



# Wyniki finansowe 2Q'2016

25 sierpnia 2016 r.

Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat S.A.



# Agenda

---



1. Najważniejsze wydarzenia 2Q'16
2. Wyniki operacyjne
3. Wyniki finansowe pro-forma
4. Podsumowanie i Q&A



# 1. Najważniejsze wydarzenia 2Q'16

A horizontal bar with a gradient from orange on the left to green on the right, positioned below the title.

# Najważniejsze wydarzenia



Świetne wyniki sprzedażowe i oglądalności UEFA EURO 2016



Rozpoczęcie wdrożenia nowego zintegrowanego systemu sprzedaży, obsługi klienta oraz rozliczeniowego dla produktów i usług Grupy Polsat



Podwyższenie ratingu korporacyjnego Cyfrowego Polsatu przez agencję Moody's (obecnie Ba2, stabilny)



Zakończenie procesu nabycia 100% akcji w Midas S.A. oraz wykluczenie akcji z obrotu na GPW

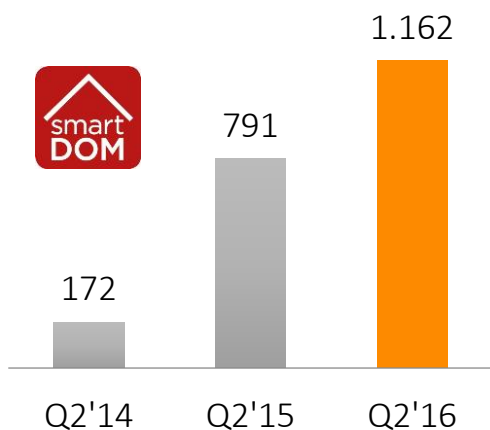
# Unikalna strategia rynkowa



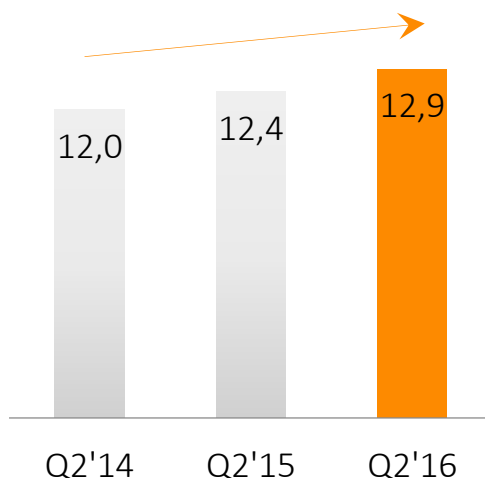
# Skuteczna realizacja strategii smartDOM



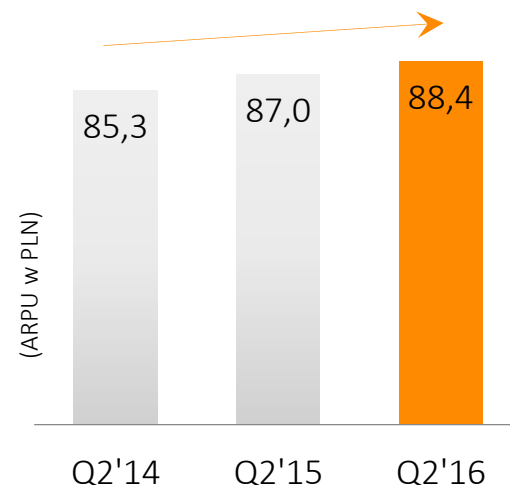
>1 milion klientów multiplay  
zdobytych w 2 lata




Łączna liczba RGU  
kontraktowych



ARPU klientów kontraktowych



## 2. Działalność operacyjna

A horizontal bar with a gradient from orange on the left to green on the right, positioned below the section header.

## 2.1 Segment nadawania i produkcji telewizyjnej





# Monetyzacja UEFA EURO2016 przeprowadzona została w kilku kanałach



## Antena otwarta

- 24 mecze na antenie otwartej Polsat i Polsat Sport
- Ipla dystrybucja newsów UEFA EURO 2016
- Sponsoring – mini programy

Reklama i sponsoring

## Kanały płatne

- Wszystkie mecze na żywo (51 meczów)
- 2 kanały w jakości HD – Polsat Sport 2 i 3
- Ponad 200h relacji na żywo BEZ REKLAM
- Dystrybucja: CP, nc+, operatorzy kablowi, Ipla



Opłaty z subskrypcji

## Sublicencje

- Sprzedaż praw do transmisji do 11 meczów w TVP – emisja równoległa z Polsat
- Sprzedaż praw do publicznego odtwarzania (puby, hotele, itp.)

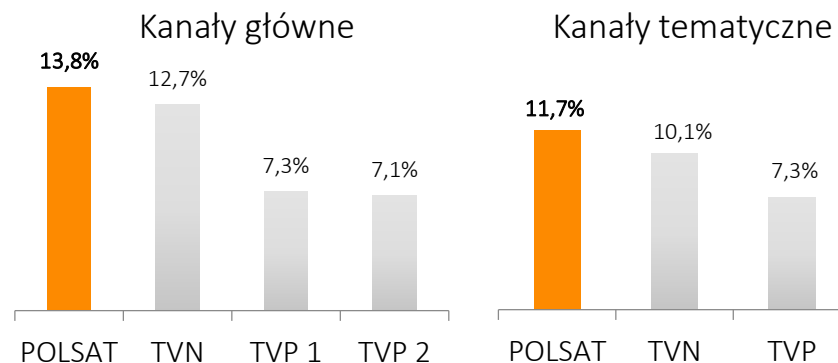
Sprzedaż sublicencji

# Oglądalność naszych kanałów w 2Q'16

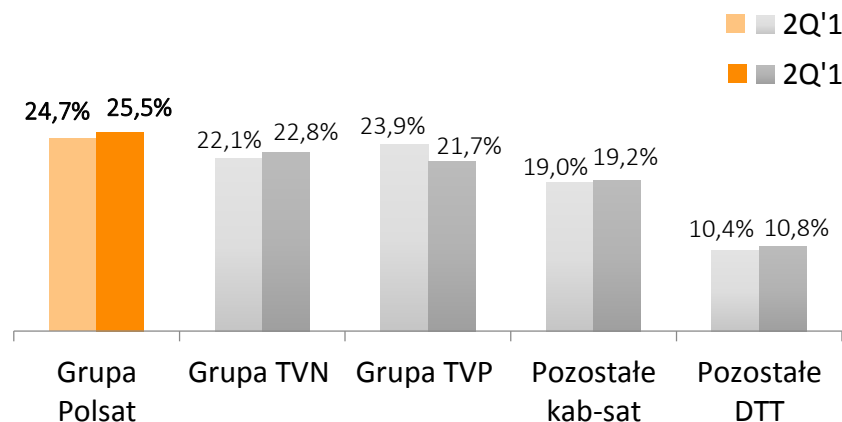


- Grupa Polsat i kanał główny liderami oglądalności w grupie komercyjnej
- Pozytywny wpływ oglądalności meczów UEFA EURO 2016

## Udział w oglądalności



## Dynamika udziałów w oglądalności



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

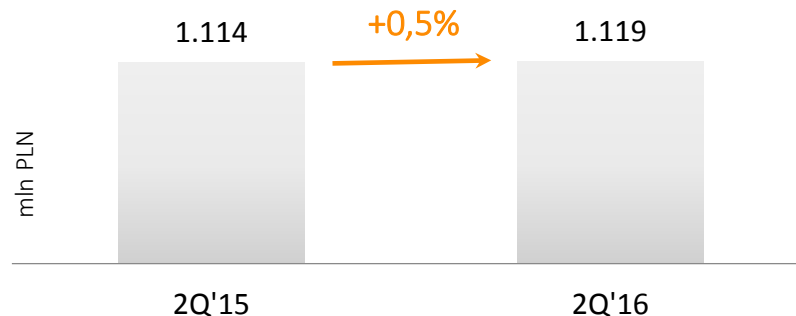


# Pozycja na rynku reklamy w 2Q'16

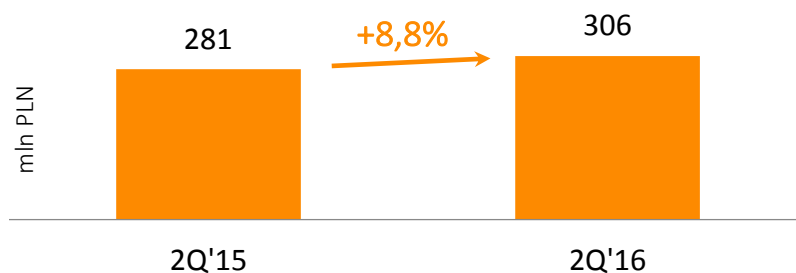


- Rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 2Q'16 wzrósł r/r o 0,5%
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat rosną znacznie szybciej niż rynek (pozytywny wpływ UEFA EURO 2016)
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł do 27,3%

## Wydatki na reklamę i sponsoring



## Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat<sup>(1)</sup>



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

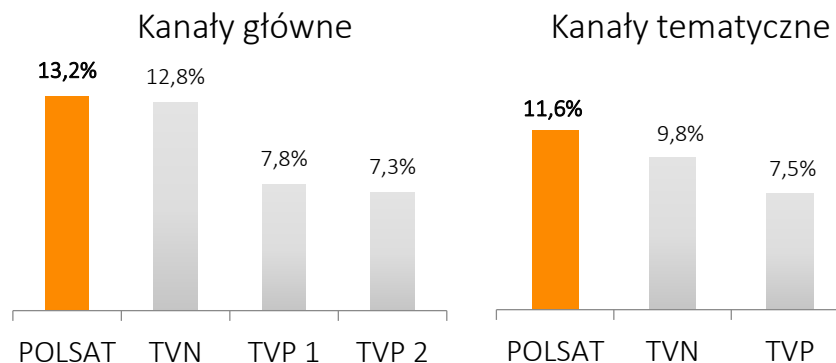


# Oglądalność naszych kanałów w 1H'16

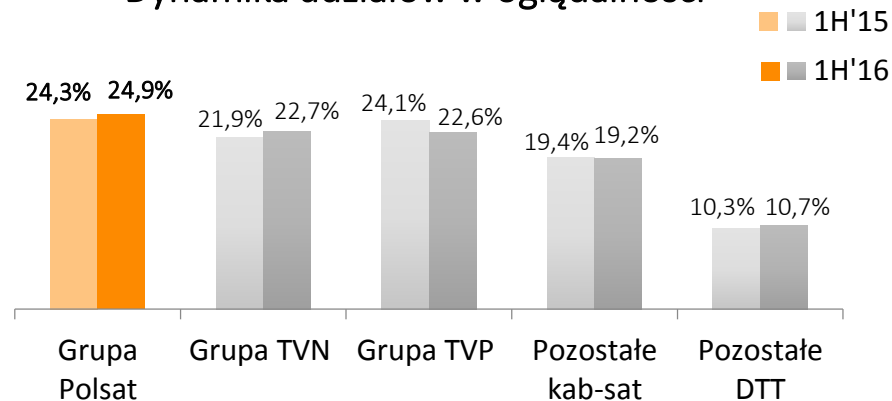


- Grupa Polsat i kanał główny liderami oglądalności w grupie komercyjnej
- Wyniki oglądalności zgodne z długoterminową strategią

## Udział w oglądalności



## Dynamika udziałów w oglądalności



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

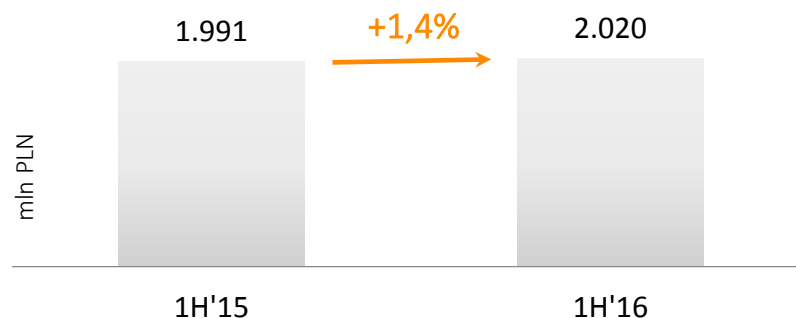


# Pozycja na rynku reklamy w 1H'16

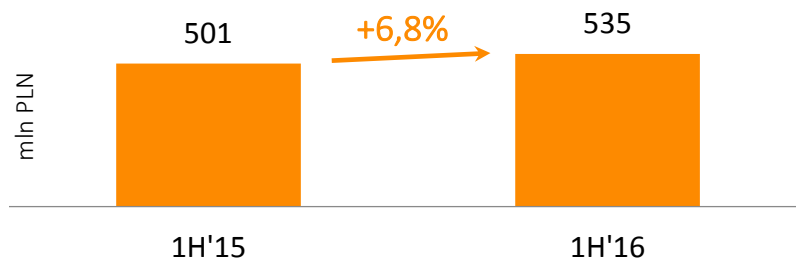


- Rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 1H'16 wzrósł r/r o 1,4%
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat rosną znacznie szybciej niż rynek (pozytywny wpływ UEFA EURO 2016)
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł do 26,5%

## Wydatki na reklamę i sponsoring



## Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat<sup>(1)</sup>



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



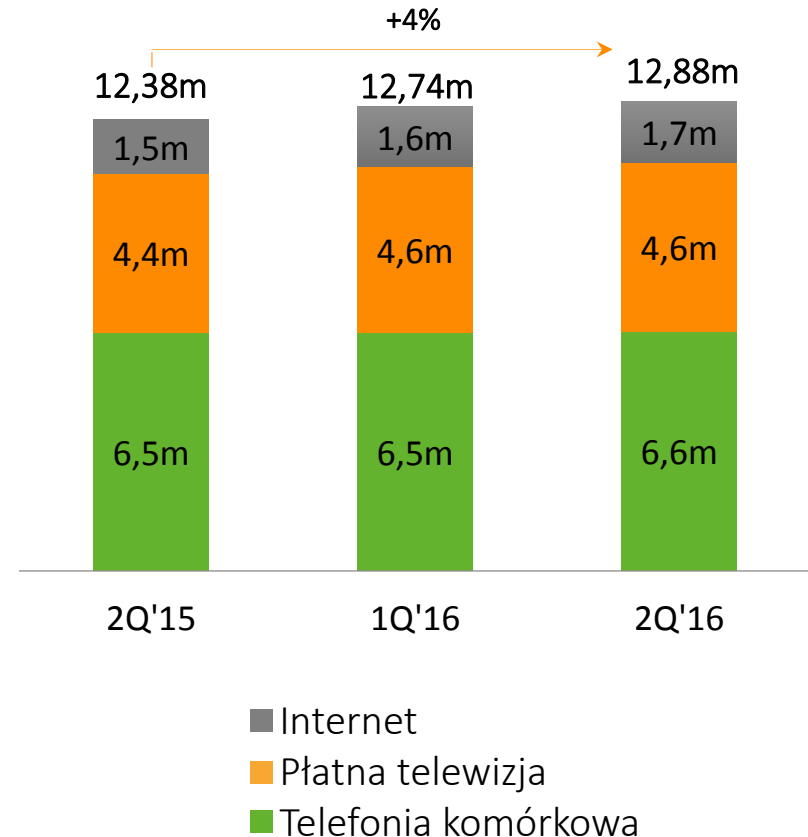
## 2.2 Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym



# Usługi kontraktowe szybko rosną



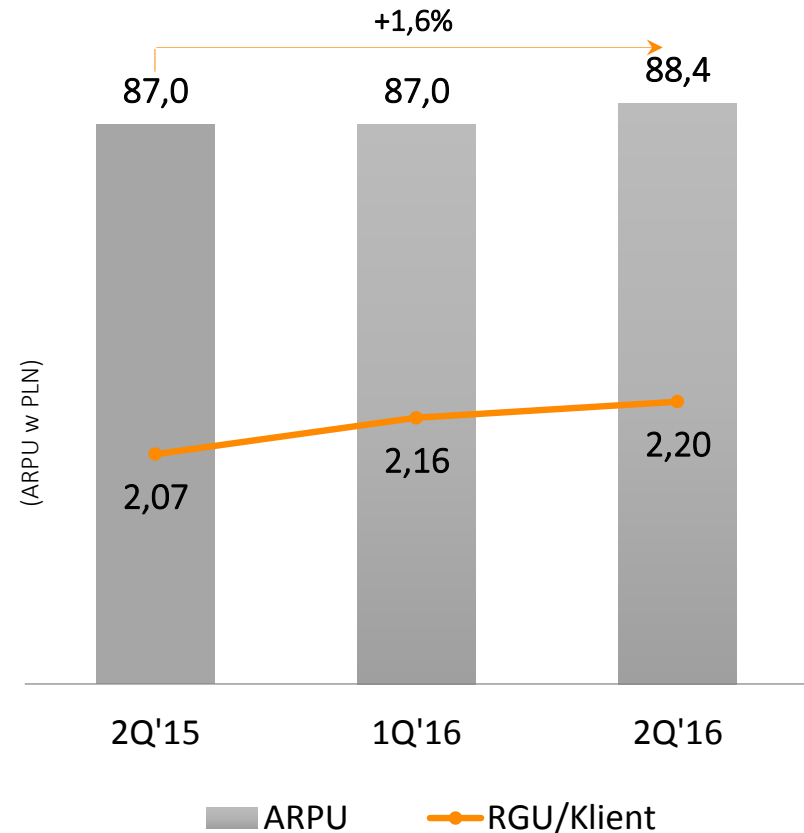
- Silny przyrost usług kontraktowych (+504 tys. r/r, +137 tys. q/q)
- Dalszy wzrost Internetu (+42 tys. q/q), wsparty siecią LTE o najwyższej jakości
- RGU płatnej telewizji rośnie o +72 tys. (efekt multiroom i OTT)
- Kolejny kwartał pozytywnego wyniku telefonii mobilnej (niski churn i korzystny wpływ strategii multiplay)



# Skuteczna budowa ARPU klienta



- ARPU kontraktowe stale rośnie
- Skuteczna dosprzedaż produktów odzwierciedla się we wzroście wskaźnika saturacji RGU na klienta
- Strategia multiplay oraz kontynuowana stabilizacja na rynku mobilnym mogą pozwolić utrzymać ten korzystny trend

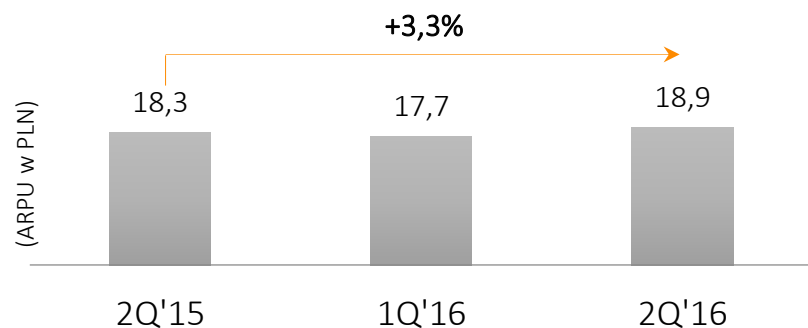
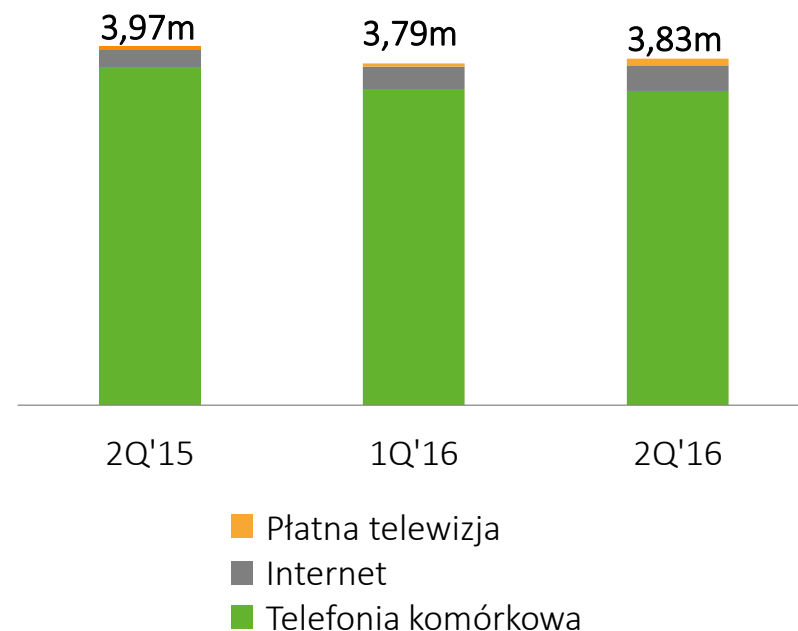




# Prepaid – stabilna baza i rosnące ARPU

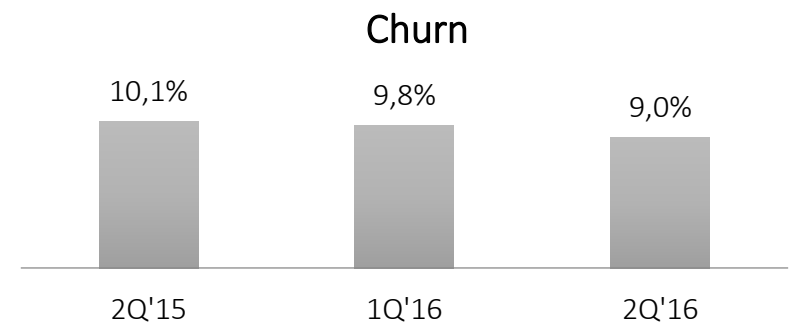
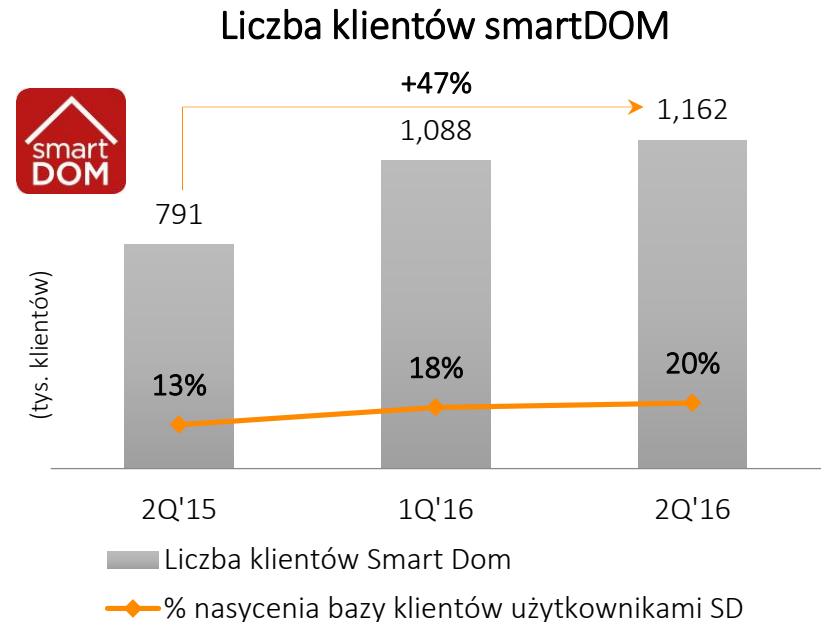


- Wzrost ARPU prepaid +3,3% r/r – efekt stale rosnącej konsumpcji danych i IC
- Sukcesywna migracja klientów usług głosowych przedpłaconych do kontraktu
- RGU Internetu rośnie +47% r/r (wyłącznie aktywne karty SIM)



# Sukces strategii smartDOM

- Dynamiczny wzrost liczby klientów korzystających z oferty multiplay (+371 tys. r/r, +74 tys. q/q)
- Liczba RGU posiadanych przez tę grupę klientów wynosi 3,44mln
- Już 20% naszych klientów kontraktowych korzysta z oferty zintegrowanej, co pozytywnie przekłada się raportowany wskaźnik churn

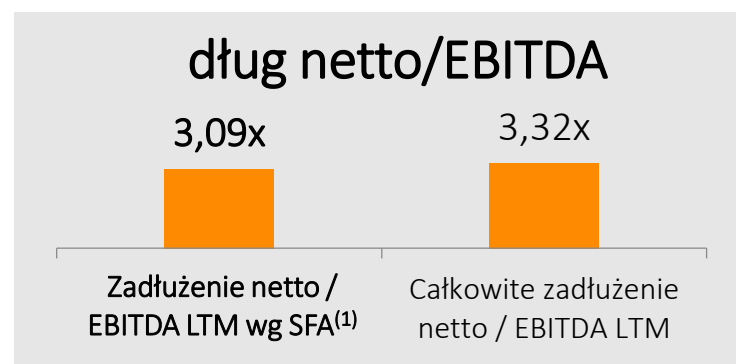
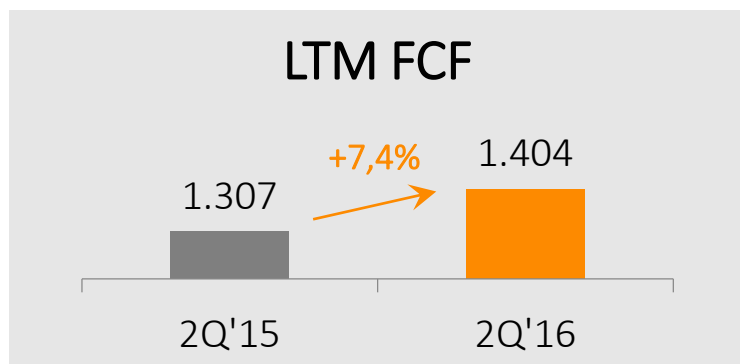
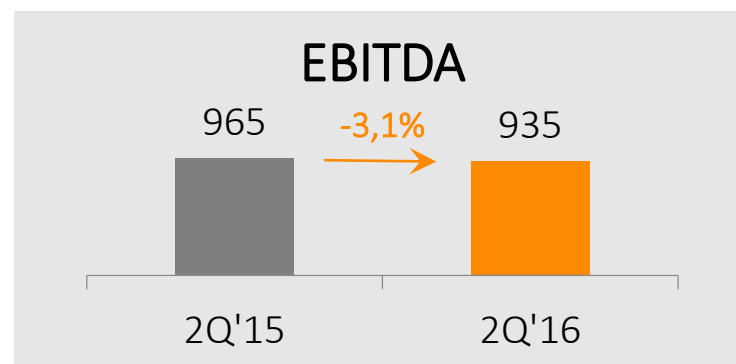
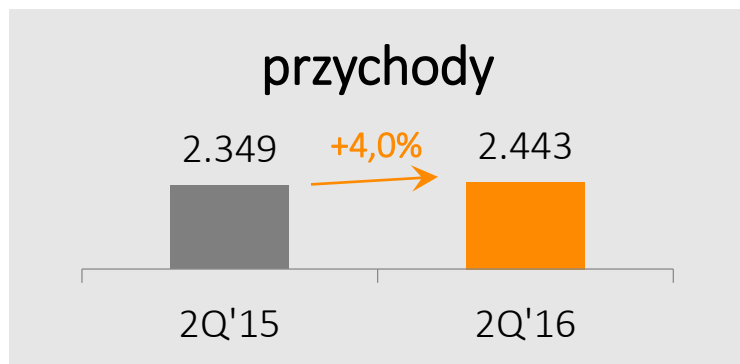


# 3. Wyniki finansowe pro-forma

Konsolidacja wyników Grupy Midas w pełnym kwartale



# Wyniki pro-forma Grupy



Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Midas S.A., skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne

Nota: (1) Zadłużenie netto zgodnie z definicją SFA, tzn. z wyłączeniem długu, który nie jest obsługiwany gotówkowo



# Wyniki pro-forma segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym w 2Q'16



mln PLN	2Q'16	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.072	1%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	1.325	7%
EBITDA	754	-9%
Marża EBITDA	36,4%	-4,1pkt%

- Wzrost przychodów dzięki wyższym przychodom ze sprzedaży sprzętu oraz wyższym przychodom hurtowym
- Poziom kosztów głównie pod wpływem wyższych kosztów technicznych i rozliczeń międzyoperatorskich (IC), wyższych kosztów kontentu oraz kosztów własnych sprzedanego sprzętu

Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Midas S.A., skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne

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



# Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej w 2Q'16



mIn PLN	2Q'16	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	451	30%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	270	27%
EBITDA	181	35%
Marża EBITDA	40,1%	1,5pkt%

- Wyższa dynamika przychodów względem kosztów między innymi wynikiem sukcesu finansowego UEFA EURO 2016

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2016 r. oraz analizy własne

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



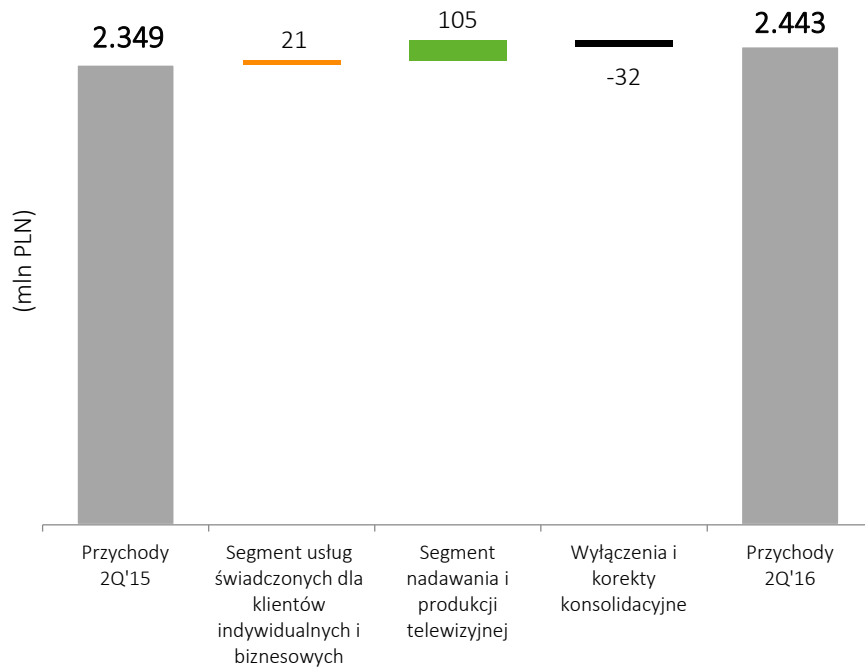
# Przychody i koszty pro-forma – czynniki zmian w 2Q'16



## Przychody ze sprzedaży

zmiana r/r

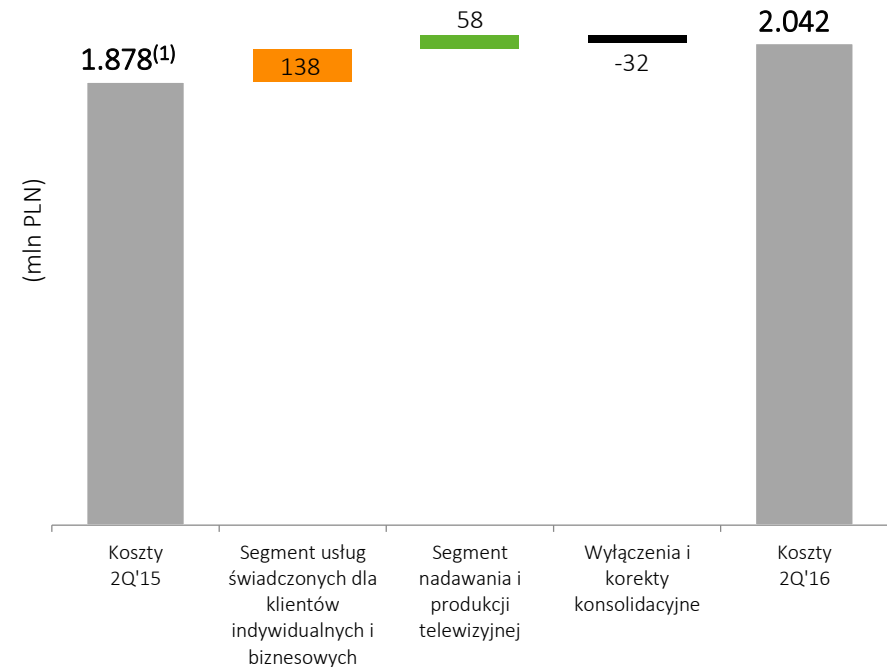
**+4%**  
**+94mln**



## Koszty operacyjne

zmiana r/r

**+9%**  
**+164 mln**



Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Midas S.A., skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne

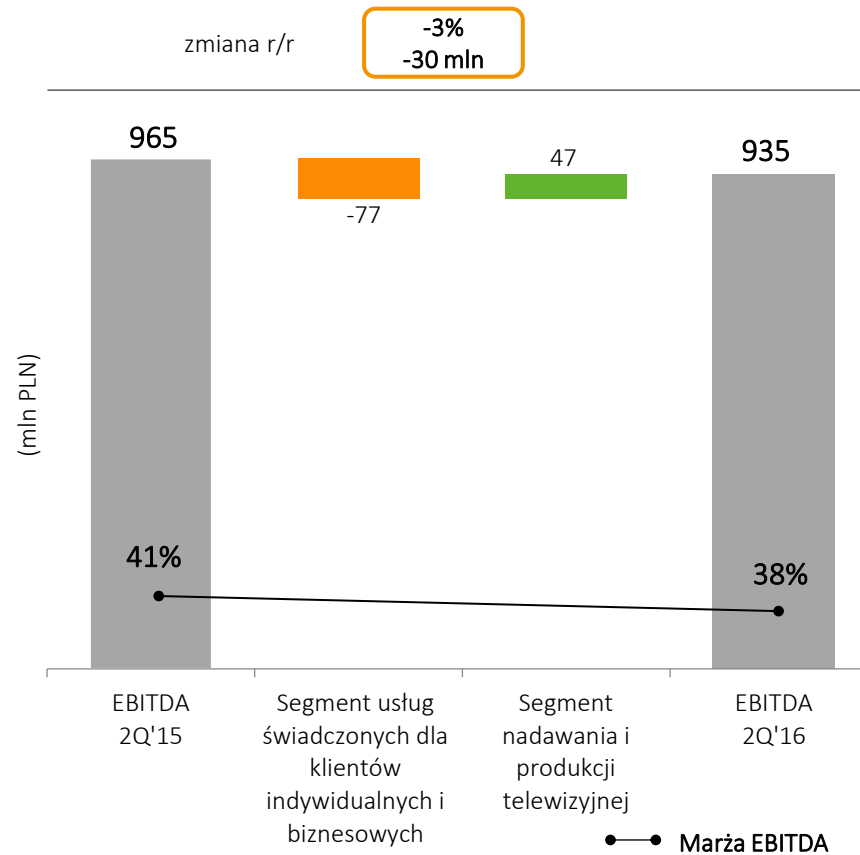
Nota: (1) Przyjęto założenie, że wartość częstotliwości na dzień 01.01.2015 r. jest równa wartości częstotliwości ustalonej w wyniku wstępnego PPA na dzień 29.02.2016 r.



# EBITDA pro-forma – czynniki zmian w 2Q'16



## EBITDA

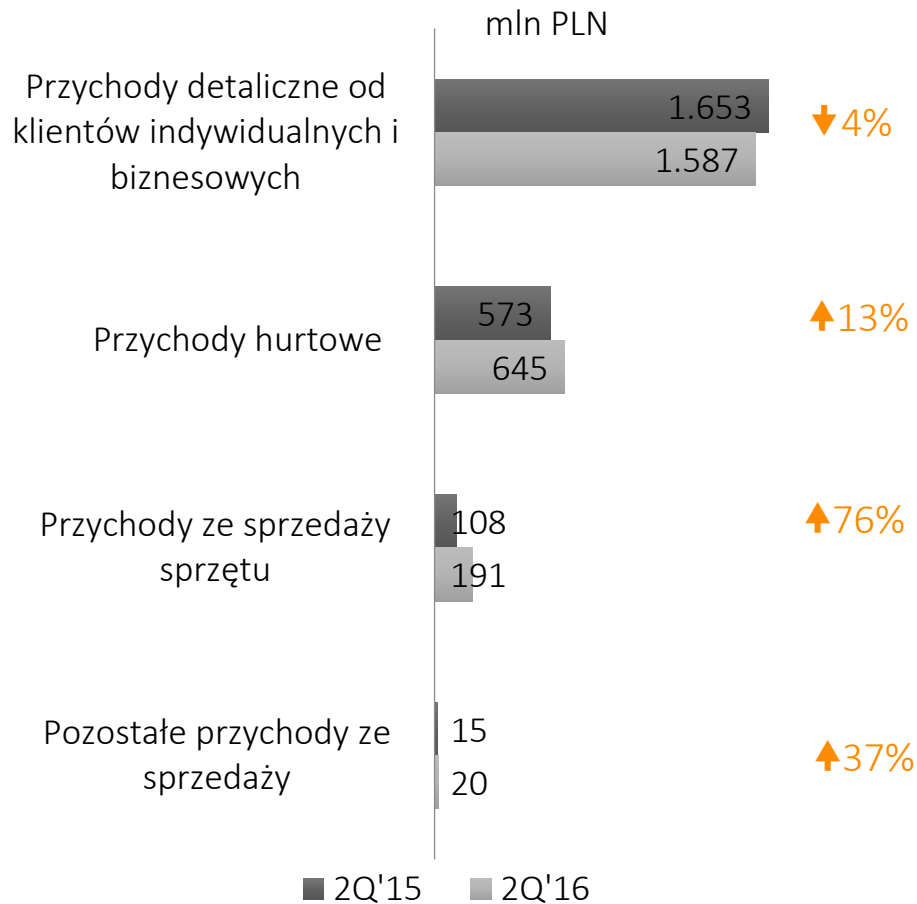


Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Midas S.A., skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne





# Struktura pro-forma przychodów ze sprzedaży w 2Q'16



- Spadek przychodów z usług głosowych kompensowany częściowo wyższymi przychodami z usług płatnej telewizji oraz dostępu do Internetu
- Rosnące przychody reklamowe TV Polsat oraz rosnące rozliczenia IC przekładają się na dynamikę przychodów hurtowych
- Wyższe przychody ze sprzedaży sprzętu wynikają ze stopniowo rosnącego udziału sprzedaży ratalnej, efektu niższych subsydiów oraz z optymalizacji poziomu zapasów

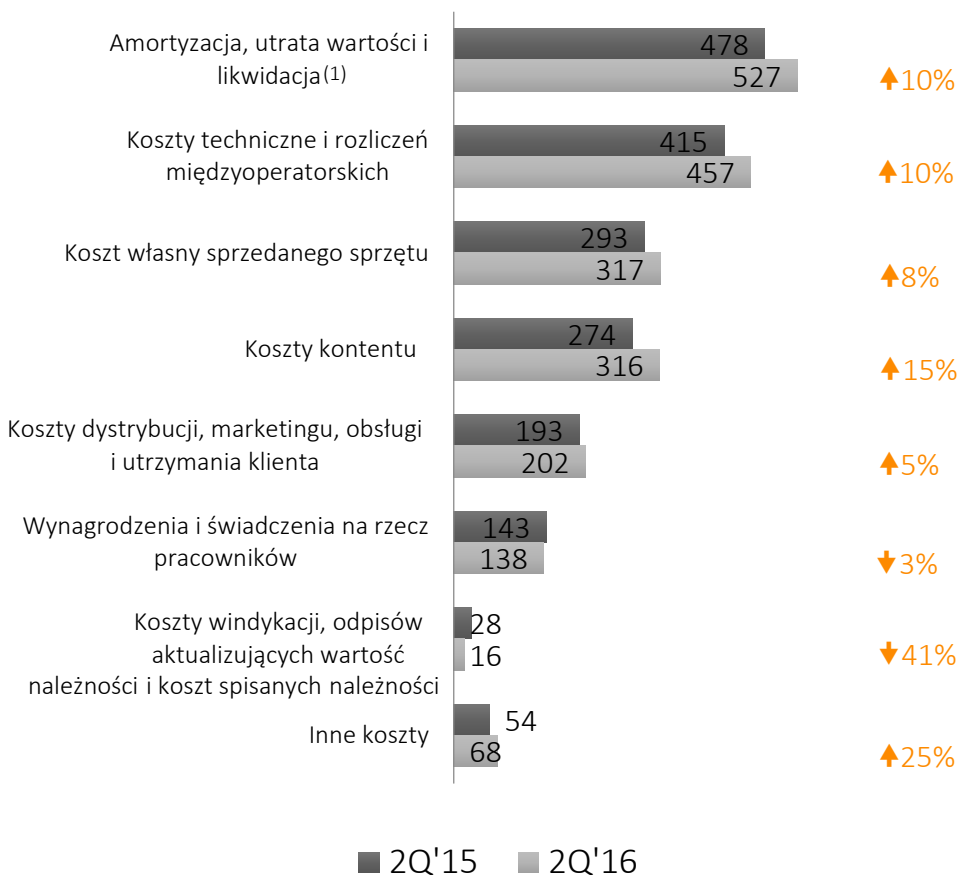
Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Midas S.A., skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne



# Struktura pro-forma kosztów operacyjnych w 2Q'16



mln PLN



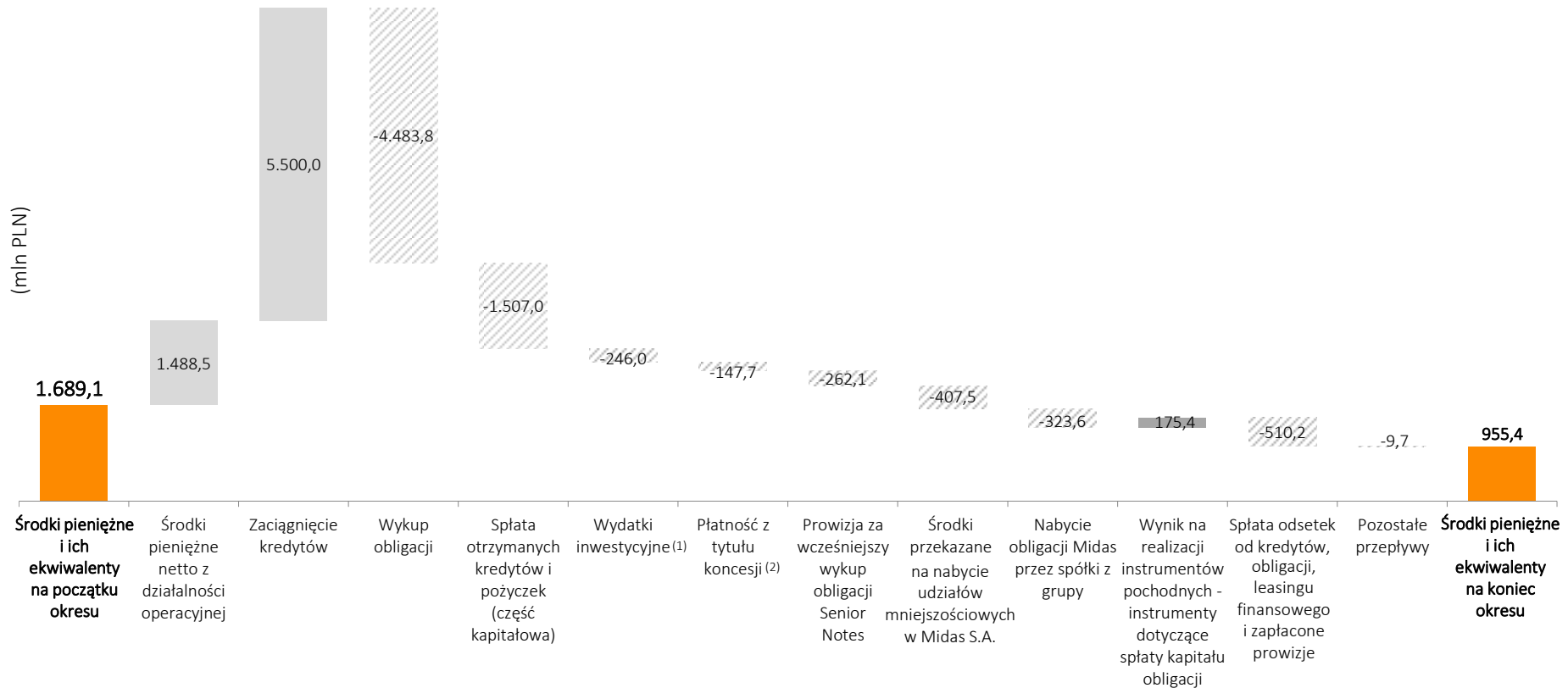
- Wyższe koszty amortyzacji, głównie w wyniku ujęcia w 2Q'16 kosztów amortyzacji koncesji telekomunikacyjnych należących do Grupy Midas za marzec 2016 r. (wstępne PPA) oraz efektu niższej bazy w 2Q'15 wynikającej ze zmiany okresu użytkowania znaku Plus
- Koszty techniczne pod wpływem wzrostu kosztów IC
- Wzrost kosztów własnych sprzedanego sprzętu w wyniku wyższego średniego kosztu jednostkowego sprzedawanego sprzętu przy malejącym łącznym wolumenie sprzedaży
- Koszty kontentu rosną w związku z wyższymi kosztami produkcji własnej i zewnętrznej oraz amortyzacją praw sportowych

Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Midas S.A., skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne

Nota: (1) Przyjęto założenie, że wartość częstotliwości na dzień 01.01.2015 r. jest równa wartości częstotliwości ustalonej w wyniku wstępnego PPA na dzień 29.02.2016 r.



# Rachunek przepływów pieniężnych pro-forma w 1H'16



Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Midas S.A., skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne

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

(2) Koszt zakupu pasma 2,6GHz w aukcji LTE (155,75 mln PLN) pomniejszony o bezgotówkowe rozliczenie zakupu (8,0 mln PLN potrącone z kaucji aukcyjnej)

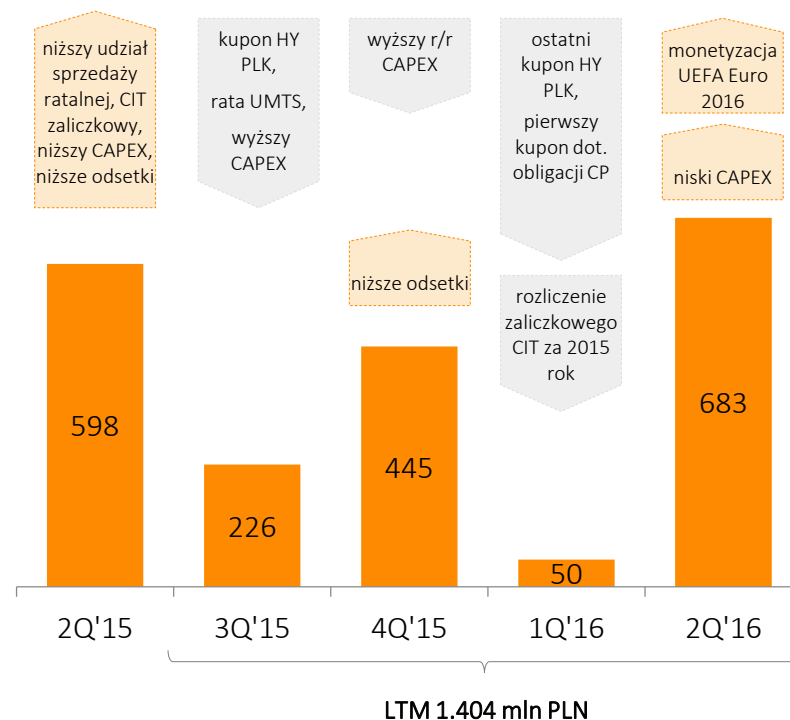


# Uzgodnienie FCF pro-forma po odsetkach



mln PLN	2Q'16	1H'16
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	929	1.376
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-840	-865
Splata odsetek od kredytów, pożyczek i obligacji <sup>(1)</sup>	-125	-595
<b>FCF po odsetkach</b>	<b>-36</b>	<b>-84</b>
Nabycie Grupy Midas (wraz z gotówką)	408	145
Nabycie obligacji Midas	324	324
FCF Grupy Midas w okresie styczeń-luty'16		105
Jednorazowa płatność z tytułu zakupu pasma 2,6 GHz		156
Opcja call dot. wczesnego wykupu Obligacji HY PLK		262
Efekt gotówkowy rozliczenia transakcji hedgingowych dot. nominału Obligacji HY PLK		-175
Lokaty krótkoterminowe	-12	
<b>Skorygowany FCF po odsetkach</b>	<b>683</b>	<b>733</b>

## Skorygowany FCF po odsetkach<sup>(2)</sup>



Źródło: pro forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Midas S.A., skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne

Nota: (1) Obejmuje wpływ instrumentów IRS/CIRS/forward

(2) Wyniki FCF dla roku 2015 zostały skorygowane wstecznie, poprzez uwzględnienie wyników FCF Grupy Midas



# Zadłużenie Grupy na 30 czerwca 2016 r.



mIn PLN	Wartość bilansowa na dzień 30 czerwca 2016
Połączony Kredyt Terminowy	11.002
Kredyt Rewolwingowy	-
Obligacje serii A	1.017
Obligacje Litenite zerokuponowe	820
Leasing i inne	30
<b>Zadłużenie brutto</b>	<b>12.869</b>
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty <sup>1</sup>	(955)
<b>Zadłużenie netto</b>	<b>11.914</b>
EBITDA LTM	3.593
<b>Zadłużenie netto / EBITDA LTM wg SFA<sup>2</sup></b>	<b>3,09</b>
Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM	3,32

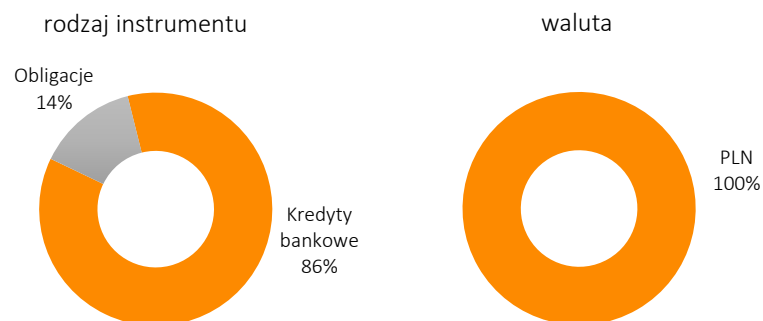
<sup>1</sup> Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, w tym środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania oraz lokat krótkoterminowych

<sup>2</sup> Zadłużenie netto zgodnie z definicją SFA, tzn. z wyłączeniem długu, który nie jest obsługiwany gotówkowo

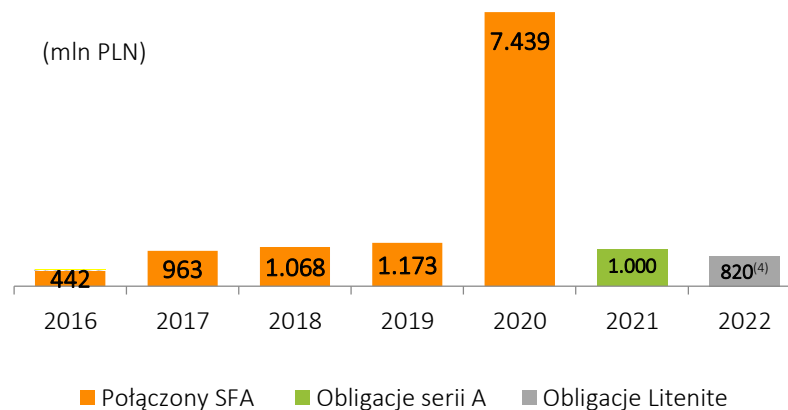
<sup>3</sup> Wartość nominalna zadłużenia na dzień 30 czerwca 2016 r. (z wyłączeniem Kredytu Rewolwingowego)

<sup>4</sup> Zobowiązanie z tytułu Obligacji Litenite na dzień 30 czerwca 2016 r.

## Struktura zadłużenia<sup>2</sup>



## Zapadalność długu<sup>3</sup>



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2016 r. oraz analizy wewnętrzne



# 4. Podsumowanie i Q&A

A horizontal bar with a gradient from orange on the left to green on the right, positioned below the section header.



**Sukces** finansowy inwestycji w UEFA EURO 2016



**Solidne** wyniki operacyjne i finansowe



**Silny FCF** wspierający szybkie oddłużanie grupy

## 5. Dodatkowe informacje

A horizontal bar with a gradient from orange on the left to green on the right, positioned below the main section header.

### 5.1 Raportowane wyniki finansowe Grupy Polsat

Konsolidacja wyników Grupy Midas od 29 lutego 2016



# Wyniki finansowe Grupy Polsat w 2Q'16



mIn PLN	2Q'16	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.443	-1%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	1.515	1%
EBITDA	935	-4%
Marża EBITDA	38,3%	-1,3pkt%
Zysk netto	231	-24%

- Wyniki Grupy pod wpływem konsolidacji od 29 lutego 2016 r. wyników Grupy Midas
- Poziom kosztów pod wpływem wyższych kosztów kontentu oraz własnych sprzedanego sprzętu
- Zysk netto pod wpływem ujęcia kosztów amortyzacji koncesji telekomunikacyjnych należących do Grupy Midas oraz niższych kosztów finansowych

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2016 r. oraz analizy wewnętrzne

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



# Wyniki segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym w 2Q'16



mIn PLN	2Q'16	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.072	-5%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	1.325	-1%
EBITDA	754	-11%
Marża EBITDA	36,4%	-2,5pkt%

- Poziom przychodów pod wpływem niższych przychodów hurtowych oraz przychodów detalicznych od klientów indywidualnych i biznesowych, a także wyższych przychodów ze sprzedaży sprzętu
- Poziom kosztów głównie pod wpływem niższych kosztów technicznych i rozliczeń międzyoperatorskich (IC) w efekcie czego wynik EBITDA osiągnął poziom 754 mln PLN

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2016 r. oraz analizy wewnętrzne

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



# Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej w 2Q'16



mIn PLN	2Q'16	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	451	30%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	270	27%
EBITDA	181	35%
Marża EBITDA	40,1%	1,5pkt%

- Wyższa dynamika przychodów względem kosztów między innymi wynikiem sukcesu finansowego UEFA EURO 2016

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2016 r. oraz analizy własne

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



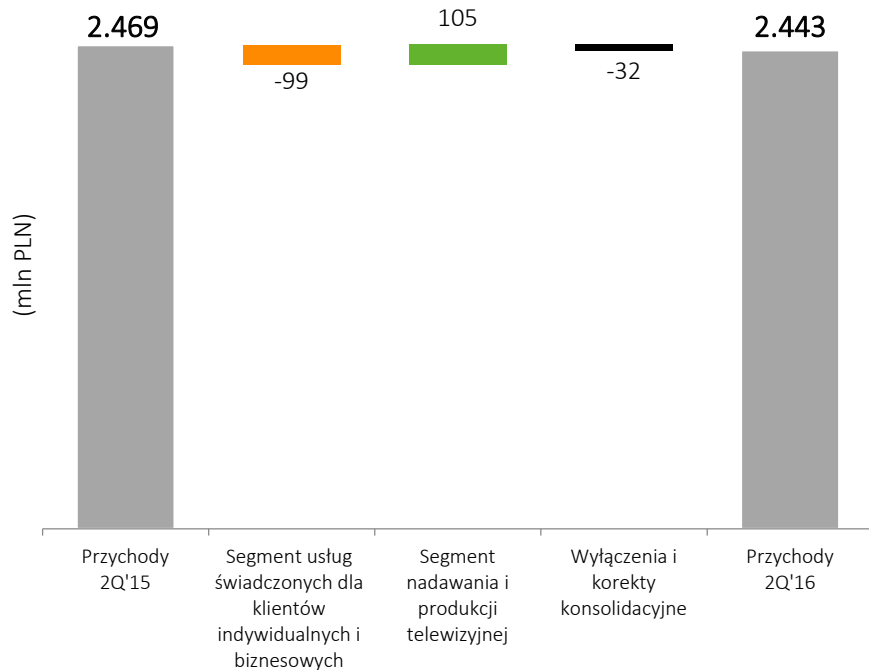
# Przychody i koszty – czynniki zmian 2Q'16



## Przychody ze sprzedaży

zmiana r/r

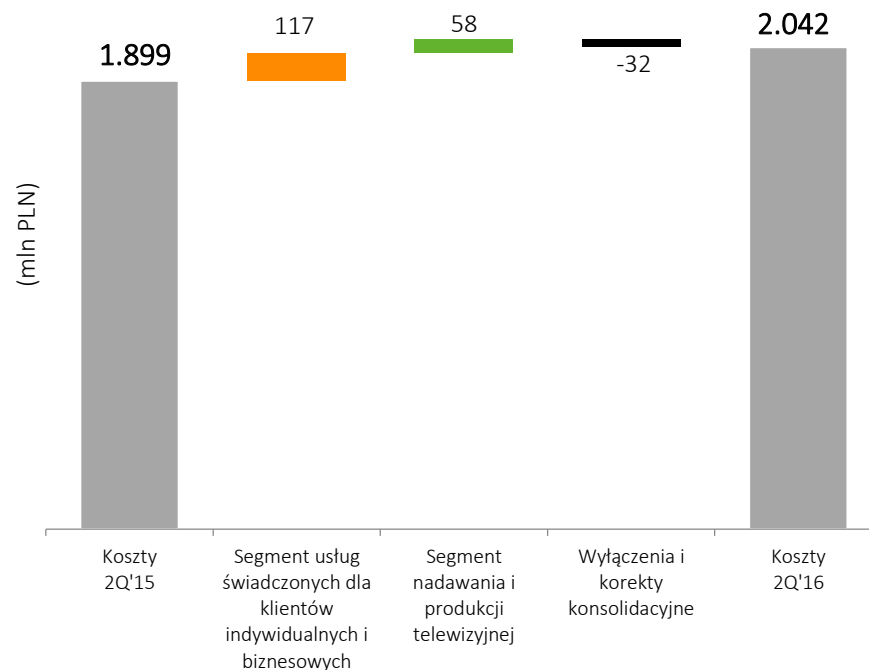
**-1%**  
**-26 mln**



## Koszty operacyjne

zmiana r/r

**+8%**  
**+143 mln**



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2016 r. oraz analizy wewnętrzne



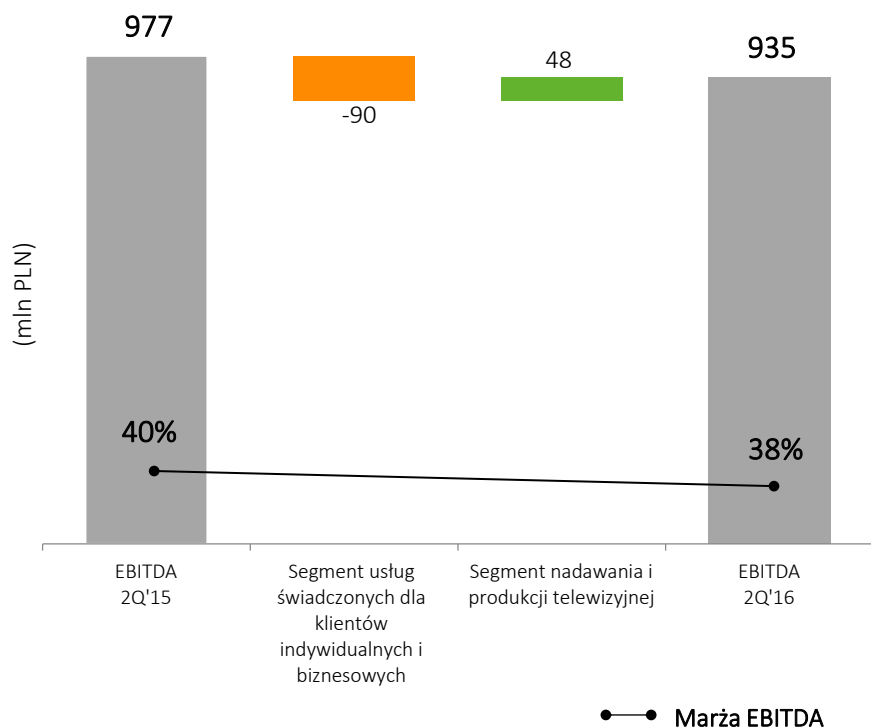
# EBITDA i zysk netto – czynniki zmian 2Q'16



## EBITDA

zmiana r/r

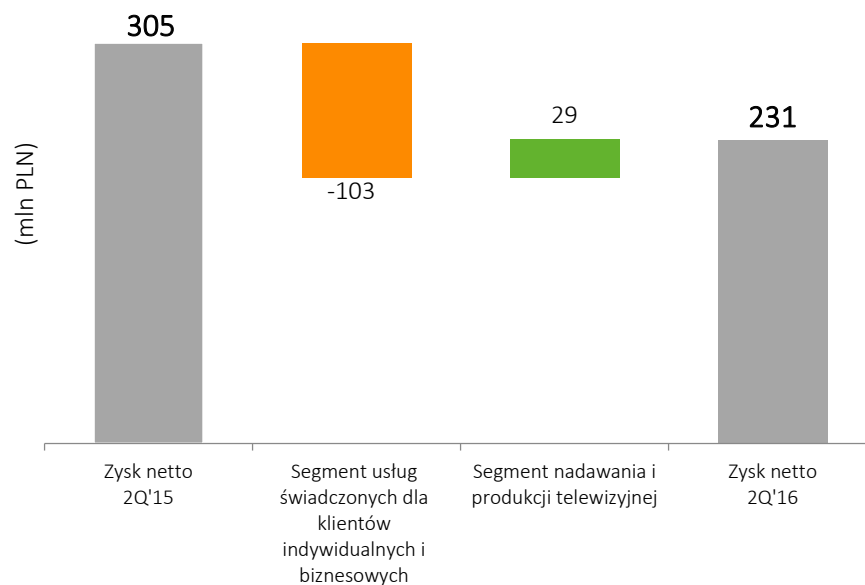
-4%  
-42mln



## Zysk netto

zmiana r/r

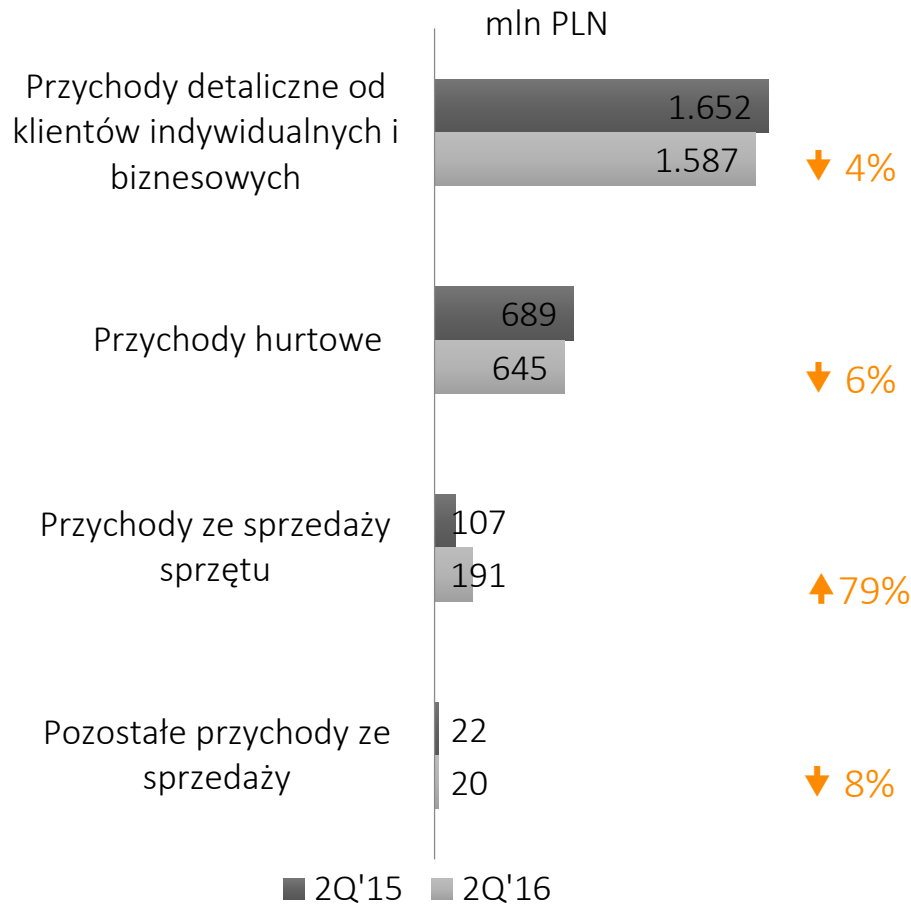
-24%  
-74 mln



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2016 r. oraz analizy wewnętrzne



# Struktura przychodów ze sprzedaży w 2Q'16



- Niższe przychody detaliczne przede wszystkim w wyniku spadku przychodów z usług głosowych, co spowodowane jest wysoką konkurencyjnością rynku telekomunikacyjnego, co zostało częściowo skompensowane wyższymi przychodami z usług płatnej telewizji, w szczególności w związku ze sprzedażą detaliczną pakietów kanałów dedykowanych mistrzostwom UEFA EURO 2016 oraz rosnącymi przychodami z usług dostępu do mobilnego Internetu i transmisji danych
- Spadek przychodów hurtowych, głównie w wyniku ujmowania w tej pozycji w 2Q15 przychodów z tytułu dzierżawy infrastruktury przez Grupę Midas, które w 2Q16 podlegają eliminacji konsolidacyjnej w związku z nabyciem Grupy Midas
- Wyższe przychody ze sprzedaży sprzętu wynikają ze stopniowo rosnącego udziału sprzedaży ratalnej, efektu niższych subsydiów oraz z optymalizacji poziomu zapasów

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2016 r. oraz analizy wewnętrzne



# Struktura kosztów operacyjnych w 2Q'16



mln PLN

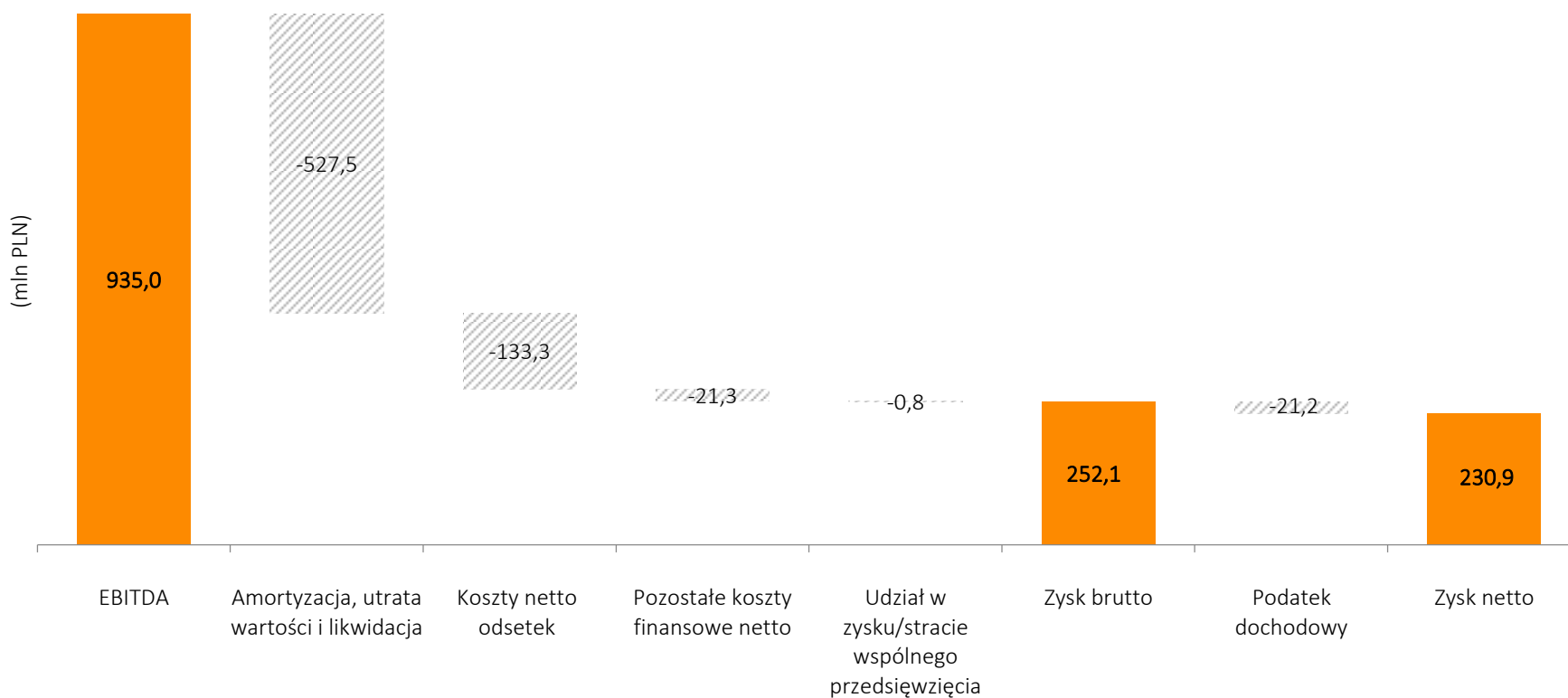


- Poziom kosztów technicznych głównie w wyniku eliminacji na konsolidacji rosnących kosztów ruchu w ramach usługi dostępu do szerokopasmowego Internetu, w związku z nabyciem Grupy Midas. W okresie porównawczym koszty te były płatne na rzecz Grupy Midas.
- Wyższe koszty amortyzacji głównie w wyniku ujęcia kosztów amortyzacji koncesji telekomunikacyjnych należących do Grupy Midas w wyniku dokonanej w ramach wstępnej alokacji ceny zakupu Grupy Midas wyceny tych koncesji
- Wzrost kosztów własnych sprzedanego sprzętu w wyniku wyższego średniego kosztu jednostkowego sprzedawanego sprzętu przy malejącym łącznym wolumenie sprzedaży
- Koszty kontentu rosną w związku z wyższymi kosztami produkcji własnej i zewnętrznej oraz amortyzacją praw sportowych

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2016 r. oraz analizy wewnętrzne



# Pozycje poniżej EBITDA w 2Q'16



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2016 r. oraz analizy wewnętrzne



# Definicje



<b>RGU (Revenue Generating Unit)</b>	Pojedyncza, aktywna usługa płatnej telewizji, dostępu do Internetu lub telefonii komórkowej, świadczona w modelu kontraktowym lub przedpłaconym.
<b>Klient</b>	Osoba fizyczna, prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, posiadająca co najmniej jedną, aktywną usługę świadczoną w <b>modelu kontraktowym</b> .
<b>ARPU kontrakt</b>	Średni miesięczny przychód od <b>Klienta</b> wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym (uwzględnia przychody z interconnect).
<b>ARPU pre-paid</b>	Średni miesięczny przychód od <b>RGU pre-paid</b> wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym (uwzględnia przychody z interconnect).
<b>Churn</b>	<p>Rozwiązanie umowy z <b>Klientem</b> 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>
<b>Definicja użyciowa (90-dni dla RGU pre-paid)</b>	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. W przypadku bezpłatnego dostępu do Internetu świadczonego przez Aero 2 do RGU usług przedpłaconych w ramach dostępu do Internetu wliczone zostały wyłącznie karty SIM, które w ciągu ostatnich 90 dni skorzystały z usług transmisji danych w ramach płatnych pakietów.



# Kontakt

## Relacje Inwestorskie

Łubinowa 4A  
03-878 Warszawa

Tel.: +48 (22) 356 6004 / +48 (22) 426 85 62 / +48 (22) 356 65 20  
Email: [ir@cyfrowypolsat.pl](mailto:ir@cyfrowypolsat.pl)

[www.grupapolsat.pl](http://www.grupapolsat.pl)



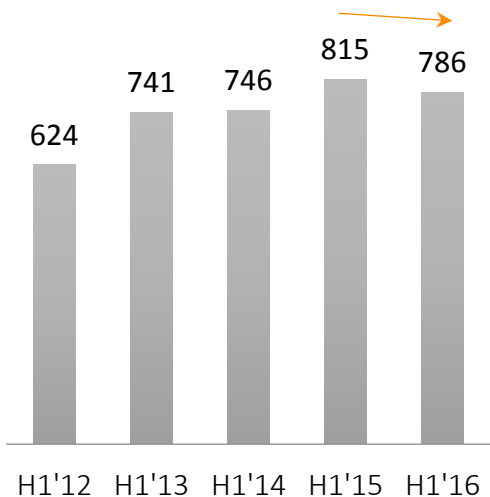


# Backup



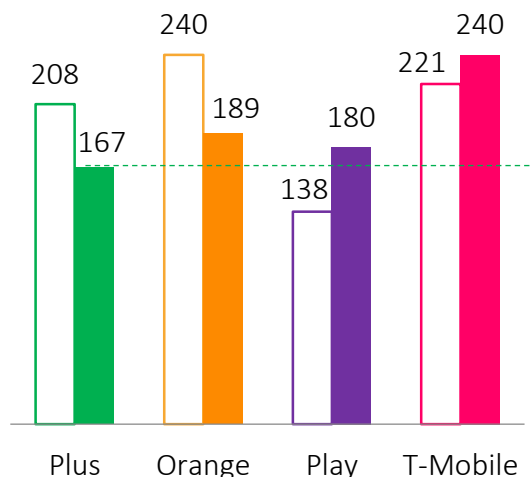
# Najlepszy bilans MNP od 7 lat

Wolumen migracji kart SIM na rynku zaczyna obniżać się

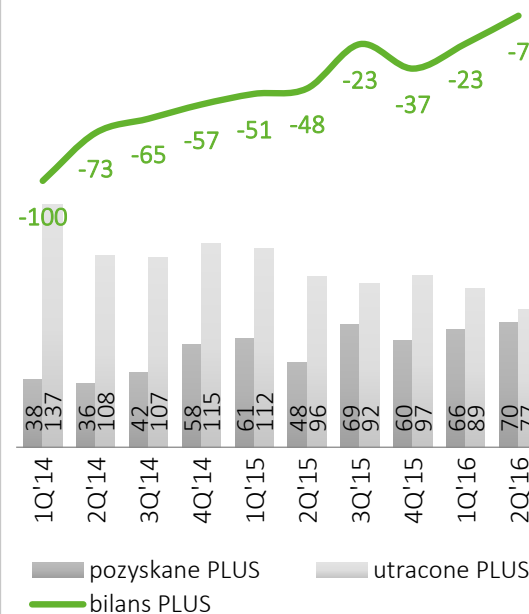


Plus z najniższym na rynku churnem MNP

(H1'15 vs H1'16)



Statystyki przenoszonych numerów do/z sieci Plus (tys.)



Źródło: Interfejs międzyoperatorski MNP oraz Platforma Lokalizacyjno-Informacyjna z Centralną Bazą Danych UAE