



Wyniki finansowe 3Q'2014

13 listopada 2014 r.

Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat S.A.



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.

W związku z rozpoczętą z dniem 7 maja 2014 r. konsolidacją wyników Metelem Holding Company Limited, pośrednio kontrolującej Polkomtel, Spółka postanowiła dostosować sposób prezentacji danych operacyjnych do nowej struktury i sposobu działania naszej Grupy. W poniższej prezentacji przedstawiony został nowy układ wskaźników operacyjnych (KPI) obejmujących naszą działalność w obszarach telekomunikacji i płatnej telewizji. Prezentowane wskaźniki operacyjne sprzed tego okresu mają jedynie charakter informacyjny oraz przedstawiają, jaki wpływ na wyniki operacyjne Grupy miałyby wyniki operacyjne grupy Metelem, a w szczególności Polkomteli, gdyby wchodziła ona w skład Grupy Polsat w porównywanym okresie. Wskaźniki te zostały przygotowane wyłącznie w celach ilustracyjnych i ze względu na swój charakter prezentują hipotetyczną sytuację, dlatego też nie przedstawiają rzeczywistych wyników operacyjnych Grupy za dane okresy.



Spis treści



1. Najważniejsze wydarzenia
2. Działalność operacyjna
3. Strategia grupy
4. Wyniki finansowe
5. Podsumowanie
6. Q&A



1. Najważniejsze wydarzenia

A horizontal decorative bar consisting of four colored segments: two orange and two green.

Tomasz Gillner-Gorywoda
Prezes Zarządu

Kluczowe fakty w 3Q'14



- Doskonałe wyniki sprzedaży podstawowych produktów grupy wsparte komunikacją oferty SmartDOM
- Wzrost całkowitej liczby RGU w 3Q'14 do 16,4 mln
- Stabilna baza klientów kontraktowych wynosząca 6,2 mln
 - ARPU klienta wzrosło do 86,5 PLN
 - Wskaźnik nasycenia RGU na klienta – 1,98 i rośnie
 - Stabilny churn – 8,8%
- Wiodące udziały w oglądalności Telewizji Polsat wynoszące 24,1% oraz rosnący udział w rynku reklamy telewizyjnej do poziomu 26,3%
- Solidne wyniki finansowe w 3Q'14
 - Przychody: 2,4 mld PLN
 - EBITDA: 910 mln PLN
 - Marża EBITDA: 37,6%



Nowe produkty i usługi



- Kolejna odsłona oferty SmartDOM – teraz również dla nowych klientów⁽¹⁾
- „Plush na Kartę” – nowa marka na rynku telekomunikacyjnym – oferta w systemie pre-paid adresowana głównie do młodych osób
- W październiku ruszył mix w Plushu (ze smartfonem), jako kontynuacja atrakcyjnej oferty nielimitowanej Plush (zobowiązanie kontraktowe oparte na doładowaniach)
- Nowa oferta smartFIRMA, która pozwala na łączenie telefonii komórkowej, Internetu LTE i telefonii stacjonarnej, przynosząc wymierne oszczędności dla klientów
 - W ofercie znajdują się także produkty PlusBanku i energia elektryczna od Plusa oraz szerokie portfolio dodatkowych usług wspierających i rozwijających biznes

Nota: (1) przed październikiem 2014 r. oferta SmartDOM była dostępna tylko dla obecnych klientów Cyfrowego Polsatu i Plusa



Nowe produkty i usługi, cd.



- Transmisja FIVB Mistrzostw świata w piłce siatkowej mężczyzn Polska 2014
 - Po raz pierwszy uruchomiliśmy tzw. pop-up channels
 - 4 dedykowane kanały Polsat Volleyball
 - Realizacja telewizyjna jednej z największych imprez na świecie
 - Ponad 200 godzin, 103 mecze na żywo, transmitowane na cały świat
 - Polsat Volleyball 1 absolutnym liderem oglądalności wśród kanałów tematycznych na platformie Cyfrowy Polsat
- Niezmienna pozycja lidera nowych technologii
 - Pierwszy udany test LTE Broadcast – przełomowej technologii eMBMS⁽¹⁾ oraz transmisja wielokamerowa w IPLA
 - Udane testy agregacji pasma 1800MHz i 2600MHz w technologii LTE Advanced – efekt prędkość pobierania do 300Mb/s

Nota: (1) Multimedia Broadcast Multicast Services



- Zmiany w Zarządzie Cyfrowego Polsatu
 - Rezygnacja Pana Dominika Libickiego z funkcji Prezesa Zarządu
 - Powołanie w jego miejsce Pana Tomasza Gillnera-Gorywody
 - Powołanie Pana Macieja Steca na stanowisko Członka Zarządu
- Ogłoszenie przez UKE aukcji na:
 - 5x5MHz bloków pasma 800MHz (cena startowa 250 mln PLN za blok)
 - 14x5MHz bloków pasma 2600MHz (cena startowa 25 mln PLN za blok)
- Decyzja UKE dotycząca rezerwacji pasma 1800 MHz na kolejne 15 lat - jednorazowa opłata z tego tytułu wyniosła 365,4 mln PLN i została rozliczona i zaksięgowana we wrześniu
- Kontynuacja działań mających na celu realizację zapowiedzianych synergii w obszarze IT poprzez współpracę partnerską z Asseco Poland przy rozbudowie autorskich rozwiązań Grupy Polsat do sprzedaży produktów i usług grupy

2. Działalność operacyjna





2.1 Segment usług świadczonych dla klientów indywidualnych i biznesowych



Tomasz Gillner-Gorywoda

Prezes Zarządu



Grupa Cyfrowy Polsat – główne fakty



6,2 mln

klientów kontraktowych

16,4 mln RGU

12,2 usługi kontraktowe

4,2 usługi przedpłacone

1,98 RGU

na klienta⁽¹⁾

86,5 PLN ARPU

na klienta⁽¹⁾



10,5 mln Telefon



4,4 mln Telewizja



1,5 mln Internet

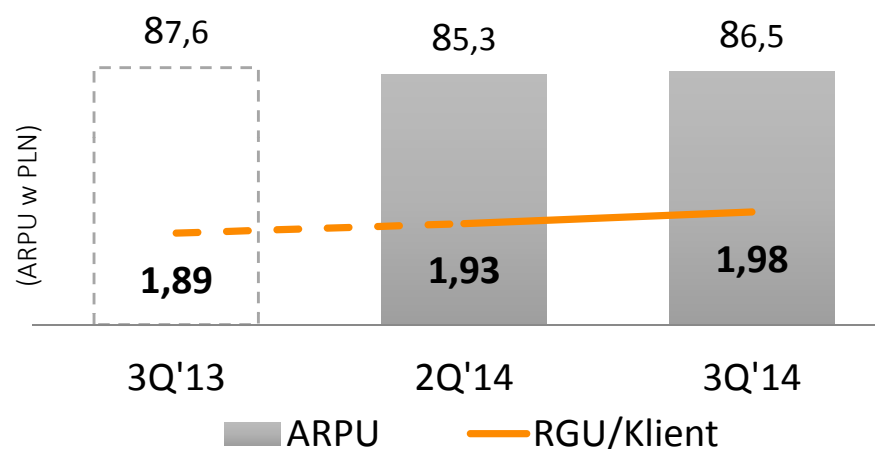
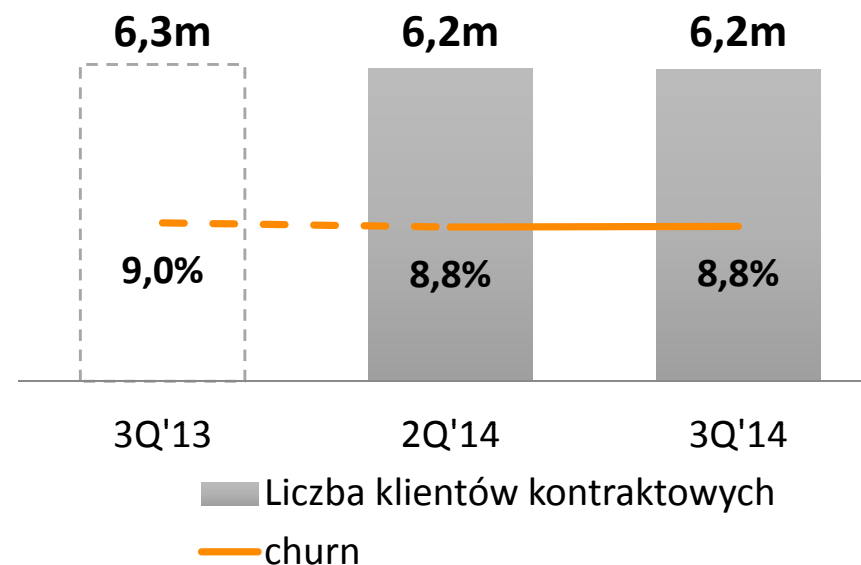
Nota: (1) Dotyczy klientów kontraktowych



Lojalna baza klientów kontraktowych



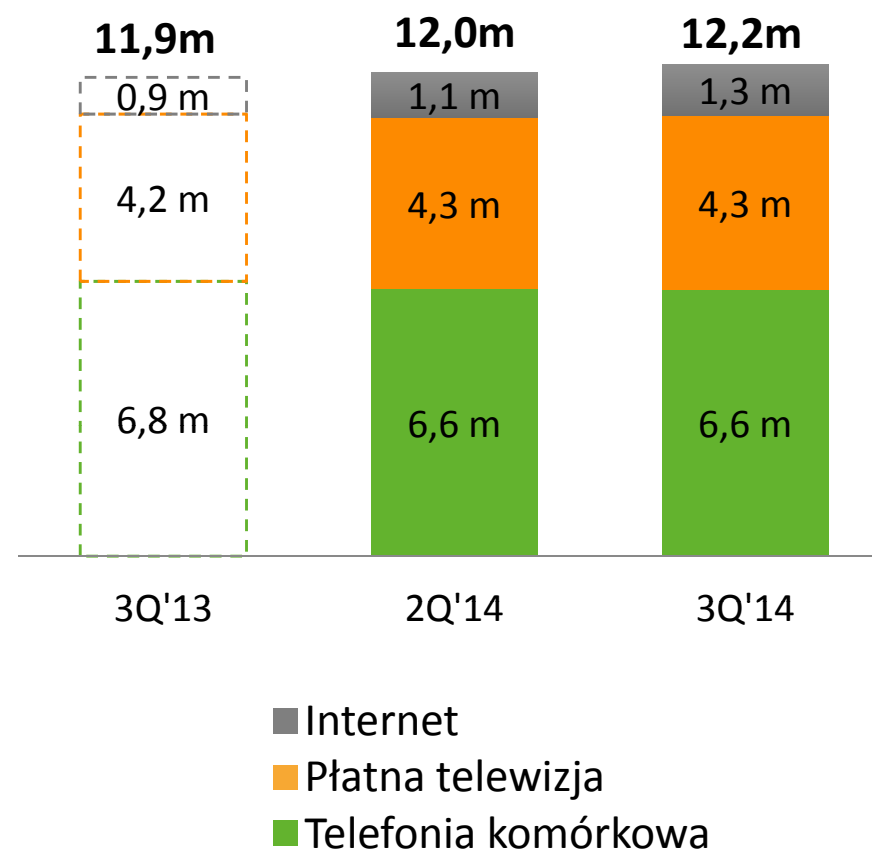
- Baza klientów kontraktowych stanowi fundament naszej strategii multiplay
- Stabilny wskaźnik churn
- Strategia maksymalizacji sprzedaży produktów i usług na jednego klienta:
 - ARPU na klienta wzrosło do 86,5 PLN
 - Wskaźnik nasycenia klienta kontraktowego liczbą RGU wzrósł do poziomu 1,98x



Rosnąca liczba usług kontraktowych



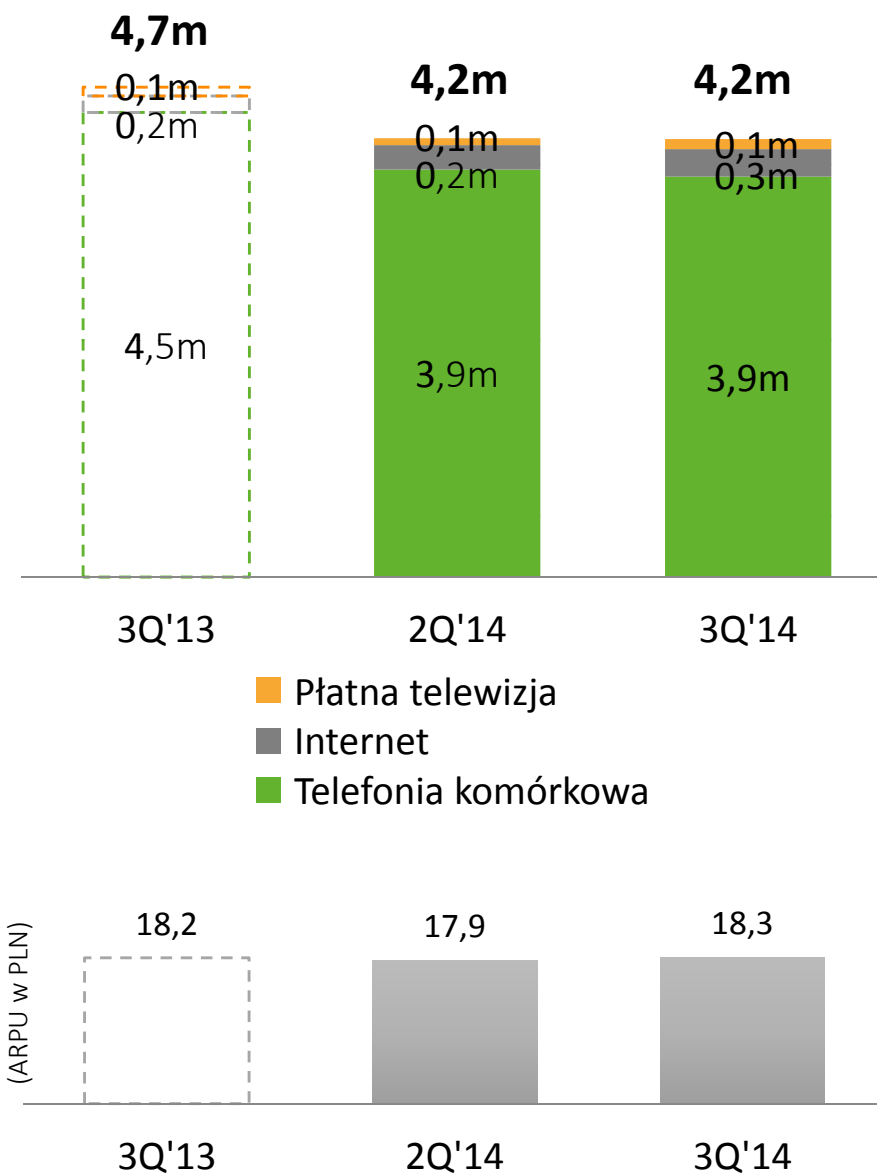
- Baza RGU usług kontraktowych głównie pod wpływem:
 - Cross-sellingu podstawowych usług do połączonej bazy klientów Cyfrowego Polsatu i Polkomtelu w ramach programu smartDOM
 - Dynamicznie rosnącej roli Internetu mobilnego
 - Usługi Multiroom będącej motorem dynamicznego wzrostu liczby świadczonych usług płatnej telewizji



Usługi przedpłacone



- Baza aktywnych klientów usług przedpłaconych stanowi stabilne źródło przychodów i potencjał migracji klientów do grupy klientów kontraktowych w przyszłości
- ARPU dla RGU usług przedpłaconych w 3Q'14 wzrosło do 18,3 PLN



Skuteczne wdrażanie strategii multiplay



- Doskonałe wyniki sprzedaży
 - W ofercie SmartDOM na koniec 3Q'14 było już ponad 380 tys. klientów (wzrost o 210 tys. względem 2Q'14)
 - Liczba RGU posiadanych przez tę grupę klientów to ponad 1,2 mln
 - W 3Q'14 klienci wchodzący do programu SmartDOM dokupili 460 tys. dodatkowych usług (RGU)
- Pozytywny wpływ komunikacji na sprzedaż ofert standardowych (single-play)
- Program SmartDOM ma pozytywny wpływ na ARPU klienta kontraktowego



Kup telewizję w Cyfrowym Polsacie

Internet Power LTE bez limitu danych dostaniesz **za połowę ceny**, a nielimitowane rozmowy do wszystkich sieci komórkowych nawet **za 1 zł miesięcznie**.

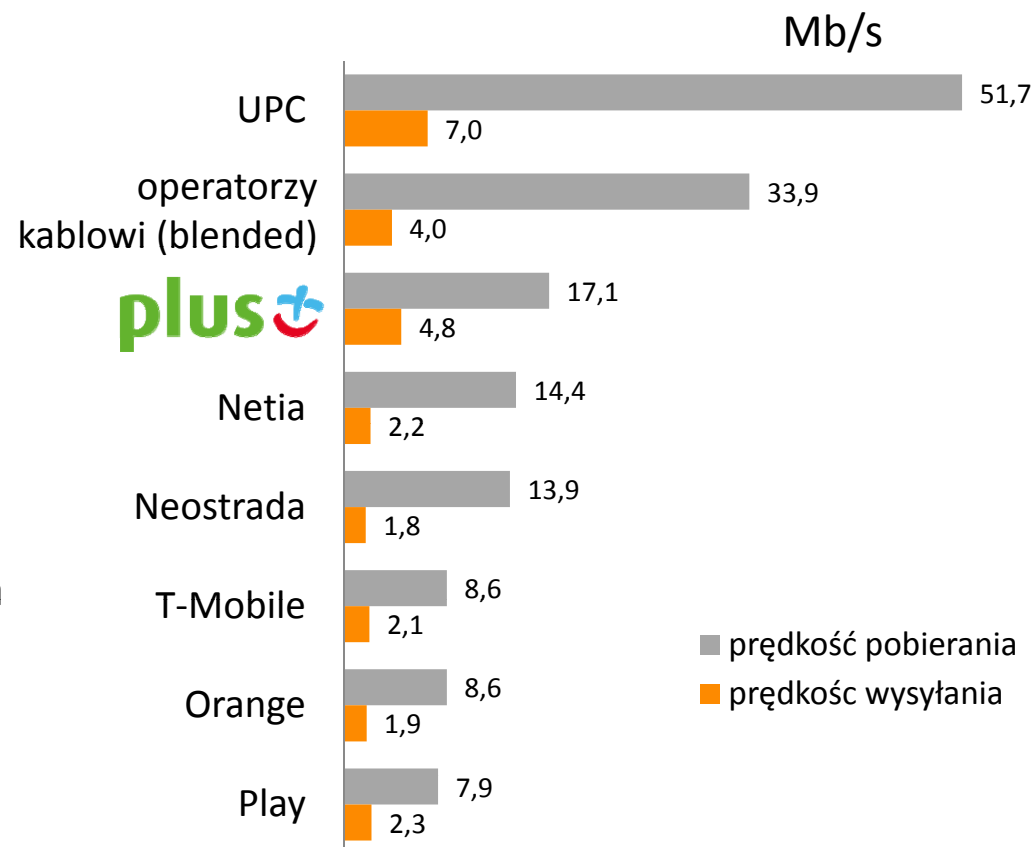


Power LTE – więcej niż mobilny Internet



- Mamy najszybszy Internet mobilny spośród wszystkich operatorów komórkowych w Polsce
- W trakcie Q3'14 w modelu kontraktowym pozyskaliśmy dodatkowe 145 tys. RGU Internetu mobilnego i 29 tys. RGU w modelu przedpłaconym, co w sumie przyniosło wzrost na poziomie 174 tys. RGU
- Łącznie posiadamy już ponad 1,5 mln RGU Internetu mobilnego, stając się tym samym niekwestionowanym liderem rynku
- Power LTE coraz częściej stanowi alternatywę dla Internetu domowego

Niezależny ranking prędkości dostawców Internetu w Polsce



Źródło: opracowanie własne na podstawie Komputer Świat 11/2014



IPLA – lider rynku dystrybucji treści w Internecie



 **ipla** | NAJWIĘKSZA TELEWIZJA INTERNETOWA

- IPLA to największa w Polsce legalna baza treści telewizyjnych
- Średniomiesięczna liczba użytkowników naszej platformy online w 3Q'14 wyniosła około 3,6 mln⁽¹⁾, natomiast we wrześniu '14 wzrosła do 5,1 mln
- Dzięki IPLA możemy efektywniej monetyzować zarówno wyprodukowany, jak i zakupiony przez nas content



Nota: (1) na podstawie danych własnych Spółki





2.2 Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

Maciej Stec
Członek Zarządu

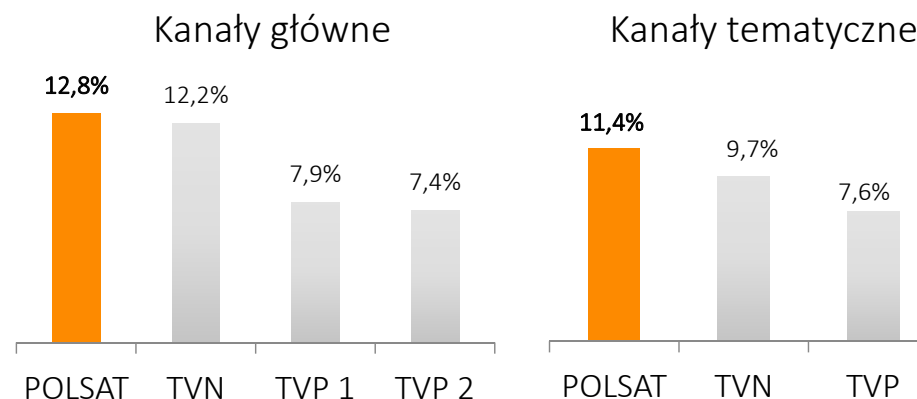


Oglądalność naszych kanałów w 3Q'14

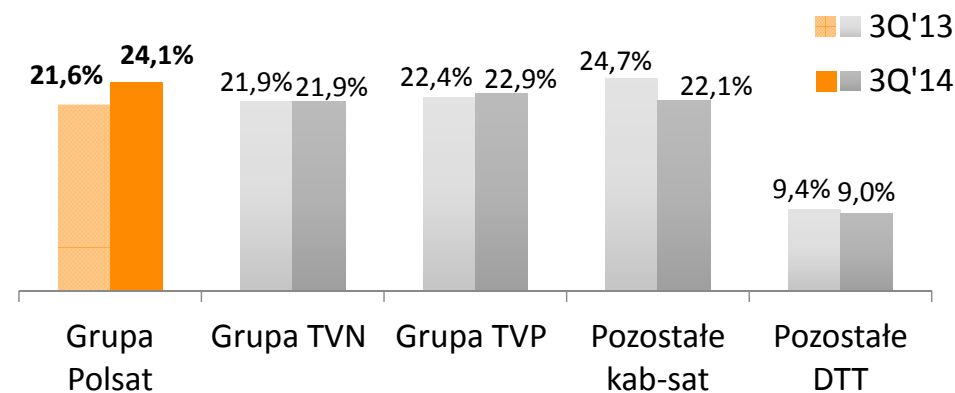


- Kanał główny liderem oglądalności w grupie komercyjnej
- Grupa Polsat zanotowała najwyższy udział oglądalności głównie dzięki:
 - Sukcesowi jesiennej ramówki
 - Sukcesowi kanałów Polsat Volleyball
 - Dołączeniu do grupy kanałów TV4 i TV6

Udział w oglądalności



Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, analizy wewnętrzne

Nota: Wyniki oglądalności Grupy Polsat w 3Q'13 uwzględniają wyniki oglądalności kanałów TV4 i TV6 począwszy od 1 września 2013

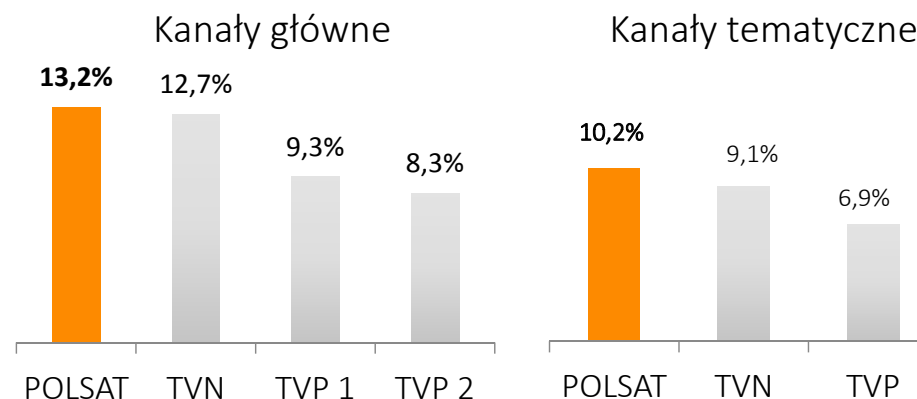


Oglądalność naszych kanałów w 9M'14

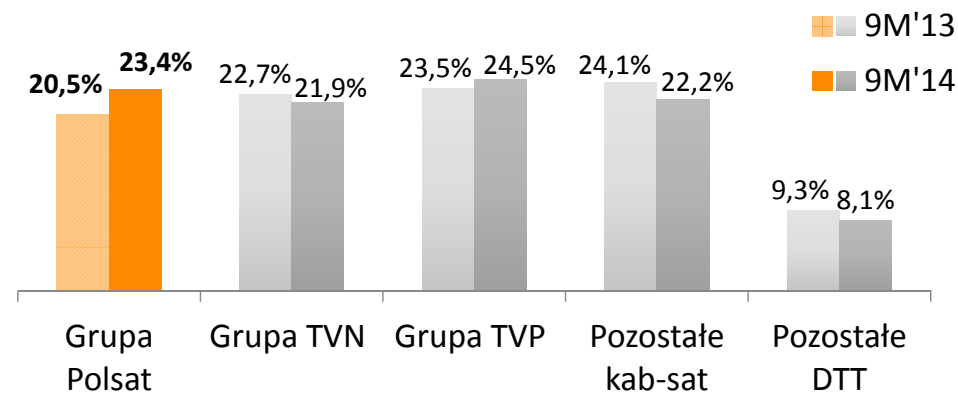


- Kanał główny liderem oglądalności w grupie komercyjnej
- Łączne wyniki oglądalności grupy kanałów Polsatu zgodne z długoterminową strategią

Udział w oglądalności



Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, analizy wewnętrzne

Nota: Wyniki oglądalności Grupy Polsat w 9M'13 uwzględniają wyniki oglądalności kanałów TV4 i TV6 począwszy od 1 września 2013

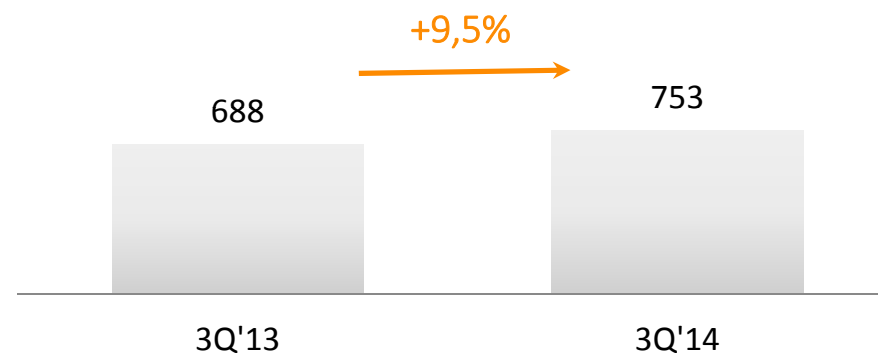


Pozycja na rynku reklamy w 3Q'14

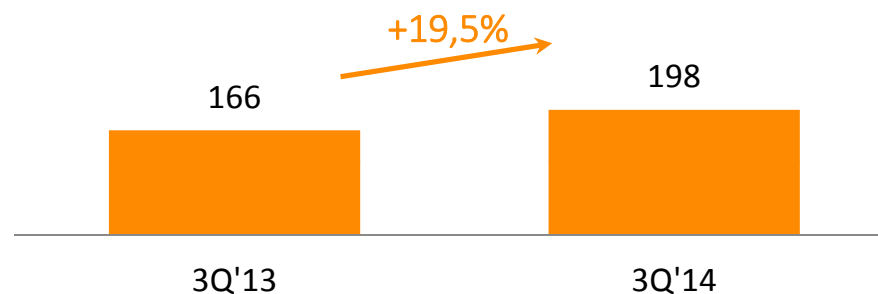


- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Telewizji Polsat rosną znacznie szybciej niż rynek
- Dodatkowo pozytywny wpływ przychodów TV4 i TV6, konsolidowanych od września '13
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł z 24,1% do 26,3%

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



Źródło: Starlink, reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy wewnętrzne
Nota: (1) Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Starlink

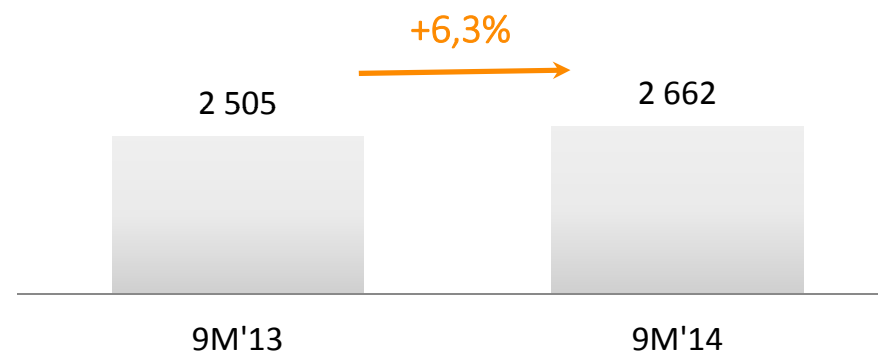


Pozycja na rynku reklamy w 9M'14

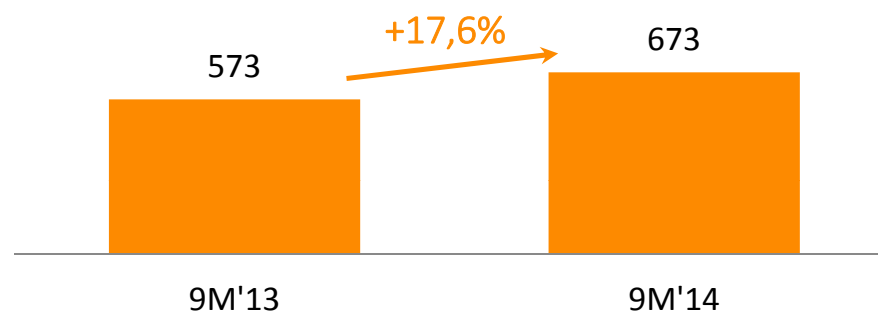


- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Telewizji Polsat rosną znacznie szybciej niż rynek
- Dodatkowo pozytywny wpływ przychodów TV4 i TV6, konsolidowanych od września '13
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł z 22,9% do 25,3%

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



Źródło: Starlink, reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy wewnętrzne
Nota: (1) Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Starlink





3. Strategia grupy



Tomasz Gillner-Gorywoda

Prezes Zarządu



Nasza wizja



*Lider rynku rozrywki i telekomunikacji w Polsce.
Będziemy tworzyć i dostarczać najatrakcyjniejszy контент
oraz produkty telekomunikacyjne, przy użyciu najlepszych
najnowocześniejszych technologii, w celu świadczenia wysokiej
jakości usług zintegrowanych, adresujących zmieniające się potrzeby
naszych klientów i budując najwyższy poziom ich satysfakcji*

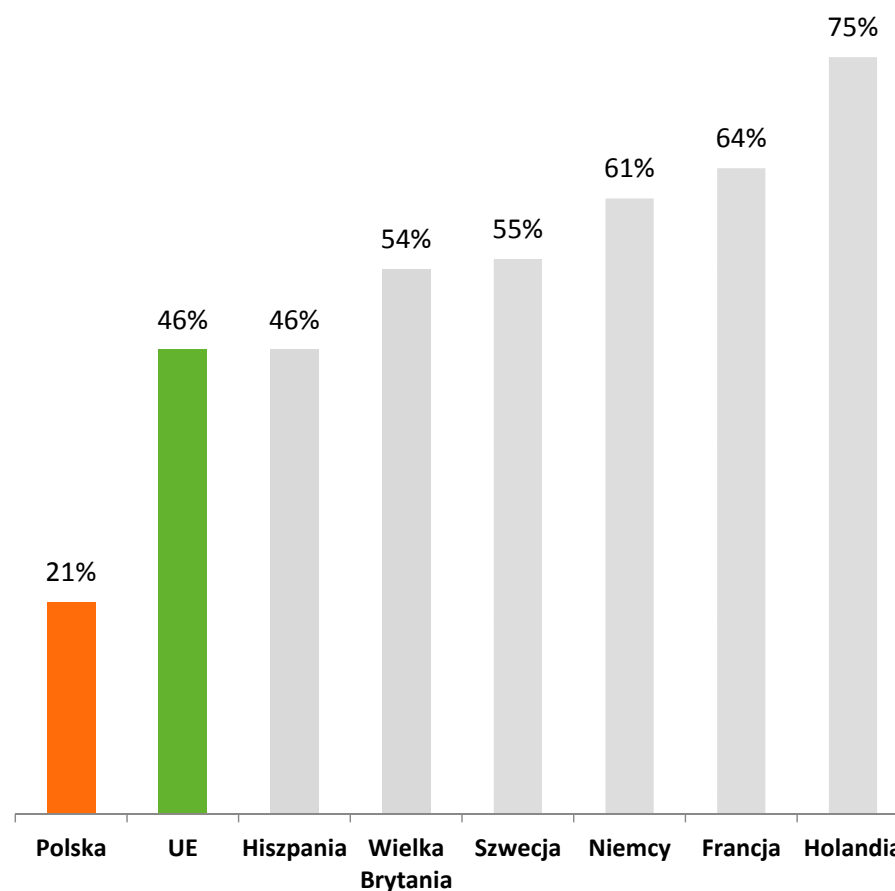


Perspektywa rynkowa



- Konwergencja świata mediów i telekomunikacji jest faktem i ma już miejsce na całym świecie
- Dotychczasowe trendy rynkowe pozwalały operatorom na łączenie podstawowych usług (Telewizja, Internet, Telefon)
- Dzisiaj operatorzy oferują już znacznie więcej (VAS, OTT, itp.)
- Polski rynek usług zintegrowanych posiada ogromny potencjał – wystarczy dogonić resztę Europy

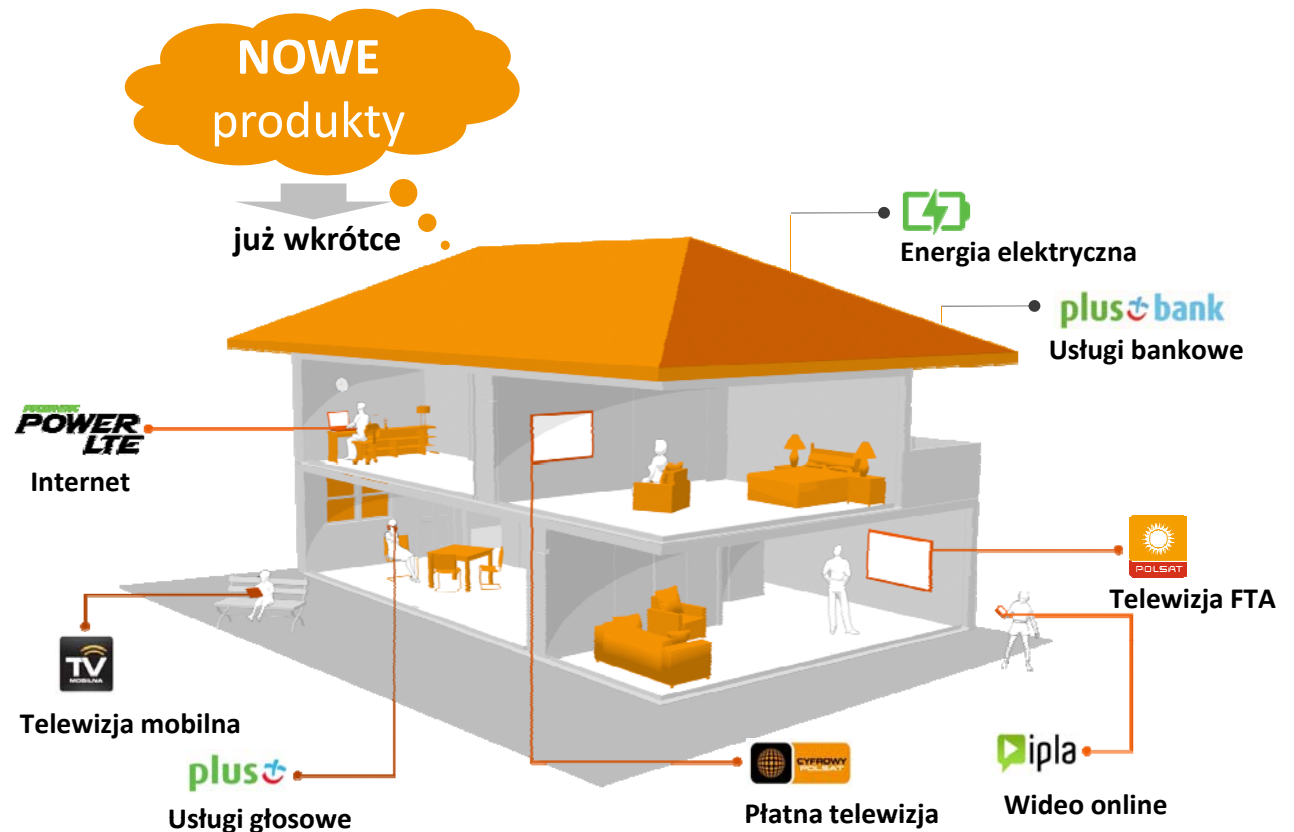
Nasylenie rynku usług zintegrowanych w Europie



Nasze szanse i wyzwania rynkowe



- Mamy największą w Polsce bazę klientów – co daje ogromny potencjał do cross-selling'u
- Posiadamy atrakcyjne i unikalne na polskim rynku portfolio produktów i usług
- Naszym celem rynkowym jest skuteczna lojalizacja bazy klientów i konsekwentna budowa przychodu na jednego klienta



Oferta multiplay

- Oferta SmartDOM, dostępna zarówno dla obecnych, jak i nowych klientów grupy
- Prosty i elastyczny mechanizm dający klientom wyraźne korzyści z zakupu dodatkowych usług grupy
- Poszerzenie programu o dedykowaną ofertę dla biznesu – smartFIRMA



plus+ CYFROWY POLSAT

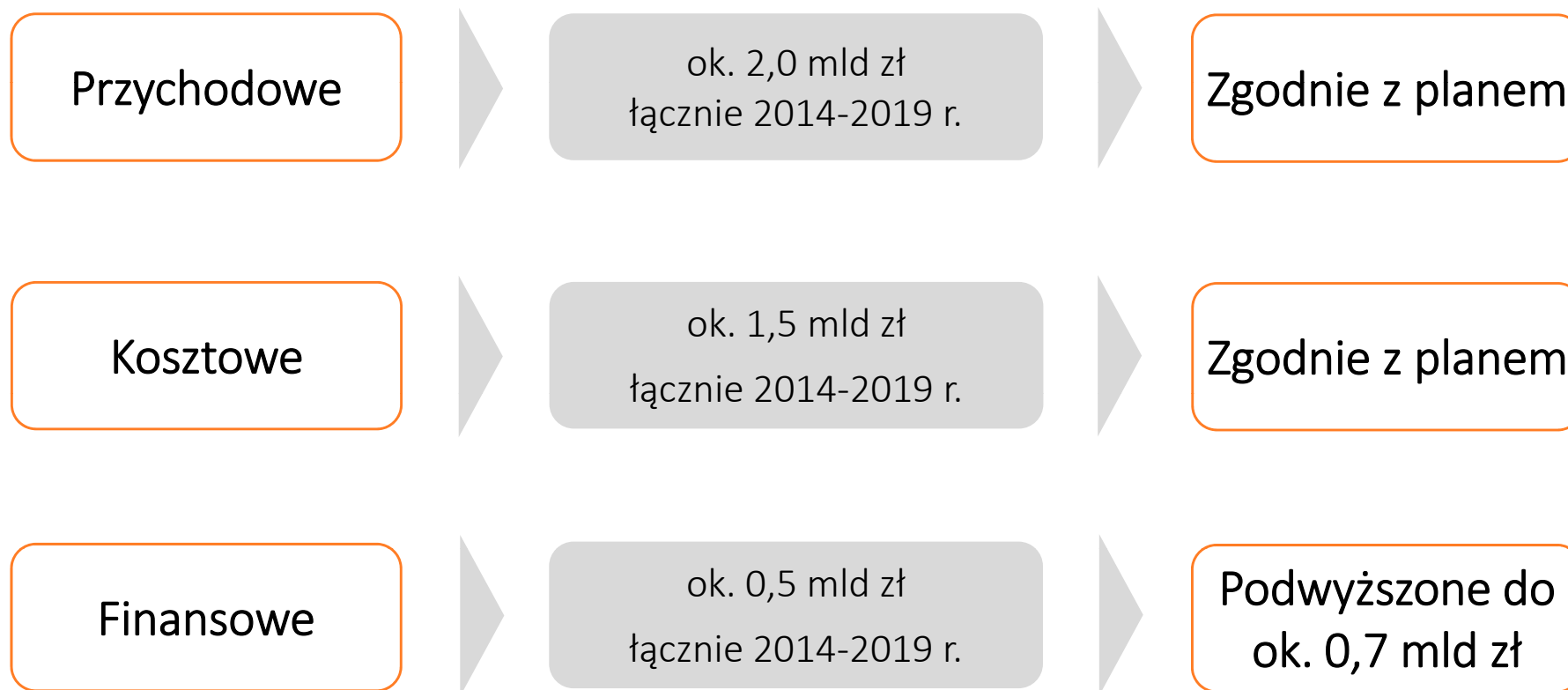
Internet LTE
-50%

Telewizja satelitarna
99 kanałów
nawet za **1 zł**

Tylko dla naszych Klientów!
Drugi produkt za połówkę,
trzeci za złotówkę.
Spiesz się!

smart
DOM

Realizacja zapowiadzianych synergii



Źródło: szacunki Spółki opublikowane 14 listopada 2013, przy ogłoszeniu planowanej akwizycji nabycia Metelem Holdings Limited



4. Wyniki finansowe

A horizontal bar composed of four colored segments: two orange segments on the left and two green segments on the right.

Tomasz Szelaąg
Członek Zarządu, CFO

Wyniki finansowe grupy w 3Q'14



mIn PLN	3Q'14	zmiana r/r
Przychody	2.425	239%
Koszty ⁽¹⁾	1.515	238%
EBITDA	910	239%
Marża EBITDA	37,6%	(2,0pkt%)
Zysk netto	48	(73%)

- Wzrost głównych pozycji rachunku wyników spowodowany głównie konsolidacją wyników grupy Metelem od 7 maja 2014 r.
- Poziom zysku netto pod wpływem konsolidacji kosztów odsetkowych grupy Metelem, jak również rozpoznania negatywnego efektu wyceny obligacji Senior Notes PLK

Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 9 miesięcy zakończony 30 września 2014 r. oraz analizy wewnętrzne
Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



Wyniki segmentu usług świadczonych dla klientów indywidualnych i biznesowych w 3Q'14



mIn PLN	3Q'14	zmiana r/r
Przychody	2.164	347%
Koszty ⁽¹⁾	1.327	341%
EBITDA	837	357%
Marża EBITDA	38,7%	0,8 pkt%
Zysk netto	1	(99%)

- Wyłączając efekt konsolidacji Metelem, wzrost przychodów o 5% spowodowany przede wszystkim wyższymi przychodami telekomunikacyjnymi (głównie mobilny Internet) oraz wzrostem przychodów z opłat za usługi płatnej telewizji
- Dynamika wzrostu kosztów, po wyłączeniu konsolidacji Metelem głównie pod wpływem:
 - Dodatkowych kosztów związanych z pozyskaniem klientów w ramach oferty SmartDOM
 - Inwestycji w klienta, związanej z zakupem praw do dystrybucji Mistrzostw Świata FIVB
 - Wyższych kosztów transmisji danych, wynikających głównie z przyrostu liczby użytkowników usług mobilnego Internetu

Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 9 miesięcy zakończony 30 września 2014 r. oraz analizy wewnętrzne
Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej w 3Q'14



mln PLN	3Q'14	zmiana r/r
Przychody	318	22%
Koszty ⁽¹⁾	245	40%
EBITDA	73	(14%)
Marża EBITDA	23,3%	(15,1 pkt%)
Zysk netto	54	(30%)

- Wzrost przychodów skorygowanych⁽²⁾ o 9%, głównie dzięki znacznie lepszym przychodom z reklamy i sponsoringu w porównaniu do dynamiki całego rynku reklamy telewizyjnej
- Spadek skorygowanych kosztów⁽²⁾ o 5% - koszty pod kontrolą
- Skorygowana EBITDA⁽²⁾ byłaby r/r wyższa o 28 mln PLN, a marża EBITDA wyniosłaby 30,9%

Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 9 miesięcy zakończony 30 września 2014r. oraz analizy wewnętrzne

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

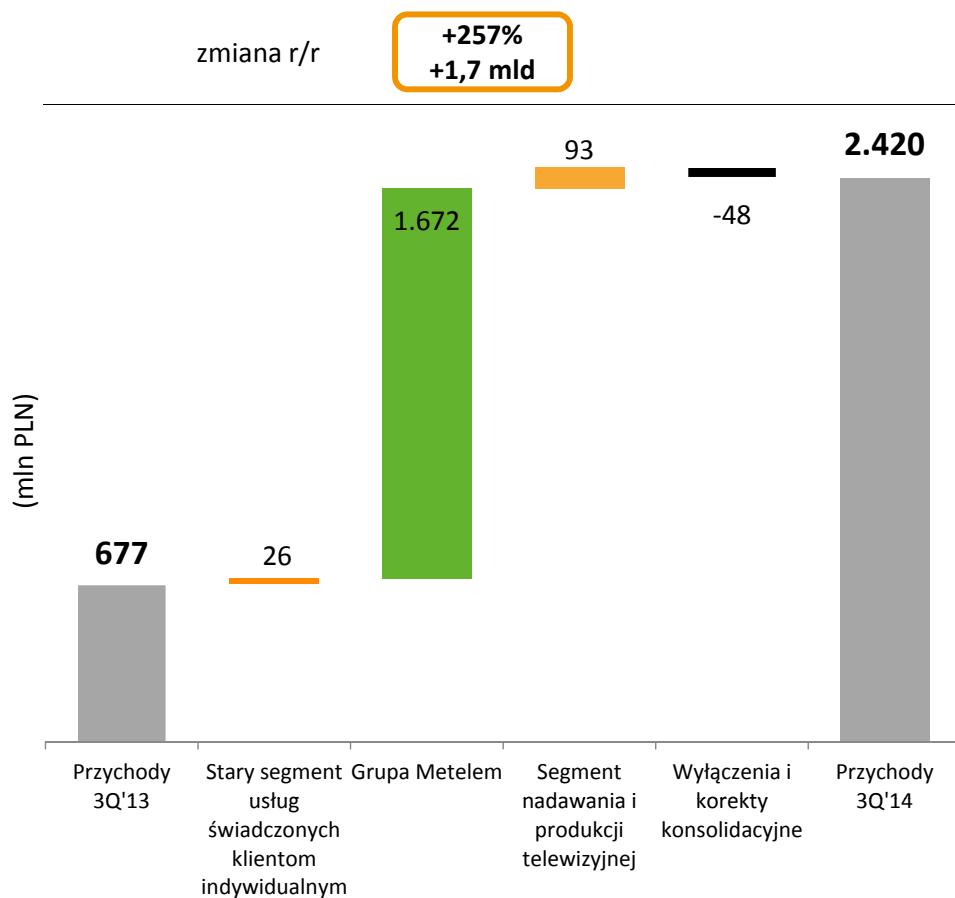
(2) Wydarzenia o charakterze jednorazowym: sprzedaż RS TV, nabycie spółki Polskie Media, Mistrzostwa Świata FIVB



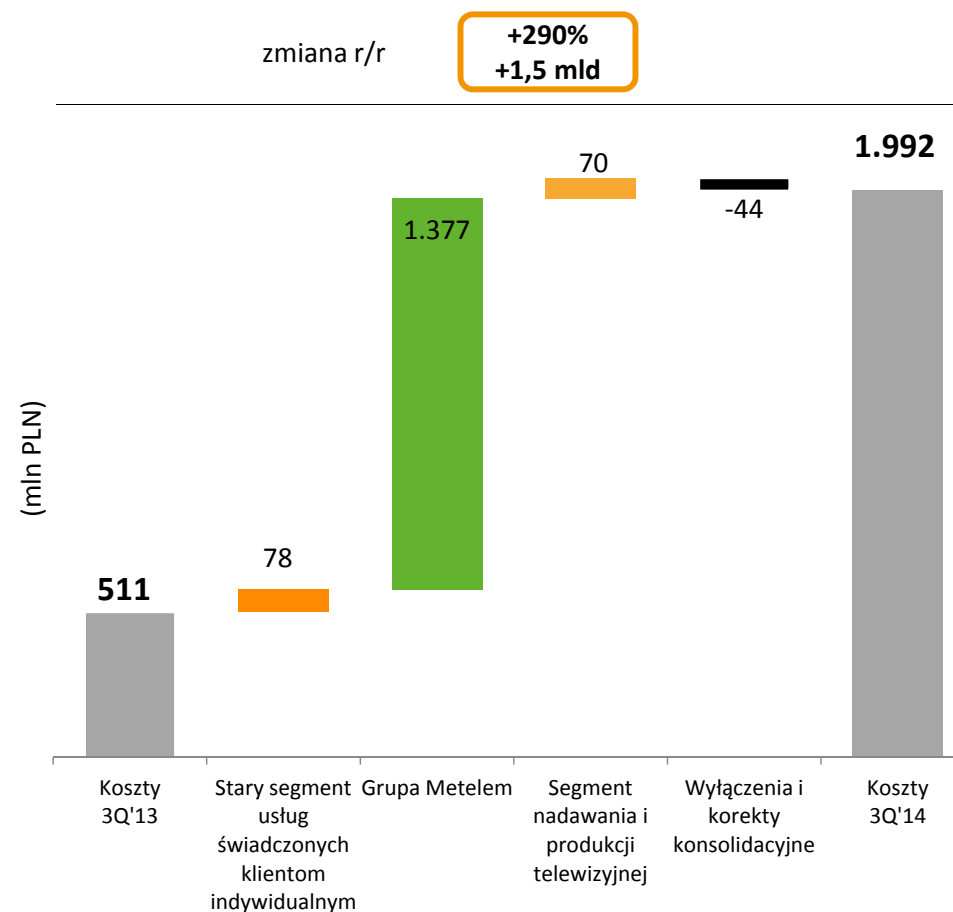
Przychody i koszty – czynniki zmian 3Q'14



Przychody⁽¹⁾



Koszty⁽²⁾



Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 9 miesięcy zakończony 30 września 2014 r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) Przychody ze sprzedaży (nie zawierają „Pozostałych przychodów operacyjnych”)

(2) Koszty operacyjne (nie zawierają „Pozostałych kosztów operacyjnych”)

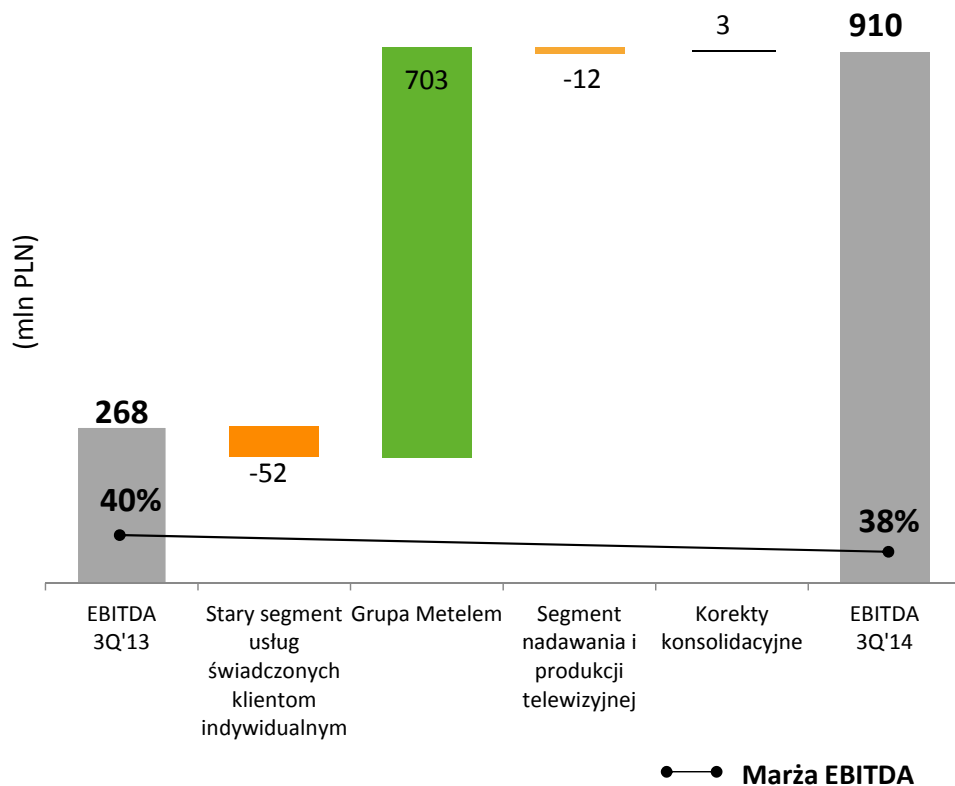


EBITDA i zysk netto – czynniki zmian 3Q'14



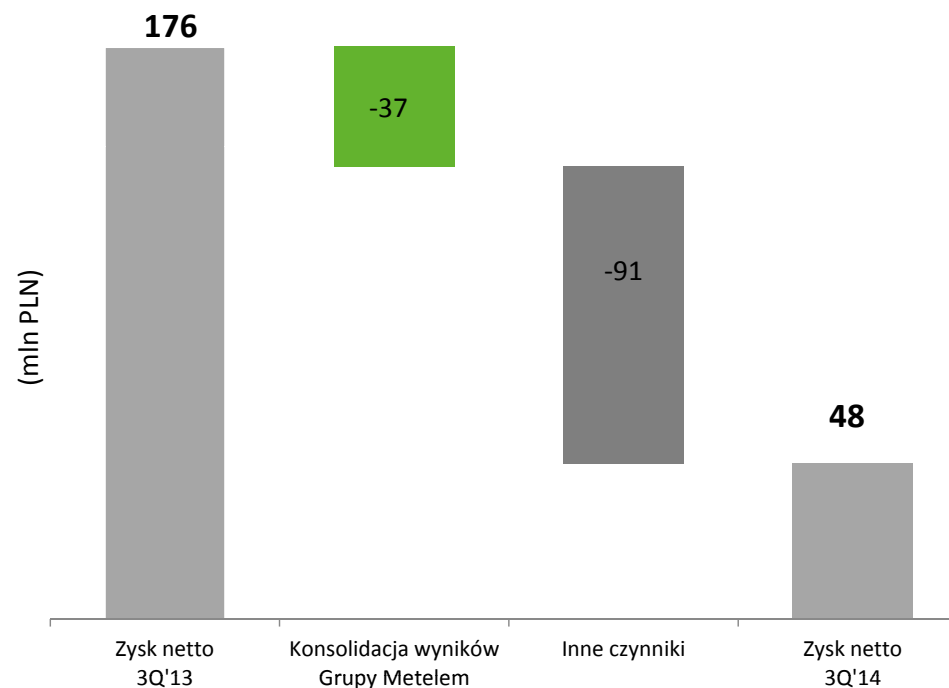
EBITDA

zmiana r/r **+239%**
+642 mln



Zysk netto

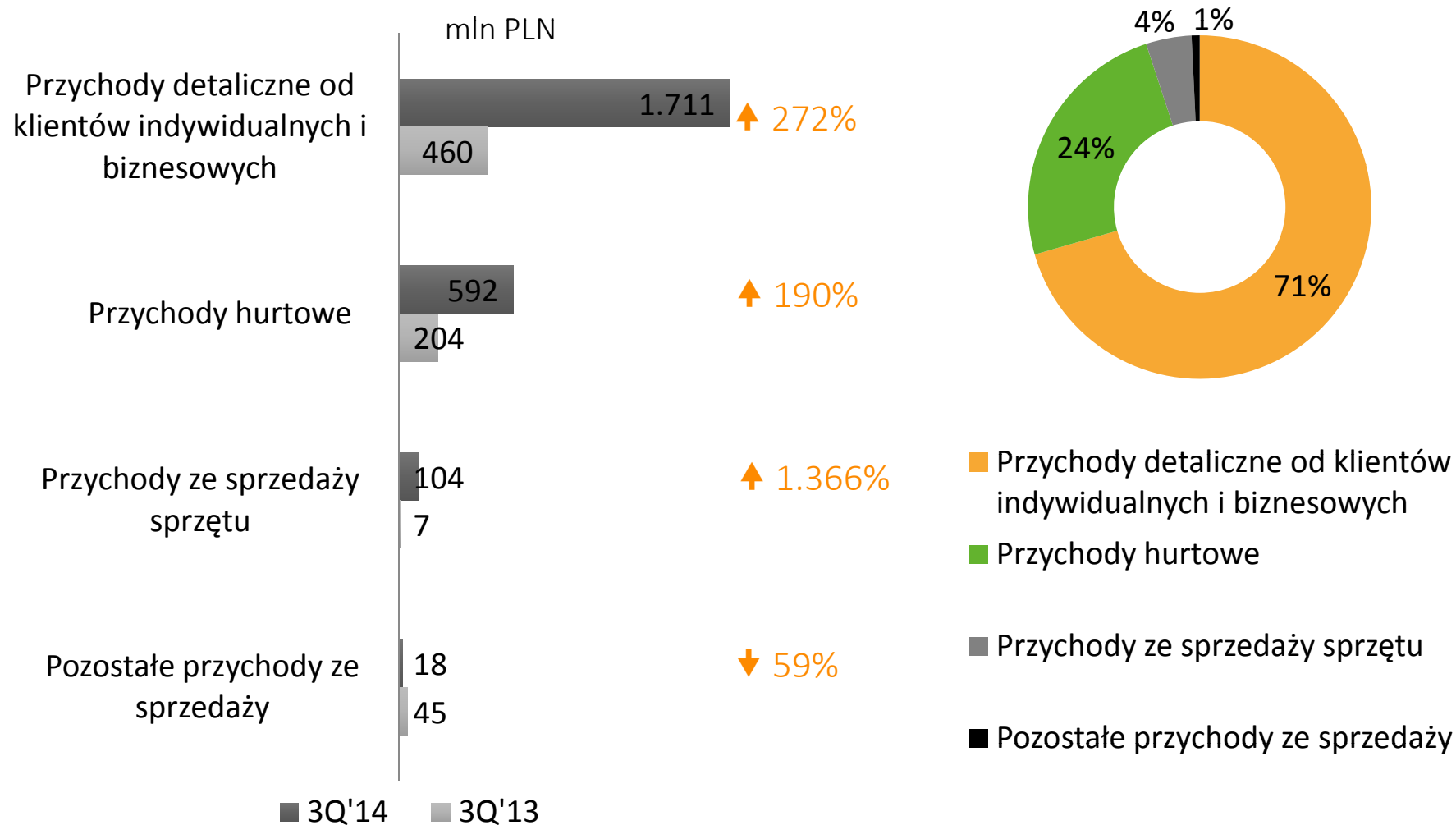
zmiana r/r **-73%**
-128 mln



Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 9 miesięcy zakończony 30 września 2014 r. oraz analizy wewnętrzne



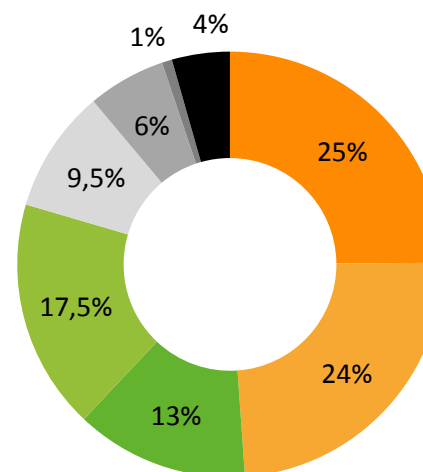
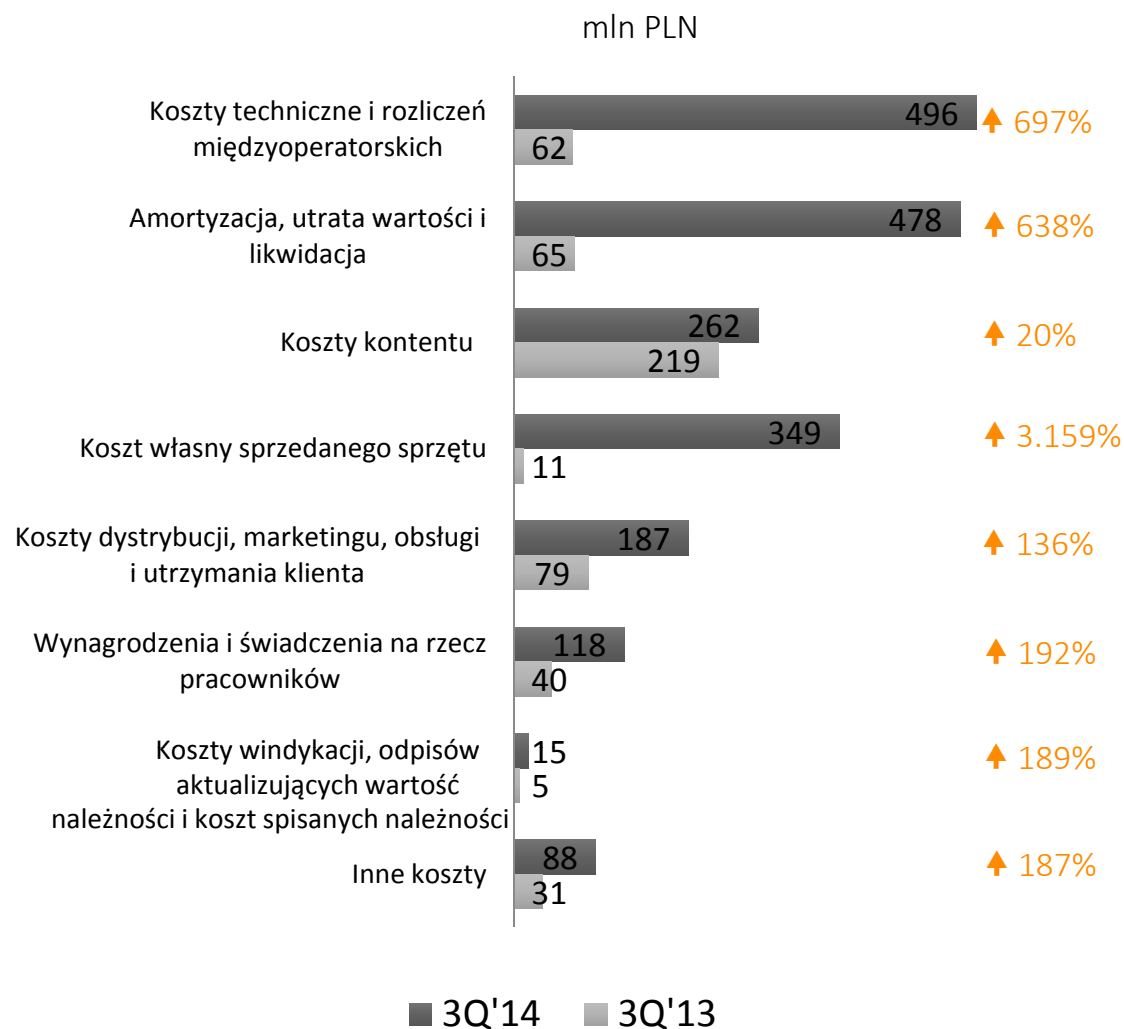
Struktura przychodów w 3Q'14



Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 9 miesięcy zakończony 30 września 2014 r. oraz analizy wewnętrzne



Struktura kosztów w 3Q'14

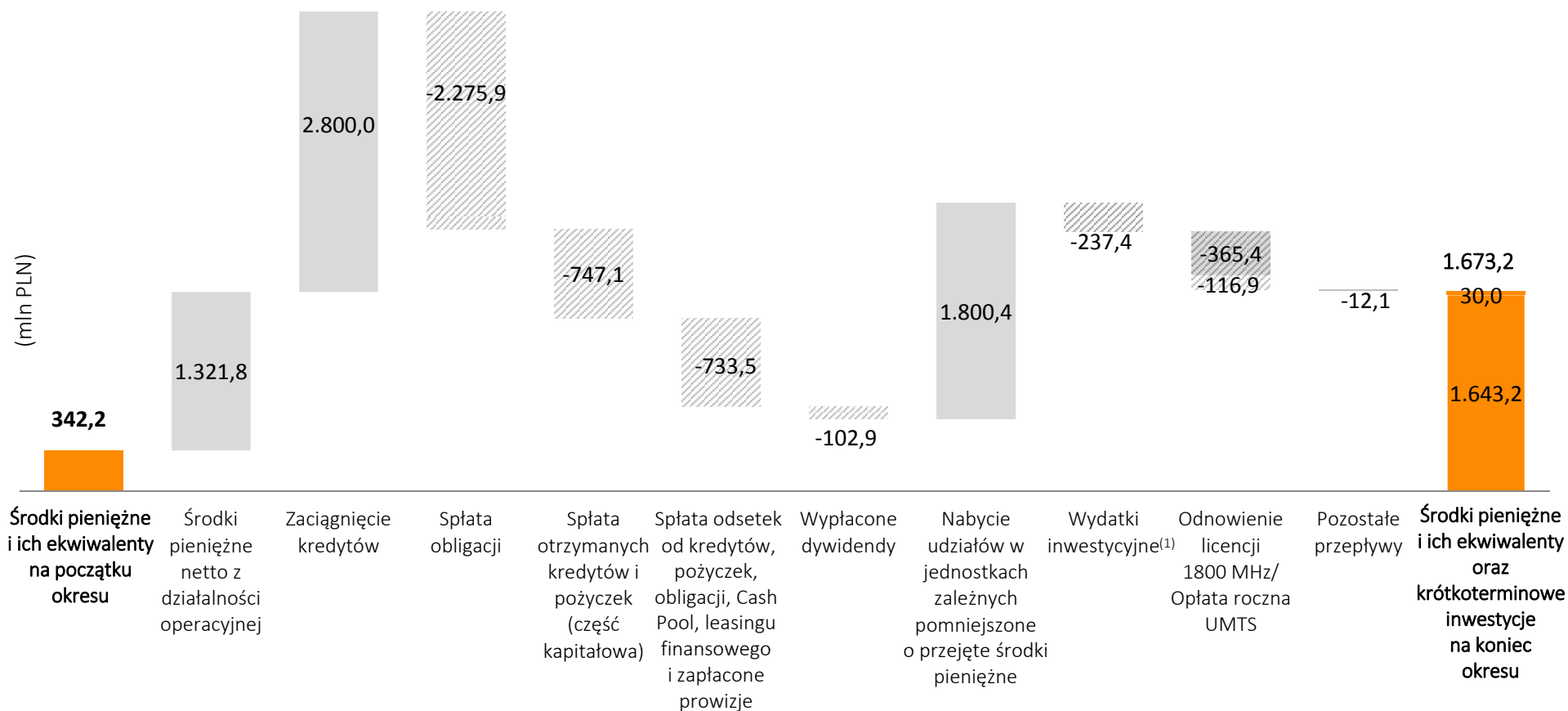


- Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich
- Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja
- Koszty kontentu
- Koszt własny sprzedanego sprzętu
- Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta
- Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników
- Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności
- Inne koszty

Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 9 miesięcy zakończony 30 września 2014 r. oraz analizy wewnętrzne



Rachunek przepływów pieniężnych w 9M'14



Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 9 miesięcy zakończony 30 września 2014 r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) Nie zawierają wydatków na udostępnione klientom zestawy odbiorcze



Zadłużenie grupy na 30 września 2014 r.



mln PLN	Wartość bilansowa	Wartość nominalna
Kredyt Terminowy (PLN)	2.383	2.420
Kredyt Rewolwingowy	150	150
Kredyt PLK – Transza A (PLN)	2.099	2.108
Kredyt PLK – Transza B (PLN)	3.101	3.121
Kredyt PLK – Transza C (PLN)	1.609	1.621
Kredyt rewolwingowy PLK	0	0
Obligacje Senior Notes PLK EUR ¹	2.751	2.265
Obligacje Senior Notes PLK USD ²	1.990	1.649
Leasing	14	14
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty ³	1.673	1.673
Zadłużenie netto	12.423	11.674
EBITDA LTM, pro-forma ⁴	3.844	3.844
Zadłużenie netto / EBITDA LTM	3,2x	3,0x

¹ Nominalna wartość obligacji Senior Notes PLK 542,5 mln EUR, przeliczona według średniego kursu NBP z dnia 30 września 2014 roku na poziomie 4,1755 PLN/EUR. Wartość obligacji została wyceniona do wartości godziwej na moment nabycia spółki Metelem.

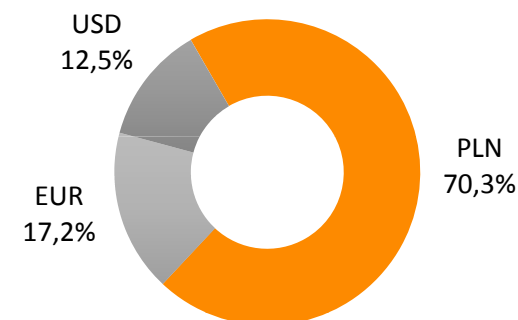
² Nominalna wartość obligacji Senior Notes PLK 500 mln USD, przeliczona według kursu NBP z dnia 30 września 2014 roku na poziomie 3,2973 PLN/USD. Wartość obligacji została wyceniona do wartości godziwej.

³ Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, w tym środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania, oraz lokat krótkoterminowych.

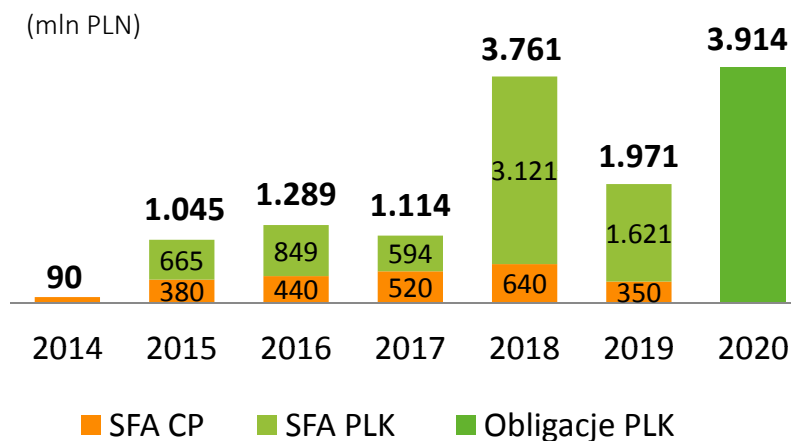
⁴ EBITDA LTM, pro-forma, obejmuje skonsolidowany pro-forma wynik EBITDA Grupy Cyfrowy Polsat, przy założeniu konsolidacji wyniku Grupy Metelem przez okres pełnych ostatnich 12 miesięcy.

⁵ Nominalna wartość długu, bez RCF

Struktura walutowa zadłużenia⁵



Zapadalność długu⁵



Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 9 miesięcy zakończony 30 września 2014 r. oraz analizy wewnętrzne





5. Podsumowanie



Tomasz Gillner-Gorywoda

Prezes Zarządu



Podsumowanie 3Q'14



- Doskonałe wyniki sprzedaży oferty SmartDOM
- Wprowadzenie nowej marki dla młodych „Plush”
- Sukces organizacyjny oraz komercyjny MŚ FIVB 2014
- Bardzo dobre wyniki oglądalności oraz dynamicznie rosnące przychody reklamowe grupy
- Solidne wyniki finansowe przy wyraźnie rosnących przychodach
- Kontynuacja realizacji strategii, wraz z postępującą integracją operacyjną ukierunkowaną na wygenerowanie zapowiedzianych synergii przychodowych i kosztowych



6. Q&A



Definicje



RGU (Revenue Generating Unit)	Pojedyncza, aktywna usługa płatnej telewizji, dostępu do Internetu 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 .
ARPU kontrakt	Średni miesięczny przychód od Klienta wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym (uwzględnia przychody z interconnect).
ARPU pre-paid	Średni miesięczny przychód od RGU pre-paid wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym (uwzględnia przychody z interconnect).
Churn	<p>Rozwiązanie umowy z Klientem 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)	<p>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.</p> <p>W praktyce oznacza to, iż dana karta w okresie minionych 90 dni musiała być włożona do telefonu bądź innego urządzenia, które było uaktywnione i było w stanie wykonać bądź odebrać połączenie, wiadomość, sesję transmisji danych. Definicja użyciowa 90-dniowa eliminuje tym samym karty nieaktywne.</p> <p>Według powyższej definicji UKE corocznie zbiera dane operatorów mobilnych działających w Polsce, celem przygotowania przez Komisję Europejską porównania realnej penetracji mobilnymi usługami telekomunikacyjnymi w krajach Unii Europejskiej (tzw. raport Agencji Cyfrowej).</p>





Kontakt

Olga Zomer

Rzecznik Prasowy

Telefon: +48 (22) 356 6035

Faks: +48 (22) 356 6003

Email: ozomer@cyfrowypolsat.pl

Bartłomiej Drywa

Dyrektor Relacji Inwestorskich

Telefon: +48 (22) 356 6004

Faks: +48 (22) 356 6003

Email: bdrywa@cyfrowypolsat.pl

Lub odwiedź nasze strony internetowe:

<http://media.cyfrowypolsat.pl>

<http://cyfrowypolsat.pl/inwestor>

