4</sup> na poziomie **4,14x** (vs. 4,10x na koniec 2025 r.).

---

<sup>4</sup> Zobowiązania z tytułu pożyczek i kredytów udzielonych PAK-PCE oraz kredytów inwestycyjnych udzielonych spółkom zależnym PAK-PCE (spółki projektowe) na realizację określonych projektów inwestycyjnych związanych z rozwojem nisko i zeroemisyjnych źródeł energii

## Segment usług B2C i B2B

	1Q'26	1Q'25	Zmiana r/r
<b>USŁUGI KONTRAKTOWE ŚWIADCZONE KLIENTOM B2C</b>			
<b>Łączna liczba RGU B2C (na koniec okresu) [tys.], w tym:</b>	<b>13.594</b>	<b>13.289</b>	<b>2,3%</b>
Płatna telewizja	4.498	4.661	-3,5%
Telefonia komórkowa	6.666	6.483	2,8%
Internet	2.430	2.145	13,3%
Liczba klientów B2C (na koniec okresu) [tys.]	5.594	5.721	-2,2%
Liczba klientów multiplay (na koniec okresu) [tys.]	3.044	3.009	1,2%
ARPU na klienta B2C [zł]	82,2	77,7	5,8%
Churn	7,9%	6,8%	1,1 pkt%
Wskaźnik nasycenia RGU na klienta B2C	2,43	2,32	4,7%
<b>USŁUGI PRZEDPŁACONE</b>			
<b>Łączna liczba RGU (na koniec okresu), [tys.] w tym:</b>	<b>2.261</b>	<b>2.430</b>	<b>-7,0%</b>
Płatna telewizja <sup>1)</sup>	186	108	72,2%
Mobilne usługi telekomunikacyjne	2.075	2.322	-10,6%
ARPU na RGU prepaid [zł]	17,8	17,0	4,7%
<b>USŁUGI KONTRAKTOWE ŚWIADCZONE KLIENTOM B2B</b>			
<b>Łączna liczba klientów B2B (na koniec okresu) [tys.]</b>	<b>67,0</b>	<b>68,0</b>	<b>-1,5%</b>
ARPU na klienta B2B [zł]	1.565	1.508	3,8%
<b>FINANSE [mln zł]</b>			
Przychody	2.605	2.614	-0,3%
EBITDA skorygowana <sup>2)</sup>	622	608	2,3%
CAPEX	186	310	-40,2%

<sup>1</sup> RGU z wykluczeniem niskomarkowego pakietu Polsat Box Go Start

<sup>2</sup> EBITDA 1Q'25 skorygowana o zysk ze sprzedaży jednostki zależnej i stowarzyszonej (-0,2 mln PLN)

### Usługi kontraktowe świadczone klientom B2C

- **Baza klientów kontraktowych B2C** na poziomie **5.594 tys. (-2,2% r/r)**, głównie w wyniku malejącej popularności technologii satelitarnej, jak również utrzymującego się procesu konsolidacji klientów kontraktowych pod jedną wspólną umową kontraktową w ramach gospodarstwa domowego.
- **ARPU na klienta kontraktowego B2C** na poziomie **82,2 zł (+5,8% r/r)**, w efekcie bardzo dobrej sprzedaży usług telefonii mobilnej i dostępu do Internetu zarówno w technologii stacjonarnej, jak i mobilnej oraz skutecznej dosprzedaży usług w ramach oferty multiplay.
- **Churn na niskim poziomie 7,9%** w skali roku, głównie w efekcie wysokiej lojalności naszych klientów usług łączonych.
- **Baza usług kontraktowych B2C** na poziomie **13.594 tys. (+2,3%)**:
  - Liczba RGU **telefonii komórkowej** wzrosła o **183 tys. (+2,8%) r/r**, do poziomu **6.666 tys.**;
  - Liczba RGU **Internetu** wzrosła o **285 tys. (+13,3%) r/r**, do poziomu **2.430 tys.**;
  - Liczba usług **płatnej telewizji** spadła o **163 tys. (-3,5%) r/r**, do poziomu **4.498 tys.**, w wyniku mniejszej liczby świadczonych usług telewizji satelitarnej, co jest częściowo kompensowane rosnącą popularnością telewizji internetowej (IPTV/OTT);

- **3.044 tys. klientów** korzystało z **oferty multiplay** (+35 tys. r/r) i posiadało łącznie 12,5 mln usług (+2.293 tys. r/r)<sup>5</sup>. Przekłada się to na nasycenie naszej bazy klientów kontraktowych usługami łączonymi na poziomie 54%.

### Usługi przedpłacone

- **Baza RGU przedpłaconych** wyniosła **2.261 tys.**, notując spadek o **169 tys. (-7,0%) r/r**. Główne przyczyny zmiany to:
  - niższa o 247 tys. liczba przedpłaconych mobilnych usług telekomunikacyjnych wynikająca z nasilonej konkurencji w tym segmencie rynku oraz migracji klientów na taryfy kontraktowe;
  - wyższa o 78 tys. liczba przedpłaconych usług płatnej telewizji, co wynika przede wszystkim z dużego zainteresowania wprowadzonymi we wrześniu 2025 roku nowymi pakietami w serwisie Polsat Box Go i bogatszą ofertą programową.
- **ARPU prepaid** na wysokim poziomie **17,8 zł (+4,7% r/r)**, co jest efektem rozszerzenia oferty płatnej telewizji i streamingu, zachęcającej klientów do wyboru pakietów o wyższej wartości.

### Usługi kontraktowe świadczone klientom B2B

- Wysoka baza **klientów kontraktowych B2B** na poziomie **67,0 tys. (-1,5% r/r)**;
- **ARPU na klienta B2B** wzrosło do **1.565 zł** średniomiesięcznie **(+3,8% r/r)**.

### Finanse

- Stabilny poziom przychodów to efekt netto wyższych przychodów detalicznych, wspieranych rosnącym ARPU i rosnącą dynamiką sprzedaży w ramach oferty multiplay oraz niższych przychodów ze sprzedaży sprzętu;
- Stabilny poziom kosztów w wyniku m.in. niższych kosztów marketingu, dystrybucji i obsługi klienta oraz niższych kosztów windykacji, częściowo zniwelowany przez wyższe koszty wynagrodzeń;
- Capex zanotował spadek o 40% r/r, co przełożyło się na obniżenie wskaźnika capex w relacji do przychodów segmentu do 7%.
- W 1Q'26 **EBITDA skorygowana** na poziomie **622 mln zł (+2,3% r/r)**, w efekcie stabilnych przychodów oraz skutecznej kontroli kosztów.

---

<sup>5</sup> W 2Q'25 nastąpiła zmiana prezentacji liczby klientów multiplay w ten sposób, że poprzednia definicja, uwzględniająca klientów kontraktowych B2C, posiadających co najmniej 2 usługi w ramach programu lojalnościowego w wybranej spółce z Grupy, została rozszerzona o Klientów posiadających co najmniej 2 usługi, w tym usługi tego samego rodzaju, w różnych spółkach z Grupy. Historyczne dane dot. liczby klientów multiplay oraz liczby posiadanych przez nich usług zostały odpowiednio przekształcone, celem zachowania porównywalności.

## Segment mediowy: telewizja i online

	1Q'26	1Q'25	Zmiana r/r
<b>TELEWIZJA</b>			
<b>Udział w oglądalności<sup>1)</sup>, w tym:</b>	<b>21,87%</b>	<b>22,14%</b>	<b>-0,27 pkt%</b>
POLSAT (kanał główny)	7,64%	7,52%	0,12 pkt%
Kanały tematyczne	14,23%	14,62%	-0,39 pkt%
<b>Udział w rynku reklamy TV<sup>2)</sup></b>	<b>28,5%</b>	<b>28,7%</b>	<b>-0,2 p.p.</b>
Wydatki na reklamę telewizyjną i sponsoring na całym rynku <sup>3)</sup> [mln zł]	1.134	1.112	2,0%
<b>Przychody z reklamy TV i sponsoringu Grupy TV Polsat<sup>4)</sup></b> [mln zł]	<b>324</b>	<b>320</b>	<b>1,2%</b>
<b>ONLINE: GRUPA POLSAT-INTERIA<sup>5)</sup></b>			
Średniomiesięczna liczba użytkowników [mln]	20.485	21.003	-2,5%
Średniomiesięczna liczba odsłon [mln]	1.862	1.907	-2,4%
<b>FINANSE [mln zł]</b>			
Przychody	595	578	2,9%
EBITDA	120	125	-3,9%
CAPEX	9	13	-30,1%

<sup>1</sup> NAM, wszyscy 16-59, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2 (tzw. *Time Shifted Viewing*), oraz oglądalność poza miejscem zamieszkania, (tzw. widownia OOH), analizy własne

<sup>2</sup> Szacunki własne na podstawie danych Publicis Groupe

<sup>3</sup> Publicis Groupe, dane wstępne, reklama spotowa i sponsoring

<sup>4</sup> Przychody z reklamy tv i sponsoringu kanałów wchodzących w skład Grupy Telewizji Polsat

<sup>5</sup> Mediapanel Gemius/PBI, liczba użytkowników - wskaźnik real users, liczba odsłon - wskaźnik views

### Telewizja

- **Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu** Grupy TV Polsat w 1Q'26 **wzrosły o 4 mln zł (+1,2% r/r)** do poziomu 324 mln zł, podczas gdy rynek reklamy telewizyjnej zanotował wzrost o 2,0%.
- Grupa TV Polsat utrzymuje wysoki udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu na poziomie **28,5%**.
- Oczekujemy, że w 2026 roku rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu będzie rósł w niskim jednocyfrowym tempie, natomiast rynek reklamy internetowej – w średnim jednocyfrowym tempie.

### Finanse

- Łączne przychody wzrosły o 17 mln zł (+2,9%) r/r w wyniku wyższych wpływów z reklamy i sponsoringu oraz wzrostu przychodów od operatorów kablowo-satelitarnych;
- **EBITDA** w 1Q'26 wyniosła **120 mln zł (-3,9%) r/r**, pozostając pod presją wyższych kosztów operacyjnych, głównie w wyniku wzrostu kosztów wynagrodzeń, marketingu oraz kosztów technicznych związanych z nadawaniem.

## Segment zielona energia

	1Q'26	1Q'25	Zmiana r/r
<b>Łączna produkcja energii elektrycznej (GWh), w tym:</b>	<b>327,4</b>	<b>278,3</b>	<b>17,6%</b>
Biomasa	140,1	157,2	-10,9%
Fotowoltaika	11,7	15,7	-25,5%
Farmy wiatrowe	175,6	105,4	66,6%

<b>FINANSE [mln zł]</b>			
Przychody, w tym:	524	388	35,1%
Przychody ze sprzedaży własnej energii elektrycznej	194	157	23,6%
Przychody z obrotu	173	150	15,1%
EBITDA	99	57	73,0%
CAPEX	31	157	-80,0%

## Produkcja energii

- Łączny **wolumen wyprodukowanej zielonej energii elektrycznej** wzrósł o **17,6% r/r** do poziomu **327 GWh**, w tym:
  - 140 GWh (-10,9% r/r) z biomasy, w wyniku dostosowania wielkości produkcji do warunków rynkowych związanych z dostępnością i cenami dostaw surowca;;
  - 12 GWh (-25,5% r/r) z fotowoltaiki, w wyniku słabszych warunków meteorologicznych niż w okresie porównawczym;
  - 176 GWh (+66,6% r/r) z farm wiatrowych, w wyniku uruchomienia w drugiej połowie ubiegłego roku największej farmy wiatrowej Grupy, Drzeżewo, która podwoiła moce zainstalowane w farmach wiatrowych;
- Realizacja kapitałochłonnych inwestycji w budowę źródeł odnawialnej energii została zakończona. W rezultacie łączna zainstalowana moc w nisko- i zeroemisyjnych źródłach należących do Grupy osiągnęła poziom 485 MW.

## Finanse

- **Przychody** segmentu wyniosły **524 mln zł**, notując wzrost o **136 mln zł r/r (+35,1%)**, przede wszystkim w wyniku istotnie wyższego wolumenu produkcji energii z wiatru po uruchomieniu farmy wiatrowej Drzeżewo oraz wyższych przychodów z obrotu;
- Przychody dodatkowo wsparte wyższymi przychodami ze sprzedaży autobusów wodorowych ze względu na większą skalę dostaw;
- Wzrost kosztów segmentu głównie w wyniku wyższych kosztów sprzedanej energii oraz wyższych kosztów sprzedanych autobusów wodorowych;
- **EBITDA** segmentu na poziomie **99 mln zł (+73,0% r/r)**.
- Wraz z zakończeniem realizacji kapitałochłonnych projektów OZE w ramach *Strategii 2023+*, wydatki inwestycyjne w segmencie zielonej energii spadły do poziomu 31 mln zł (-80,0% r/r).

## Segment nieruchomości

	1Q'26	1Q'25	Zmiana r/r
<b>FINANSE [mln zł]</b>			
Przychody	33	60	-45,2%
EBITDA	7	20	-66,7%
CAPEX	10	9	4,3%

### Finanse

- Spadek przychodów i EBITDA r/r, wynikający z wysokiej bazy porównawczej związanej z zakończeniem inwestycji mieszkaniowej w Porcie Praskim (ul. Sierakowskiego 1-3) i przekazaniem znaczącej liczby mieszkań klientom w 1Q'25;
- Wydatki inwestycyjne segmentu związane przede wszystkim z rewitalizacją zabytkowej kamienicy przy ul. Okrzei 16, w której powstanie hotel marki AC Marriott;
- Trwa proces uzyskiwania pozwoleń na budowę budynku przy ul. Krowiej 1-3.

#### Uwaga

W odniesieniu do niektórych informacji finansowych zawartych w niniejszym dokumencie wprowadzono korekty z tytułu zaokrągleń. W efekcie pewne liczby wykazane sumarycznie mogą nie stanowić dokładnych sum arytmetycznych ich składników, czy też porównawczych odniesień. Po bardziej szczegółowe informacje finansowe zapraszamy do sprawozdań finansowych GPP dostępnych na naszej stronie <https://grupapolsatplus.pl/pl/arc/centrum-wynikow>