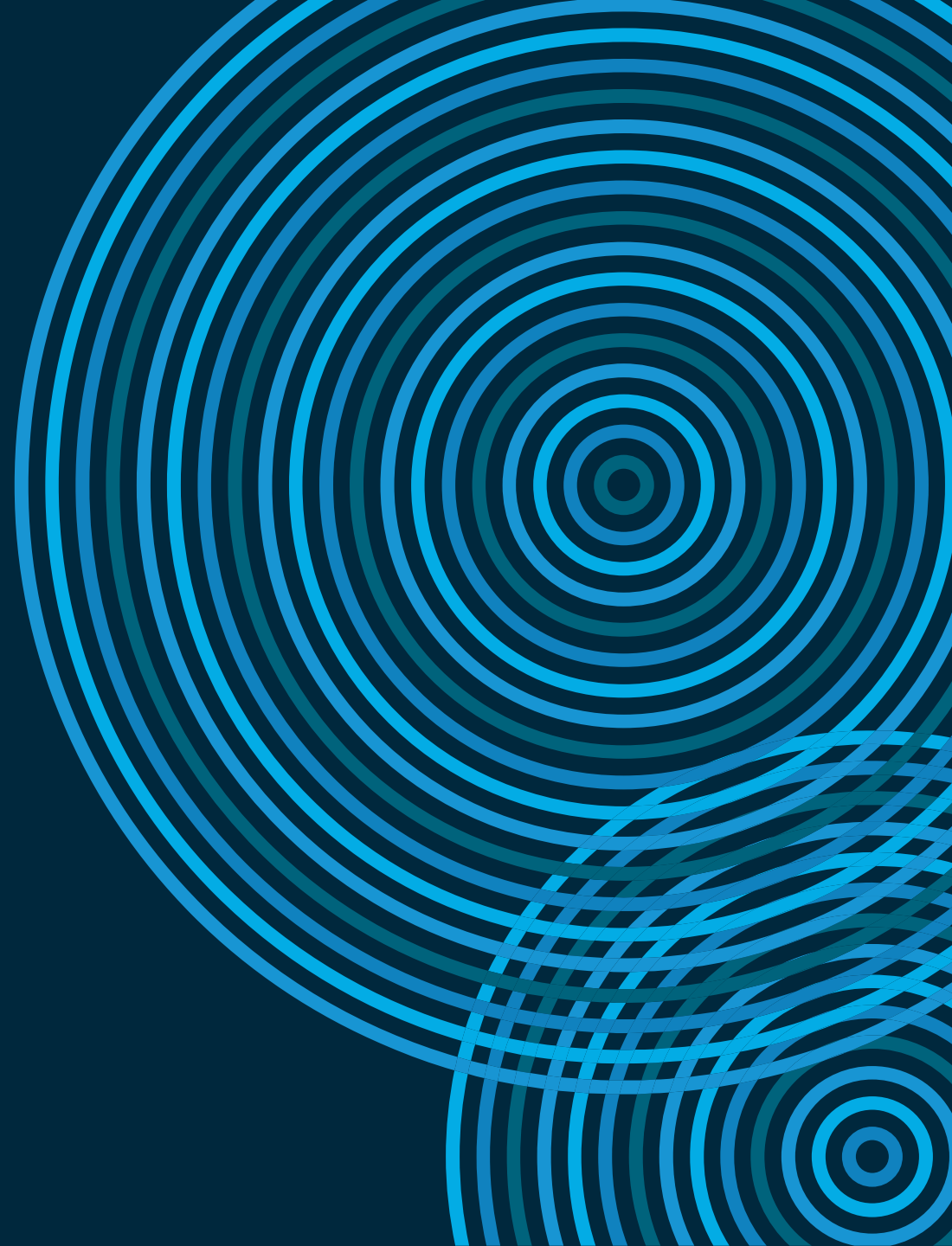


# Wyniki finansowe 3Q'21

10 listopada 2021 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



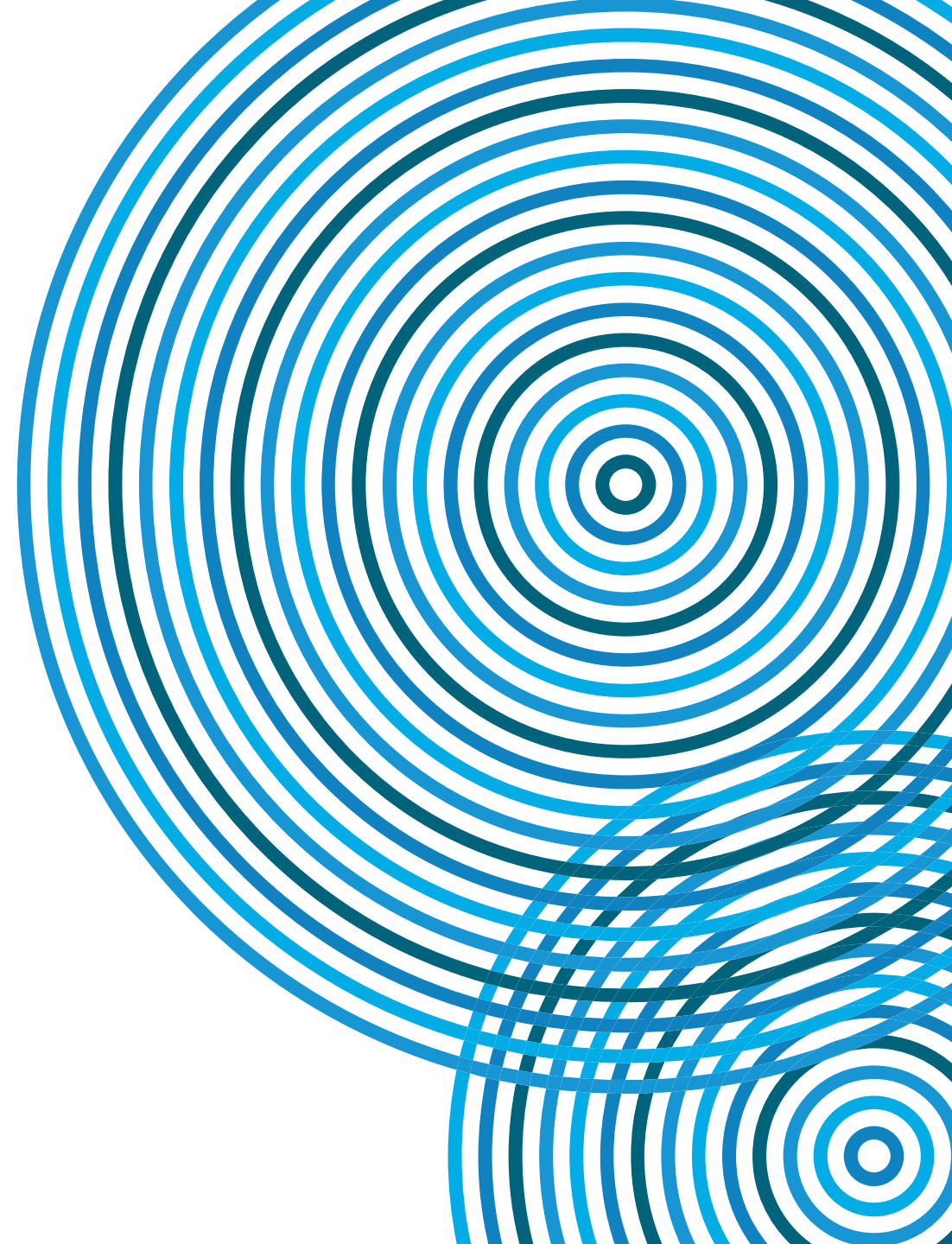
**KATARZYNA OSTAP-TOMANN**  
CZŁONEK ZARZĄDU, CFO



**STANISŁAW JANOWSKI**  
PREZES ZARZĄDU, TELEWIZJA POLSAT

# Agenda

1. **Najważniejsze wydarzenia 3Q'21**
2. **Działalność operacyjna**
3. **Wyniki finansowe**
4. **Podsumowanie i Q&A**





# Najważniejsze wydarzenia 3Q'21

**Mirosław Błaszczuk**  
*Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat*



# Najważniejsze wydarzenia 3Q'21

- Dynamicznie rozwijamy jedyną prawdziwą sieć 5G w Polsce – do 600 Mb/s na unikalnej częstotliwości 2,6 GHz dedykowanej pod 5G – już ponad 17 milionów mieszkańców Polski w zasięgu 5G od Plusa
- Sfinalizowaliśmy transakcję sprzedaży Polkomtel Infrastruktura na rzecz Cellnex Telecom
- Jesteśmy w trakcie wypłaty rekordowej dywidendy dla naszych akcjonariuszy (767 mln zł, czyli 1,2 zł na akcję)
- Wdrożyliśmy nową strategię portfolio marek Grupy Polsat Plus
- Wspólnie z Grupą ZEPAK uruchomiliśmy największą w Polsce elektrownię słoneczną 70 MWp, w efekcie czego **zielona energia** płynie już do naszych klientów





# Działalność operacyjna



# Segment mediowy: telewizja i online



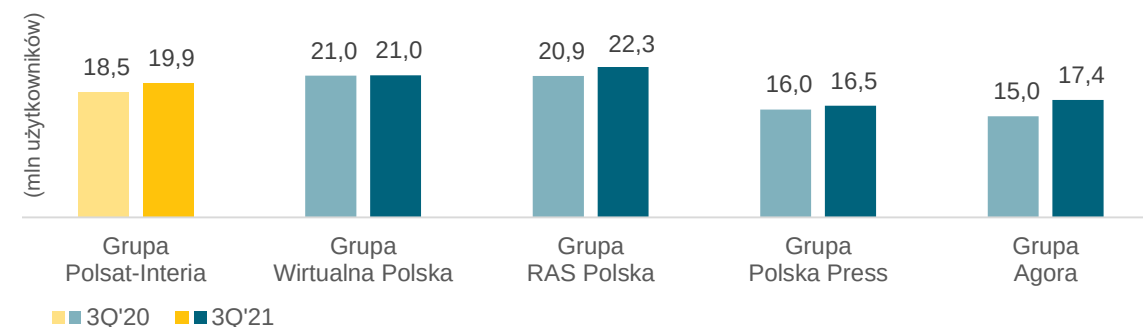
**Stanisław Janowski**  
*Prezes Zarządu, Telewizja Polsat*



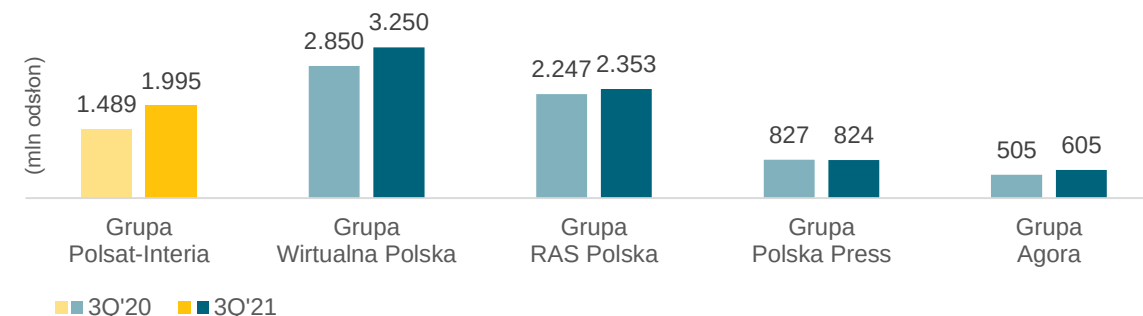
# Liczba użytkowników naszych portali internetowych wzrosła do blisko 20 mln

- Jesteśmy wiodącym wydawcą internetowym w Polsce dzięki dokonanej akwizycji Interia.pl
- Nasza wiodąca pozycja w mediach internetowych:
  - 19,9 mln użytkowników oraz
  - 2,0 mld odsłon
- Zrealizowaliśmy zapowiadane synergie

## Średniomiesięczna liczba użytkowników



## Średniomiesięczna liczba odsłon

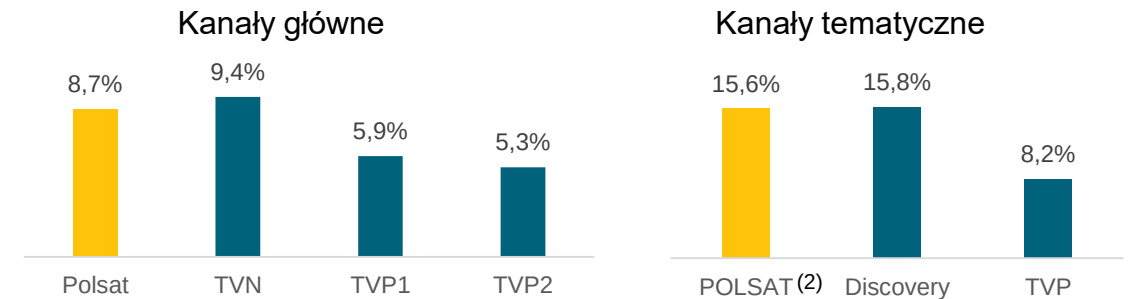


Źródło: 3Q'20 - Gemius/PBI, 3Q'21 - Mediapanel, liczba użytkowników – wskaźnik real users

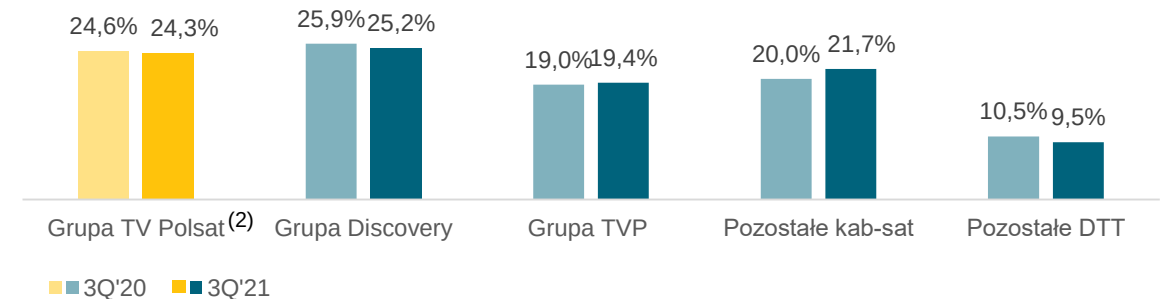
# Oglądalność naszych kanałów w 3Q'21

- Grupa TV Polsat i kanał główny w czołówce oglądalności w grupie komercyjnej

## Udział w oglądalności



## Dynamika udziałów w oglądalności



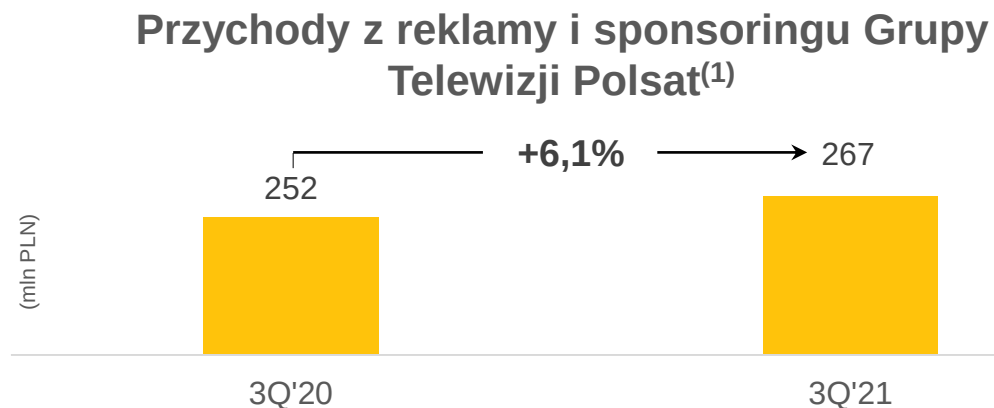
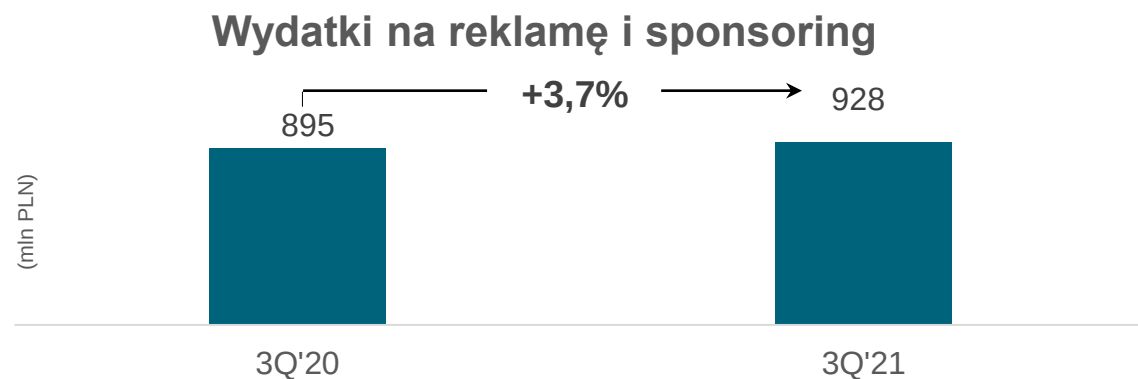
Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2<sup>(1)</sup>, od września 2021 r. z uwzględnieniem oglądalności poza miejscem zamieszkania, (tzw. widownia OOH), analizy własne

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

# Pozycja na rynku reklamy w 3Q'21

- Dynamika przychodów z reklamy i sponsoringu Grupy TV Polsat powyżej dynamiki rynku
- W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrósł do poziomu 28,8%



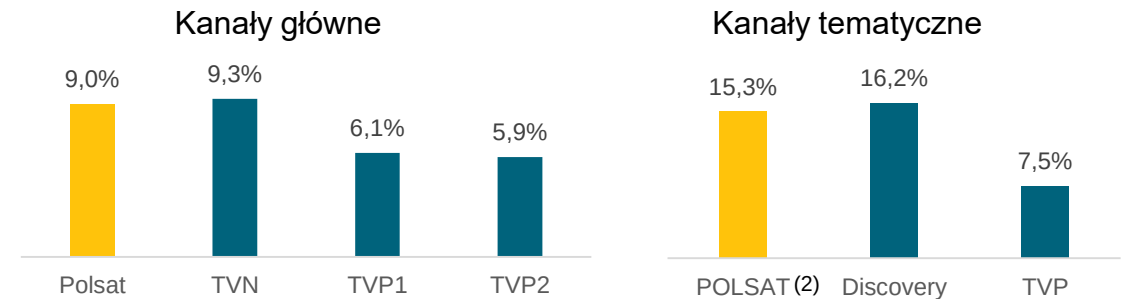
Źródło: Publicis Groupe, dane wstępne, reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy własne

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

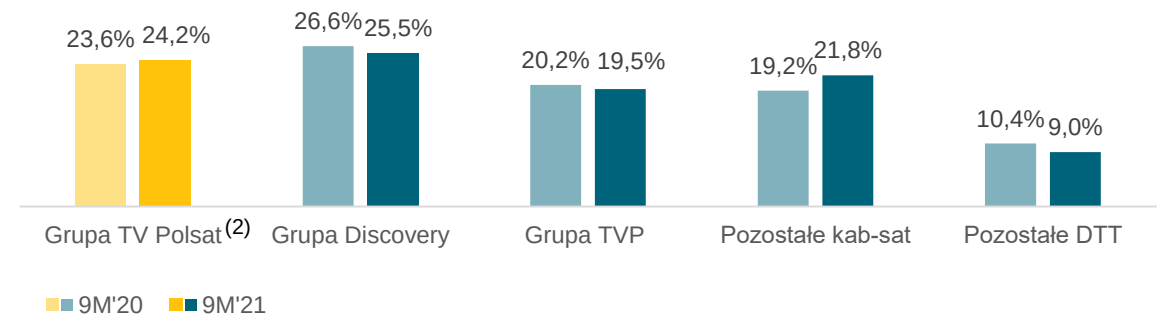
# Oglądalność naszych kanałów w 9M'21

- Wyniki oglądalności kanałów Grupy TV Polsat zgodne ze strategią

## Udział w oglądalności



## Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2<sup>(1)</sup>, 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*)

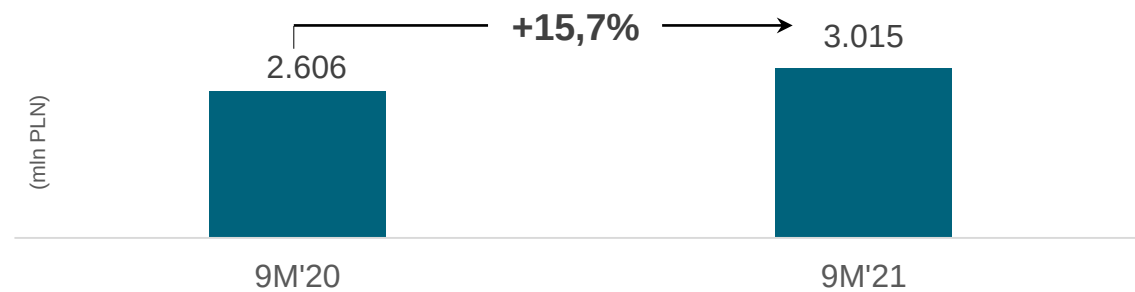
(2) z wyłączeniem kanałów partnerskich: Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat Nature, Polsat Viasat History, JimJam, CI Polsat, Polsat Comedy Central Extra



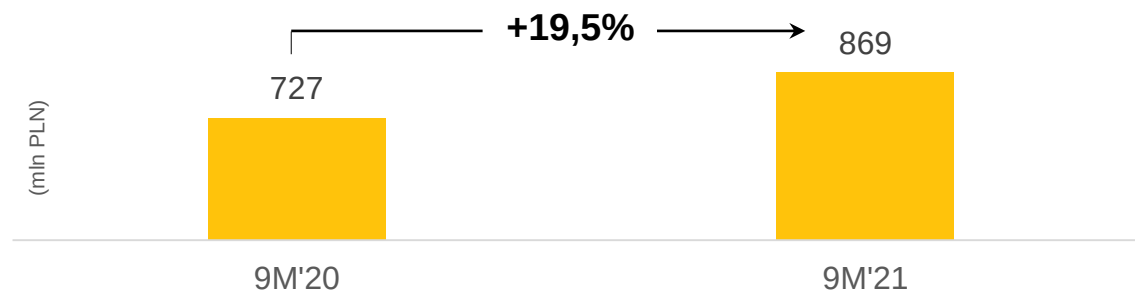
# Pozycja na rynku reklamy w 9M'21

- Dynamika przychodów z reklamy i sponsoringu Grupy TV Polsat powyżej dynamiki rynku
- W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrósł do poziomu 28,8%

## Wydatki na reklamę i sponsoring



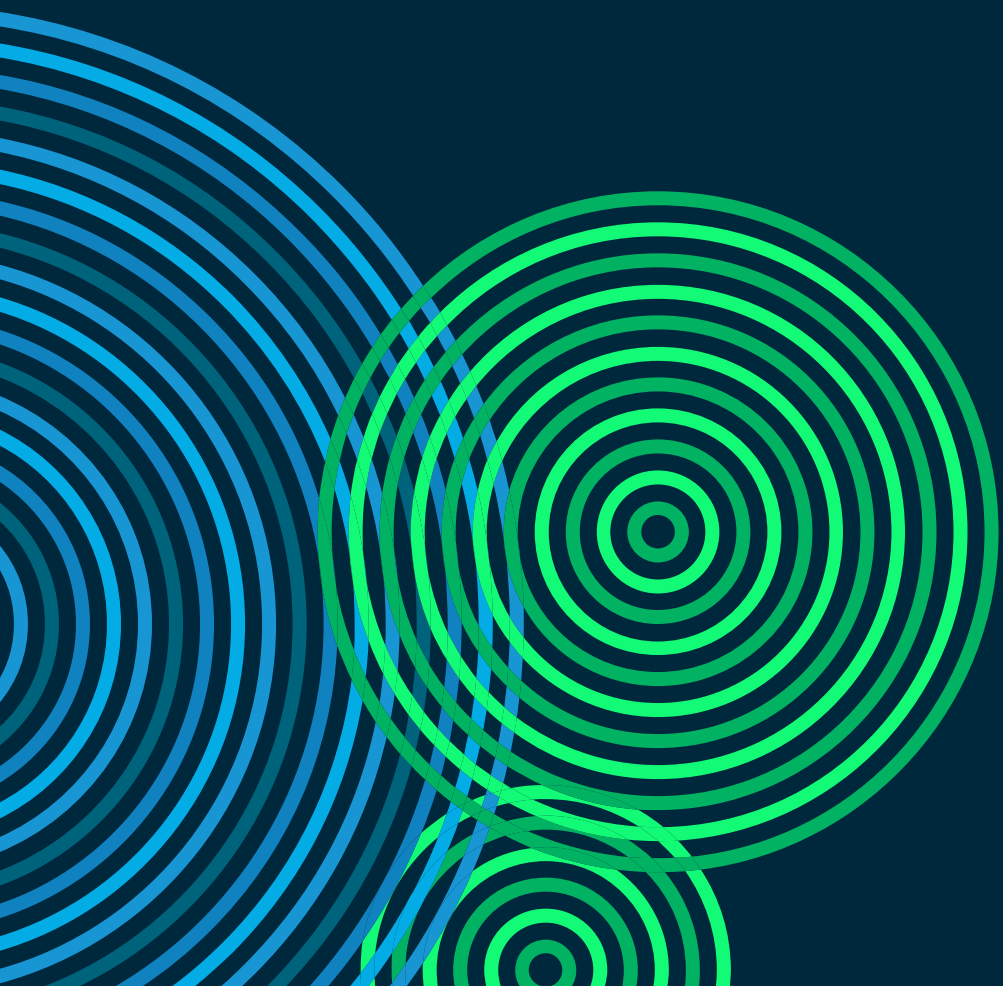
## Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat<sup>(1)</sup>



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*

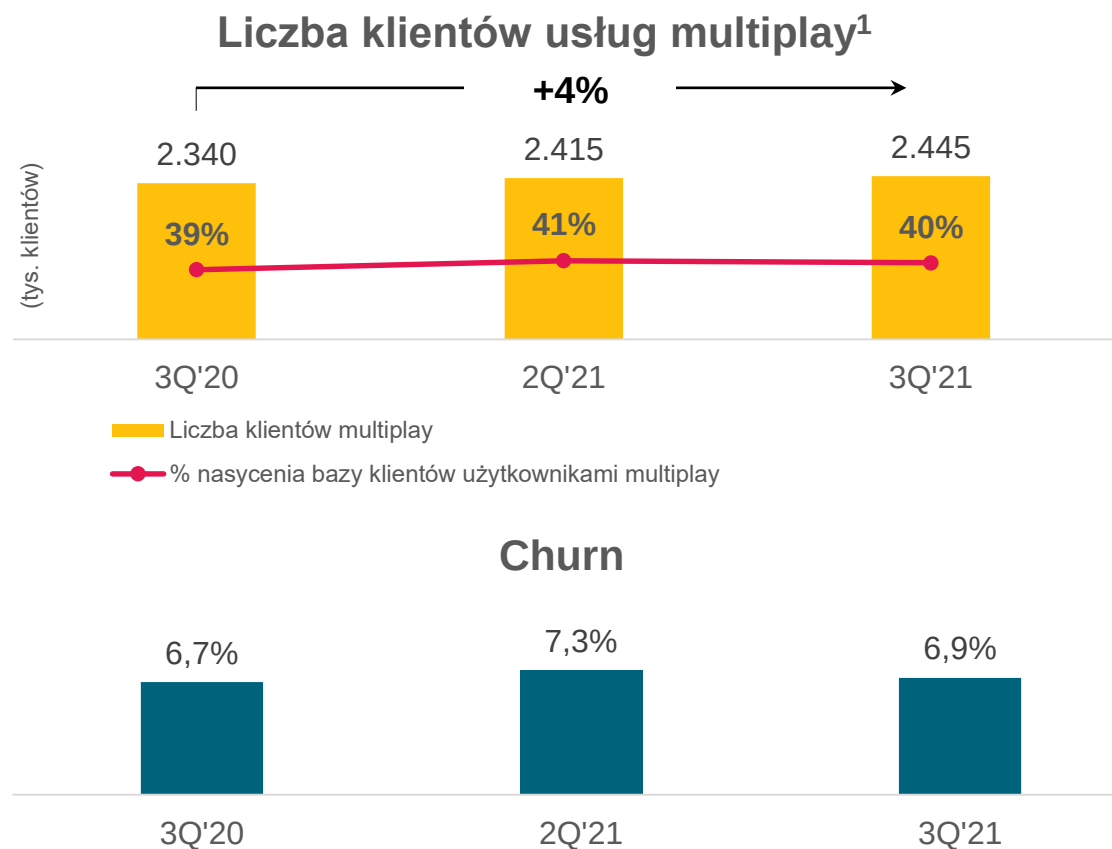
# Rozwijamy się dynamicznie i w związku z tym wprowadzamy nowy, przejrzysty i adekwatny zestaw KPI, by jeszcze lepiej zobrazować efekty realizacji naszej strategii

- W lipcu 2021 roku staliśmy się wyłącznym właścicielem Netii oraz operatora MVNO Premium Mobile. Dodatkowo zainicjowaliśmy *delisting* Netii i w związku z tym wyniki finansowe i operacyjne tych spółek będziemy raportować łącznie w ramach Grupy Polsat Plus
- Biznes Netii opiera się w istotnym stopniu o klientów B2B, których specyfika istotnie różni się od segmentu B2C. Aby dostarczać przejrzysty obraz rezultatów realizowanej przez nas strategii wydzieliliśmy i będziemy raportować odrębnie wyniki operacyjne segmentu B2B
- W Q3'21 został zainicjowany średniookresowy plan redukcji stawek MTR i FTR, wpływający na nasze przychody hurtowe i neutralny dla EBITDA. Chcemy w miarodajny sposób prezentować wyniki realizowanej przez nas strategii budowania wartości klienta, dlatego zdecydowaliśmy o wykluczeniu przychodów z rozliczeń międzyoperatorskich z kalkulacji ARPU
- Wierzymy, że nowy zestaw KPI Grupy Polsat Plus we właściwy sposób obrazuje efekty realizowanej przez nas strategii



# Ponad 2,4 miliona klientów oferty multiplay

- Konsekwentna realizacja strategii multiplay skutkuje stabilnym wzrostem liczby klientów tych usług o 105 tys. r/r
- Liczba RGU posiadanych przez tych klientów rośnie do 7,29 mln
- Niezmiennie niski poziom churn – głównie dzięki naszej strategii multiplay

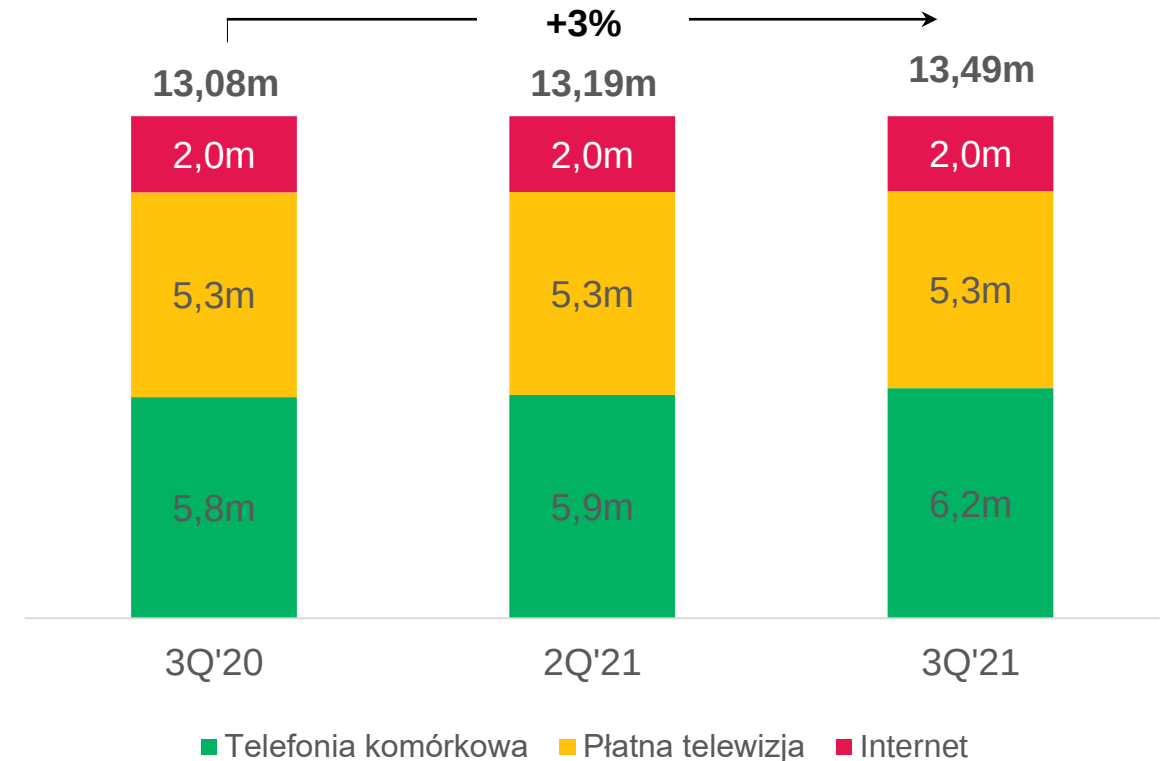


Nota: (1) Obejmuje klientów usług pakietowych spółek z Grupy Netia oraz Premium Mobile

# Nasi klienci B2C korzystają z coraz większej liczby usług kontraktowych

- Przyrost liczby usług kontraktowych o 410 tys. r/r
- Dynamiczny 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

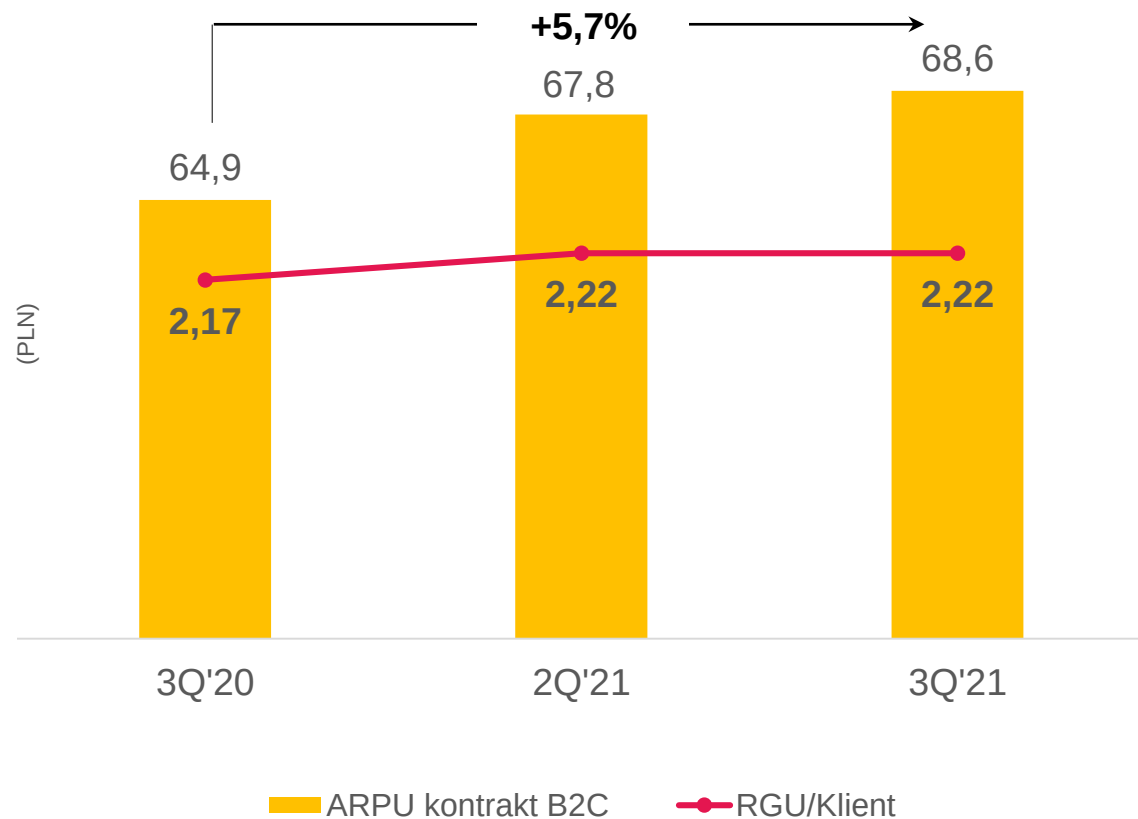
Liczba RGU w segmencie kontraktowym B2C





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

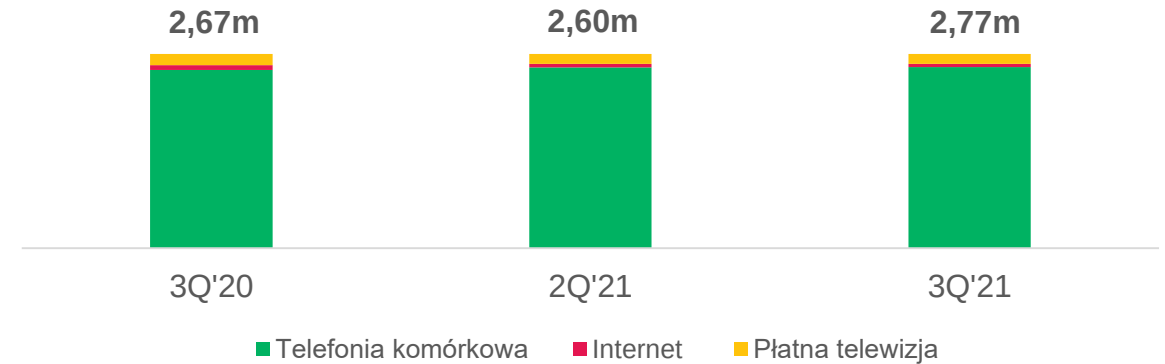
- Wzrost ARPU o 5,7% r/r wynikający z konsekwentnej budowy wartości istniejącej bazy klienckiej
- Skuteczna dosprzedaż produktów w ramach strategii multiplay niezmiennie odzwierciedla się we wzroście wskaźnika saturacji RGU na klienta



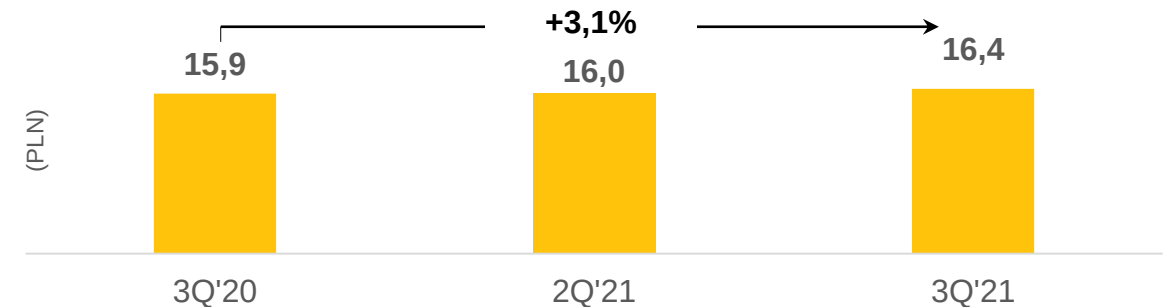
# Rosnąca baza i ARPU usług przedpłaconych

- Wzrost bazy usług przedpłaconych wynika z dobrej sprzedaży usług komórkowych, wspartej konsolidacją Premium Mobile
- Obiecujące wyniki sprzedaży nowych pakietów na platformie Polsat Box Go
- Odnotowujemy wzrost zarówno przychodów telekomunikacyjnych, jak i kontentowych, co przekłada się na pozytywną dynamikę ARPU

RGU usług przedpłaconych

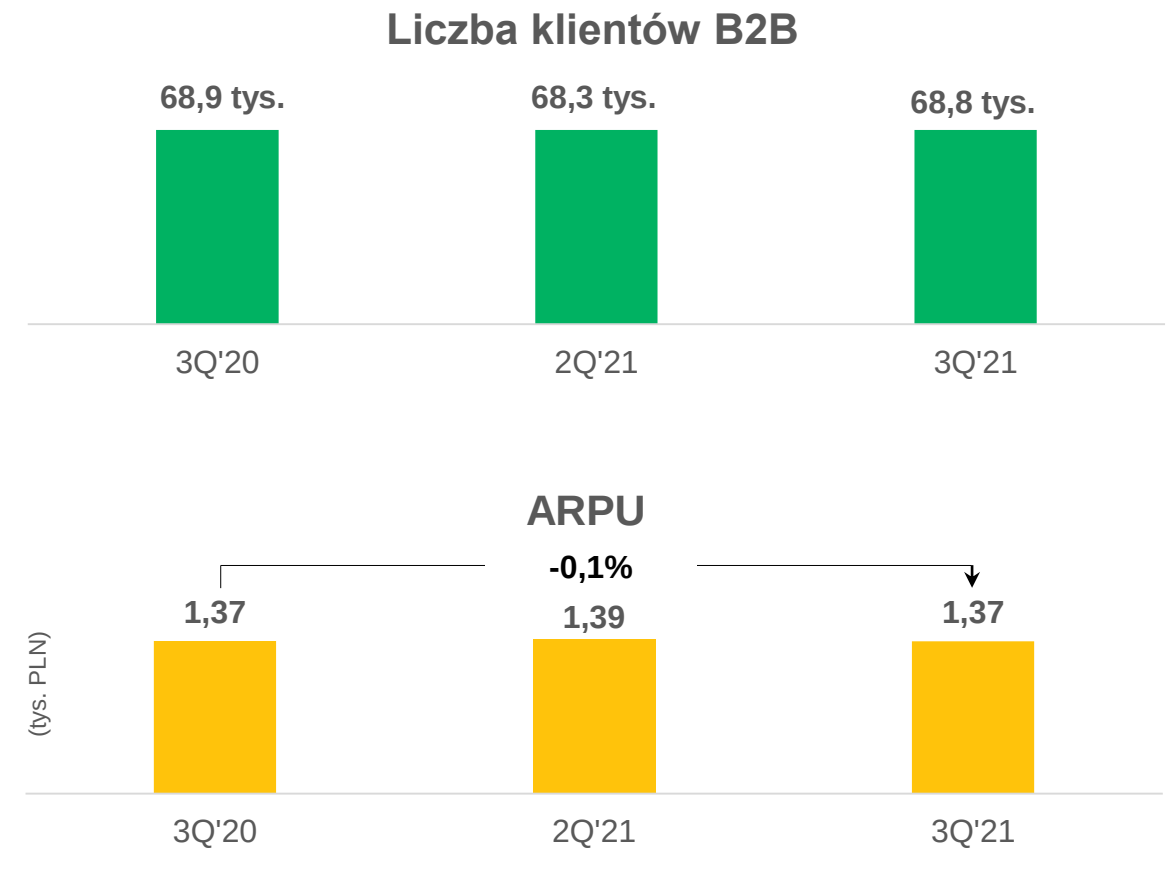


ARPU



# Stabilna baza i 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 blisko 1,4 tys. PLN/m-c



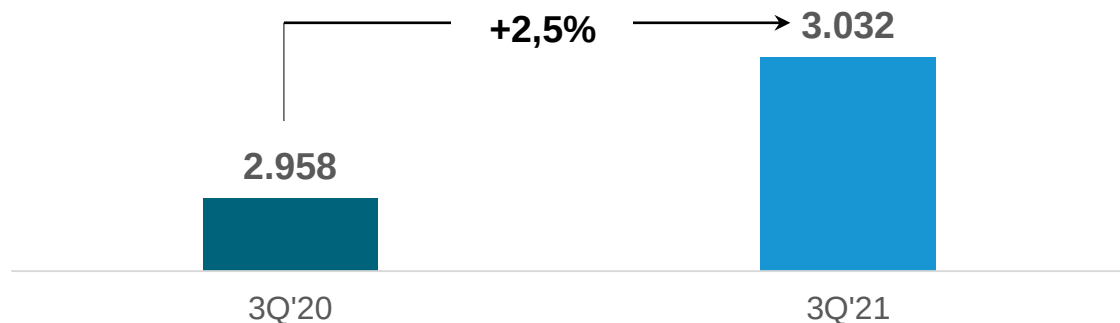
# Wyniki finansowe

Katarzyna Ostap-Tomann  
*Członek Zarządu, Cyfrowy Polsat*

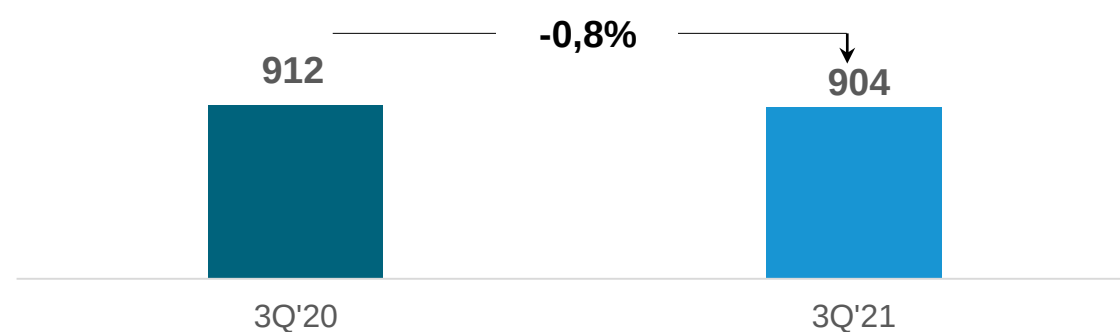


# Wyniki Grupy w 3Q'21

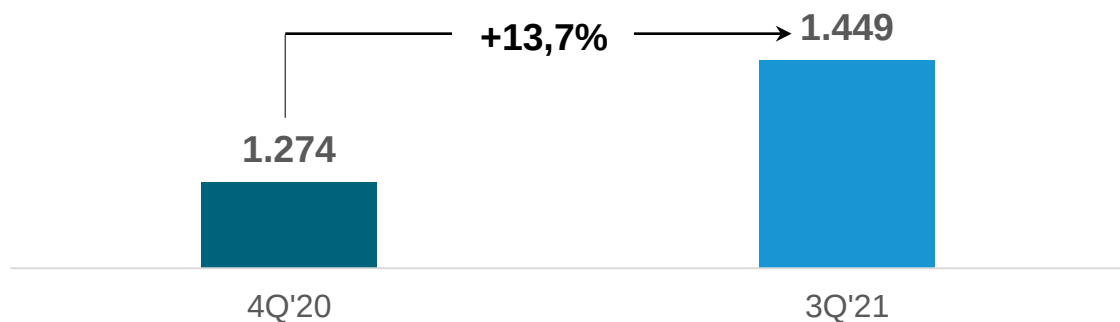
## Przychody skorygowane o deltę IC



## EBITDA skorygowana, z wył. wyniku NetCo<sup>1</sup>



## LTM FCF



## Dług netto/EBITDA LTM

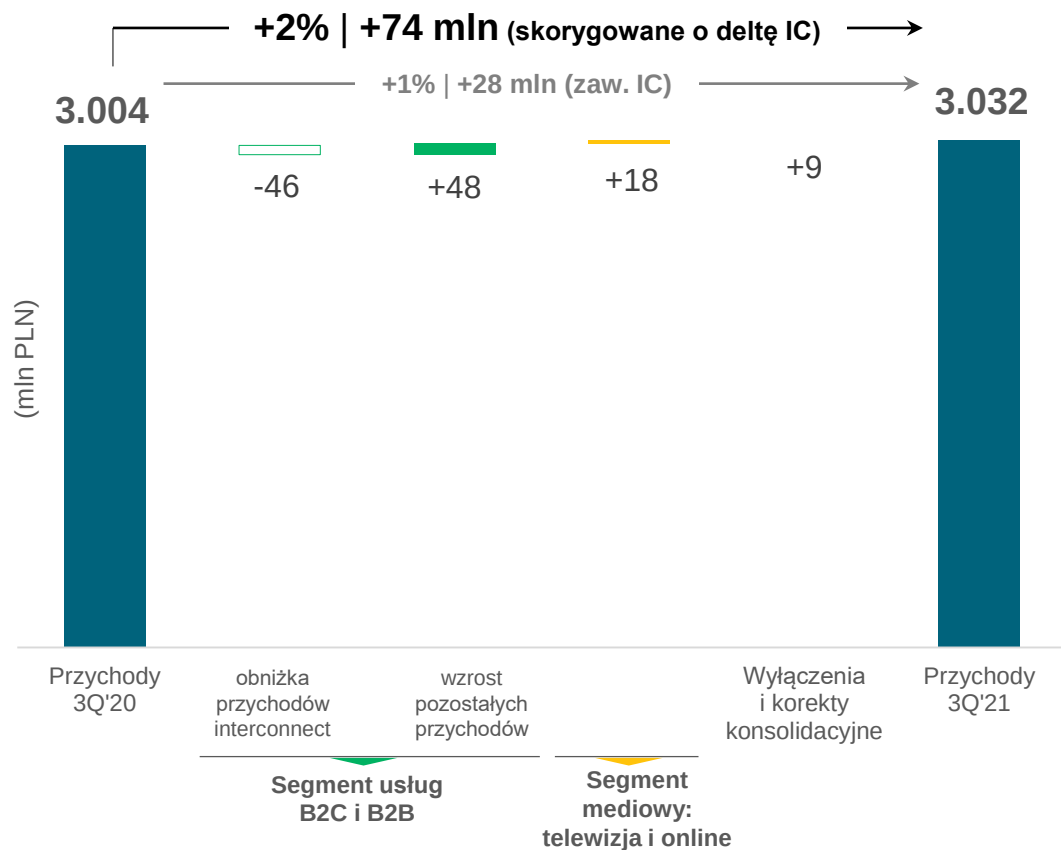


Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2021 r. oraz analizy własne

(1) EBITDA z pominięciem w 3Q'20 EBITDA NetCo oraz jednorazowych kosztów związanych z COVID-19 (w tym darowizn) w wysokości 3,3 mln zł oraz w 3Q21 jednorazowego efektu sprzedaży NetCo

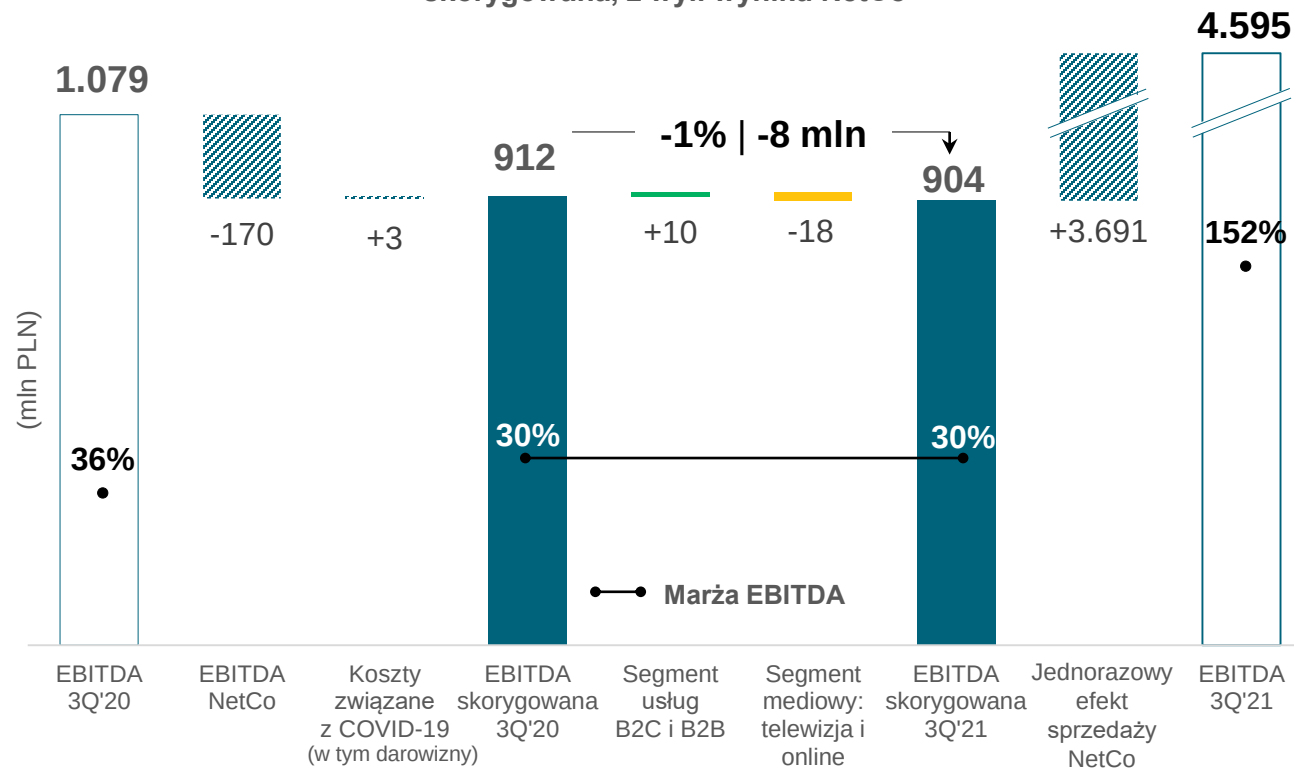
# Przychody i EBITDA – czynniki zmian

## Przychody ze sprzedaży



## EBITDA

skorygowana, z wył. wyniku NetCo<sup>1</sup>



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2021 r. oraz analizy własne

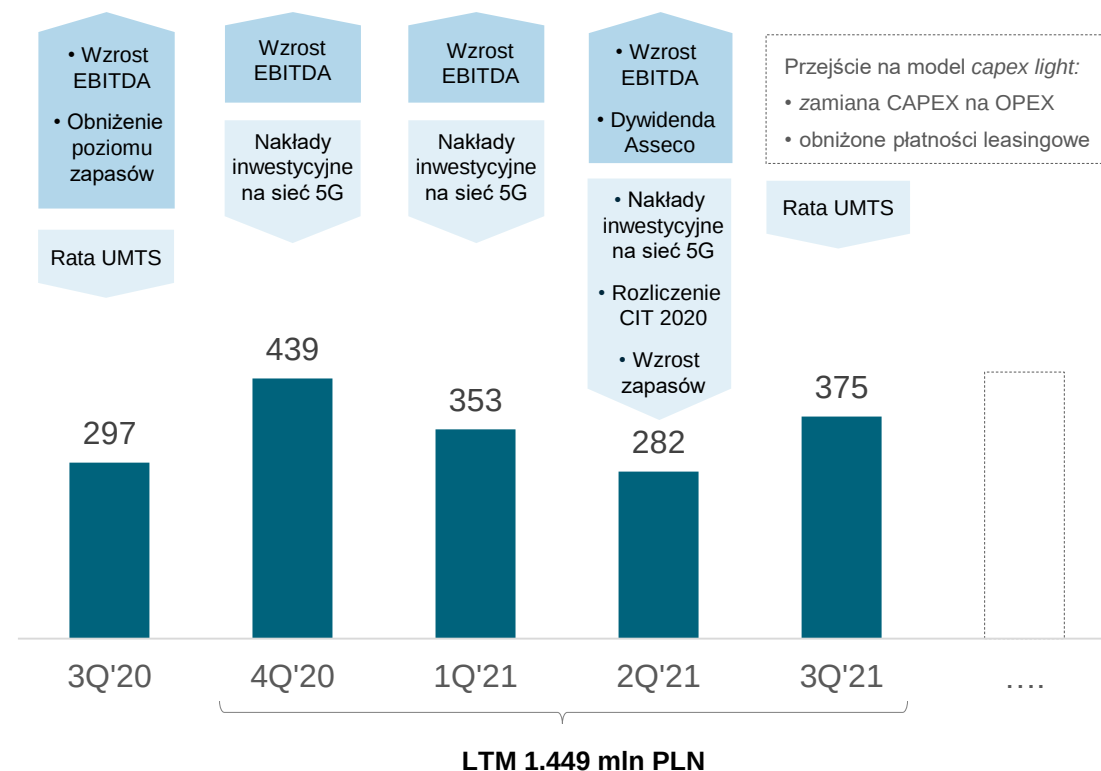
(1) EBITDA z pominięciem w 3Q'20 EBITDA NetCo oraz jednorazowych kosztów związanych z COVID-19 (w tym darowizn) w wysokości 3,3 mln zł oraz w 3Q'21 jednorazowego efektu sprzedaży NetCo



# Niezmennie generujemy silny pozytywny strumień FCF

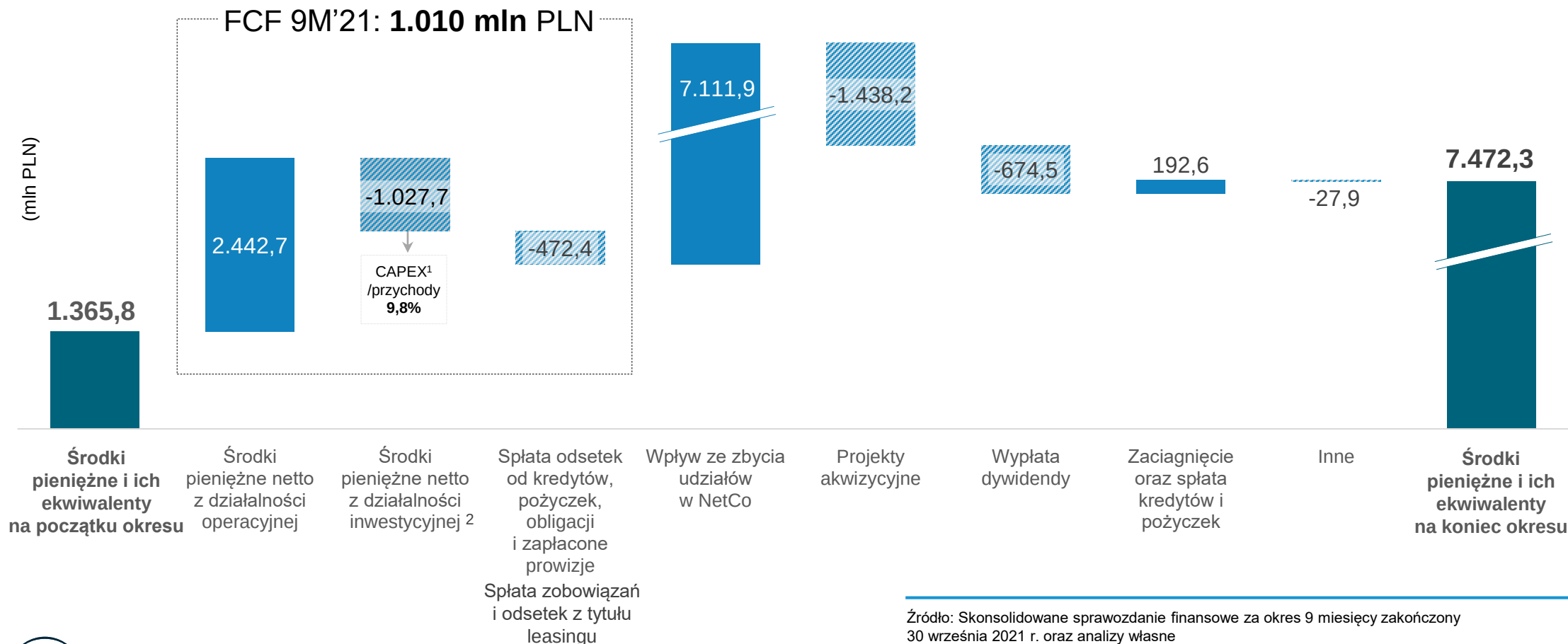
| mIn PLN                                                             | 3Q'21        | 9M'21        |
|---------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|
| Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej                   | 824          | 2.443        |
| Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej                 | 5.985        | 4.646        |
| Spłata odsetek od kredytów, pożyczek, obligacji, zapłacone prowizje | -53          | -164         |
| Spłata zobowiązań i odsetek z tytułu leasingu                       | -66          | -309         |
| <b>FCF po odsetkach</b>                                             | <b>6.690</b> | <b>6.616</b> |
| Płatności z tytułu koncesji                                         | 2            | 30           |
| Projekty akwizycyjne                                                | 757          | 1.438        |
| Wpływy ze sprzedaży NetCo                                           | -7.112       | -7.112       |
| Koszty projektowe                                                   | 38           | 38           |
| <b>Skorygowany FCF po odsetkach</b>                                 | <b>375</b>   | <b>1.010</b> |

## Skorygowany FCF po odsetkach



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2021 r. oraz analizy własne

# Silny strumień powtarzalnego FCF wraz z dodatkowymi środkami ze zbycia NetCo finansują projekty akwizycyjne i wypłatę rekordowej dywidendy



# Zadłużenie Grupy

| mln PLN                                                         | Wartość bilansowa<br>na dzień<br>30.09.2021 |
|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| Kredyt Terminowy (transza A i B)                                | 8.924                                       |
| Kredyt Rewolwingowy                                             | 1.000                                       |
| Obligacje (seria B i C)                                         | 2.000                                       |
| Leasing i inne                                                  | 698                                         |
| <b>Zadłużenie brutto</b>                                        | <b>12.621</b>                               |
| Środki pieniężne i ich ekwiwalenty <sup>1</sup>                 | (7.472)                                     |
| <b>Zadłużenie netto</b>                                         | <b>5.149</b>                                |
| EBITDA LTM <sup>2</sup>                                         | 7.946                                       |
| <b>Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM</b>                  | <b>0,65x</b>                                |
| Średni ważony koszt odsetek od kredytu i obligacji <sup>3</sup> | 2,6%                                        |

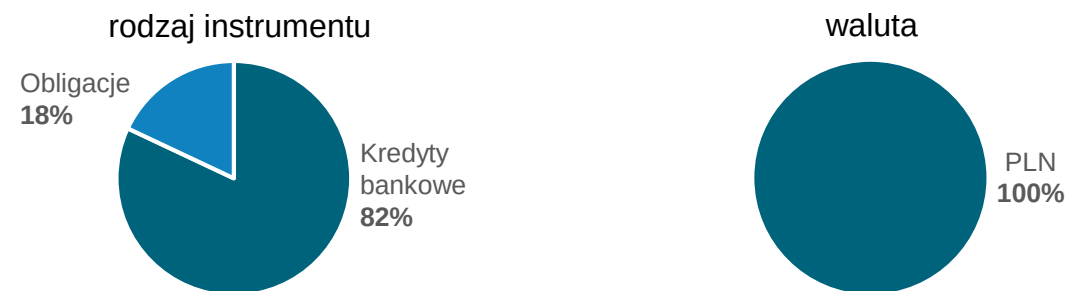
<sup>1</sup> Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, w tym środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania oraz lokat krótkoterminowych.

<sup>2</sup> Zgodnie z wymogami Umowy Kredytowej, kalkulacja EBITDA LTM obejmuje skorygowaną wartość EBITDA, tj. bez uwzględnienia kosztów związanych z epidemią Covid-19, w tym darowizn.

<sup>3</sup> Prospektywny średni ważony koszt odsetkowy Kredytu Terminowego (wraz z Kredytem Rewolwingowym) oraz Obligacji Serii B i Obligacji Serii C, wg stanu na dzień 5 listopada 2021 r. przy WIBOR 1M na poziomie 1,32% i WIBOR 6M 1,87%, nie uwzględniając instrumentów zabezpieczających.

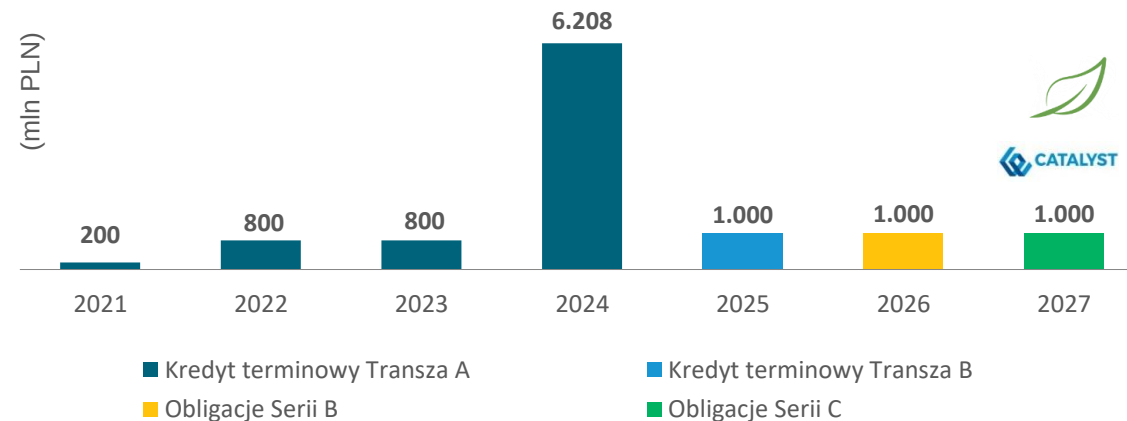


## Struktura zadłużenia

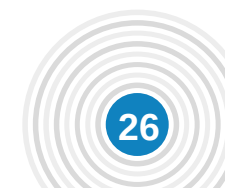


## Zapadalność długu

na dzień 30.09.2021



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2021 r. oraz analizy własne



# Podsumowanie i Q&A

**Mirosław Błaszczuk**  
*Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat*



# Podsumowanie & Q&A

- Kontynuujemy szybką budowę sieci 5G: w zasięgu 5G od Plusa już >17 mln mieszkańców Polski i budujemy dalej
- Uzyskujemy bardzo dobre wyniki strategii nakierowanej na lojalizację i budowę wartości klienta: ponad 2,4 mln klientów multiplay / 410 tys. nowych usług / wzrost ARPU o blisko 6% do poziomu 68,6 zł / niski churn 6,9%
- Wdrożyliśmy nową strategię marek w celu harmonizacji, uproszczenia komunikacji z naszymi klientami i uzyskania synergii pomiędzy nimi
- Przeszliśmy do modelu *capex light*, jednocześnie wyraźnie redukując poziom naszego zadłużenia netto. Pozwala nam to rozpocząć prace nad wdrożeniem strategii dalszego rozwoju Grupy Polsat Plus
- Planujemy uruchomić program skupu akcji własnych, który zapewnić ma kolejny – obok dywidendy – element godziwego wynagrodzenia naszych akcjonariuszy





# Dodatkowe informacje





# Wyniki segmentu usług B2C i B2B

| mIn PLN                                                       | 3Q'21 | zmiana r/r |
|---------------------------------------------------------------|-------|------------|
| Przychody ze sprzedaży                                        | 2.592 | 0%         |
| Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>                              | 1.812 | 10%        |
| EBITDA<br>skorygowana, z wył. wyniku NetCo <sup>2</sup>       | 786   | 1%         |
| Marża EBITDA<br>skorygowana, z wył. wyniku NetCo <sup>2</sup> | 30,3% | 0,3pkt%    |

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2021 r. oraz analizy własne

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

(2) EBITDA z pominięciem w 3Q'20 EBITDA NetCo oraz jednorazowych kosztów związanych z COVID-19 (w tym darowizn) oraz w 3Q21 jednorazowego efektu sprzedaży NetCo

- Zdrowa kondycja ARPU kontrakt i prepaid przekłada się na wyraźny wzrost przychodów detalicznych, który kompensuje wynikający z regulacji ubytek przychodów Interconnect oraz niższe przychody ze sprzedaży sprzętu
- Wynik EBITDA segmentu rośnie pomimo poniesienia inkrementalnych kosztów marketingowych związanych z przeprowadzeniem intensywnej kampanii związanej z wdrożeniem nowej strategii marek Grupy Polsat Plus

# Wyniki finansowe segmentu mediowego

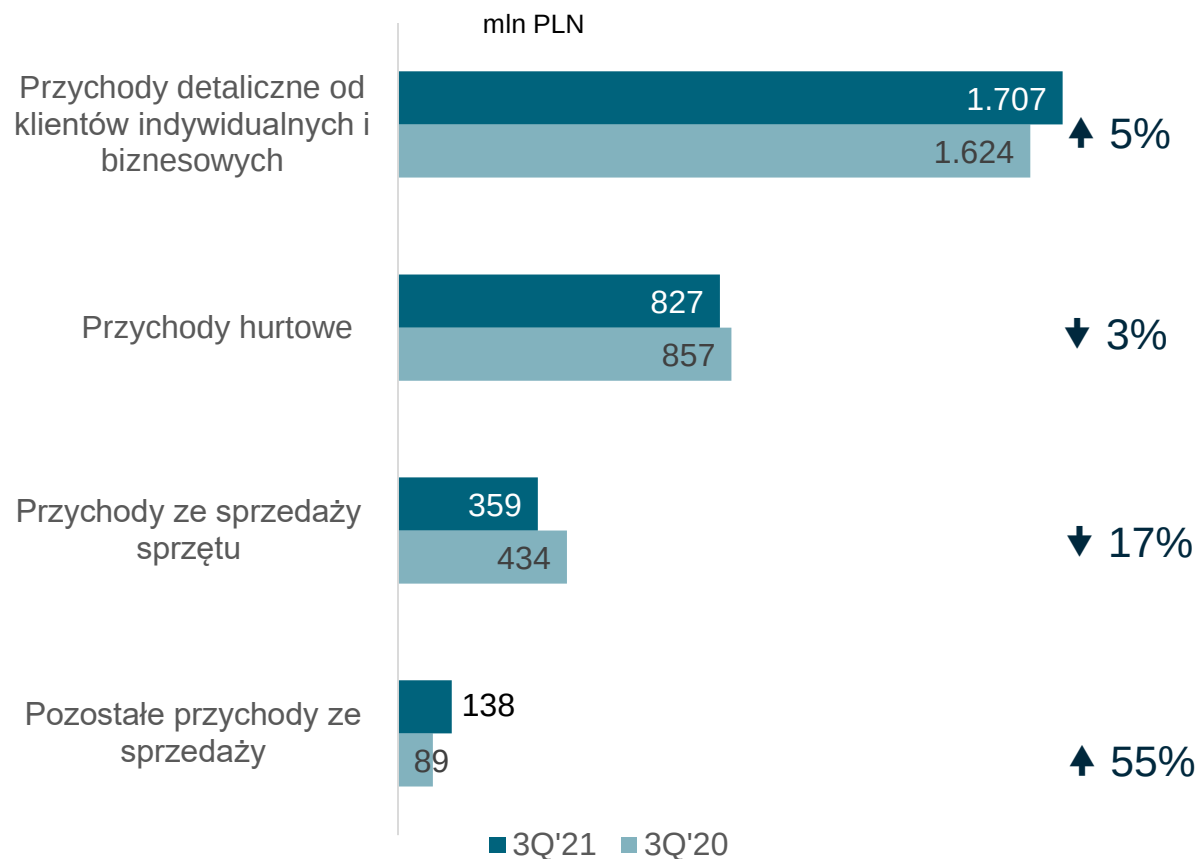
| mIn PLN                          | 3Q'21 | zmiana r/r |
|----------------------------------|-------|------------|
| Przychody ze sprzedaży           | 500   | 4%         |
| Koszty operacyjne <sup>(1)</sup> | 384   | 10%        |
| EBITDA                           | 118   | -13%       |
| Marża EBITDA                     | 23,6% | -4,4pkt%   |

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2021 r. oraz analizy własne

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

- Przychody ze sprzedaży pod pozytywnym wpływem rosnących przychodów ze sprzedaży reklamy i sponsoringu w naszych kanałach telewizyjnych i portalach internetowych
- Na uzyskany wynik EBITDA przełożenie miało zainwestowanie wyższych środków w jesienną ramówkę i większą liczbę wydarzeń sportowych, jak również poniesienie dodatkowych wydatków marketingowych związanych z wdrożeniem nowej wizualizacji kanałów Telewizji Polsat

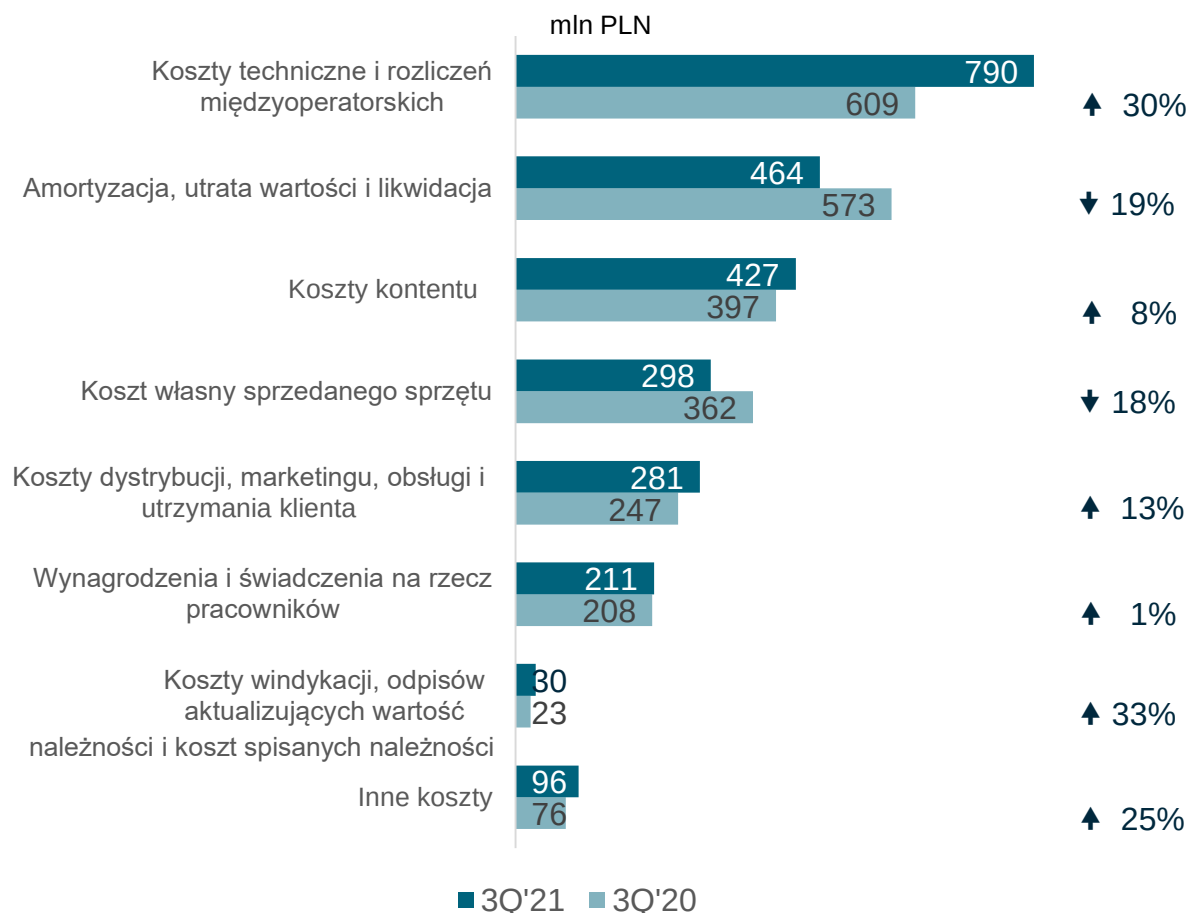
# Struktura przychodów ze sprzedaży



- Wzrost **przychodów detalicznych od klientów indywidualnych i biznesowych** przede wszystkim dzięki skutecznej realizacji naszej strategii budowania wartości klienta, co znajduje odzwierciedlenie w wysokiej dynamice wzrostu ARPU klientów kontraktowych B2C i usług przedpłaconych, jak również w związku z konsolidacją od lipca 2021 r. wyników spółki Premium Mobile.
- Niższy poziom **przychodów hurtowych** – wzrost przychodów z tytułu reklamy i sponsoringu zniwelowany przez obniżenie stawek międzyoperatorskich MTR i FTR za terminowanie ruchu w naszej sieci przez innych operatorów, co miało związek z wejściem w życie nowej regulacji unijnej. Ponadto, w związku z przejęciem kontroli nad spółką Premium Mobile w 3Q21 nastąpiła eliminacja konsolidacyjna przychodów hurtowych generowanych na transakcjach z tą spółką.
- Niższe **przychody ze sprzedaży sprzętu** w wyniku niższego wolumenu sprzedanego sprzętu. Pomimo zniesienia administracyjnych ograniczeń w handlu wprowadzonych na skutek epidemii COVID-19 nadal obserwujemy zmniejszony ruch klientów w naszych punktach sprzedaży.
- Wzrost **pozostałych przychodów ze sprzedaży** przede wszystkim w wyniku konsolidacji przychodów spółki Esoleo, zajmującej się sprzedażą instalacji fotowoltaicznych dla klientów indywidualnych oraz na rynku B2B.

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2021 r. oraz analizy własne

# Struktura kosztów operacyjnych



- Wyższe **koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich** przede wszystkim na skutek rozpoznania kosztów wynikających z umowy dot. użytkowania sieci mobilnej sprzedanej na rzecz Cellnex Poland. Czynniki ten został częściowo zniwelowany przez spadek kosztów rozliczeń międzyoperatorskich związany z obniżką stawek MTR/FTR.
- Spadek kosztów **amortyzacji, utraty wartości i likwidacji** przede wszystkim w wyniku sprzedaży spółki zależnej Polkomtel.
- Wzrost **kosztów kontentu** przede wszystkim w wyniku rozpoznania wyższych kosztów produkcji własnej i kosztów licencji filmowych, co odzwierciedla decyzje o alokacji większych budżetów na potrzeby zwiększania atrakcyjności oferty programowej naszych kanałów telewizyjnych. Odnotowujemy również wzrost kosztów licencji programowych, co jest efektem wybierania przez naszych klientów coraz bogatszych pakietów płatnej telewizji.
- Spadek **kosztu własnego sprzedanego sprzętu** w efekcie niższego wolumenu sprzedanego sprzętu, co koresponduje z niższymi przychodami ze sprzedaży sprzętu.
- Wzrost kosztów dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta** w związku z intensyfikacją działań marketingowych wynikającą z procesu zmiany brandingu kluczowych marek naszej Grupy.

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2021 r. oraz analizy własne

# Definicje

|                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>RGU</b> (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.                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Klient</b>                                          | 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.                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>ARPU na klienta B2C/B2B</b>                         | Średni miesięczny przychód detaliczny od Klienta wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>ARPU na RGU prepaid</b>                             | Średni miesięczny przychód detaliczny wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym w przeliczeniu na jednostkę RGU prepaid.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Churn</b>                                           | <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> |
| <b>Definicja użyciowa</b><br>(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](mailto:ir@cyfrowypolsat.pl)

<https://grupapolsatplus.pl>

