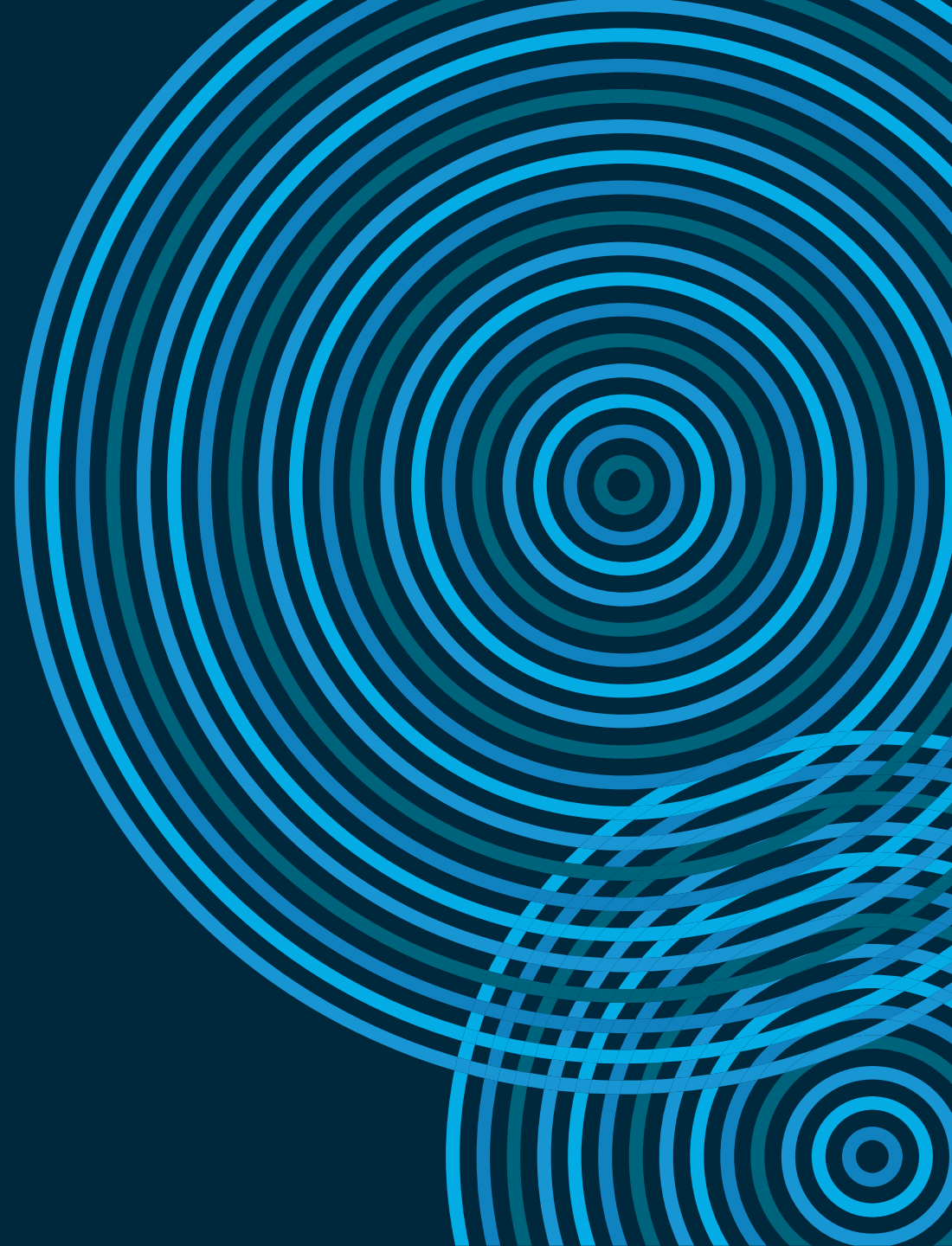


Wyniki finansowe 3Q'22

15 listopada 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



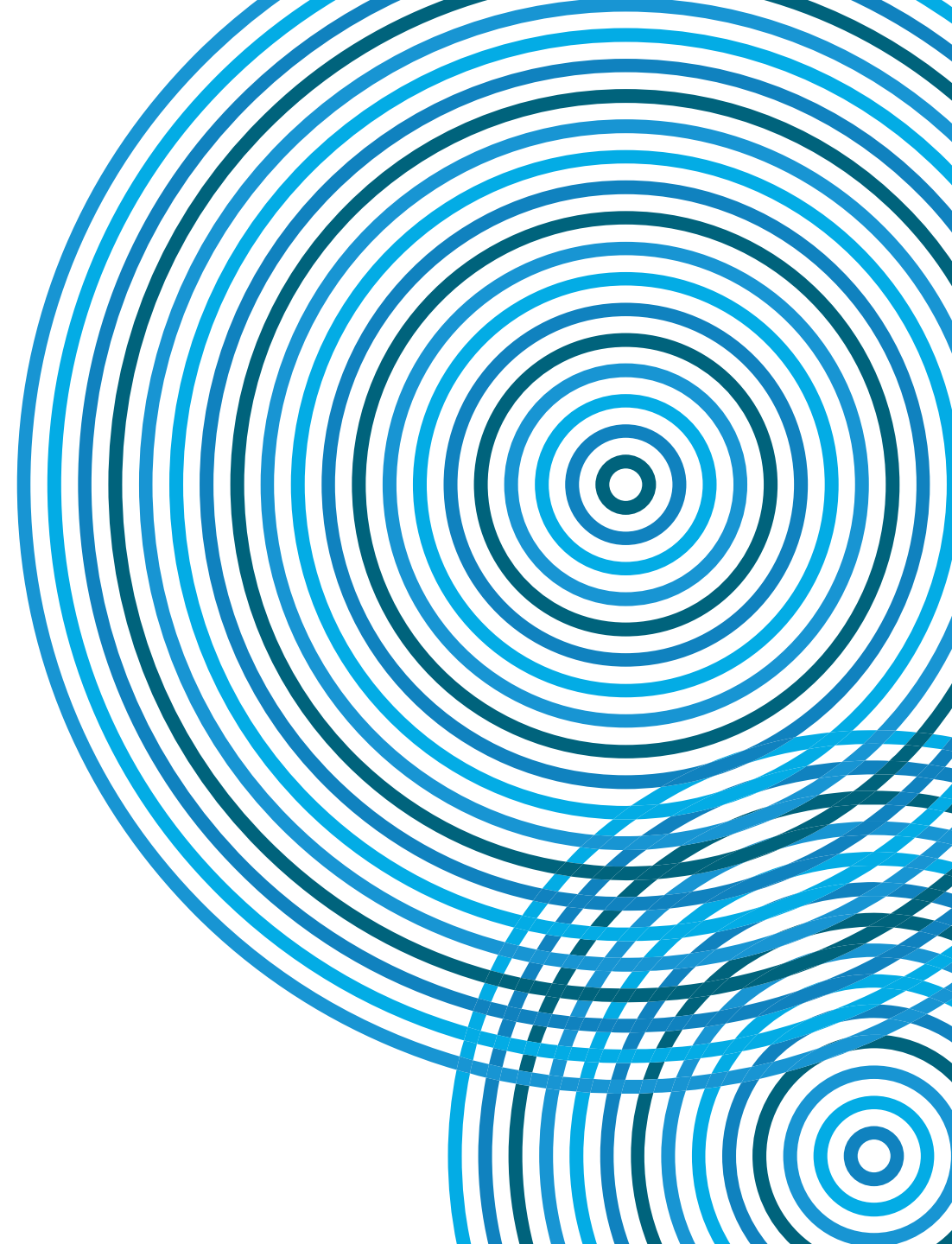
KATARZYNA OSTAP-TOMANN
CZŁONEK ZARZĄDU, CFO



STANISŁAW JANOWSKI
PREZES ZARZĄDU, TELEWIZJA POLSAT

Agenda

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



Najważniejsze wydarzenia 3Q'22

Mirosław Błaszczuk
Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat



Najważniejsze wydarzenia 3Q'22

- Skutecznie realizujemy strategię multiplay nakierowaną na budowę lojalności (churn na poziomie zaledwie 6,8%) oraz wartości klienta (ARPU kontrakt B2C i B2B +4% r/r, ARPU prepaid +9% r/r)
- Dynamicznie wspieramy projekty lądowych farm wiatrowych. Aktualnie realizowanych jest pięć projektów o łącznej mocy >190 MW
- Konsekwentnie budujemy pełen łańcuch wartości gospodarki opartej o zielony wodór
- Zawarliśmy umowę joint venture z HB Reavis dotyczącą budowy obiektów biurowych w Porcie Praskim
- Grupa Polsat Plus z nagrodą główną „Firmy Roku” Forum Ekonomicznego w Karpaczu. Wyróżnienie przyznano za sukces biznesowy GPP, a także inicjatywy społeczne i charytatywne Grupy i jej założyciela Zygmunta Solorza



Działalność operacyjna



Segment mediowy: telewizja i online

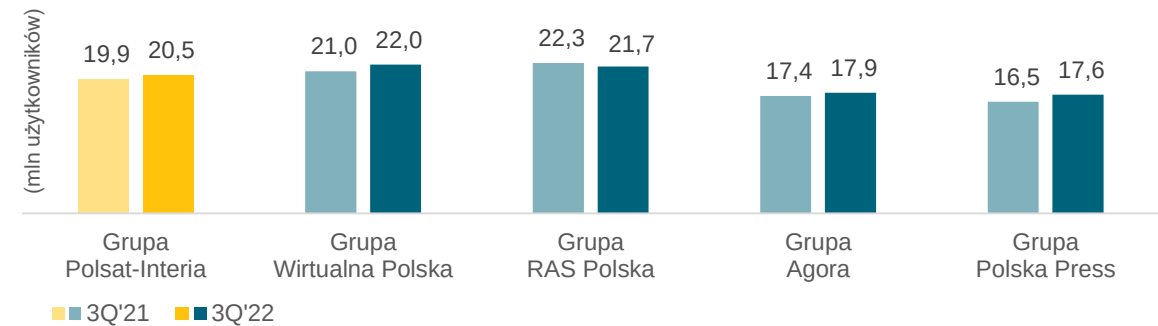


Stanisław Janowski
Prezes Zarządu, Telewizja Polsat

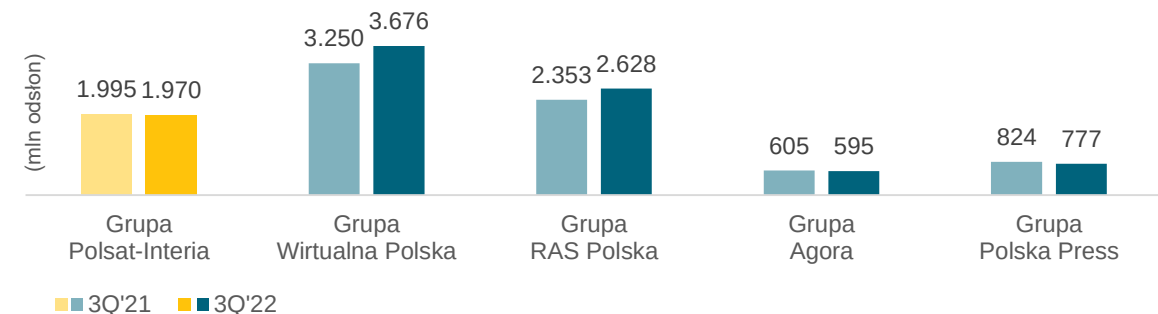
Liczba użytkowników naszych portali internetowych wzrosła do niemal 21 mln

- Jesteśmy wiodącym wydawcą internetowym w Polsce dzięki dokonanej akwizycji Interia.pl
- Nasza wiodąca pozycja w mediach internetowych:
 - 20,5 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

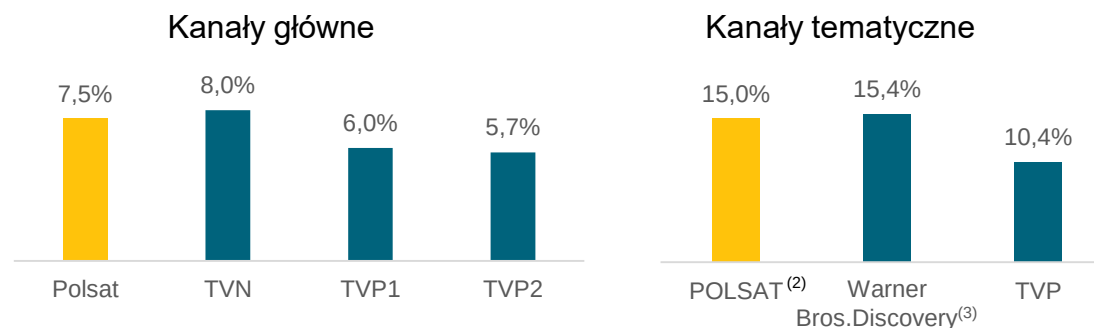


Źródło: Mediapanel, liczba użytkowników – wskaźnik real users, liczba odsłon - wskaźnik views

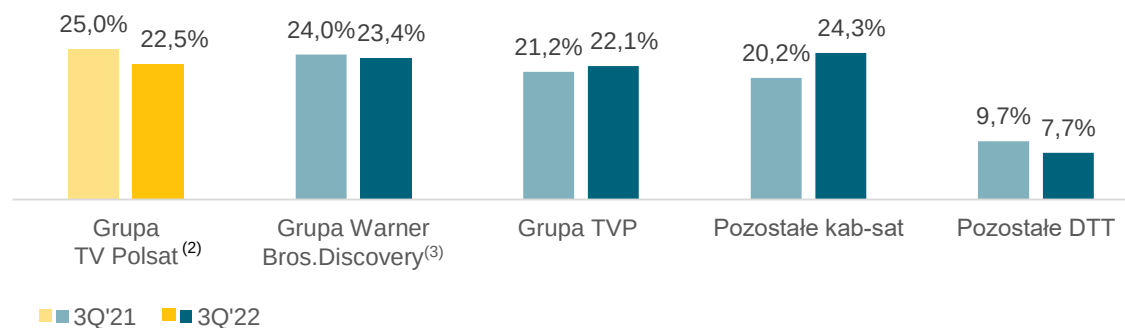
Oglądalność naszych kanałów w 3Q'22

- 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

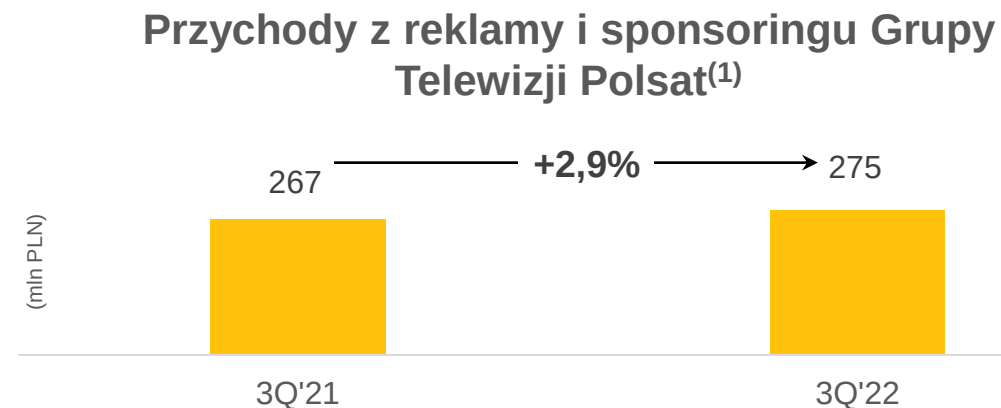
Nota: (1) oglądalność z dnia emisji i z 2 kolejnych dni (tzw. *Time Shifted Viewing*)

(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 3Q'22

- Wzrost poziomu 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 29,4%



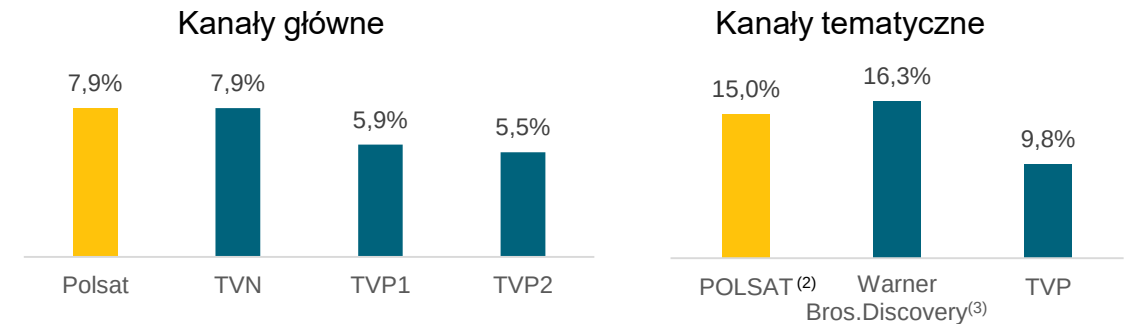
Źródło: Publicis Groupe, dane wstępne, reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy własne

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

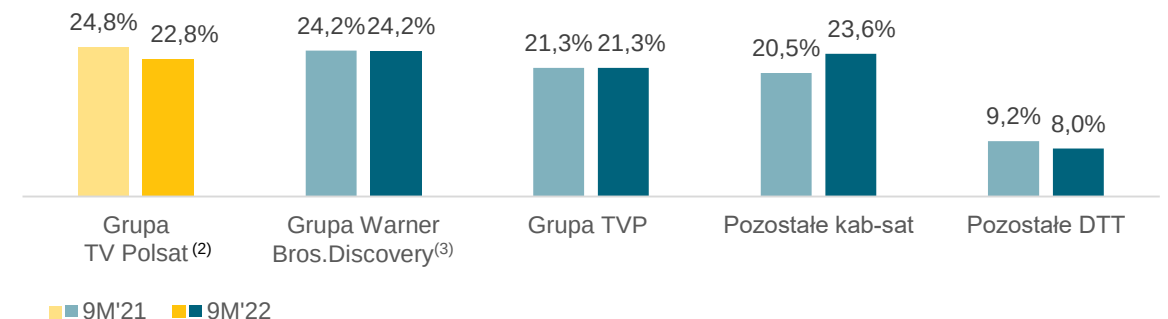
Oglądalność naszych kanałów w 9M'22

- Grupa TV Polsat i kanał główny w czołówce 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*)

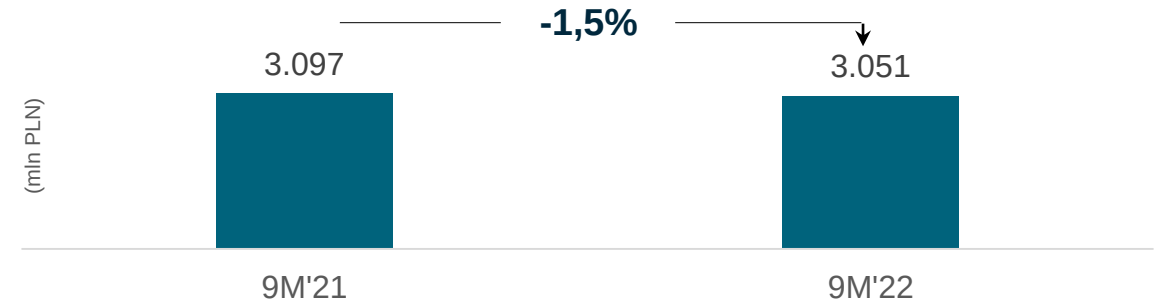
(2) z wyłączeniem kanałów partnerskich: Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat Nature, Polsat Viasat History, JimJam, CI Polsat, Polsat Comedy Central Extra

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

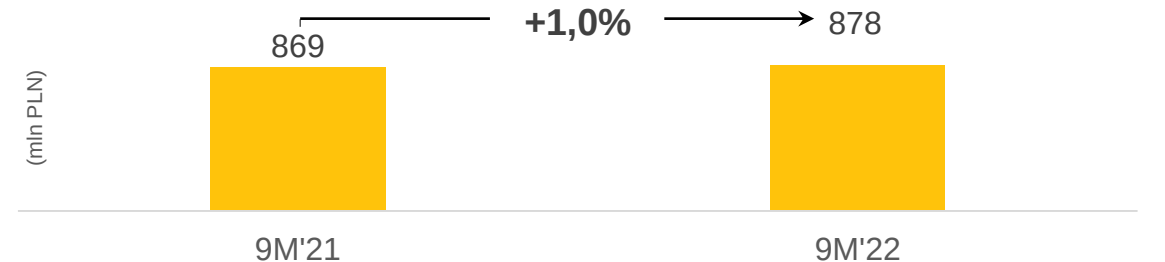
Pozycja na rynku reklamy w 9M'22

- Wzrost poziomu 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 28,8%

Wydatki na reklamę i sponsoring



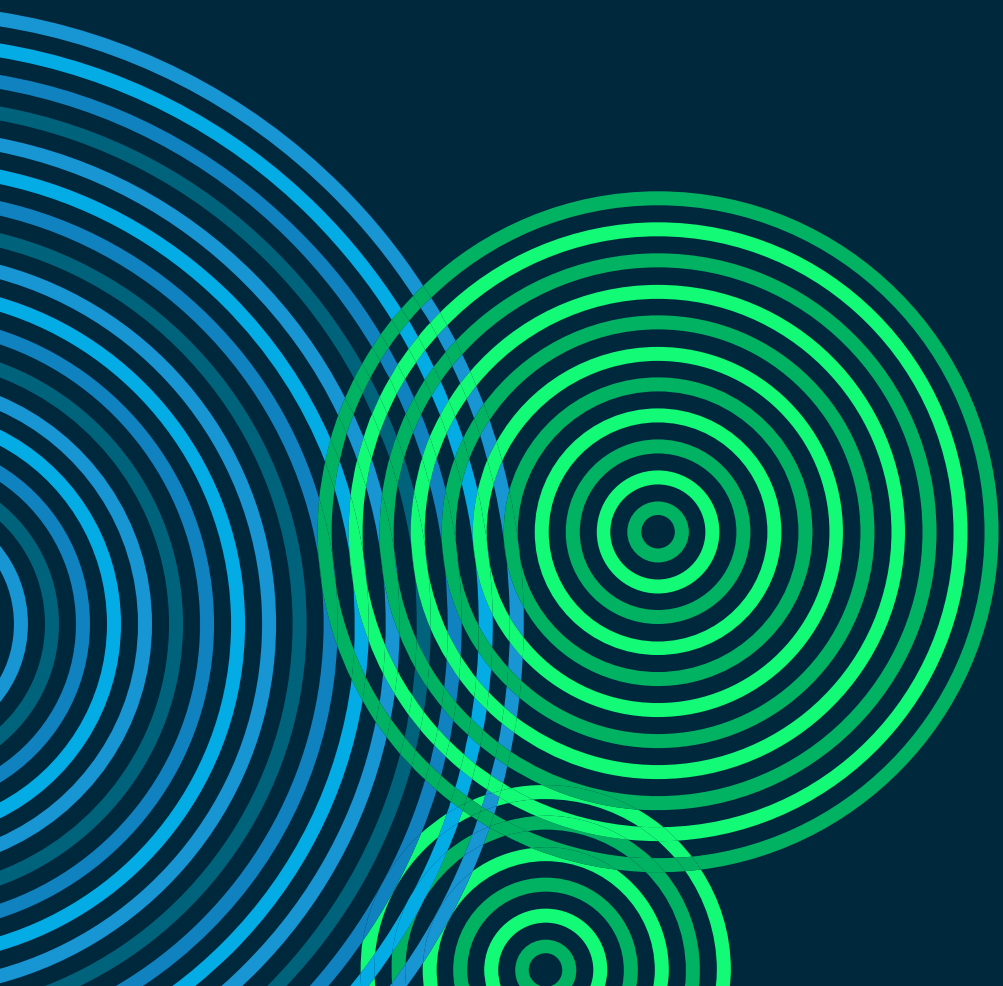
Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



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

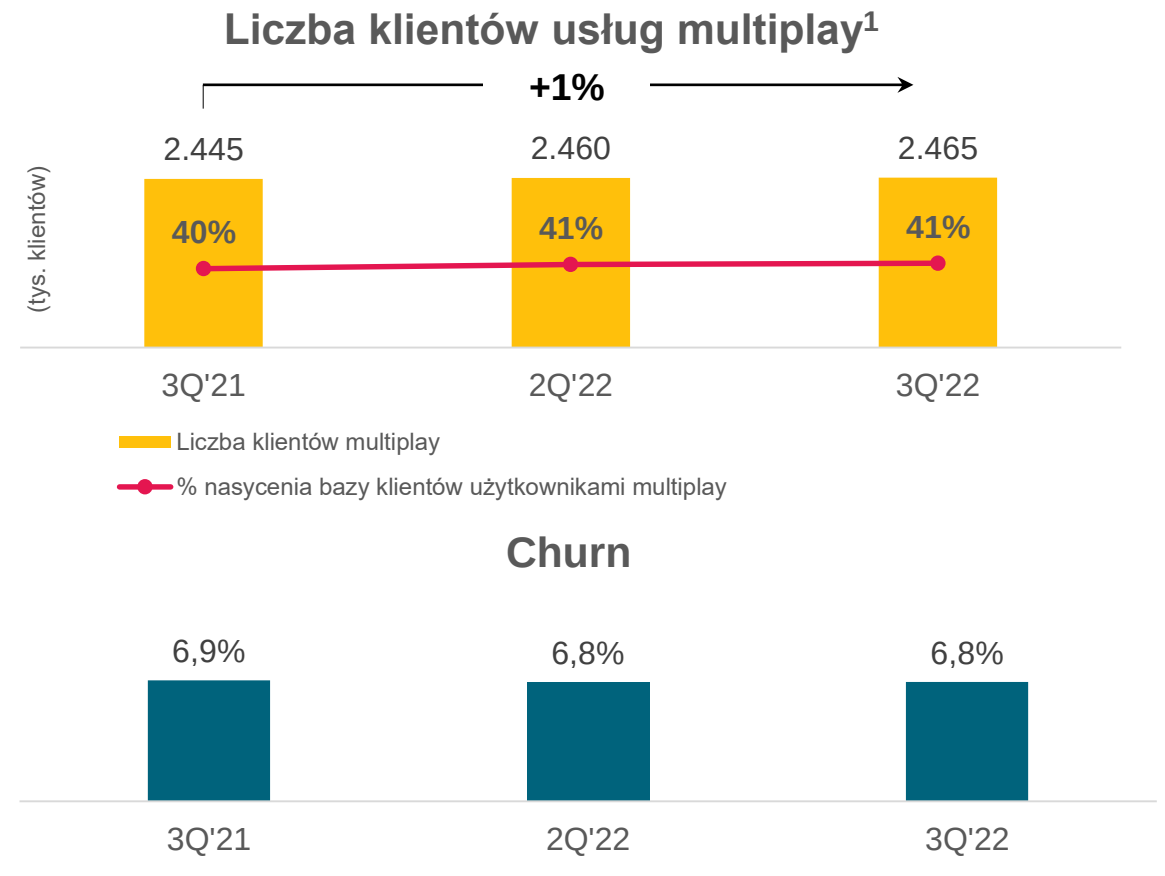
Segment usług B2C i B2B



Maciej Stec
Wiceprezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Blisko 2,5 miliona klientów oferty multiplay

- Konsekwentna realizacja strategii multiplay skutkuje stabilnym wzrostem liczby klientów tych usług o 20 tys. r/r
- Liczba RGU posiadanych przez tych klientów rośnie do 7,40 mln
- Niezmiennie niski poziom churn – głównie dzięki naszej strategii multiplay

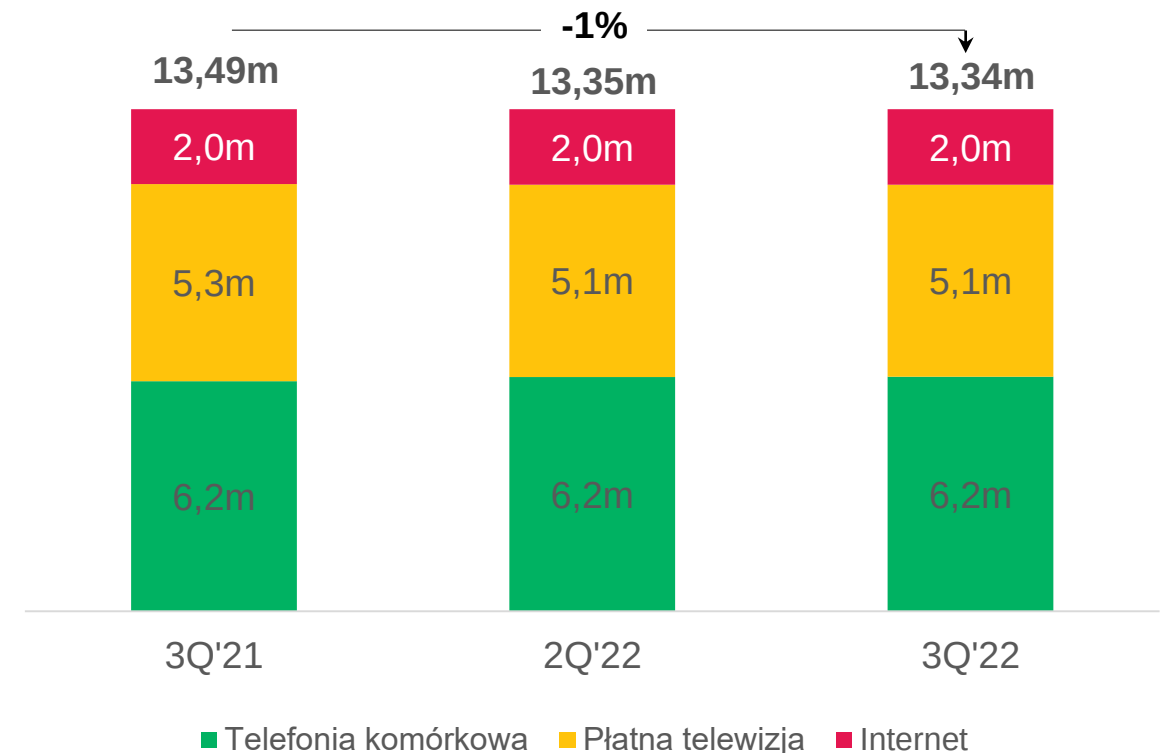


Nota: (1) Obejmuje klientów usług pakietowych spółek z Grupy Netia oraz Premium Mobile

Świadczymy ponad 13,3 mln usług dla klientów kontraktowych B2C

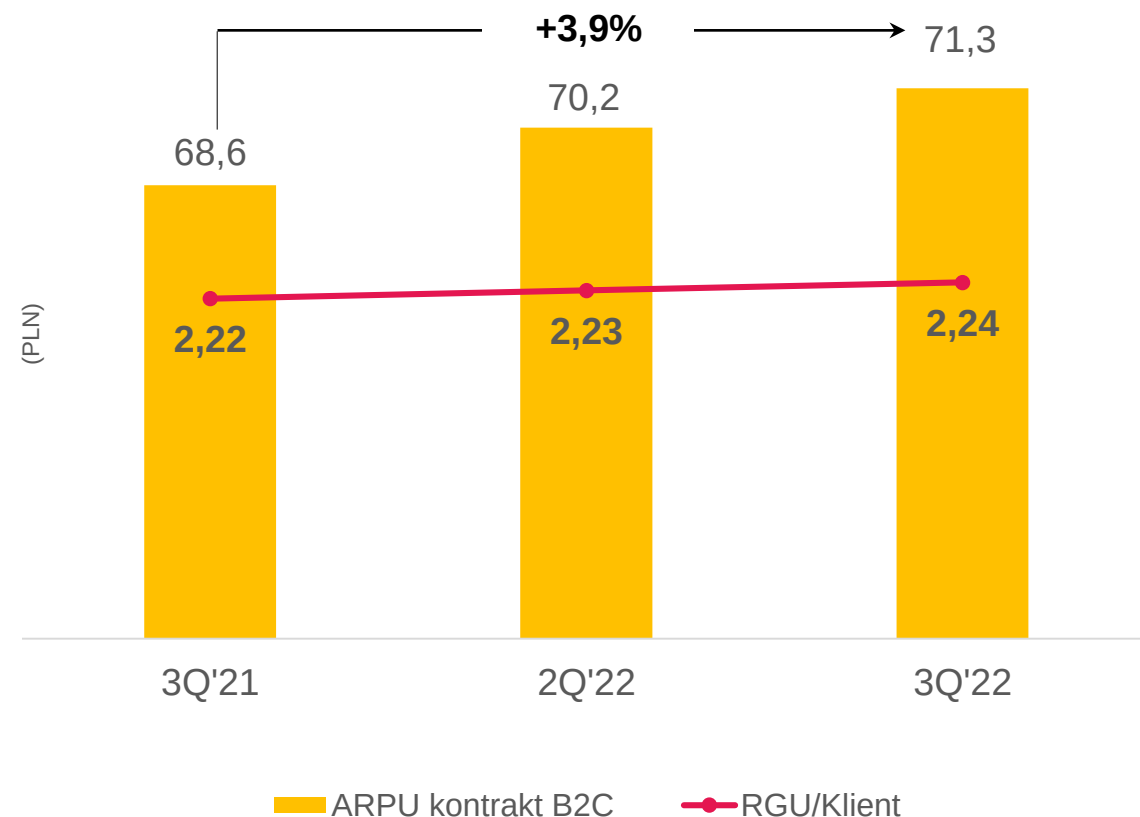
- Utrzymujemy wysoką, stabilną liczbę świadczonych usług telefonii komórkowej oraz Internetu
- Jednocześnie – zgodnie z naszymi zapowiedziami – odnotowujemy niższą liczbę świadczonych usług płatnej telewizji, co wynika głównie z podjętej przez nas decyzji o repozycjonowaniu cenowym i zmianie strategii oferowania naszych serwisów wideo online
- Spadek ten jest częściowo kompensowany rosnącą liczbą usług telewizyjnych świadczonych w technologii internetowej (IPTV/OTT)

Liczba RGU w segmencie kontraktowym B2C



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

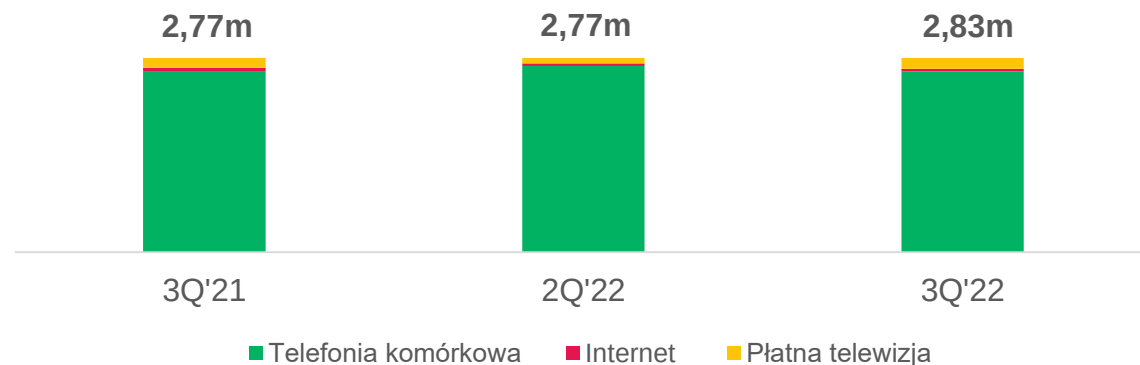
- Wzrost ARPU o 3,9% r/r wynikający z konsekwentnej budowy wartości istniejącej bazy klienckiej
- Skuteczna dosprzedaż produktów w ramach strategii multiplay niezmiennie odzwierciedla się we wzroście wskaźnika saturacji RGU na klienta



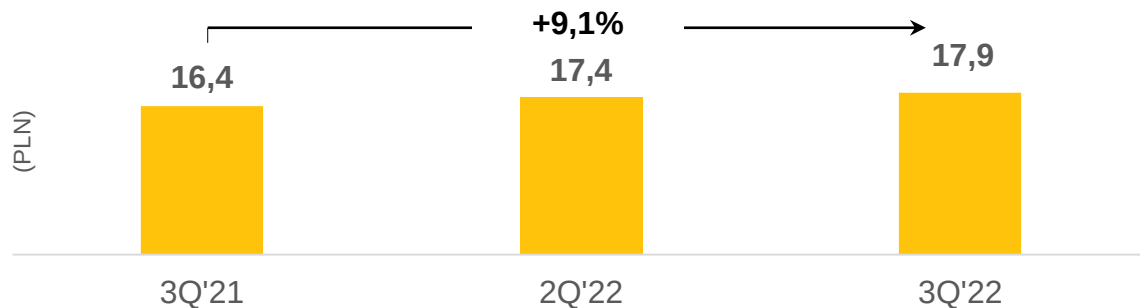
Rosnąca baza i ARPU usług przedpłaconych

- Skala bazy RGU telefonii mobilnej pod korzystnym wpływem efektów akcji wsparcia, polegającej na dystrybucji darmowych starterów Plusa 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*

RGU usług przedpłaconych

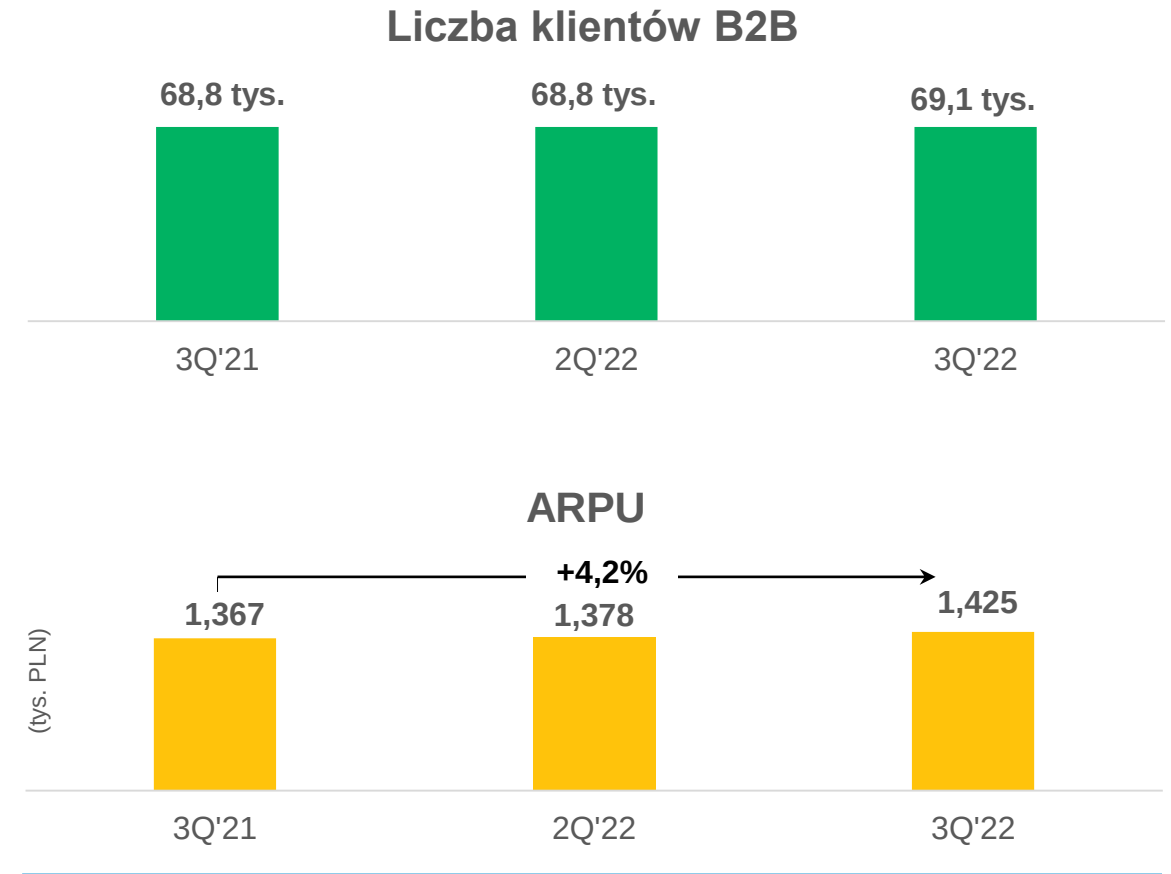


ARPU

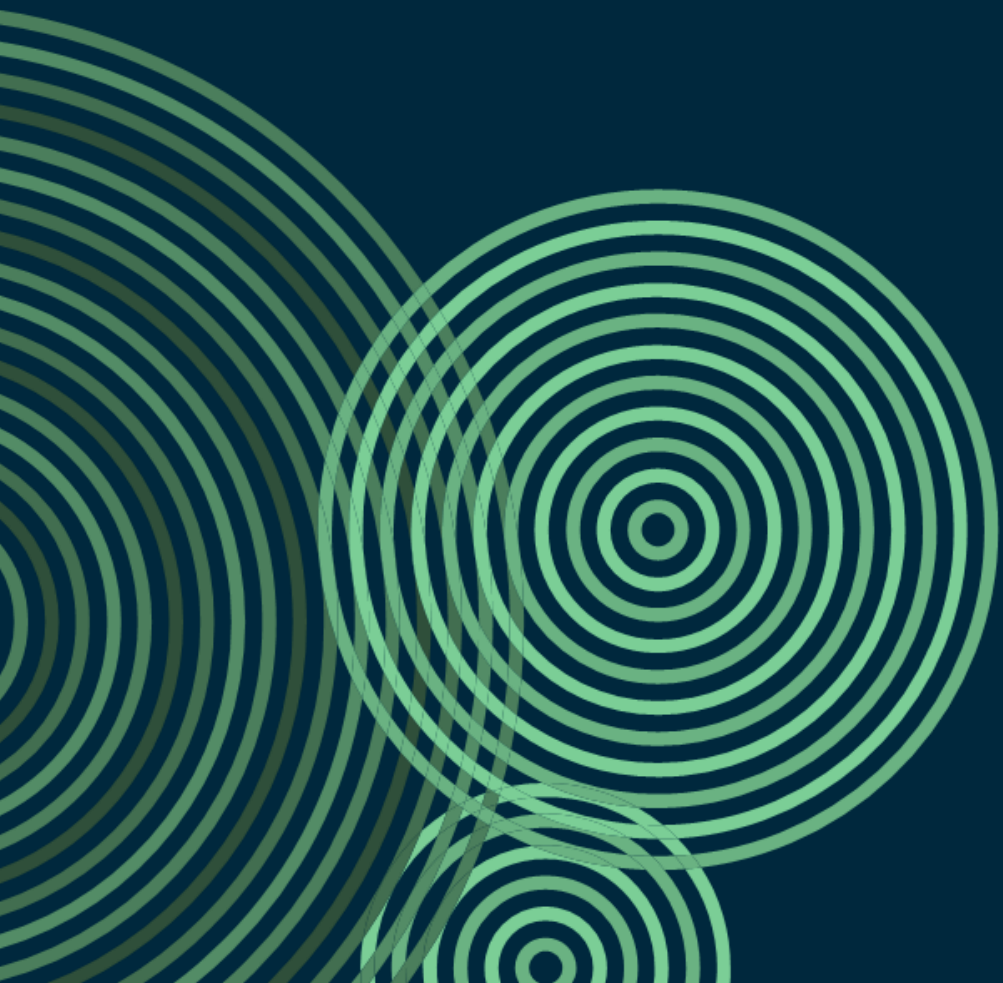


Wysoka baza i rosnące ARPU klientów B2B

- Grupa Polsat Plus obsługuje 69,1 tys. klientów B2B skutecznie utrzymując skalę swojej bazy
- Sukcesywnie poszerzana oferta usług komunikacyjnych i teleinformatycznych pozwoliła zwiększyć ARPU klientów B2B do poziomu ponad 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	atom
Cel: 100 MW	Cel: 600 MW	Cel: 250 MW	Cel: 2 instalacje	Cel: wsparcie	Cel: wsparcie
					
100 MW działa	70 MW działa	>190 MW w fazie budowy	Zainicjowane	Zainicjowane	Faza analizy

Źródło: GE Hitachi Nuclear Energy

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

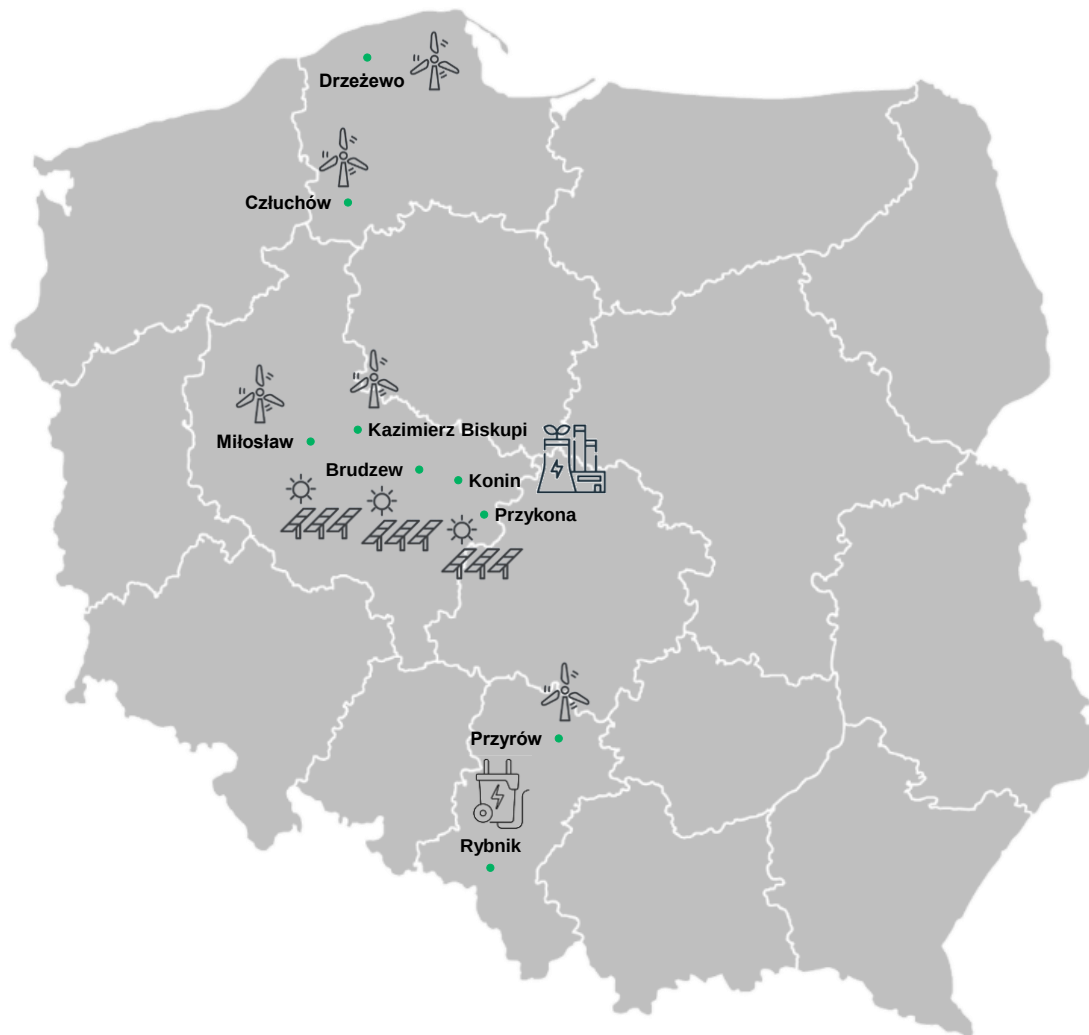
zielona energia	produkcja zielonego wodoru	magazynowanie i transport	dystrybucja zielonego wodoru	produkty dla użytkowników	produkty dla użytkowników
Energia ze słońca Energia z wiatru Energia z biomasy	Cel: Elektrolizernia 100 MW Produkcja 40t zielonego H₂ na dobę	Cel: Magazynowanie i transport z użyciem baterii butli 40t H₂ na dobę	Cel: Budowa sieci stacji tankowania zielonym wodorem 30 stacji tankowania	Cel: Produkcja polskich autobusów wodorowych >100 autobusów rocznie	Cel: Popularyzacja użytkowania aut wodorowych w Polsce 100 aut we flocie własnej
					
Dział	Pierwszy elektrolizer 2,5 MW w trakcie instalacji	1 wodorowóz 371 kg i 2 wodorowozy 1024 kg w użyciu	Budujemy pierwszą ogólnodostępną stację wodorową	NesoBus zadebiutował w Gdańsku, Gdyni, Wrocławiu, Koninie i Warszawie Fabryka w przygotowaniu	Zamówiliśmy kolejne 50 aut wodorowych

Intensywnie pracujemy nad szybką realizacją kolejnych projektów w obszarze Czystej Energii

- Największa farma fotowoltaiczna w Polsce, zlokalizowana w Brudzewie na terenie >100ha, wyprodukowała 69,8 GWh czystej, zielonej energii w 9M'22. Dlatego pracujemy już nad jej rozbudową o kolejne 12,4MWp
- Nabyliśmy kolejną farmę wiatrową. Farma Drzeżewo złożona z 23 turbin wiatrowych o planowanej mocy produkcyjnej 50,6MW powiększy portfolio projektów wiatrowych budowanych przez PAK PCE do poziomu >190MW
- Prowadzone prace budowlane przy konstrukcji farm w Kazimierzu Biskupim i Miłostawiu przebiegają zgodnie z planem, w efekcie czego już w 3Q'23 spodziewamy się rozpocząć produkcję energii z wiatru



Jesteśmy bardzo zaawansowani we wdrażaniu naszych strategicznych inicjatyw związanych z produkcją czystej energii



BIOMASA 100 MW

→ turbina #1

moc: 50 MW

działa

→ turbina #2

moc: 50 MW

działa



SŁOŃCE 280 MW

→ Brudzew

moc: 70 MWp

działa

→ Cambria/Brudzew

moc: 12,4 MWp

uruchomienie: **3Q'23**

→ Przykona

moc: 180-200 MWp

uruchomienie: **15 mies.**
od zebrania pozwoleń



WIATR ON-SHORE 190 MW

→ Kazimierz Biskupi

moc: 17,5 MW

uruchomienie: **3Q'23**

→ Miłosław

moc: 9,6 MW

uruchomienie: **3Q'23**

→ Człuchów

moc: 72,6 MW

uruchomienie: **2Q'24**

→ Przyrów

moc: 42 MW

uruchomienie: **3Q'24**

→ Drzeżewo

moc: 50.6 MW

uruchomienie: **3Q'24**



TERMICZNA PRZERÓBKA ODPADÓW

→ Rybnik

podpisano list intencyjny

uruchomienie: **2026**

średnioterminowy cel strategiczny: **1000MW**

Dynamicznie rozwijamy kompletny łańcuch wartości oparty o zielony wodór

- Intensywnie promujemy NesoBus. Nasz autobus wodorowy, czyli w pełni ekologiczny transport oparty o polski produkt, otrzymał medal na Targach Transportu Zbiorowego Transexpo 2022 w Kielcach. Odwiedziliśmy również targi IAA Transportation w Hanowerze
- Trwają prace budowlane w zakresie fabryki autobusów wodorowych w Świdniku. Planowany termin zakończenia to 3Q'23. Fabryka będzie mogła produkować ponad 100 autobusów rocznie
- Pierwszy elektrolizer o mocy 2,5MW wyprodukowany przez Hydrogenics dotarł do Konina i jest w trakcie instalacji. Jednocześnie finalizujemy zakup drugiego elektrolizera
- Zawarliśmy umowę z NEL Hydrogen Dania na dostawę urządzeń do siedmiu stacji tankowania wodoru. Otrzymaliśmy niezbędne pozwolenia i trwają prace budowlane dotyczące pierwszej ogólnodostępnej stacji tankowania wodoru w Warszawie



Zastosowanie wodoru istotnie pomaga w realizacji celu światowego: Gospodarka Zeroemisyjna w 2050 r.



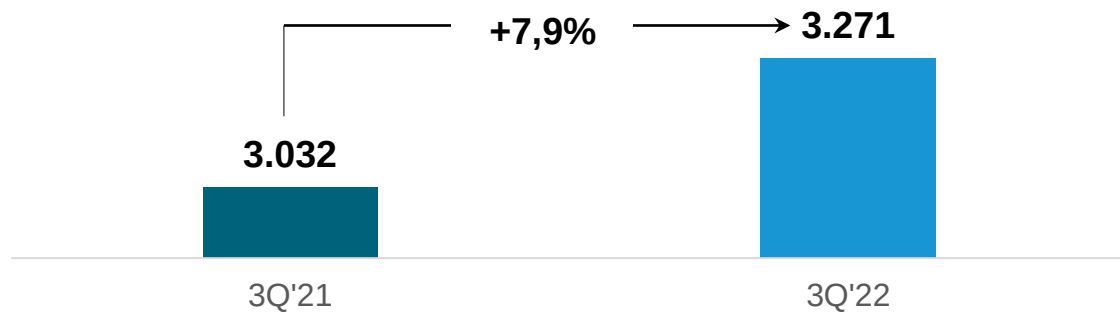
Wyniki finansowe



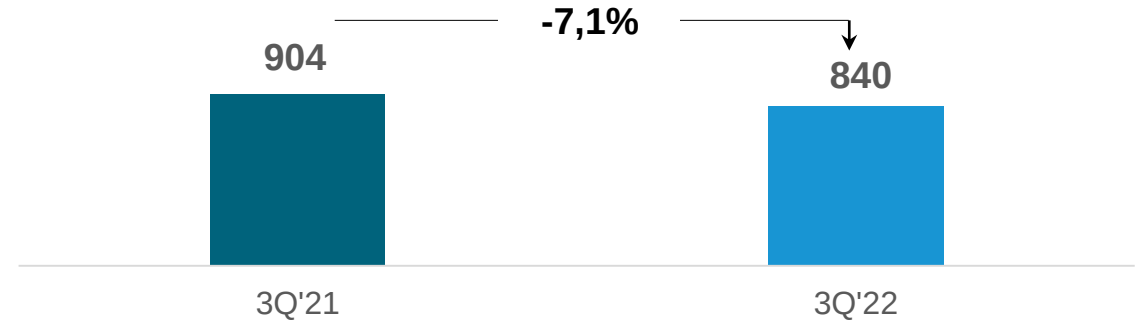
Katarzyna Ostap-Tomann
Członek Zarządu, Cyfrowy Polsat

Wyniki Grupy w 3Q'22

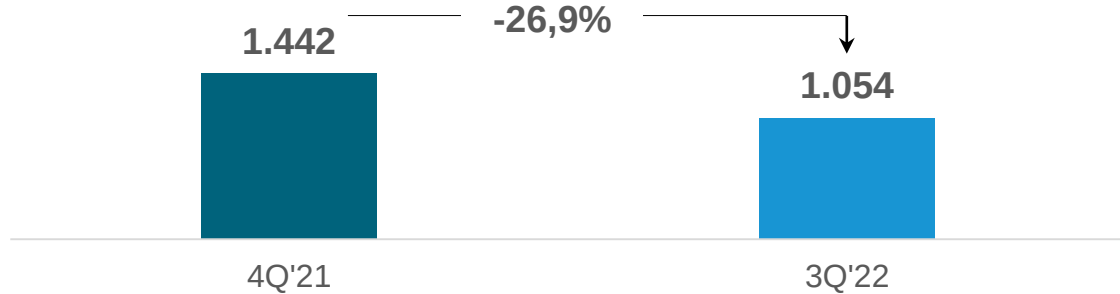
Przychody



EBITDA skorygowana¹



LTM FCF

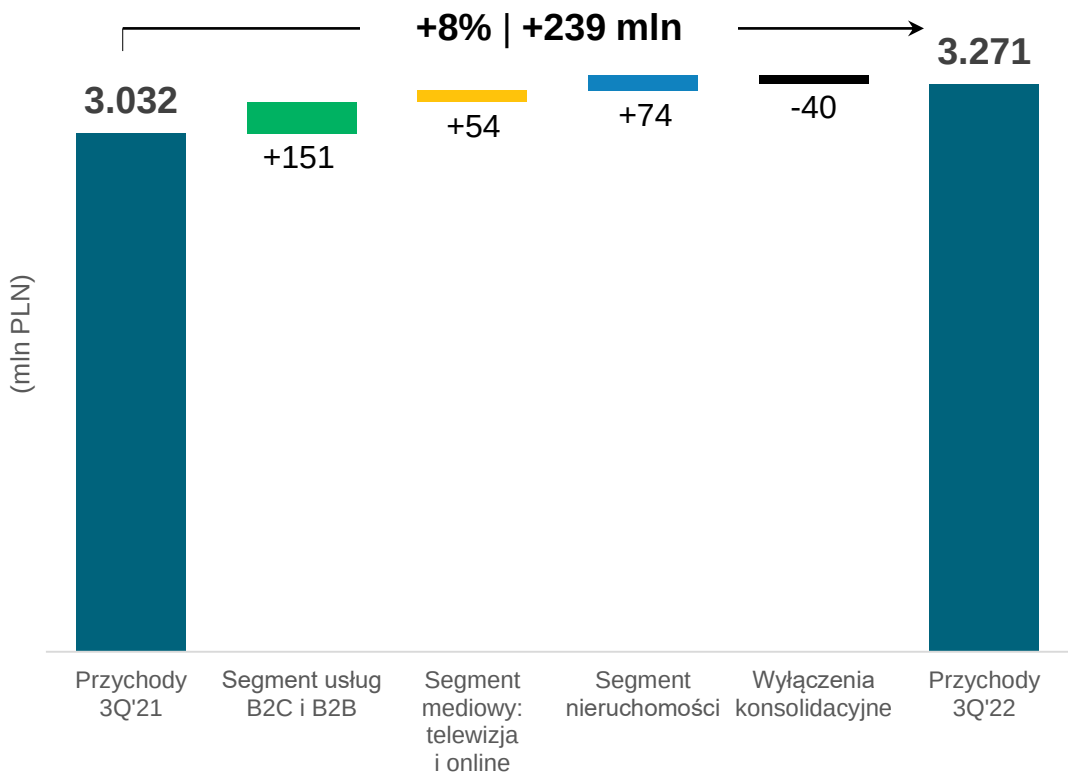


Dług netto/EBITDA LTM

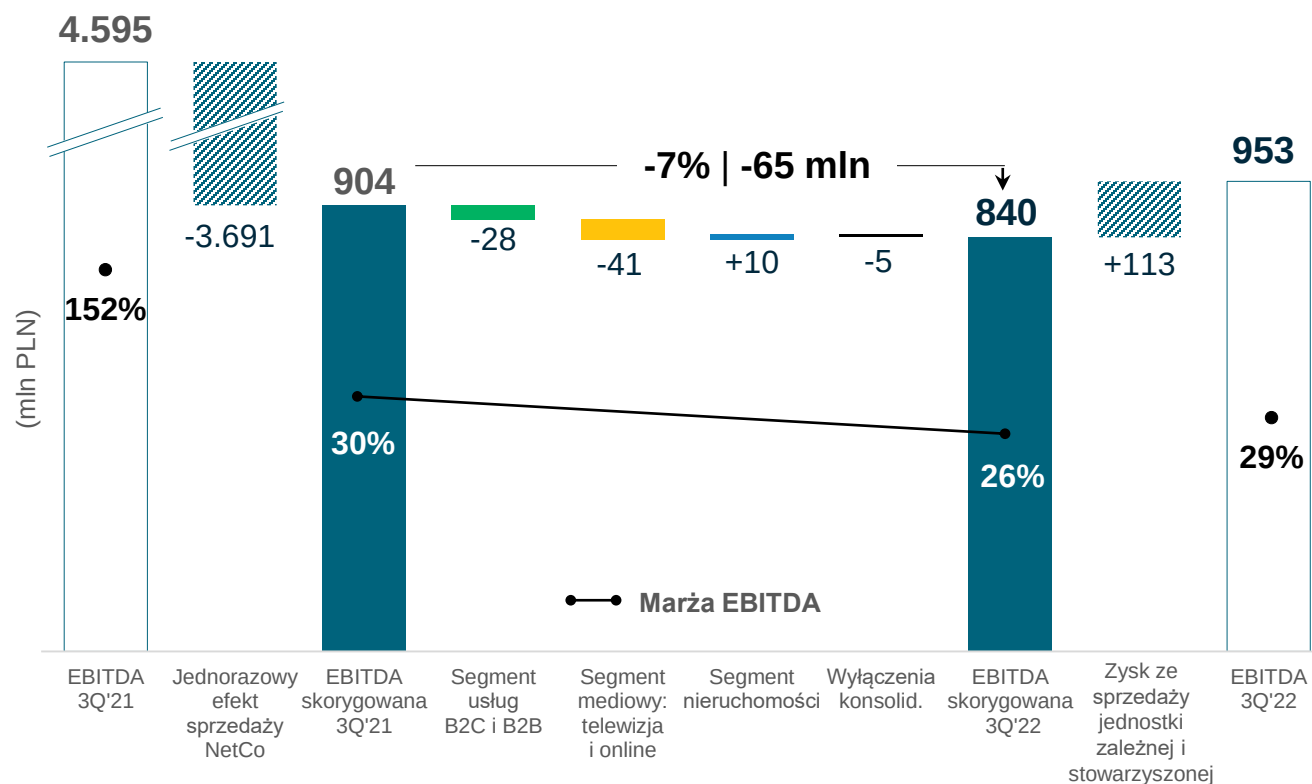


Przychody i EBITDA – czynniki zmian

Przychody ze sprzedaży



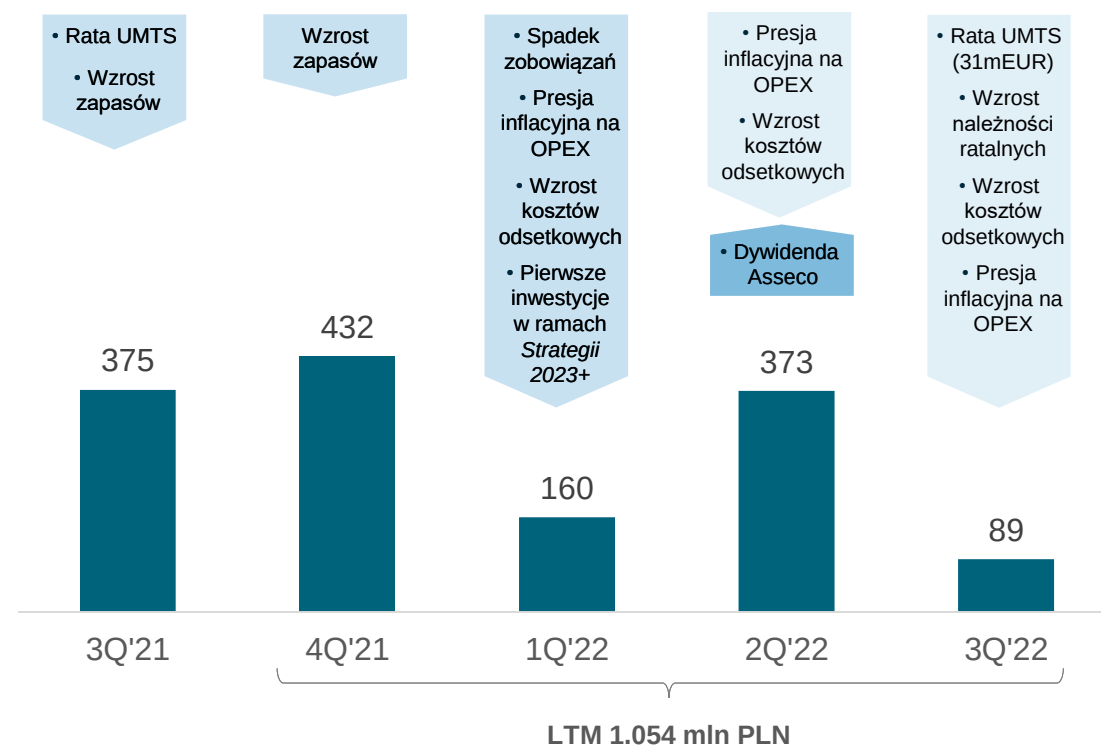
EBITDA skorygowana¹



Generujemy silny pozytywny FCF pomimo rosnących odsetek oraz opłacenia ostatniej, wyższej raty UMTS

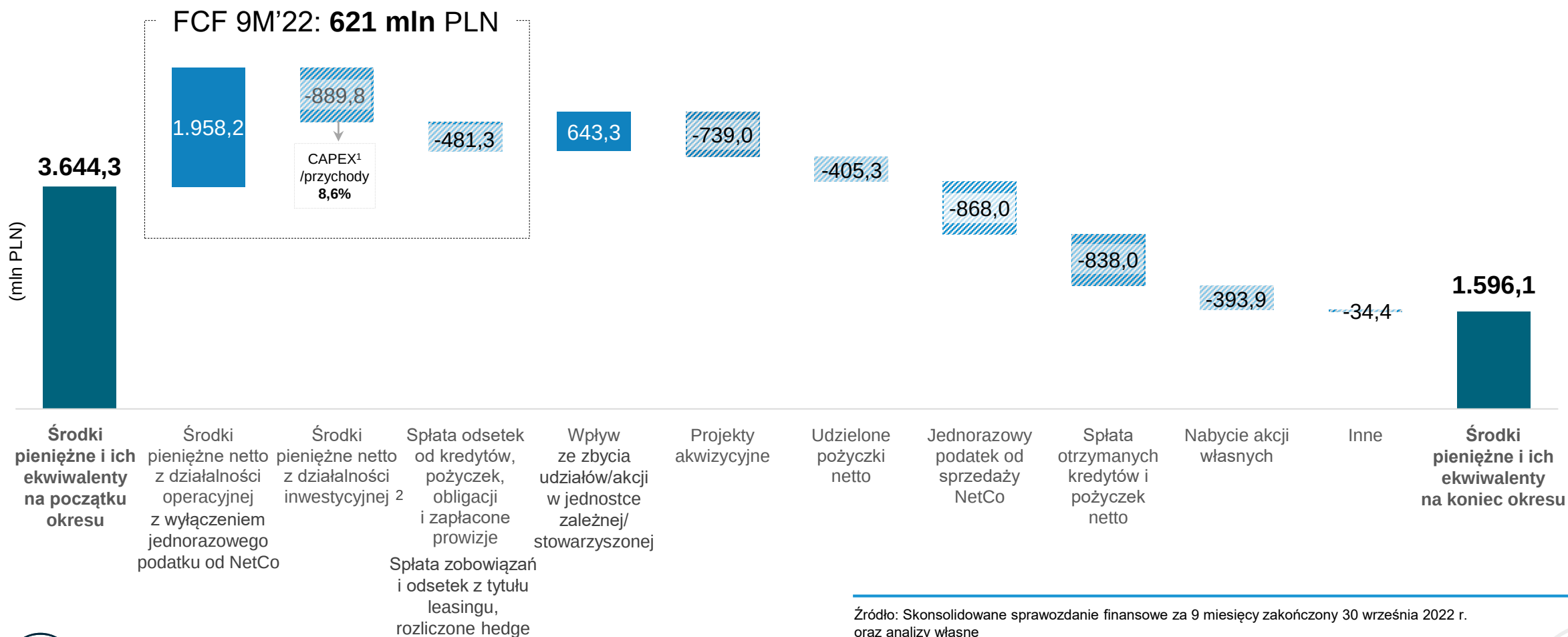
mIn PLN	3Q'22	9M'22
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	644	1.090
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	280	-1.403
Splata odsetek od kredytów, pożyczek, obligacji, rozliczenie instrumentów pochodnych	-129	-315
Splata zobowiązań i odsetek z tytułu leasingu	-55	-166
FCF po odsetkach	740	-794
Jednorazowy podatek od sprzedaży NetCo	-	868
Projekty akwizycyjne	9	739
Wpływy ze sprzedaży udziałów/akcji	-643	-643
Udzielone pożyczki netto	-21	405
Jednorazowe płatności z tytułu koncesji	4	12
Koszty wsparcia Ukrainy	-	34
Skorygowany FCF po odsetkach	89	621

Skorygowany FCF po odsetkach



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 9 miesięcy zakończony 30 września 2022 r. oraz analizy własne

CF odzwierciedla priorytetyzację naszych inwestycji oraz przygotowanie zasobów gotówkowych na kolejne inwestycje



Zadłużenie Grupy

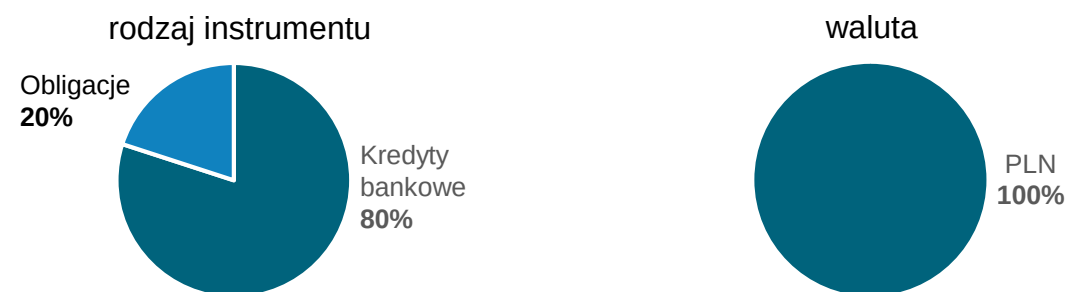
mln PLN

	Wartość bilansowa na dzień 30.09.2022
Kredyt Terminowy (transza A i B)	8.201
Kredyt Rewolwingowy	-
Obligacje	2.070
Leasing i inne	525
Zadłużenie brutto	10.796
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty ¹	(1.586)
Zadłużenie netto	9.210
EBITDA LTM	3.494
Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM	2,64x
Średni ważony koszt odsetek od kredytu i obligacji ²	8,4%

¹ Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów.

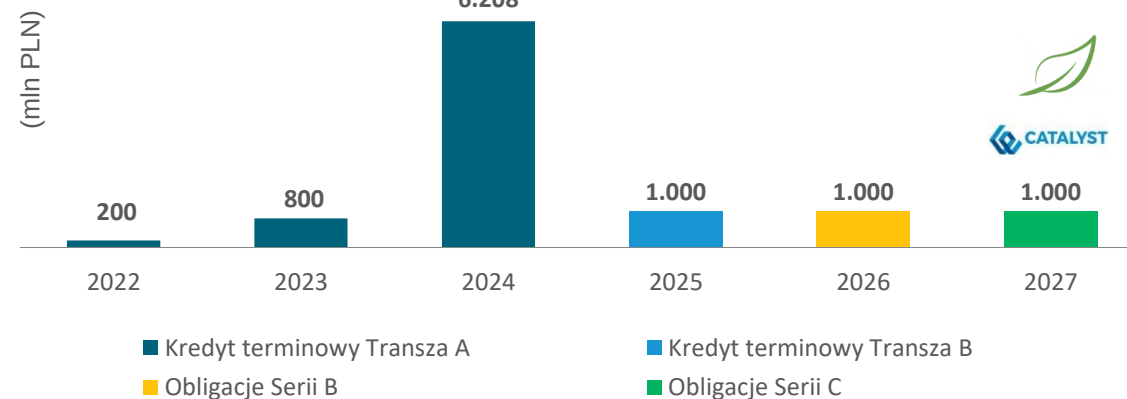
² Prospektywny średni ważony koszt odsetkowy Kredytu Terminowego (wraz z Kredytem Rewolwingowym) oraz Obligacji Serii B i Obligacji Serii C, wg stanu na dzień 30 września 2022 roku przy WIBOR 1M na poziomie 7,07% i WIBOR 6M - 7,41%, nie uwzględniając instrumentów zabezpieczających.

Struktura zadłużenia



Zapadalność długu

na dzień 30.09.2022



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 9 miesięcy zakończony 30 września 2022 r. oraz analizy własne

Podsumowanie i Q&A

Mirosław Błaszczyk
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 (71,3 zł), a w konsekwencji stabilny, powtarzalny wzrost przychodów detalicznych
- Dynamicznie realizujemy *Strategię 2023+* w segmencie czystej energii: zakontraktowaliśmy już >190MW farm wiatrowych
- Dynamicznie realizujemy *Strategię 2023+* w zakresie zielonego wodoru: montujemy elektrolizer, budujemy pierwszą ogólnodostępną stację tankowania wodorem i fabrykę autobusów wodorowych, a zarazem aktywnie promujemy NesoBus
- Po przejęciu Portu Praskiego podpisaliśmy umowę o współpracy z HB Reavis, deweloperem najwyższego biurowca w Europie (Varso)
- 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	3Q'22	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.744	6%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	1.980	9%
EBITDA skorygowana ²	758	-4%
Marża EBITDA skorygowana ²	27,6%	-2,7pkt%

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 9 miesięcy zakończony 30 września 2022 r. oraz analizy własne

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

(2) EBITDA skorygowana z wykluczeniem zysku ze sprzedaży jednostek zależnych i stowarzyszonych (3.690,8 mln PLN w Q3'21 i PLN 113,4 mln PLN w Q3'22)

- Sukcesywna budowa ARPU we wszystkich segmentach klienckich przekłada się na stabilny wzrost przychodów detalicznych. Bardzo dynamicznie rosną również przychody ze sprzedaży sprzętu
- Presja inflacyjna i wzrost kosztów energii elektrycznej to główne czynniki odzwierciedlające się we wzroście kosztów operacyjnych

Wyniki finansowe segmentu mediowego

mIn PLN	3Q'22	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	554	11%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	475	24%
EBITDA	77	-35%
Marża EBITDA	13,9%	-9,7pkt%

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 9 miesięcy zakończony 30 września 2022 r. oraz analizy własne

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

- Na przychody ze sprzedaży pozytywnie wpływają rosnące przychody reklamowe, od operatorów kab/sat oraz ze sprzedaży licencji, sublicencji i praw majątkowych
- Traktując obszar produkcji kontentu jako naszą przewagę konkurencyjną, nieprzerwanie inwestujemy w atrakcyjność naszej oferty programowej, w tym najlepszy sport, nowe seriale oraz atrakcyjną ramówkę

Wyniki finansowe segmentu nieruchomości

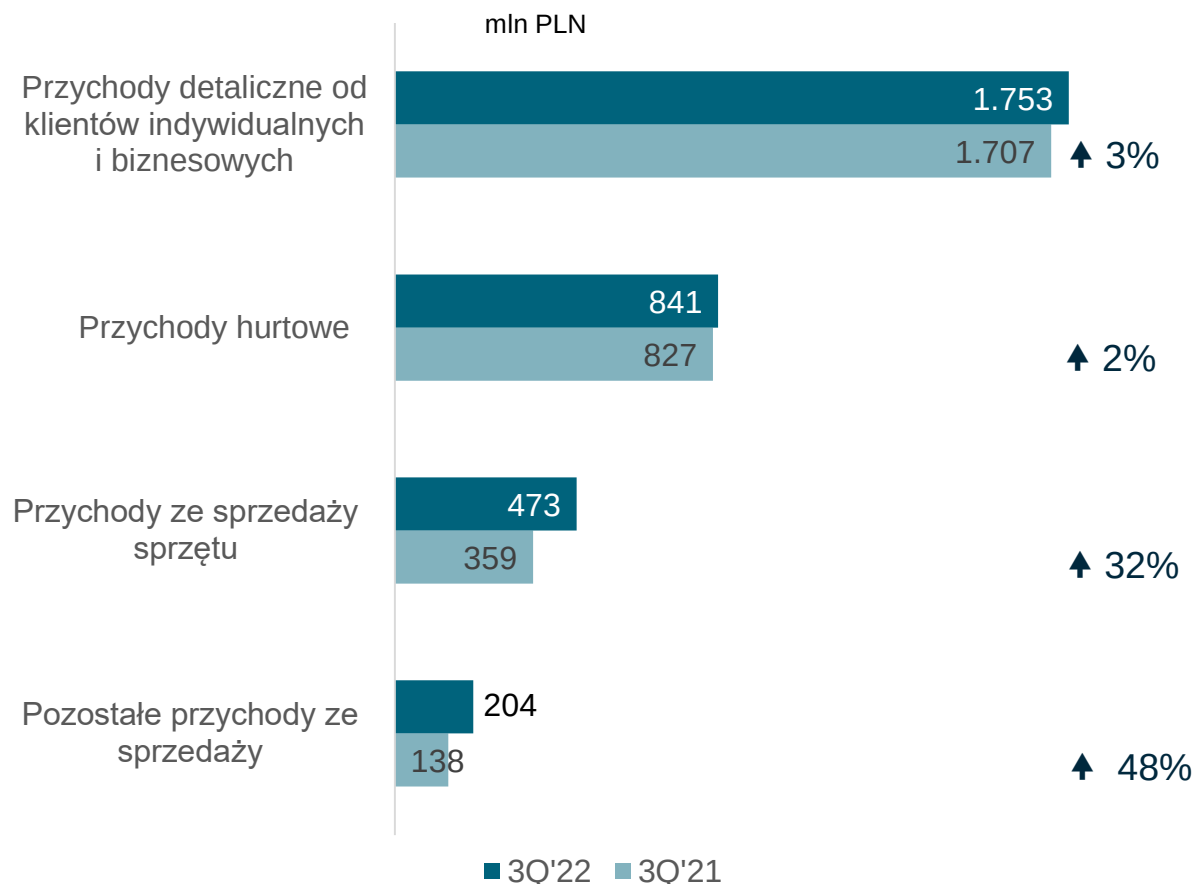
mIn PLN	3Q'22
Przychody ze sprzedaży	74
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	64
EBITDA	10
Marża EBITDA	14,0%

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 9 miesięcy zakończony 30 września 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 w ramach segmentu posiadamy zapas mieszkań gotowych do sprzedaży w Porcie Praskim oraz realizujemy projekty budowlane na rzecz spółek z Grupy Polsat Plus
- Kolejne projekty deweloperskie zaplanowane są w perspektywie średnioterminowej

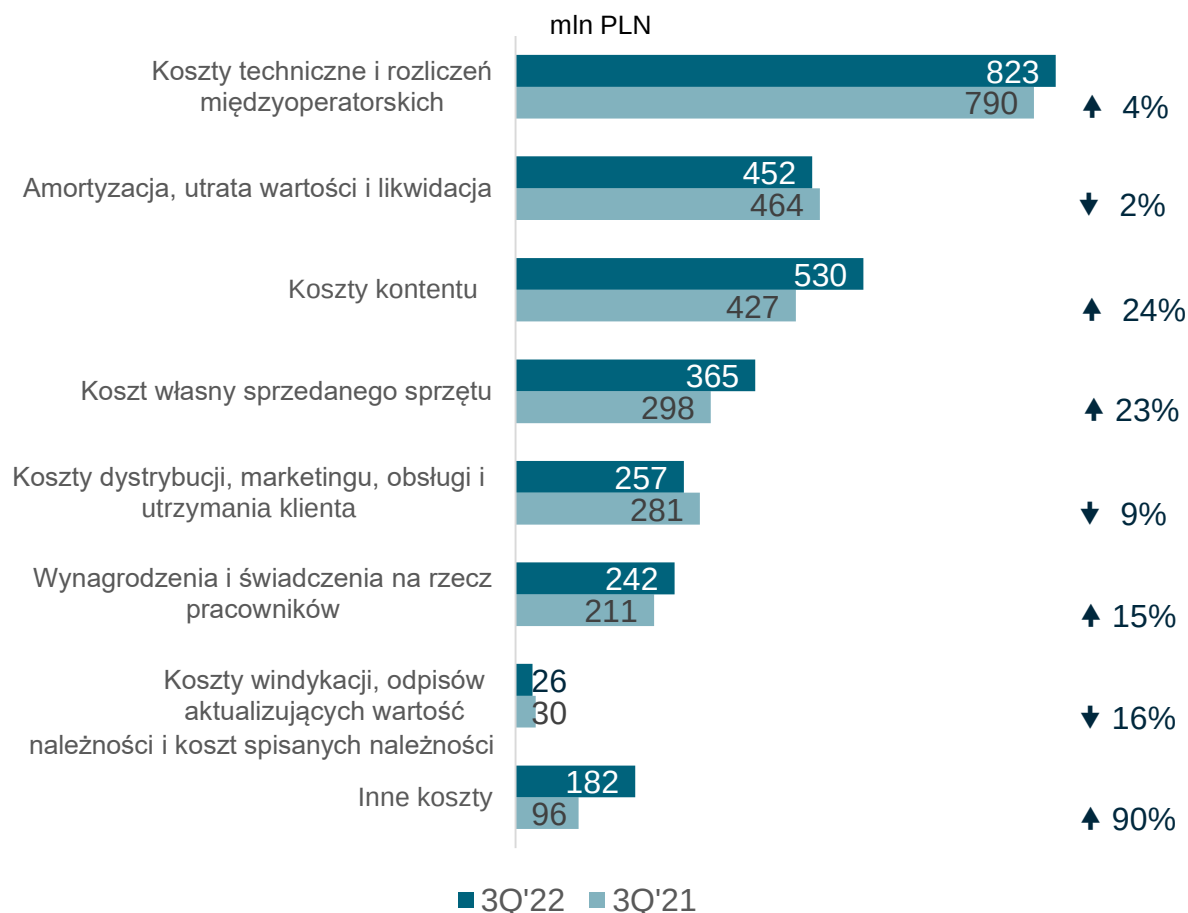
Struktura przychodów ze sprzedaży



- Wzrost **przychodów detalicznych** dzięki skutecznej realizacji naszej strategii budowania wartości klienta, co znajduje odzwierciedlenie w wysokiej dynamice wzrostu ARPU zarówno dla kontraktowych klientów B2C i B2B, jak i dla klientów usług przedpłaconych
- Istotnie wyższe **przychody ze sprzedaży sprzętu** przede wszystkim w wyniku większej skłonności klientów do wyboru droższych modeli smartfonów
- Wyższe **pozostałe przychody ze sprzedaży** przede wszystkim dzięki wyższym przychodom ze sprzedaży i najmu lokali, wynikającym głównie z konsolidacji działalności spółki Port Praski i jej spółek zależnych oraz konsolidacji wyników działalności windykacyjnej prowadzonej przez grupę Vindix

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 9 miesięcy zakończony 30 września 2022 r. oraz analizy własne

Struktura kosztów operacyjnych



- Wyższe **koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich** przede wszystkim na skutek rozpoznania istotnie wyższych kosztów energii elektrycznej
- Wzrost **kosztu własnego sprzedanego sprzętu** przede wszystkim w efekcie wzrostu udziału droższych modeli smartfonów w miksie sprzedażowym
- Wyższe **koszty kontentu** przede wszystkim w wyniku rozpoznania wyższych kosztów produkcji własnej i amortyzacji praw sportowych w związku z kompleksową realizacją przez TV Polsat Mistrzostw Świata w Siatkówce Mężczyzn w Q3'22 roku, które w wyniku sytuacji geopolitycznej zostały przeniesione z Rosji do Polski i Słowenii. Równolegle kontynuujemy inwestycje w zwiększania atrakcyjności oferty programowej naszych kanałów telewizyjnych w celu poprawy profilu widza.
- Wzrost **kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników** głównie w efekcie konsolidacji nowo nabytych spółek oraz utrzymującej się presji inflacyjnej
- Wzrost **innych kosztów** w związku z ujęciem w 3Q'22 kosztów sprzedaży mieszkań i wyższych kosztów utrzymania nieruchomości w wyniku konsolidacji Portu Praskiego oraz wyższych kosztów energii elektrycznej i rozpoznaniem PCC w związku z nabyciem udziałów w spółce Port Praski

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 9 miesięcy zakończony 30 września 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	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. 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.
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>

