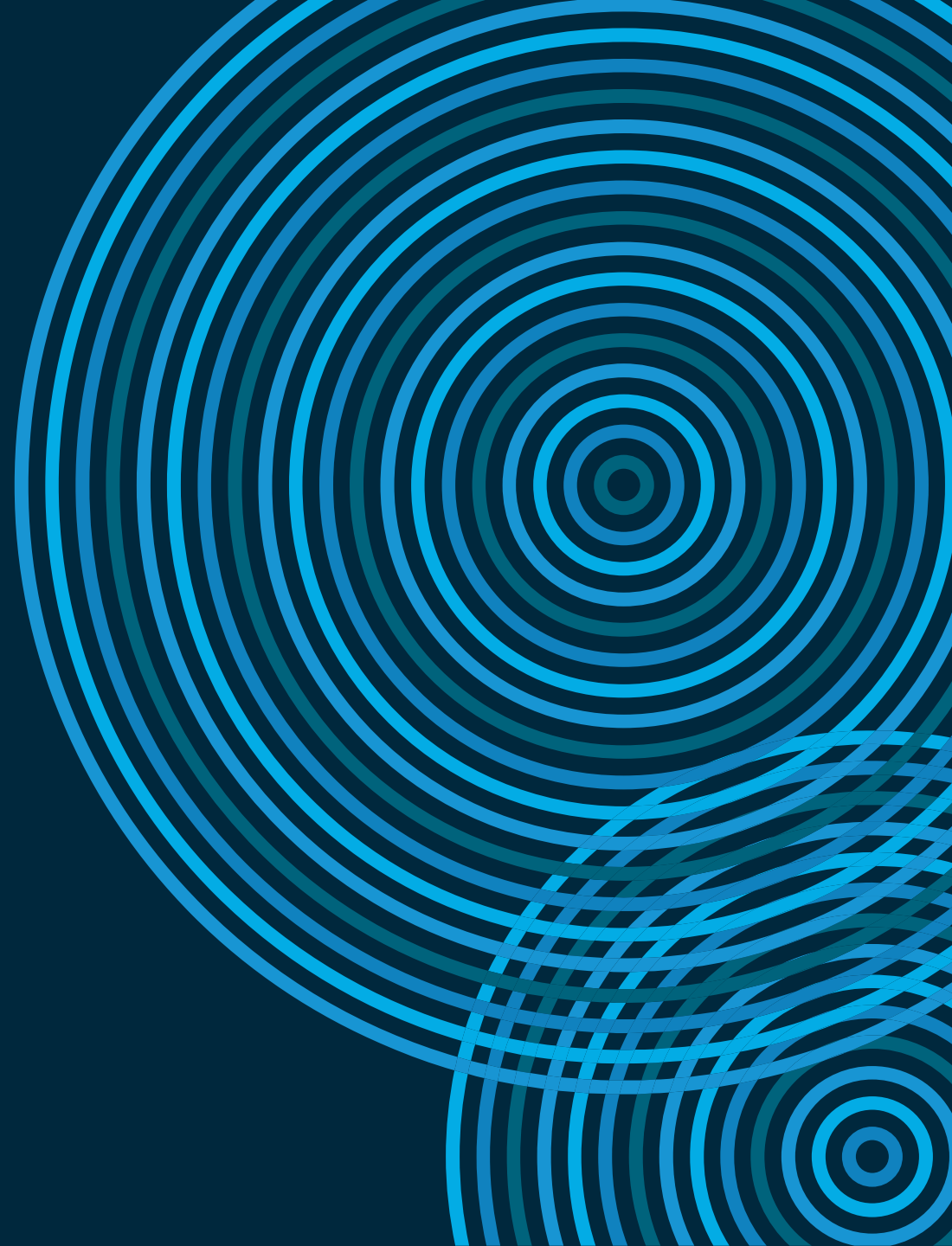


Wyniki finansowe 2Q'22

18 sierpnia 2022 r.



Oświadczenie

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

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

Prelegenci



MIROSŁAW BŁASZCZYK
PREZES ZARZĄDU



MACIEJ STEC
WICEPREZES ZARZĄDU DS. STRATEGII



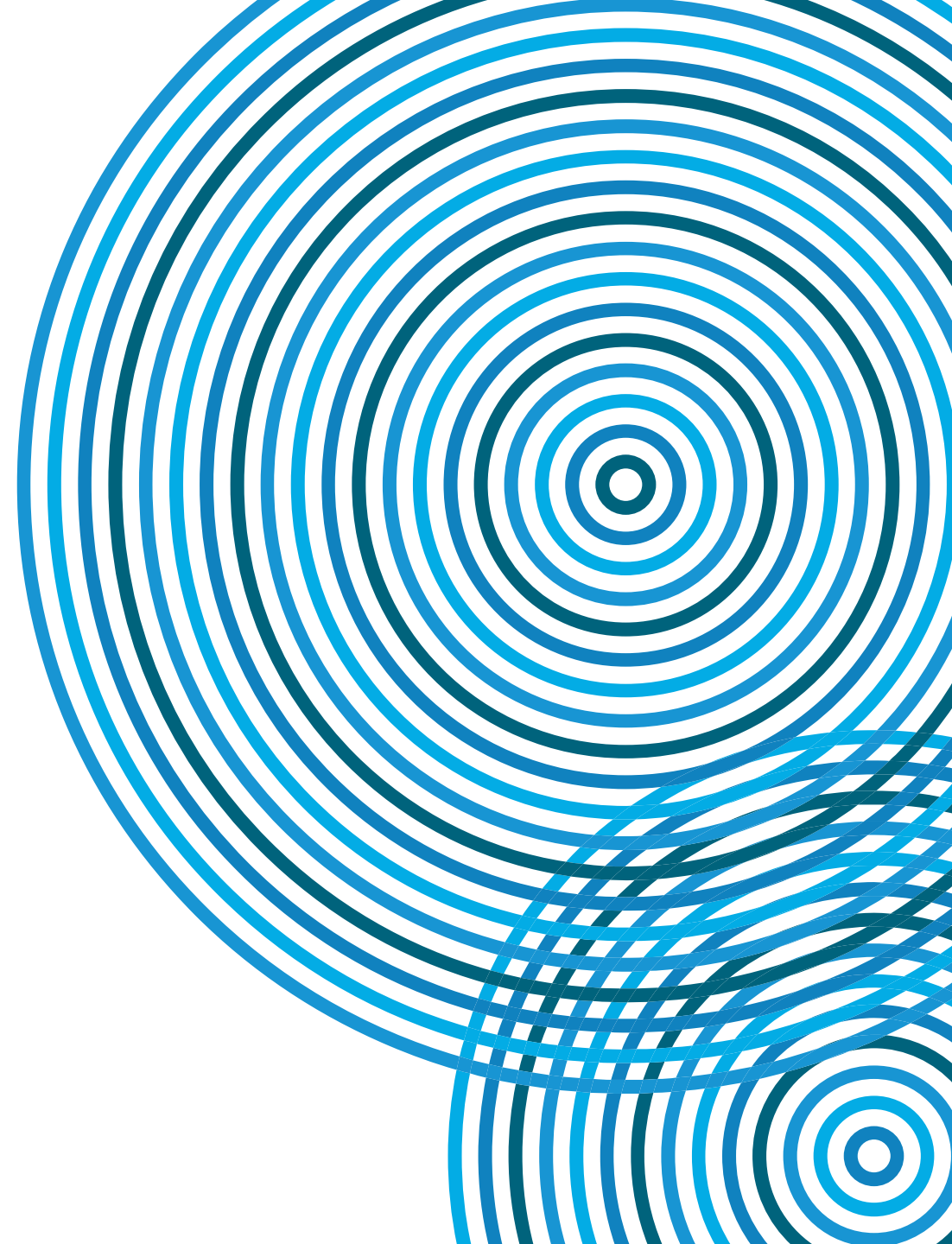
KATARZYNA OSTAP-TOMANN
CZŁONEK ZARZĄDU, CFO



STANISŁAW JANOWSKI
PREZES ZARZĄDU, TELEWIZJA POLSAT

Agenda

- 1. Najważniejsze wydarzenia 2Q'22**
- 2. Działalność operacyjna**
- 3. Wyniki finansowe**
- 4. Podsumowanie i Q&A**



Najważniejsze wydarzenia 2Q'22



Mirosław Błaszczuk
Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Najważniejsze wydarzenia 2Q'22

- Przejęliśmy Port Praski – wyjątkowy projekt deweloperski zlokalizowany w ścisłym centrum Warszawy – i podpisaliśmy umowę JV z bardzo doświadczonym europejskim deweloperem HB Reavis, z którym chcemy razem budować wieżowce biurowe
- Nabyliśmy projekt farmy wiatrowej Człuchów. 33 turbiny o łącznej mocy 72,6 MW zwiększają skalę rozpoczętych inwestycji wiatrowych do poziomu >140MW
- Zaprezentowaliśmy publicznie polski autobus wodorowy NesoBus – wspólny projekt Grupy Polsat Plus i ZE PAK – i rozpoczęliśmy budowę fabryki autobusów w Świdniku
- Przedłużamy współpracę z Volleyball World o kolejne 10 lat. Porozumienie dotyczy praw TV do międzynarodowych rozgrywek kobiecych i męskich, w tym przede wszystkim Mistrzostw Świata
- Jako jedyny operator w Polsce dystrybuujemy ofertę Disney+ z bardzo wysokiej jakości kontentem (Disney, Marvel, Star Wars, Pixar, National Geographic, Star)
- Nasze Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy podjęło uchwałę o wypłacie 661 mln zł dywidendy, czyli 1,20 zł na akcję



Działalność operacyjna



Segment mediowy: telewizja i online

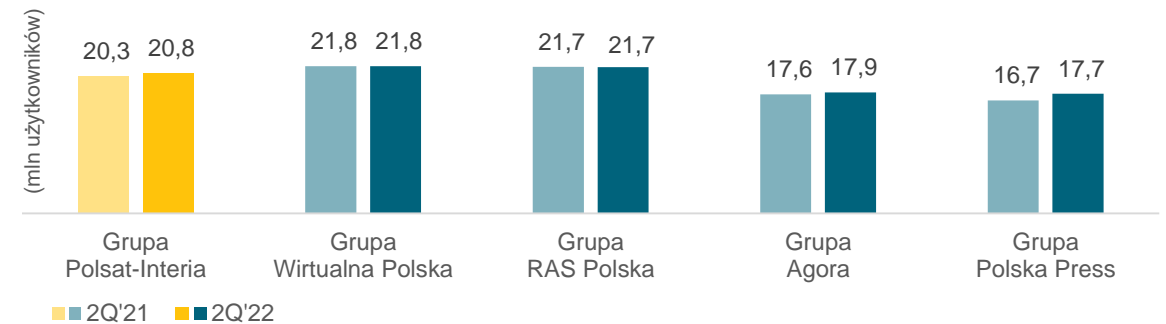


Stanisław Janowski
Prezes Zarządu, Telewizja Polsat

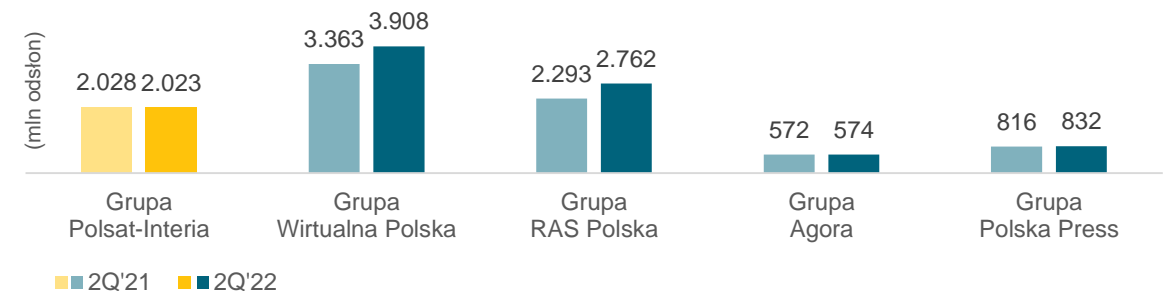
Liczba użytkowników naszych portali internetowych wzrosła do 21 mln

- Jesteśmy wiodącym wydawcą internetowym w Polsce dzięki dokonanej akwizycji Interia.pl
- Nasza wiodąca pozycja w mediach internetowych:
 - 20,8 mln użytkowników oraz
 - 2,0 mld odsłon
- Zgodnie z planem zrealizowaliśmy zapowiadane synergie i kontynuujemy budowę naszej pozycji na rynku portali internetowych

Średniomiesięczna liczba użytkowników



Średniomiesięczna liczba odsłon

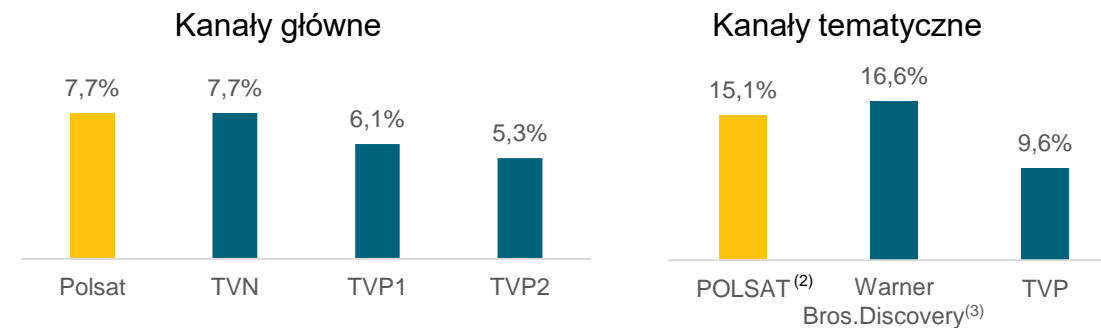


Źródło: Mediapanel, liczba użytkowników – wskaźnik real users, liczba odsłon - wskaźnik views

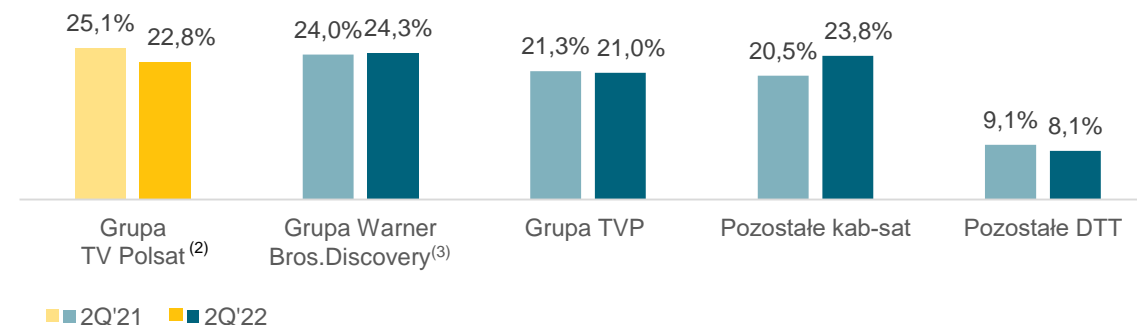
Oglądalność naszych kanałów w 2Q'22

- Wyniki oglądalności kanałów Grupy TV Polsat zgodne ze strategią pomimo niekorzystnego wpływu refarmingu do standardu DVB-T2

Udział w oglądalności



Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-59, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2⁽¹⁾, od września 2021 r. z uwzględnieniem oglądalności poza miejscem zamieszkania, (tzw. widownia OOH), analizy własne

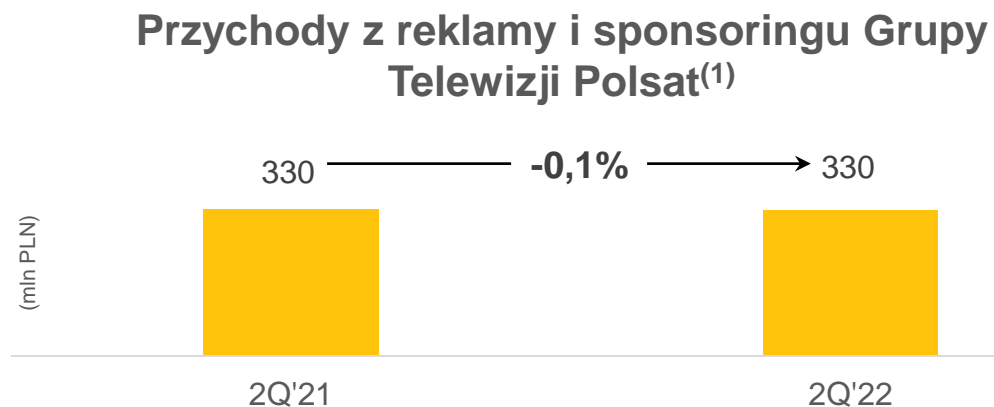
Nota: (1) oglądalność z dnia emisji i z 2 kolejnych dni (tzw. *Time Shifted Viewing*)

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

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

Pozycja na rynku reklamy w 2Q'22

- Stabilny poziom przychodów z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat na tle spadającego rynku
- W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrósł do poziomu 28,6%



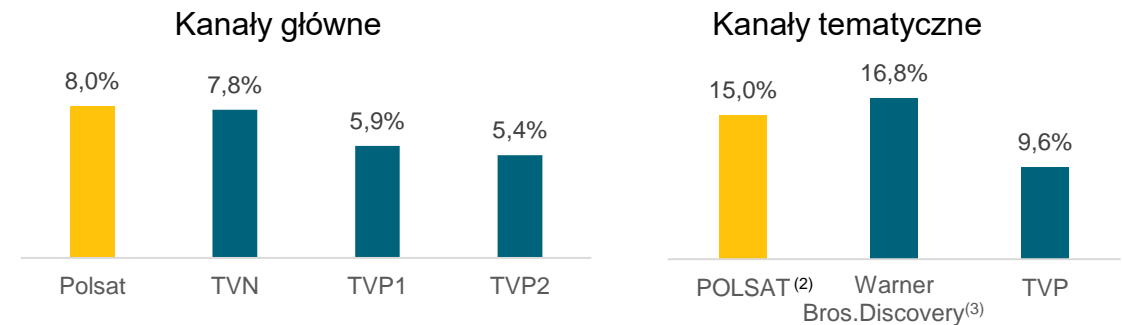
Źródło: Publicis Groupe, dane wstępne, reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy własne

Nota: (1) Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Publicis Groupe

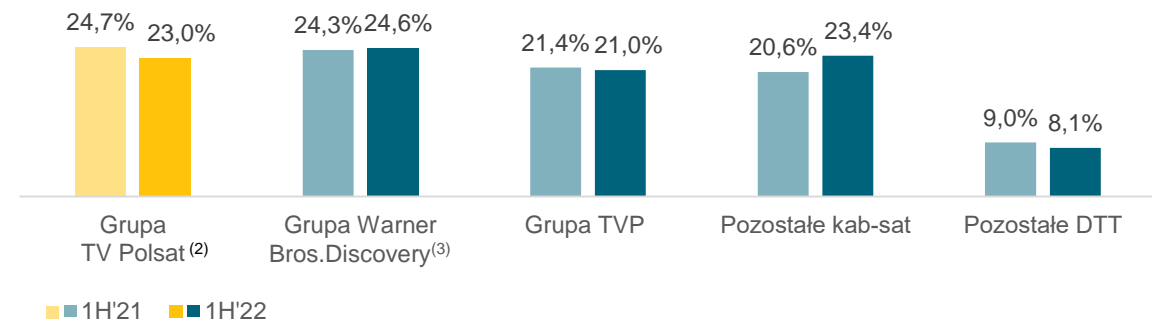
Oglądalność naszych kanałów w 1H'22

- Kanał główny liderem oglądalności w grupie komercyjnej (16-59 lat)

Udział w oglądalności



Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-59, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2⁽¹⁾, od września 2021 r. z uwzględnieniem oglądalności poza miejscem zamieszkania, (tzw. widownia OOH), analizy własne

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

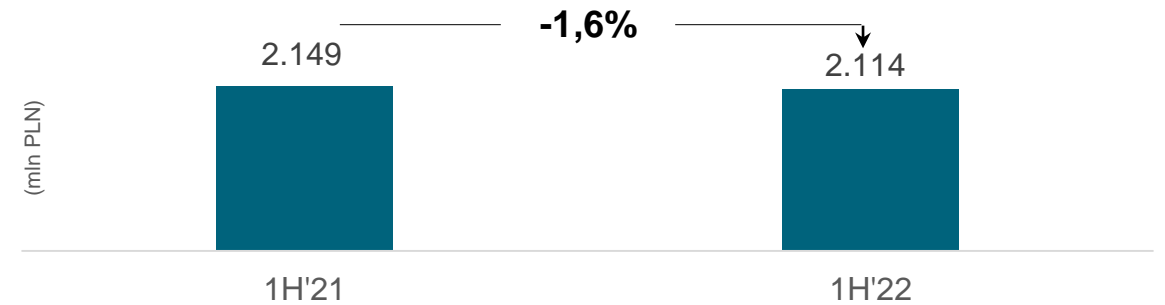
(2) z wyłączeniem kanałów partnerskich: Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat Nature, Polsat Viasat History, JimJam, CI Polsat, Polsat Comedy Central Extra

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

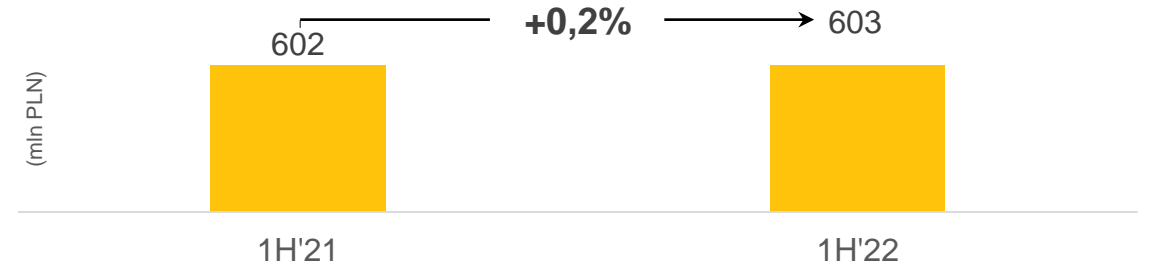
Pozycja na rynku reklamy w 1H'22

- Stabilny poziom przychodów z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat na tle dotkniętego spadkami rynku
- W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrósł do poziomu 28,5%

Wydatki na reklamę i sponsoring



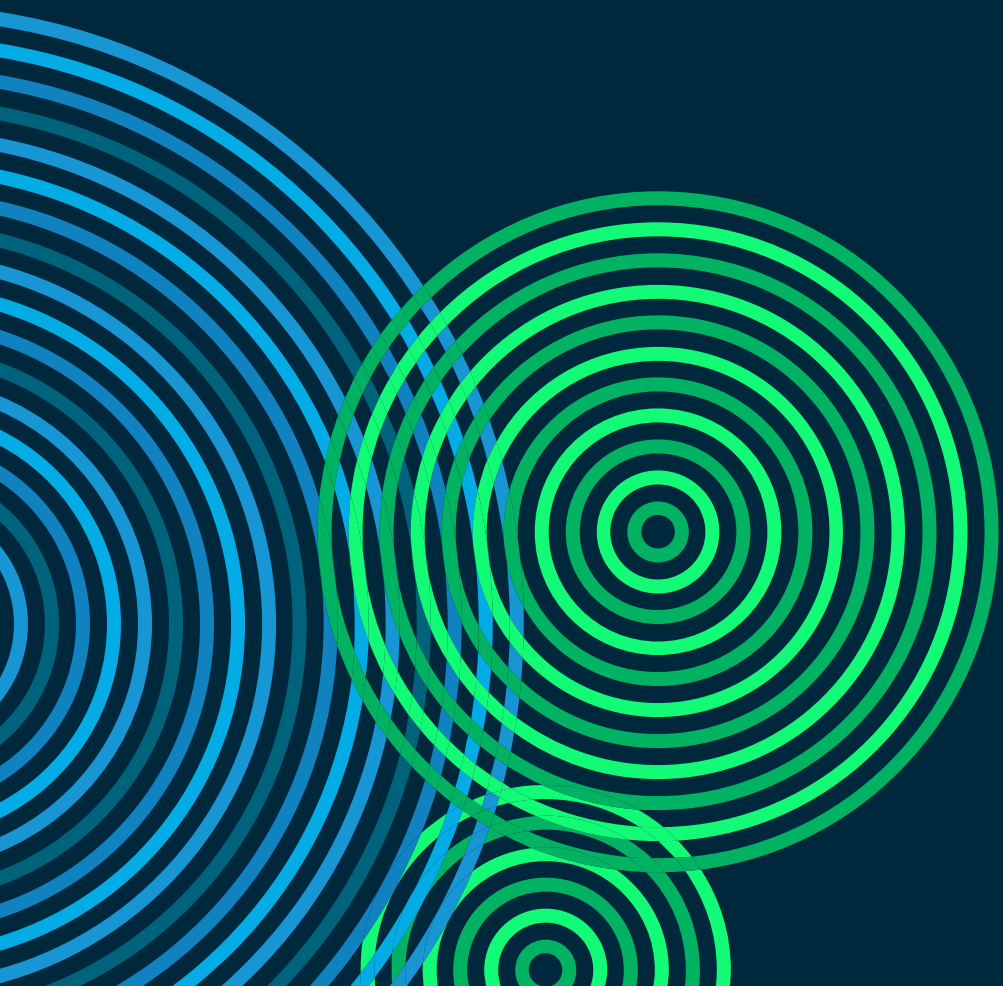
Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



Źródło: Publicis Groupe, dane wstępne, reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy własne

Nota: (1) Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Publicis Groupe

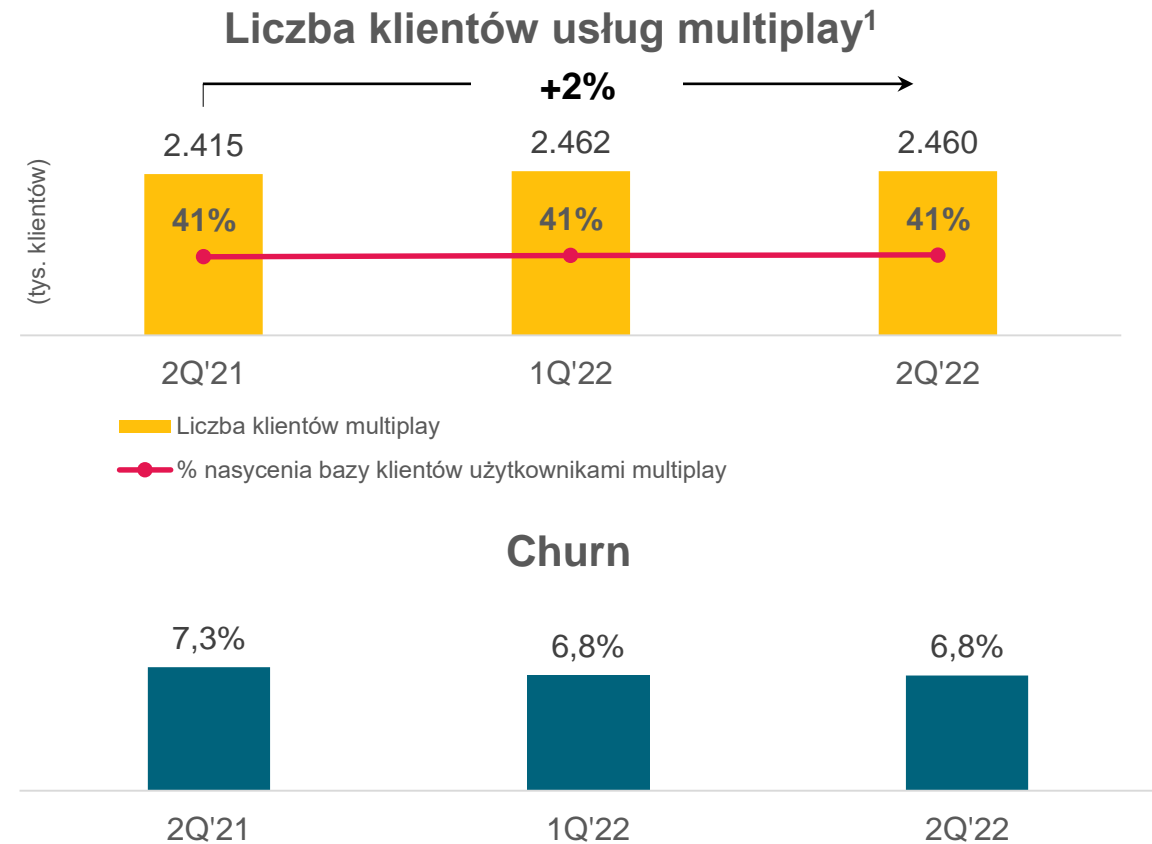
Segment usług B2C i B2B



Maciej Stec
Wiceprezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Prawie 2,5 miliona klientów oferty multiplay

- Konsekwentna realizacja strategii multiplay skutkuje stabilnym wzrostem liczby klientów tych usług o 45 tys. r/r
- Liczba RGU posiadanych przez tych klientów rośnie do 7,38 mln
- Niezmiennie niski poziom churn – głównie dzięki naszej strategii multiplay

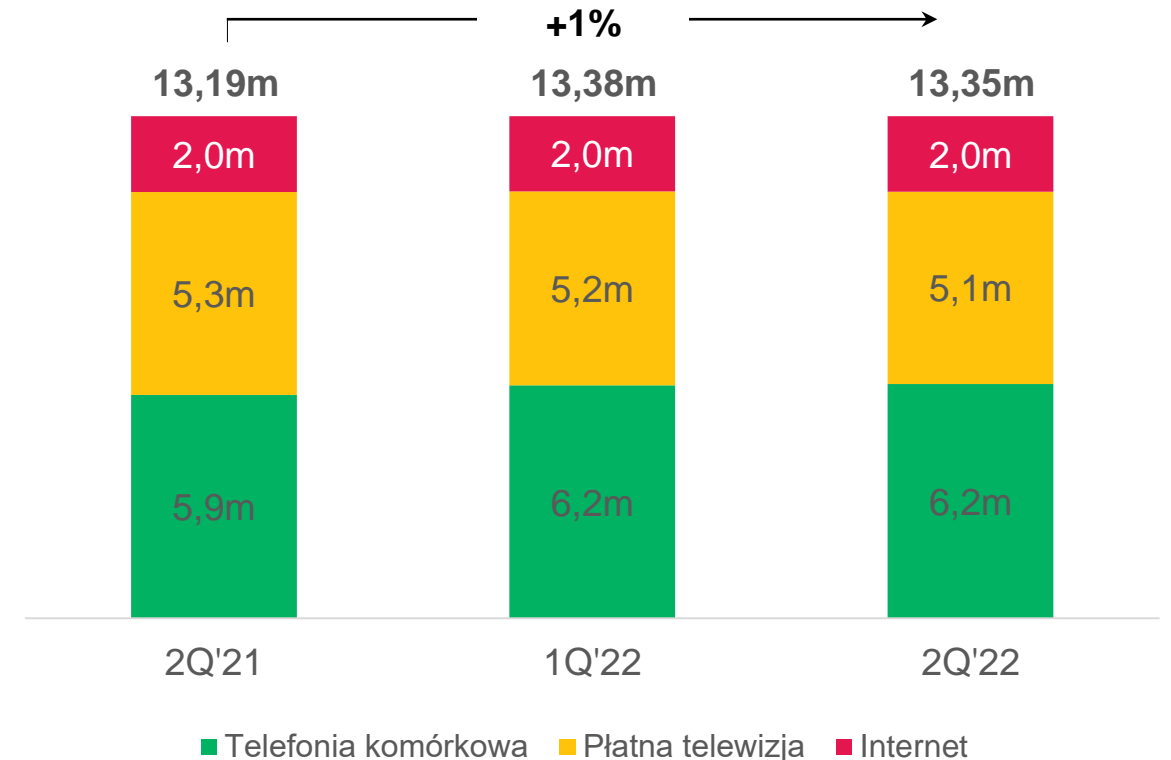


Nota: (1) Obejmuje klientów usług pakietowych spółek z Grupy Netia oraz Premium Mobile

Nasi klienci B2C korzystają z coraz większej liczby usług kontraktowych

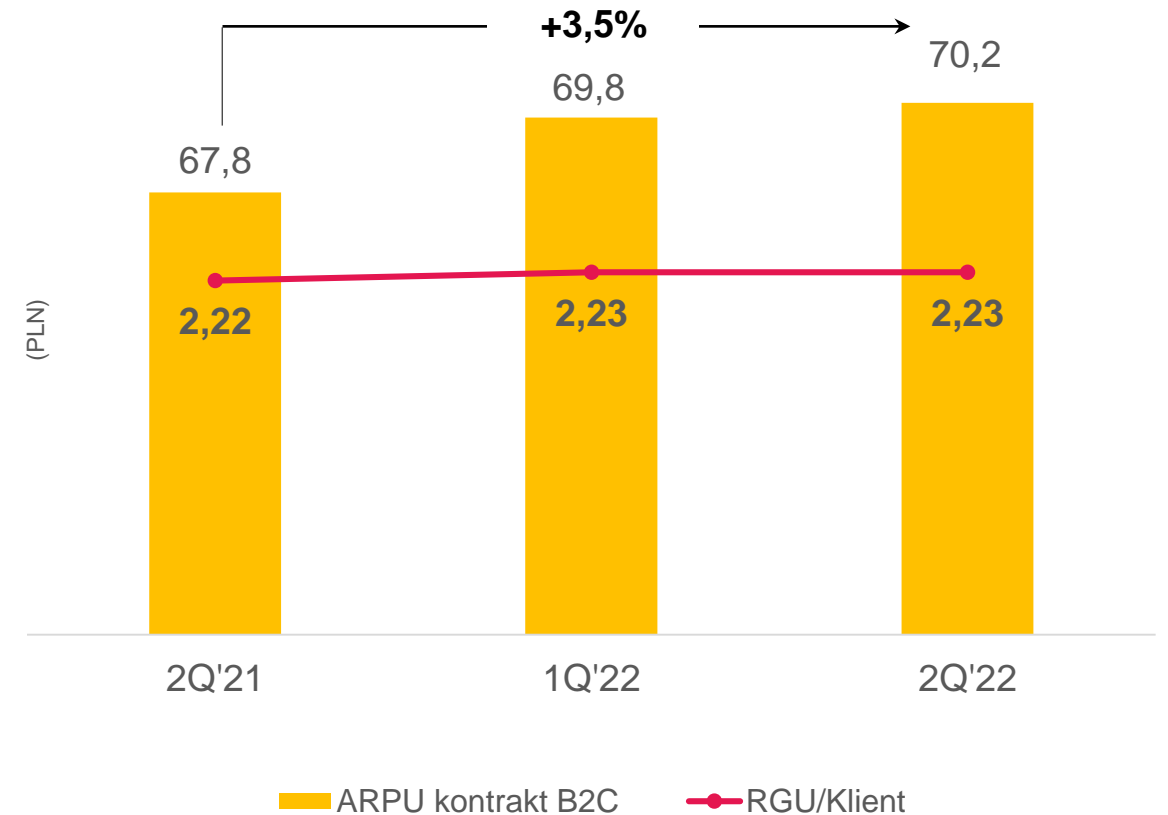
- Przyrost liczby usług kontraktowych o 161 tys. r/r
- Wzrost RGU telefonii komórkowej to efekt skutecznej realizacji strategii dosprzedaży usług do pojedynczego klienta oraz skutecznego dbania o satysfakcję klientów, jak również akwizycji operatora Premium Mobile

Liczba RGU w segmencie kontraktowym B2C



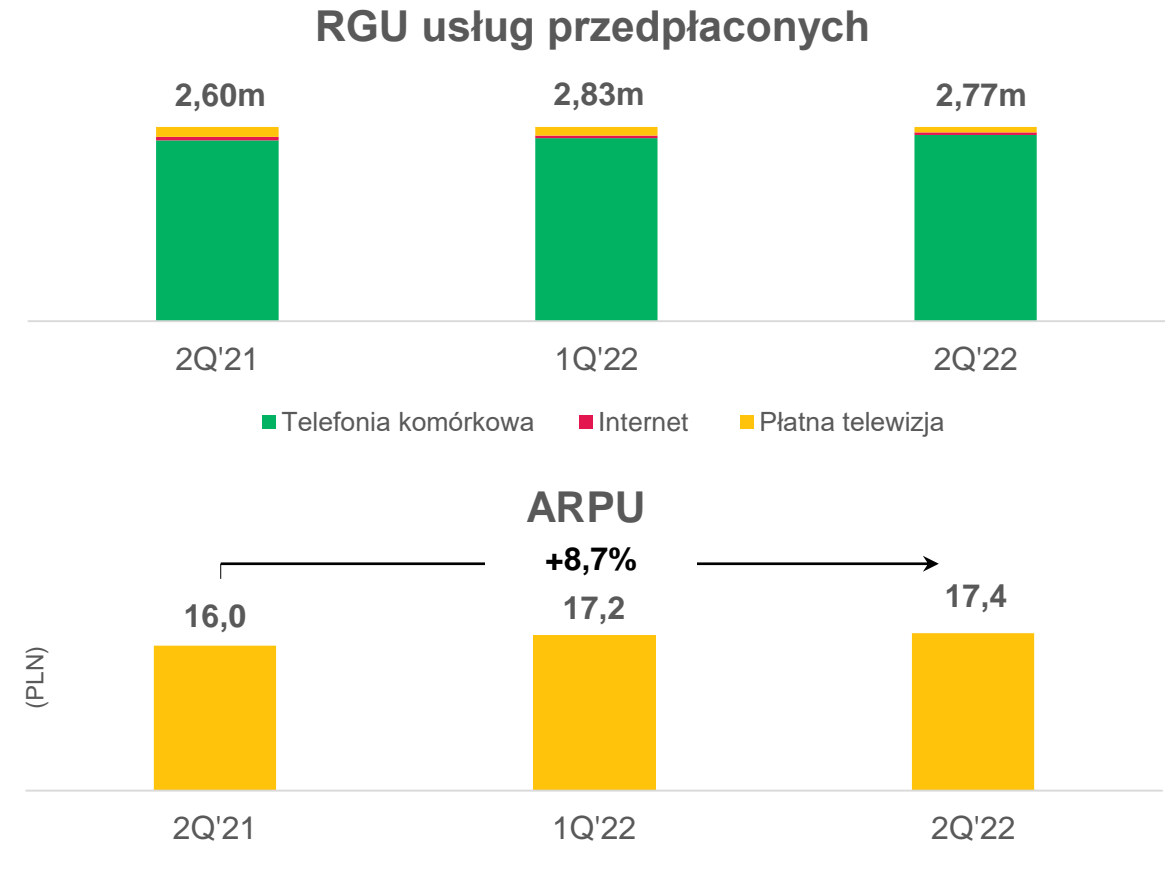
Wzrost ARPU w segmencie B2C dzięki konsekwentnej realizacji strategii multiplay oraz popularyzacji taryf 5G

- Wzrost ARPU o 3,5% r/r wynikający z konsekwentnej budowy wartości istniejącej bazy klienckiej
- Skuteczna dosprzedaż produktów w ramach strategii multiplay niezmiennie odzwierciedla się we wzroście wskaźnika saturacji RGU na klienta



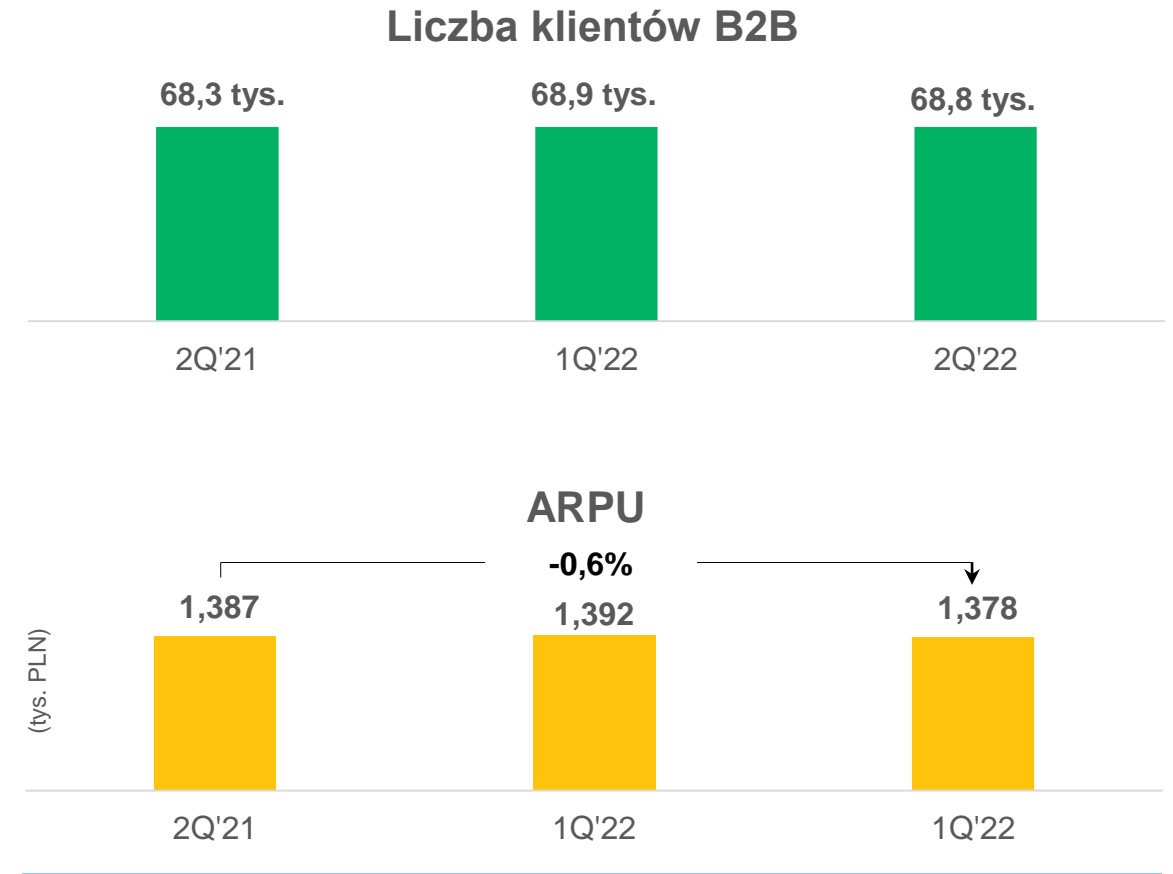
Rosnąca baza i ARPU usług przedpłaconych

- Skala bazy RGU telefonii mobilnej pod korzystnym wpływem efektów akcji wsparcia, polegającej na dystrybucji darmowych starterów dla uchodźców z Ukrainy
- Wzrost ARPU dzięki zmianom w ofercie mobilnej oraz w ofercie telewizyjnej. Obserwujemy również rosnącą skłonność klientów telefonii do wybierania rozwiązań pakietowych zamiast ofert opartych o model *pay-as-you-go*

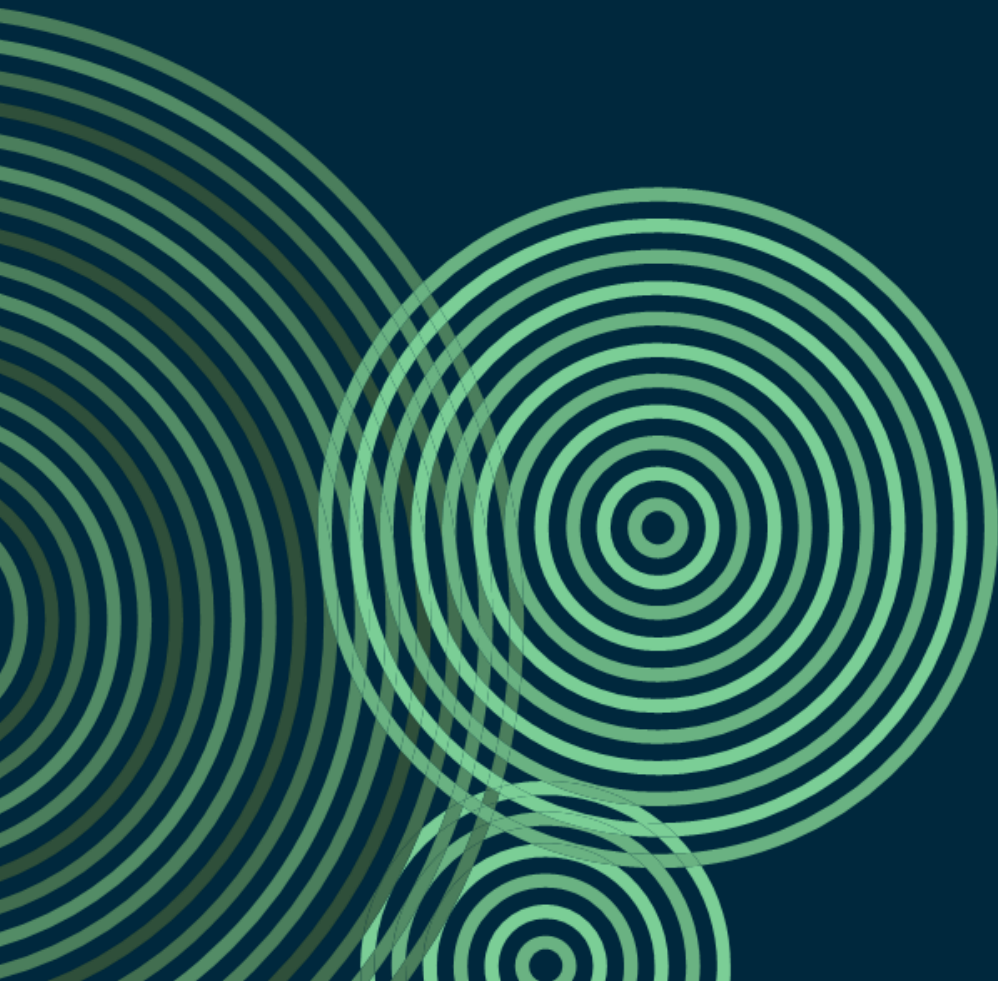


Wysoka baza i stabilne ARPU klientów B2B

- Grupa Polsat Plus obsługuje 68,8 tys. klientów B2B skutecznie utrzymując skalę swojej bazy
- Sukcesywnie poszerzana oferta usług komunikacyjnych i teleinformatycznych pozwala utrzymać ARPU klientów B2B na wysokim poziomie 1,4 tys. PLN/m-c



Segment czysta energia



Maciej Stec

Wiceprezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Cel #1: Chcemy – wspólnie z ZE PAK – stać się wiodącym producentem czystej, zielonej energii

biomasa	słońce	wiatr on-shore	termiczna przeróbka odpadów	wiatr off-shore	SMR
Cel: 100 MW	Cel: 600 MW	Cel: 250 MW	Cel: 2 instalacje	Cel: wsparcie	Cel: wsparcie
				 <p><small>Let's create a world that runs entirely on green energy</small></p>	 <p><small>Źródło: GE Hitachi Nuclear Energy</small></p>
Działa	Działa	Faza budowy	Zainicjowane	Zainicjowane	Faza analizy

Cel #2: Chcemy – wspólnie z ZE PAK – stać się wiodącym producentem zielonego wodoru

zielona energia	produkcja zielonego wodoru	magazynowanie i transport	dystrybucja zielonego wodoru	produkty dla użytkowników	produkty dla użytkowników
<p>Energia ze słońca Energia z wiatru Energia z biomasy</p>	<p>Cel: Elektrolizernia 100 MW</p> <p>Produkcja 40t zielonego H₂ na dobę</p>	<p>Cel: Magazynowanie i transport z użyciem baterii butli</p> <p>40t H₂ na dobę</p>	<p>Cel: Budowa sieci stacji tankowania zielonym wodorem</p> <p>30 stacji tankowania</p>	<p>Cel: Produkcja polskich autobusów wodorowych</p> <p>>100 autobusów rocznie</p>	<p>Cel: Popularyzacja użytkowania aut wodorowych w Polsce</p> <p>100 aut we flocie własnej</p>
				 <p style="text-align: right; font-size: small;">fot. Gdynia.pl</p>	
Dział	Pierwszy elektrolizer w 3Q'22	Pierwsze magazyny testowane	Pierwsze stacje w fazie pozwoleń na budowę	Polski autobus wodorowy zadebiutował Fabryka w przygotowaniu	Auta wodorowe aktywnie użytkowane przez pracowników

Nasze działania w obszarze Czystej Energii zaczynają przekładać się korzystnie na wyniki finansowe Grupy Polsat Plus

- Największa farma fotowoltaiczna w Polsce, zlokalizowana w Brudzewie, wyprodukowała 42,9 GWh czystej, zielonej energii w 1H'22
- Podwoiliśmy skalę rozpoczętych przez nas inwestycji w wiatr on-shore poprzez nabycie projektu farmy wiatrowej Człuchów. Obecnie budujemy projekty wiatrowe o łącznej mocy >140MW
- Nasz autobus wodorowy, po uzyskaniu homologacji europejskiej, woził już pasażerów w Gdańsku, Gdyni, Wrocławiu i Koninie. Pozytywny odbiór władz miast i samych mieszkańców – w pełni ekologiczny transport oparty o polski produkt
- Zawarliśmy umowę z Mostostalem Puławy na budowę fabryki autobusów wodorowych w Świdniku. We wrześniu Mostostal „wbija łopatę” i rozpoczyna budowę. Planowany termin zakończenia to 2Q'23
- Pierwszy elektrolizer o mocy 2,5MW jest gotowy do odbioru w Belgii, dostawa do Konina na początku września'22. A dodatkowo odebraliśmy kolejny wodorowóz, tym razem o pojemności 1000kg



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



Murowanie fundamentów pod wiatraki w Miłostawiu



Druga turbina biomasowa w Koninie



Kompresor wodorowy | Elektrolizer



Wodorowóz o pojemności 1000 kg

NesoBus – polski autobus wodorowy

PROJEKT



POLSKI PROTOTYP



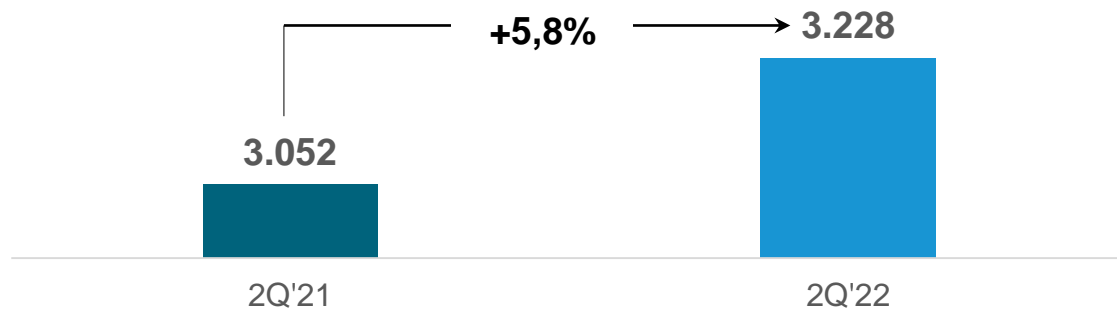
Wyniki finansowe



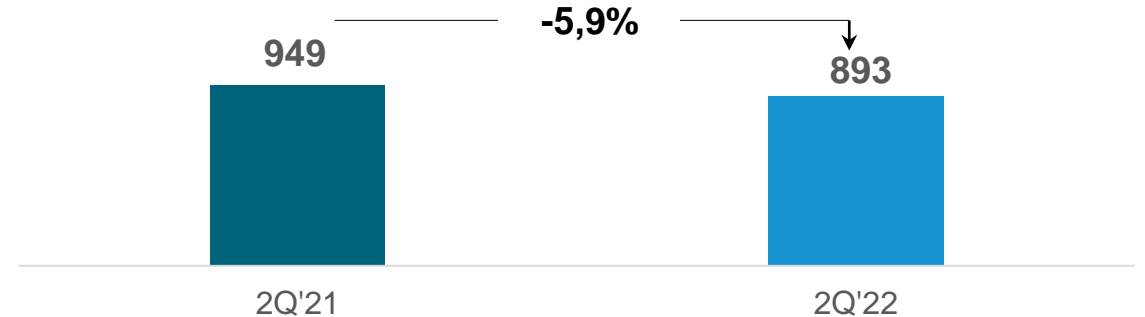
Katarzyna Ostap-Tomann
Członek Zarządu, Cyfrowy Polsat

Wyniki Grupy w 2Q'22

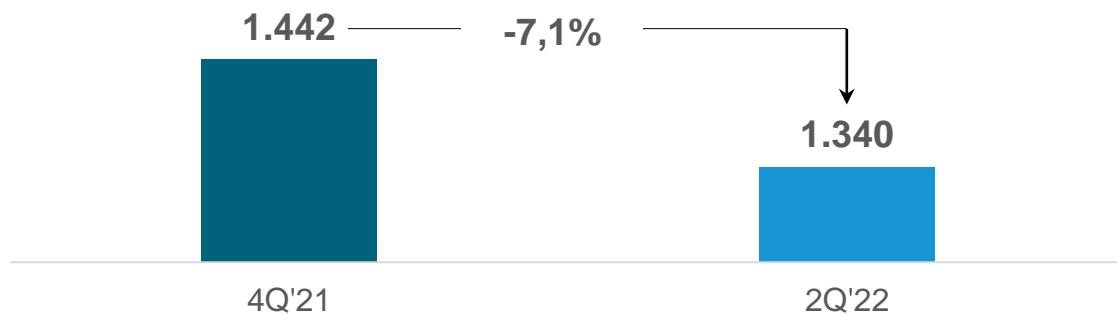
Przychody skorygowane o deltę IC



EBITDA skorygowana, z wył. wyniku NetCo¹



LTM FCF



Dług netto/EBITDA LTM

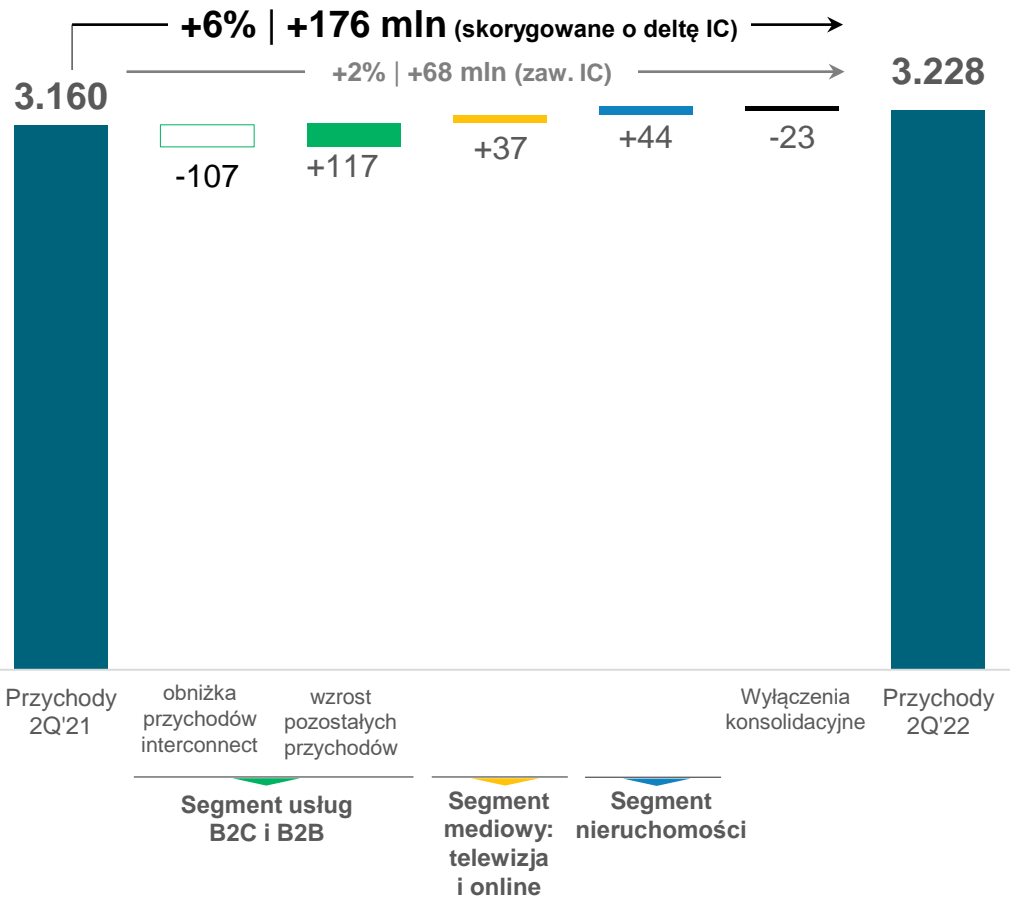


Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2022 r. oraz analizy własne

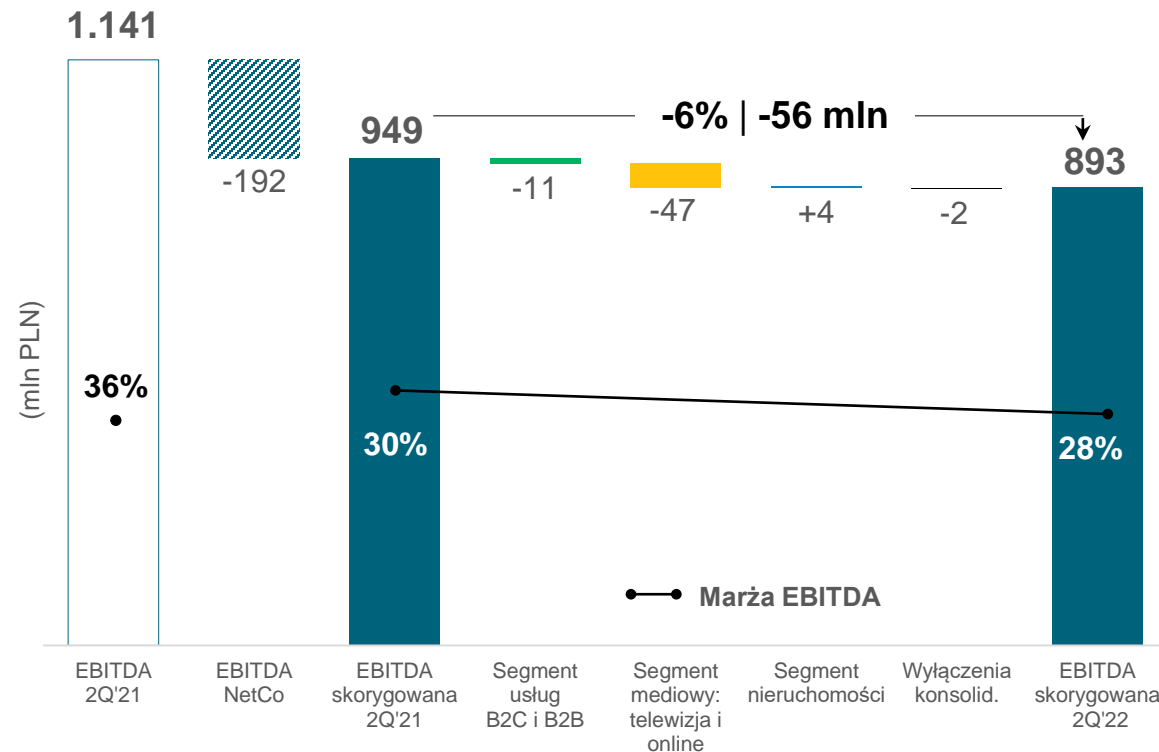
(1) EBITDA z pominięciem w 2Q'21 wyniku EBITDA NetCo (191,6 mln zł)

Przychody i EBITDA – czynniki zmian

Przychody ze sprzedaży



EBITDA skorygowana, z wył. wyniku NetCo¹



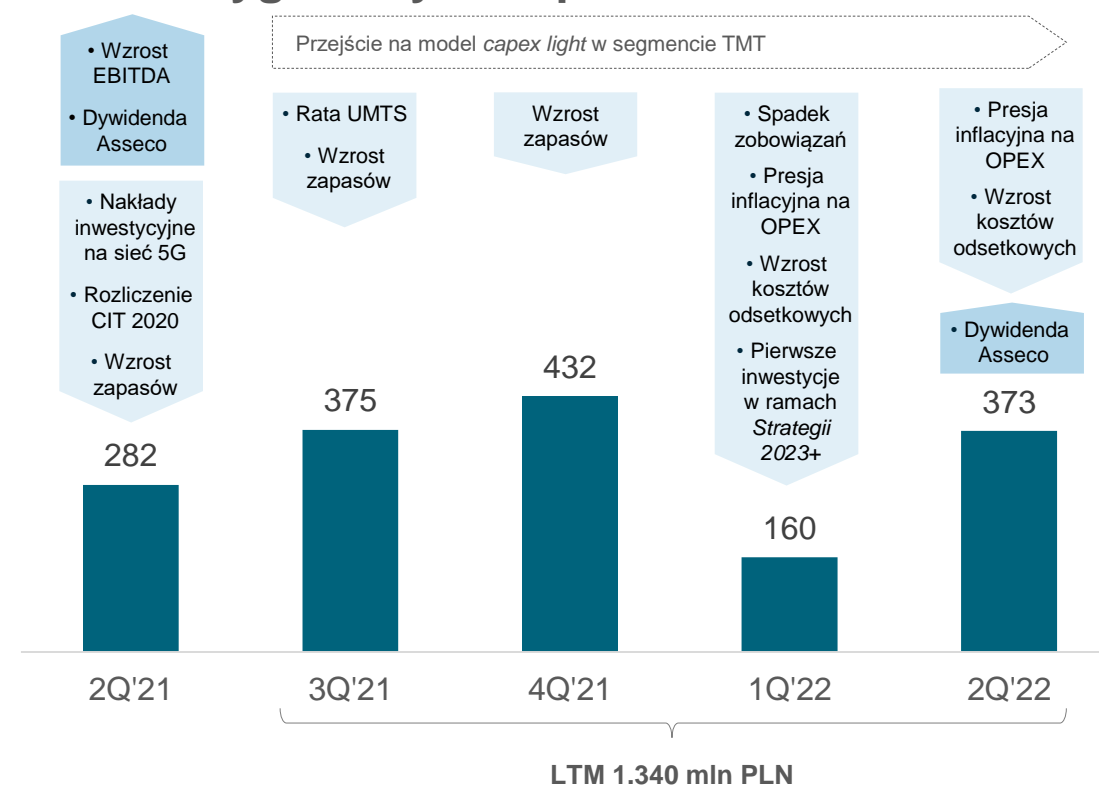
Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2022 r. oraz analizy własne

(1) EBITDA z pominięciem w 2Q'21 wyniku EBITDA NetCo (191,6 mln zł)

Wysoka generacja gotówki pomimo niekorzystnych czynników makroekonomicznych

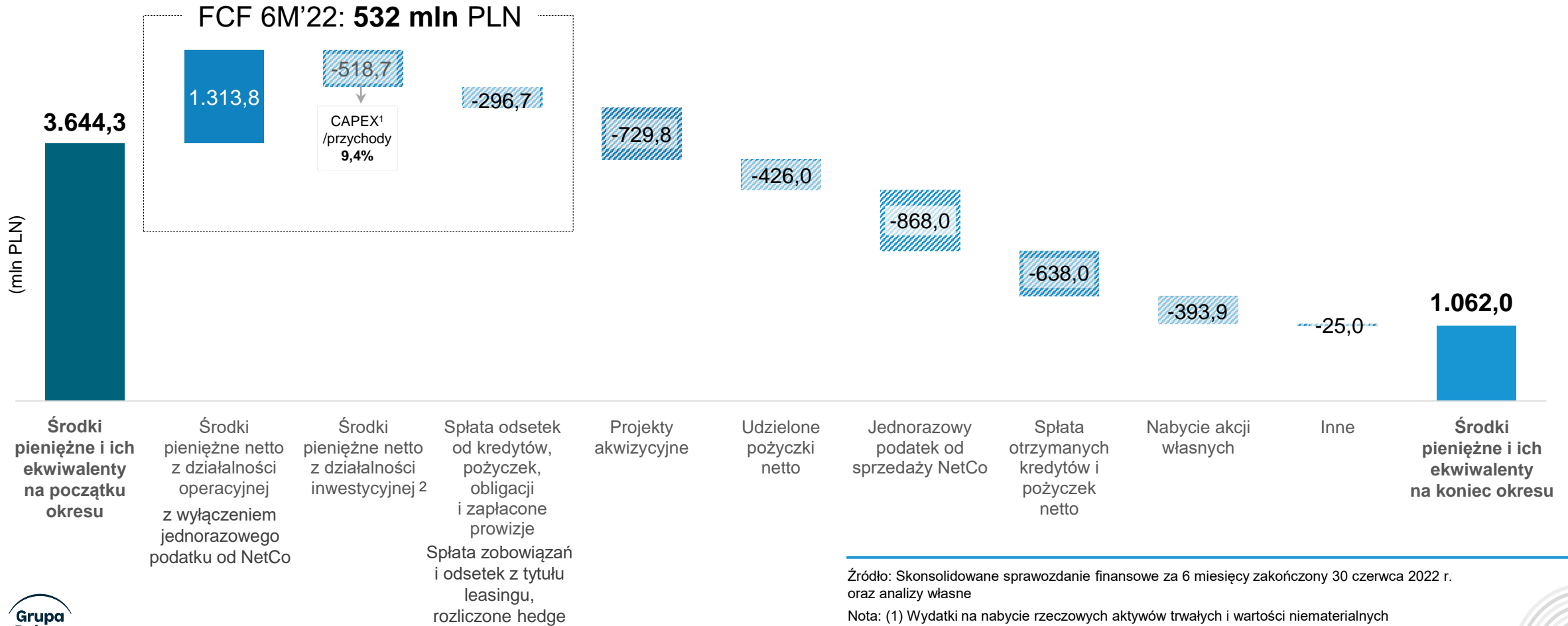
mIn PLN	2Q'22	6M'22
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	-133	446
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-1.148	-1.683
Splata odsetek od kredytów, pożyczek, obligacji, rozliczenie instrumentów pochodnych	-113	-186
Splata zobowiązań i odsetek z tytułu leasingu	-53	-111
FCF po odsetkach	-1.447	-1.534
Jednorazowy podatek od sprzedaży NetCo	868	868
Projekty akwizycyjne	717	730
Udzielone pożyczki	233	426
Płatności z tytułu koncesji	2	8
Koszty wsparcia Ukrainy	-	34
Skorygowany FCF po odsetkach	373	532

Skorygowany FCF po odsetkach



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2022 r. oraz analizy własne

W H1'22 realizowaliśmy projekty akwizycyjne oraz wspieraliśmy gotówkowo rozwój obszaru OZE w ramach Strategii 2023+, a także rozliczyliśmy jednorazowy podatek od sprzedaży NetCo



Zadłużenie Grupy

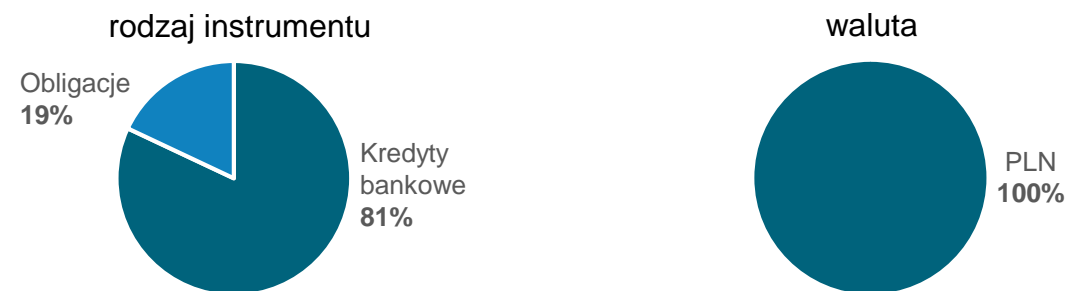
mln PLN	Wartość bilansowa na dzień 30.06.2022
Kredyt Terminowy (transza A i B)	8.376
Kredyt Rewolwingowy	-
Obligacje	2.054
Leasing i inne	542
Zadłużenie brutto	10.972
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty ¹	(1.062)
Zadłużenie netto	9.910
EBITDA LTM	7.136
Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM	1,39x
Średni ważony koszt odsetek od kredytu i obligacji ²	8,1%

¹ Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, w tym środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania oraz lokat krótkoterminowych.

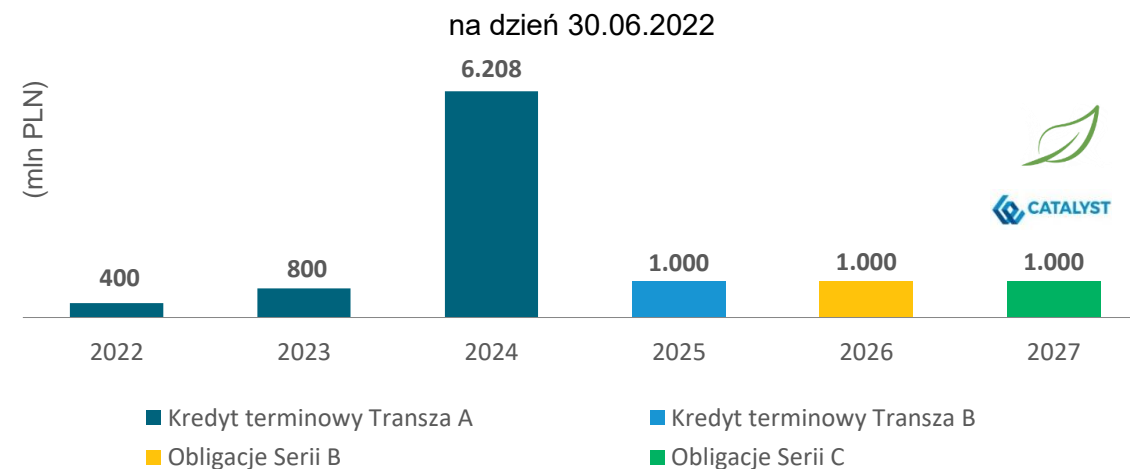
² Prospektywny średni ważony koszt odsetkowy Kredytu Terminowego (wraz z Kredytem Rewolwingowym) oraz Obligacji Serii B i Obligacji Serii C, wg stanu na dzień 11 sierpnia 2022 roku przy WIBOR 1M na poziomie 6,83% i WIBOR 6M - 7,30%, nie uwzględniając instrumentów zabezpieczających.



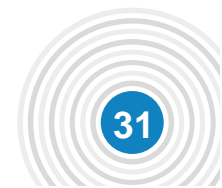
Struktura zadłużenia



Zapadalność długu



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2022 r. oraz analizy własne



Podsumowanie i Q&A



Mirosław Błaszczuk
Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Podsumowanie i Q&A

- Skutecznie realizujemy naszą strategię multiplay, co przekłada się na bardzo niski churn (6,8%) i rosnące ARPU (70,2 zł), a w konsekwencji stabilny, powtarzalny wzrost przychodów detalicznych
- Dynamicznie realizujemy Strategię 2023+ w segmencie czystej energii: zakontraktowaliśmy >140MW farm wiatrowych i budujemy fabrykę autobusów wodorowych. Jednocześnie aktywnie promujemy NesoBus w polskich miastach
- Po przejęciu Portu Praskiego podpisaliśmy umowę o współpracy z HB Reavis, deweloperem zaangażowanym w budowę najwyższego biurowca w Europie (Varso)
- Nasze dobre wyniki finansowe pozwalają na wypłatę 661 mln zł dywidendy, czyli 1,20 zł na akcję
- Nasza *Strategia 2023+* wpisuje się w dynamicznie zmieniający się krajobraz gospodarczy, potrzeby naszych klientów oraz stabilny i planowy rozwój naszego biznesu



Dodatkowe informacje



Wyniki segmentu usług B2C i B2B

mIn PLN	2Q'22	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.671	0%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	1.928	1%
EBITDA skorygowana ²	749	-1%
Marża EBITDA skorygowana ²	28,1%	-0,5pkt%

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2022 r. oraz analizy własne

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

(2) EBITDA z pominięciem w 2Q'21 wyniku EBITDA NetCo

- Sukcesywna budowa ARPU przekłada się na stabilny wzrost przychodów detalicznych, który wraz z dynamicznie rosnącymi przychodami ze sprzedaży smartfonów kompensuje ubytek przychodów hurtowych wynikający z regulacji stawek MTR/FTR
- Stabilny wynik EBITDA segmentu pomimo presji inflacyjnej i wzrostu kosztów energii elektrycznej

Wyniki finansowe segmentu mediowego

mIn PLN	2Q'22	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	607	6%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	465	22%
EBITDA	142	-25%
Marża EBITDA	23,5%	-9,7pkt%

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2022 r. oraz analizy własne

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

- Na przychody ze sprzedaży pozytywnie wpływają rosnące przychody z reklamy online, od operatorów kab/sat oraz ze sprzedaży licencji, sublicencji i praw majątkowych
- Licząc na lepsze perspektywy rynku reklamy zdecydowaliśmy się utrzymać wiosenną ofertę programową zgodnie z pierwotnymi założeniami

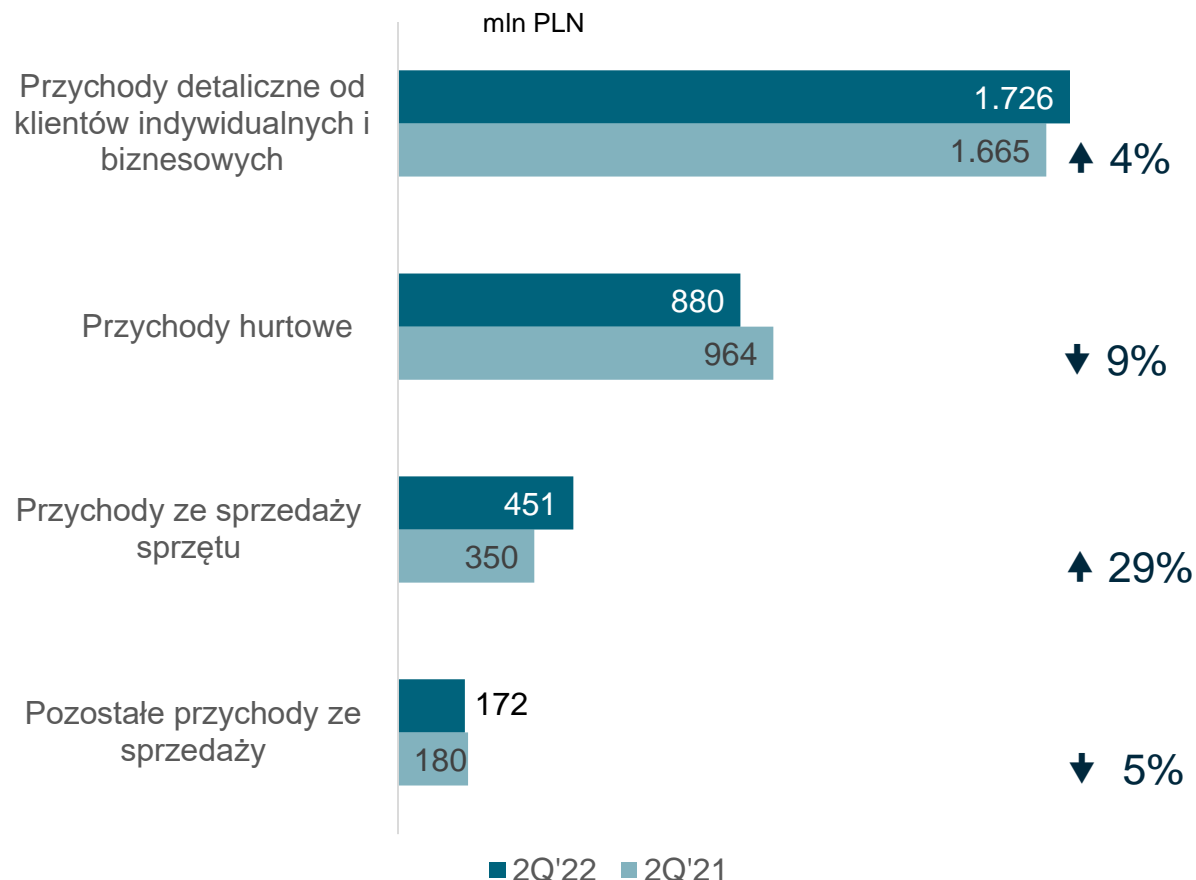
Wyniki finansowe segmentu nieruchomości

mIn PLN	2Q'22
Przychody ze sprzedaży	44
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	43
EBITDA	4
Marża EBITDA	8,4%

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2022 r. oraz analizy własne
Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji

- Segment nieruchomości obejmuje głównie realizację projektów budowlanych, jak również sprzedaż, najem i zarządzanie nieruchomościami własnymi lub dzierżawionymi
- Aktualnie segment posiada zapas mieszkań gotowych do sprzedaży w ramach Portu Praskiego oraz realizuje projekty budowlane na rzecz spółek z Grupy Polsat Plus
- Kolejne projekty deweloperskie zaplanowane są w perspektywie średnioterminowej

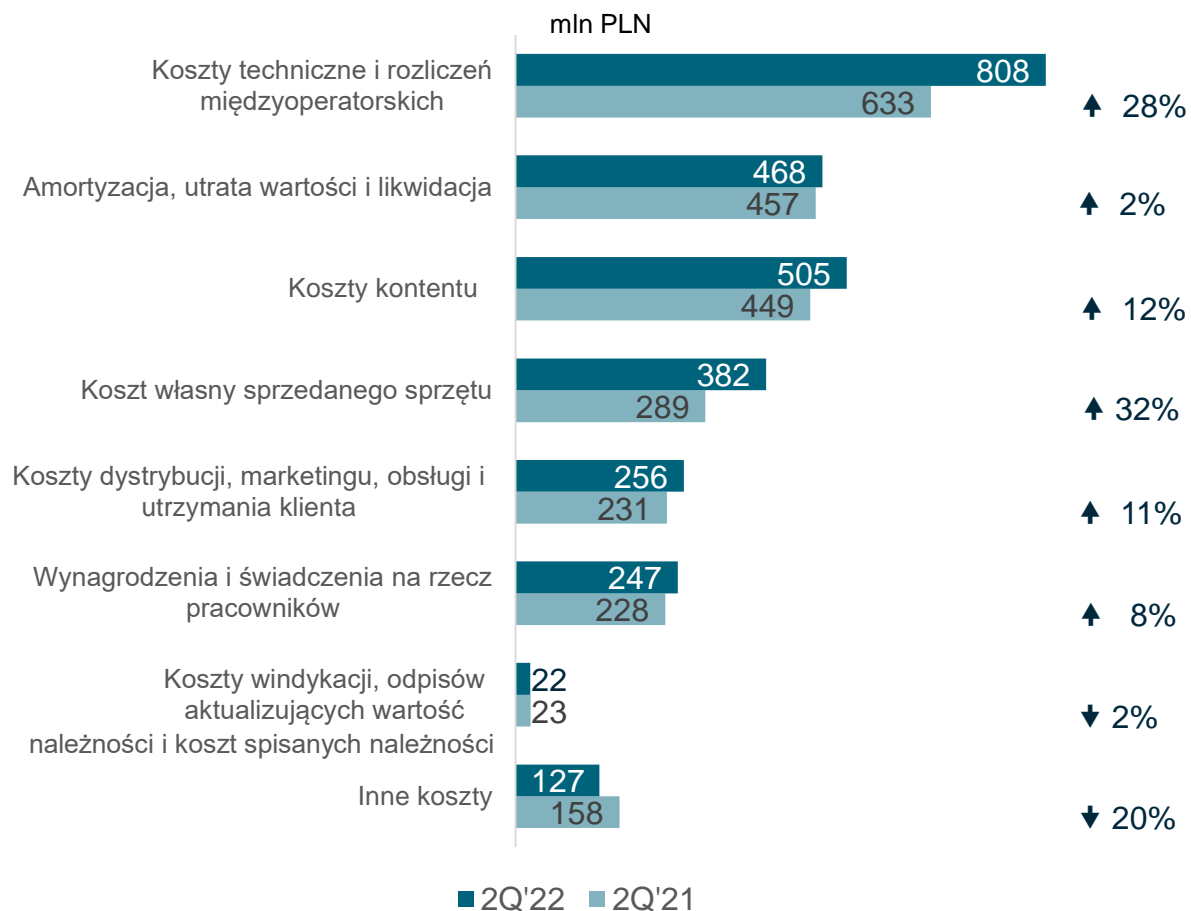
Struktura przychodów ze sprzedaży



- Wzrost **przychodów detalicznych od klientów indywidualnych i biznesowych** dzięki skutecznej realizacji naszej strategii budowania wartości klienta, co znajduje odzwierciedlenie w wysokiej dynamice wzrostu ARPU, jak również w związku z konsolidacją od lipca 2021 r. wyników spółki Premium Mobile.
- Niższy poziom **przychodów hurtowych** przede wszystkim w wyniku regulacyjnego, sukcesywnego obniżania stawek międzyoperatorskich MTR i FTR za zakańczanie ruchu w naszej sieci przez innych operatorów. Ponadto, w związku z przejściem kontroli nad spółką Premium Mobile w 2H'21 nastąpiła eliminacja konsolidacyjna przychodów hurtowych generowanych na transakcjach z tą spółką.
- Istotnie wyższe **przychody ze sprzedaży sprzętu** w wyniku zarówno wzrostu wolumenu sprzedanego sprzętu, jak i większej skłonności klientów do wyboru droższych modeli smartfonów.

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2022 r. oraz analizy własne

Struktura kosztów operacyjnych



- Wyższe **koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich** przede wszystkim na skutek rozpoznania kosztów wynikających z zawarcia umowy dotyczącej użytkowania infrastruktury mobilnej sprzedanej na rzecz Cellnex Poland, jak również istotnie wyższych kosztów energii elektrycznej. Wzrost tej pozycji kosztowej został częściowo zniwelowany przez spadek kosztów rozliczeń międzyoperatorskich, związany z regulacyjnymi obniżkami stawek MTR/FTR.
- Wzrost **kosztu własnego sprzedanego sprzętu** w efekcie wyższego wolumenu sprzedanego sprzętu i wzrostu udziału droższych modeli smartfonów w miksie sprzedażowym, co koresponduje z wyższymi przychodami ze sprzedaży sprzętu.
- Wyższe **koszty kontentu** przede wszystkim w wyniku rozpoznania wyższych kosztów produkcji własnej i amortyzacji praw sportowych. Odzwierciedla to naszą decyzję o alokacji większych budżetów celem zwiększania atrakcyjności oferty programowej naszych kanałów telewizyjnych.
- Wzrost **kosztów dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta** na skutek intensyfikacji działań marketingowych oraz wyższych prowizji sprzedażowych. Czynnikiem dodatkowo wpływającym na wyższe koszty w tej kategorii jest konsolidacja kosztów spółki Premium Mobile.

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2022 r. oraz analizy własne

Definicje

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

Relacje Inwestorskie

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

Tel.: +48 (22) 426 85 62
+48 (22) 356 65 20
+48 (22) 337 93 14

Email: ir@cyfrowypolsat.pl

<https://grupapolsatplus.pl>

