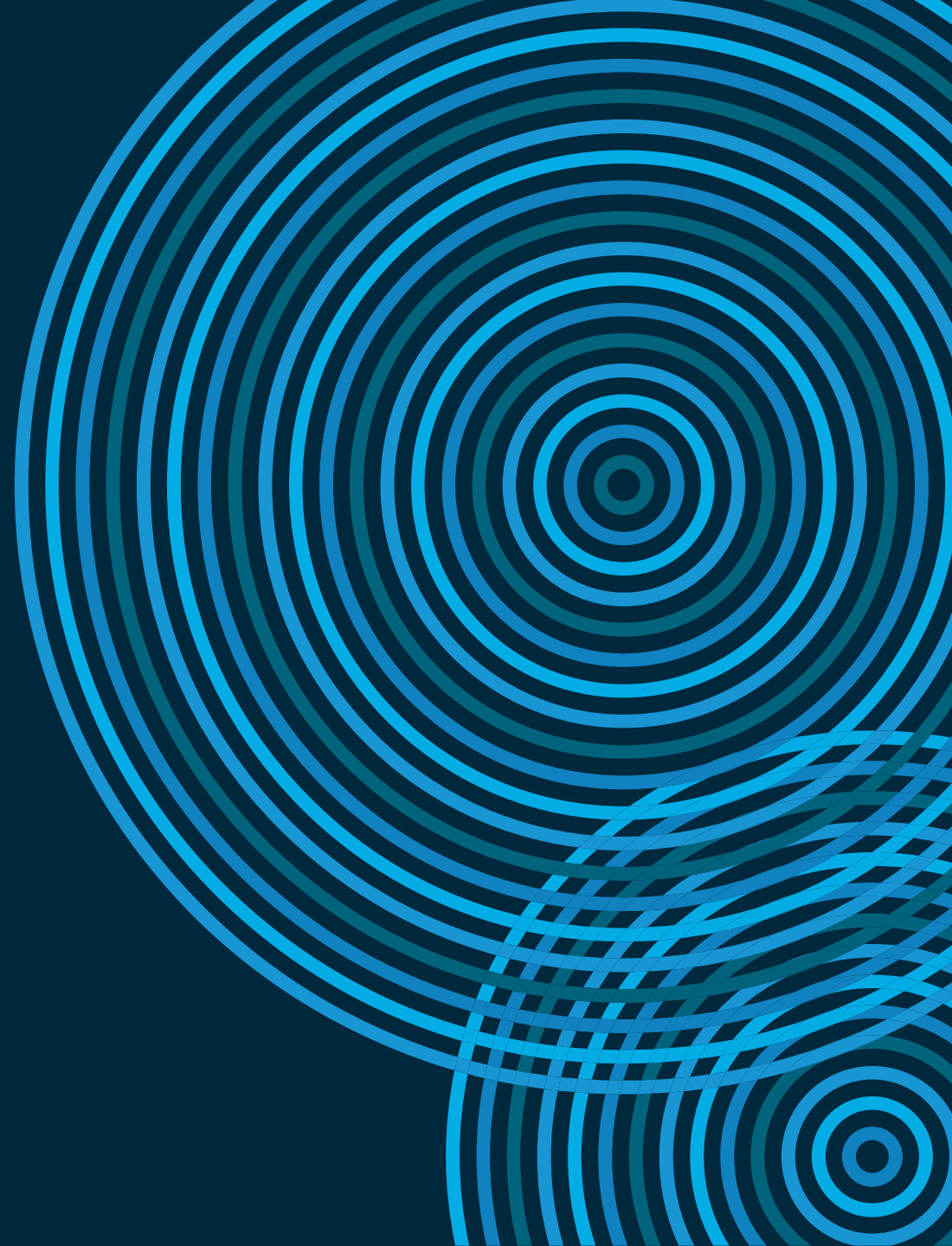


# Wyniki finansowe 2Q'24

22 sierpnia 2024 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



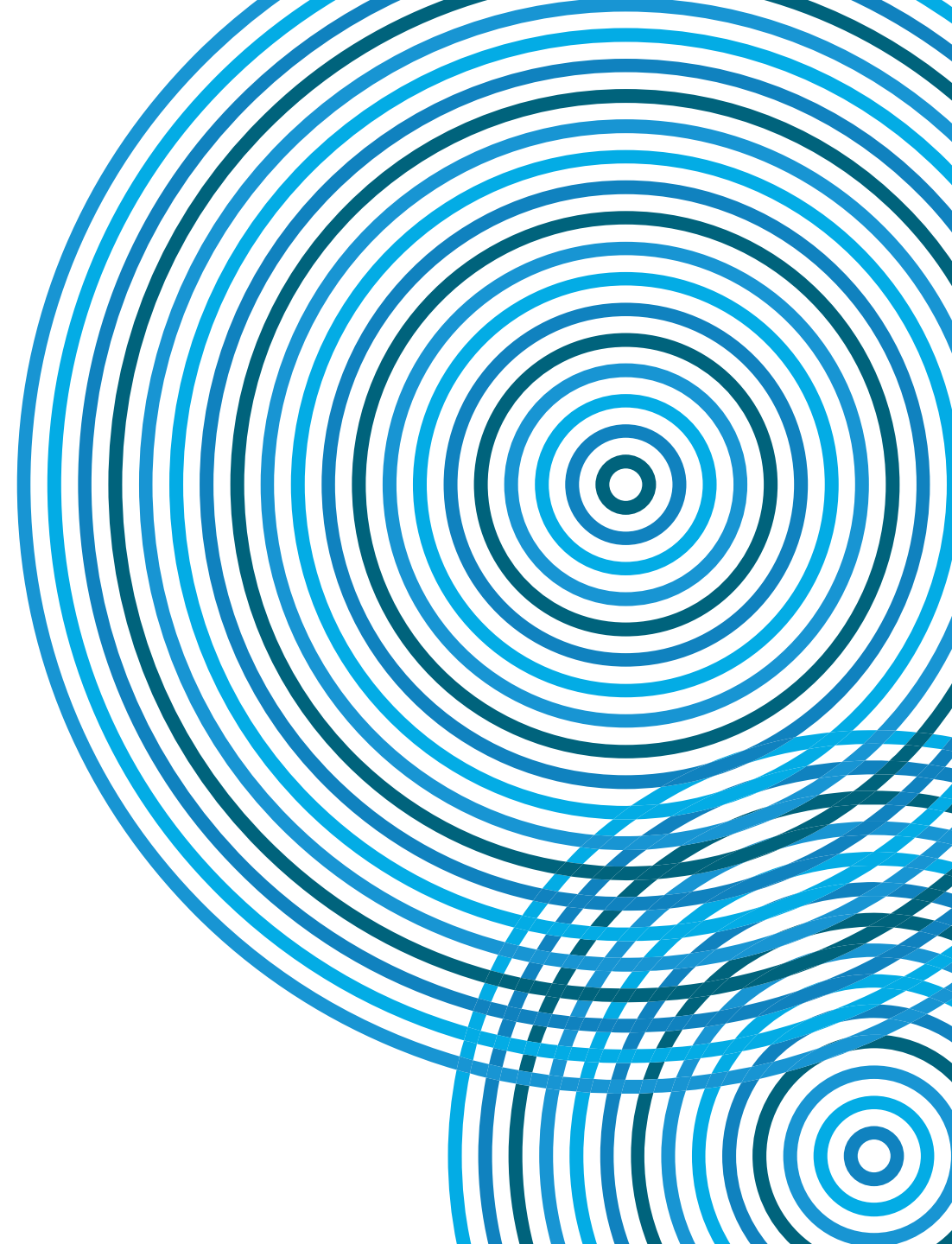
**KATARZYNA OSTAP-TOMANN**  
CFO, CZŁONEK ZARZĄDU DS. ESG



**PIOTR ŻAK**  
PREZES ZARZĄDU, TELEWIZJA POLSAT

# Agenda

- 1. Najważniejsze wydarzenia 2Q'24**
- 2. Działalność operacyjna**
- 3. Wyniki finansowe**
- 4. Podsumowanie i Q&A**



# Najważniejsze wydarzenia 2Q'24



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

# Najważniejsze wydarzenia 2Q'24

## Segment usług B2C i B2B

- Skutecznie budujemy wartość we wszystkich segmentach klientów – ARPU na klient B2C wzrosło o +4,7%, na klienta B2B +1,5% i prepaid +1,1%, co przekłada się na wzrost przychodów detalicznych o 2,9%
- Zwiększyliśmy zasięg naszej usługi dostępu do internetu stacjonarnego o blisko 50% – dzięki nowym umowom hurtowego dostępu docieramy już do ponad 10 mln gospodarstw domowych

## Segment mediowy: TV i online

- Nabyliśmy wyłączne prawa do transmisji wyjątkowych rozgrywek piłkarskich: Ligi Europy UEFA, Ligi Konferencji UEFA, Bundesligi oraz 2. Bundesligi
- Zaprezentowaliśmy jesienną ramówkę Polsatu – obok znanych formatów pojawią się liczne nowości

## Segment zielonej energii

- W Q2'24 rozpoczęliśmy rozruch techniczny na farmie Przyrów o mocy 50,4 MW, zwiększając uruchomione moce produkcyjne energii z wiatru do 150 MW
- Uruchomiliśmy już trzecią, po Warszawie i Rybniku, stację tankowania wodoru pod marką NESO w Gdańsku
- Jesteśmy udziałowcem największego w Polsce, bardzo perspektywicznego projektu wiatrowego o mocy ok. 500 MW w oparciu o nowoczesne turbiny o wyższej mocy



# Działalność operacyjna



# Segment mediowy: telewizja i online

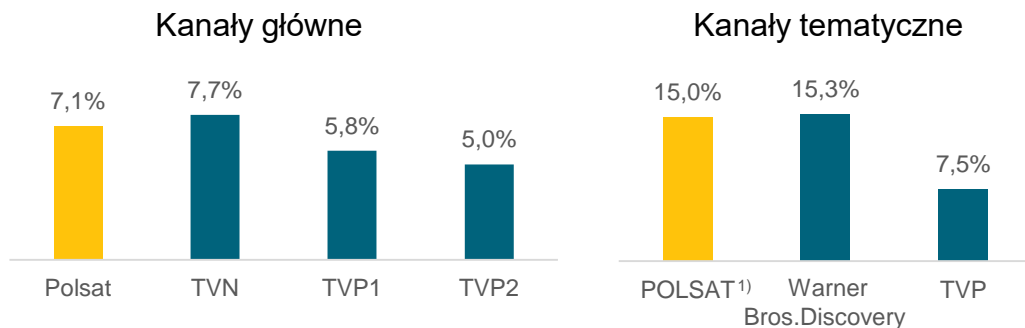


**Piotr Żak**  
*Prezes Zarządu, Telewizja Polsat*

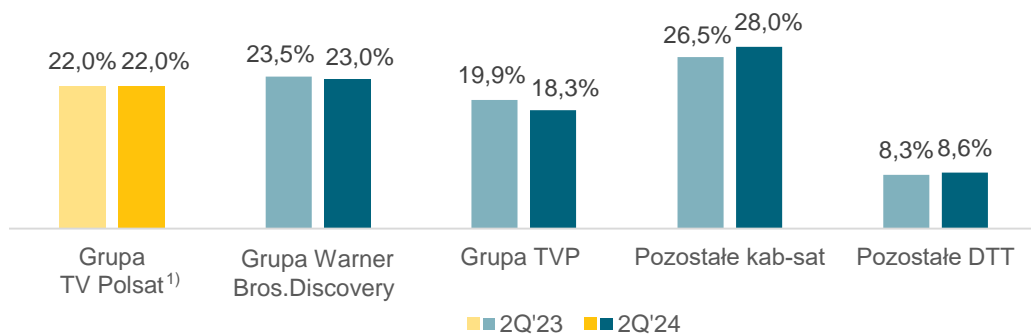


# Oglądalność i pozycja na rynku reklamy w 2Q'24

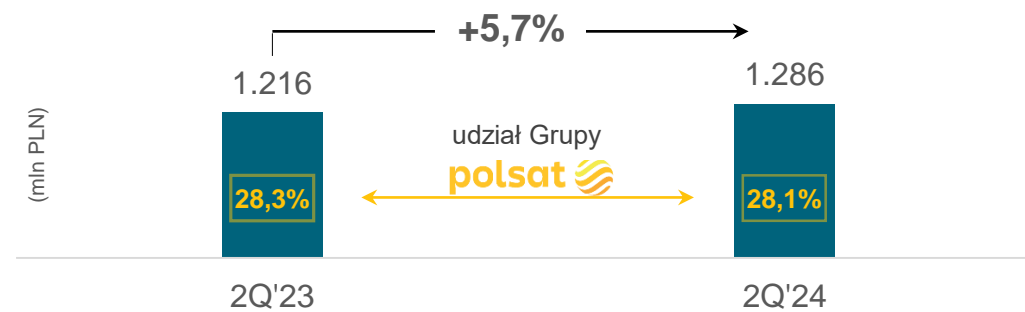
## Udział w oglądalności



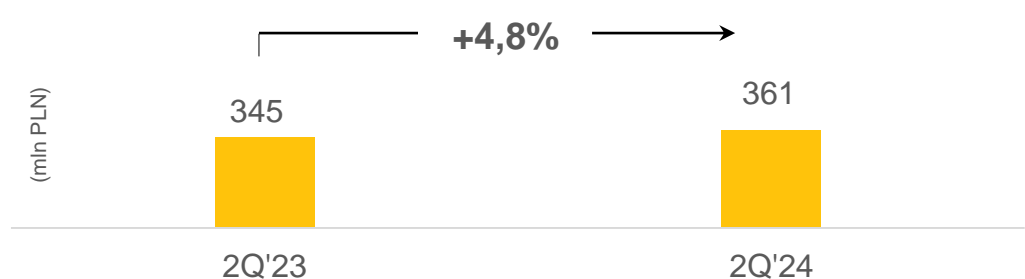
## Dynamika udziałów w oglądalności



## Wydatki na reklamę TV i sponsoring



## Przychody z reklamy TV i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat<sup>2)</sup>



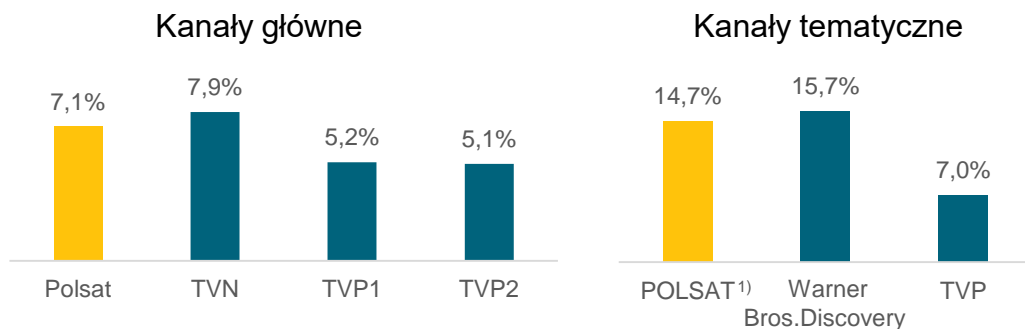
Źródło: oglądalność: NAM, wszyscy 16-59, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2, oraz oglądalność poza miejscem zamieszkania, (tzw. widownia OOH), analizy własne; rynek reklamy: Publicis Groupe, dane wstępne, reklama spotowa i sponsoring; Grupa TV Polsat: dane własne

Nota: (1) z wyłączeniem kanałów partnerskich

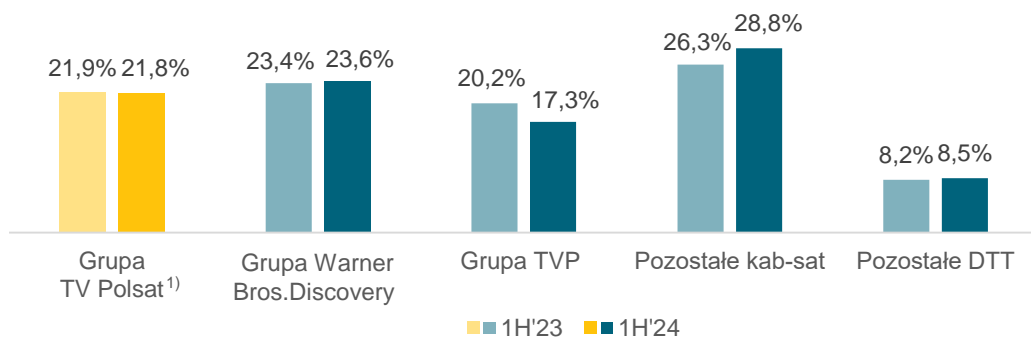
(2) Przychody z reklamy TV i sponsoringu kanałów wchodzących w skład Grupy Telewizji Polsat

# Oglądalność i pozycja na rynku reklamy w 1H'24

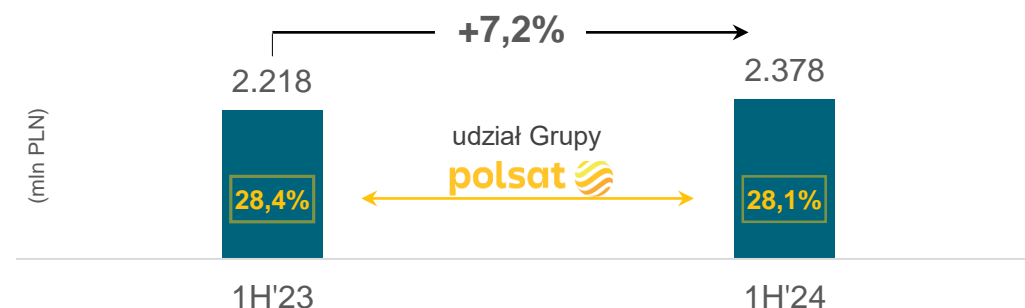
## Udział w oglądalności



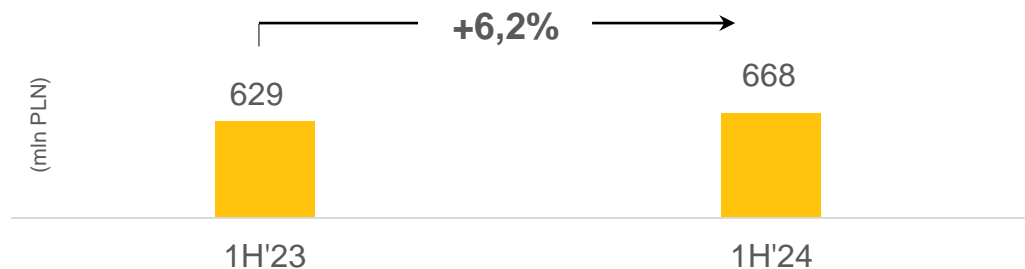
## Dynamika udziałów w oglądalności



## Wydatki na reklamę TV i sponsoring



## Przychody z reklamy TV i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat<sup>2)</sup>



Źródło: oglądalność: NAM, wszyscy 16-59, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2, oraz oglądalność poza miejscem zamieszkania, (tzw. widownia OOH), analizy własne; rynek reklamy: Publicis Groupe, dane wstępne, reklama spotowa i sponsoring; Grupa TV Polsat: dane własne

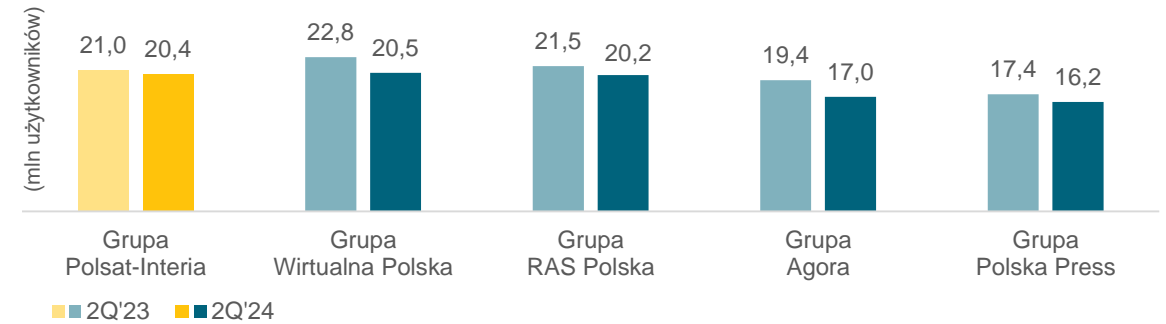
Nota: (1) z wyłączeniem kanałów partnerskich

(2) Przychody z reklamy TV i sponsoringu kanałów wchodzących w skład Grupy Telewizji Polsat

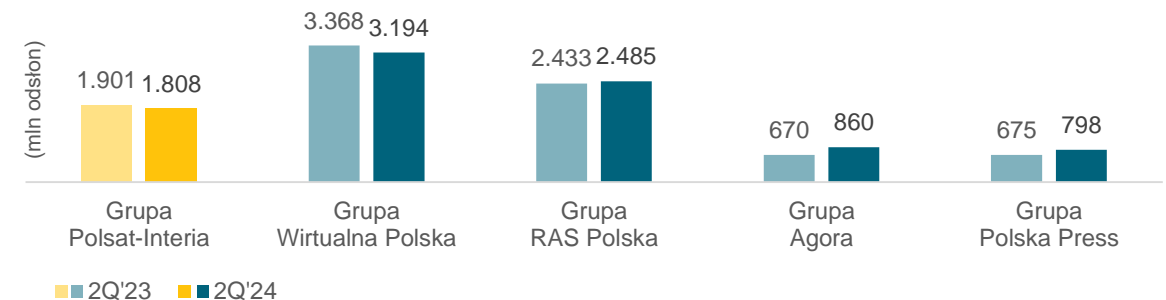
# Skutecznie budujemy naszą pozycję na rynku portali internetowych

- Mamy bardzo silną pozycję na rynku internetowym:
  - 20,4 mln użytkowników
  - 1,8 mld odsłon
- W pierwszym półroczu 2024 r. Grupa Polsat-Interia była nieprzerwanie liderem w kategorii mobile
- W pierwszym półroczu 2024 r. Grupa Polsat-Interia trzykrotnie osiągała największy zasięg na rynku wśród portali internetowych

## Średniomiesięczna liczba użytkowników

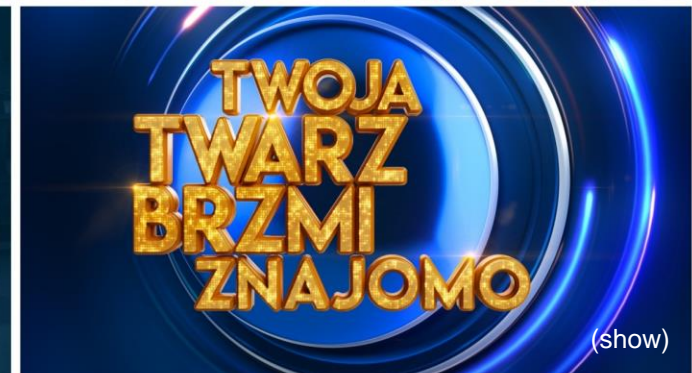


## Średniomiesięczna liczba odsłon

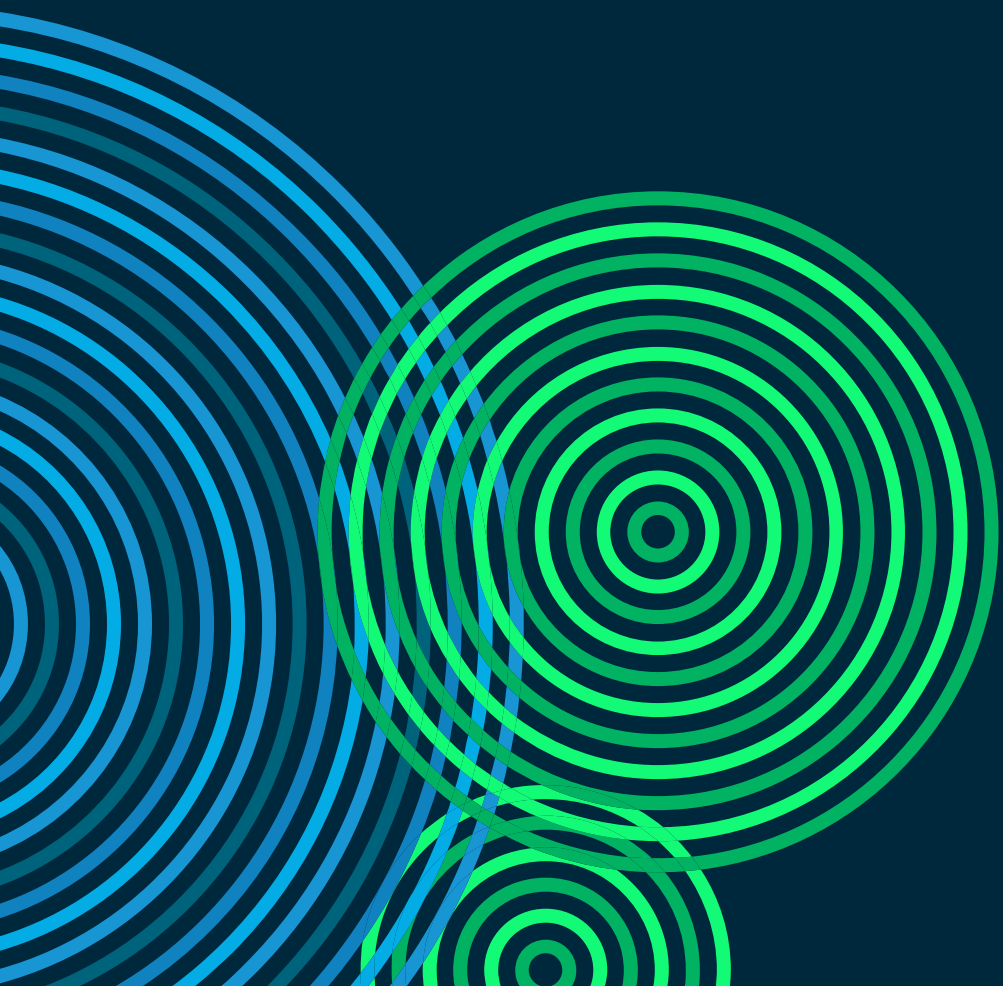


Źródło: Mediapanel, liczba użytkowników – wskaźnik real users, liczba odsłon – wskaźnik views

# Jesienna ramówka Polsatu



# Segment usług B2C i B2B

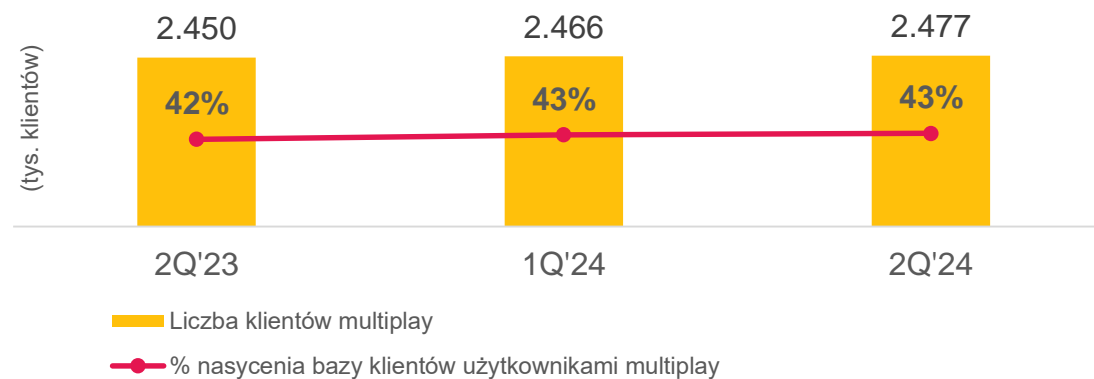


**Maciej Stec**  
*Wiceprezes Zarządu ds. Strategii, Cyfrowy Polsat*

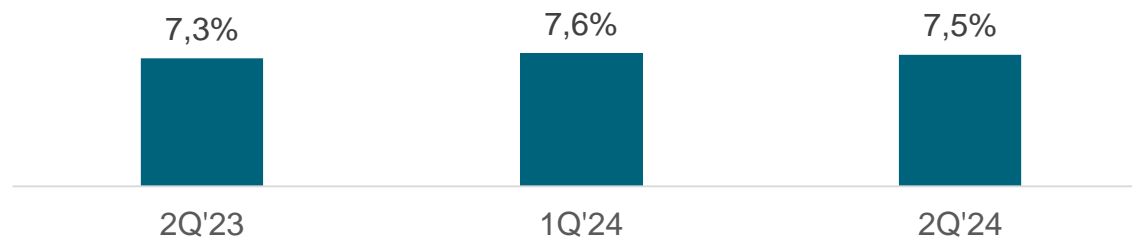
# Blisko 2,5 mln klientów korzysta z naszej oferty multiplay

- Wysoka, stabilna baza klientów multiplay pomimo niekorzystnych warunków rynkowych
- W efekcie konsekwentnej realizacji strategii multiplay 2,48 mln naszych klientów korzysta z oferty multiplay – to 43% naszej bazy klientów
- Nasi klienci multiplay posiadają 7,52 mln RGU
- Niski poziom churn – głównie dzięki naszej strategii multiplay

### Liczba klientów usług multiplay



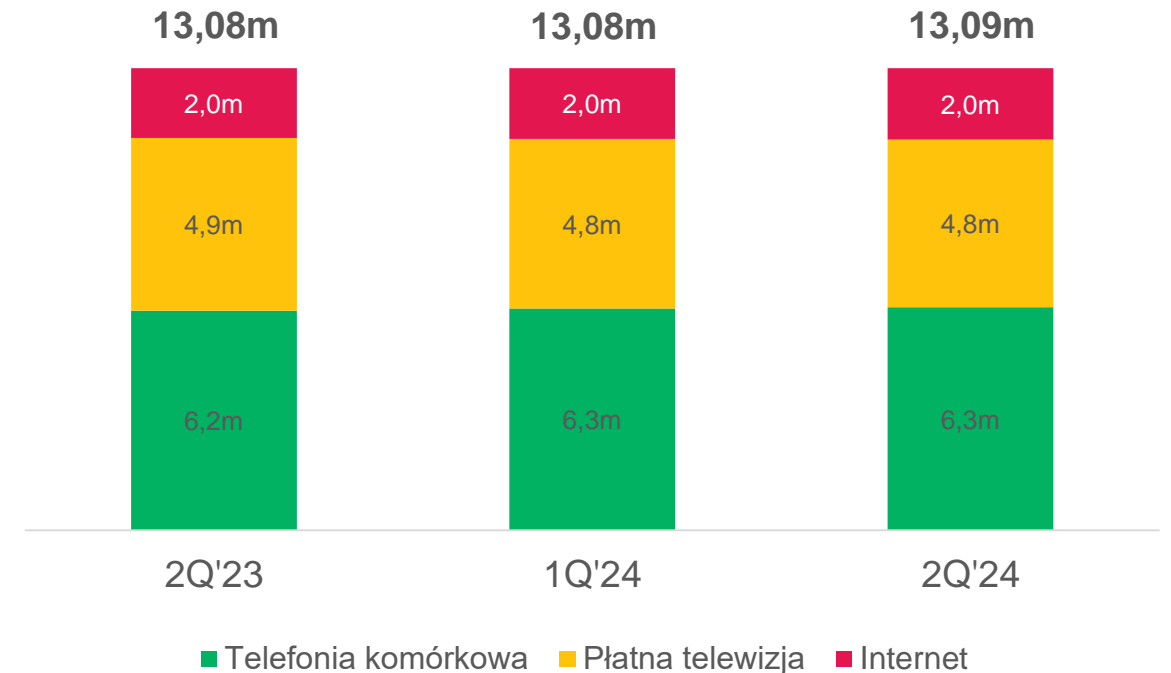
### Churn



# Świadczymy ponad 13 mln usług kontraktowych

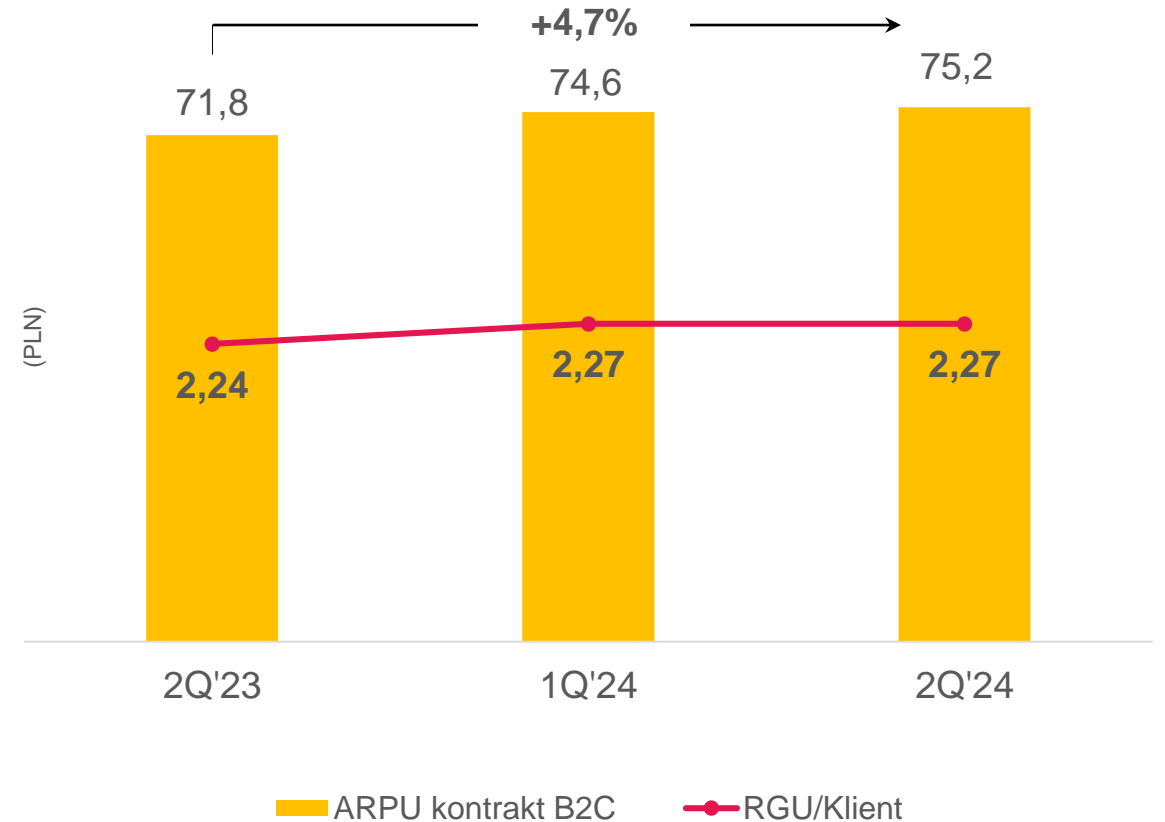
- Wysoka, stabilna baza usług telefonii komórkowej i Internetu
- Rosnąca liczba usług telewizyjnych świadczonych w technologiach IPTV i OTT częściowo kompensuje spadek bazy usług płatnej telewizji, wynikający z repozycjonowania cenowego naszych serwisów wideo online

Liczba RGU w segmencie kontraktowym B2C



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

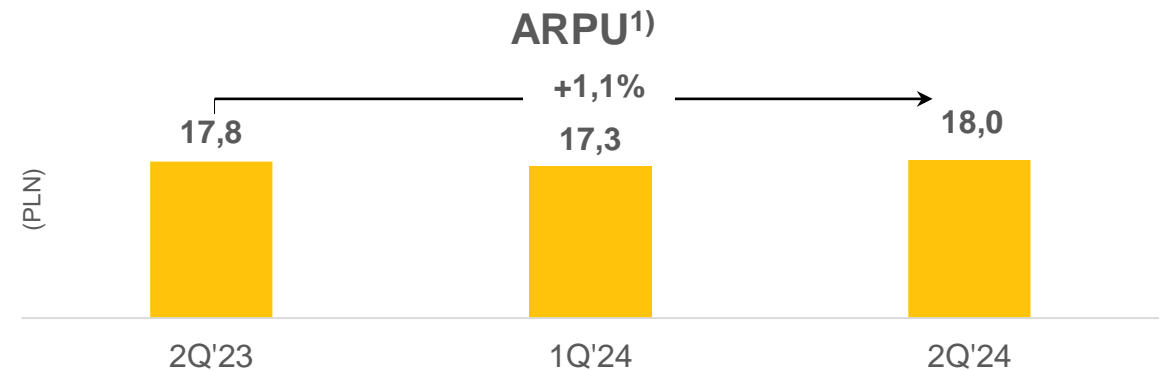
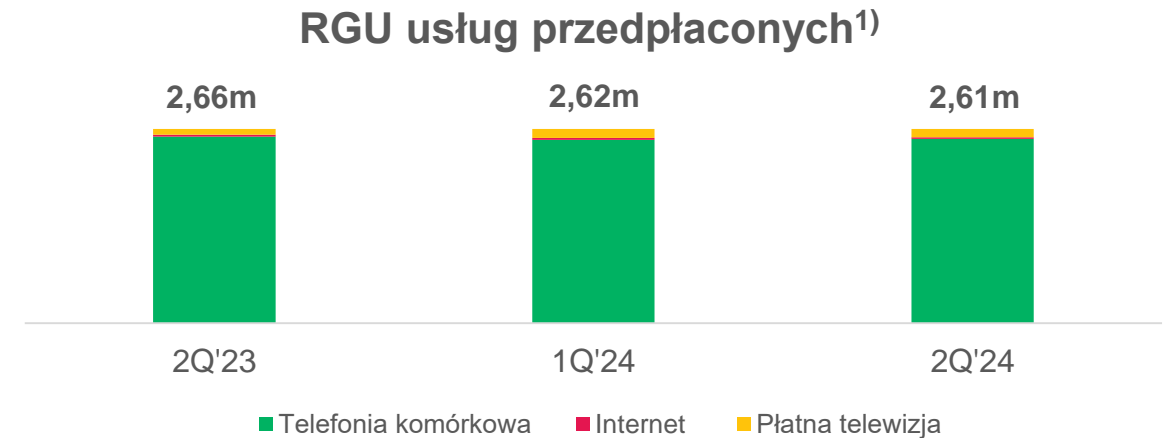
- Wzrost ARPU o 4,7% r/r to efekt konsekwentnej budowy wartości istniejącej bazy klientów
- Skuteczna dosprzedaż produktów w ramach strategii multiplay odzwierciedla się w wysokim poziomie wskaźnika saturacji RGU na klienta





# Wysoka baza i rosnące ARPU usług przedpłaconych

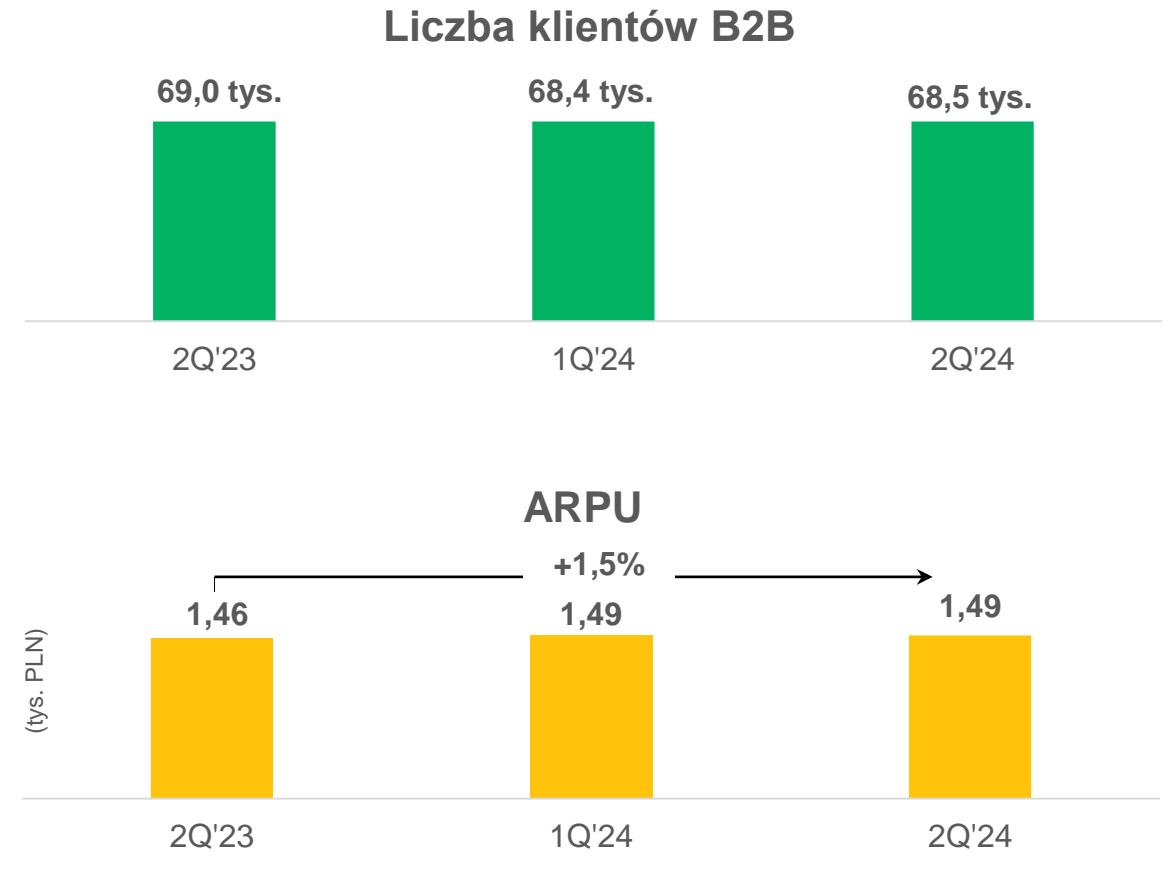
- Utrzymujemy wysoką bazę usług przedpłaconych na poziomie 2,6 mln usług
- Wzrost ARPU 1,1% r/r (po wyłączeniu niskomarżowego pakietu promocyjnego w Polsat Box Go) na silnie konkurencyjnym rynku



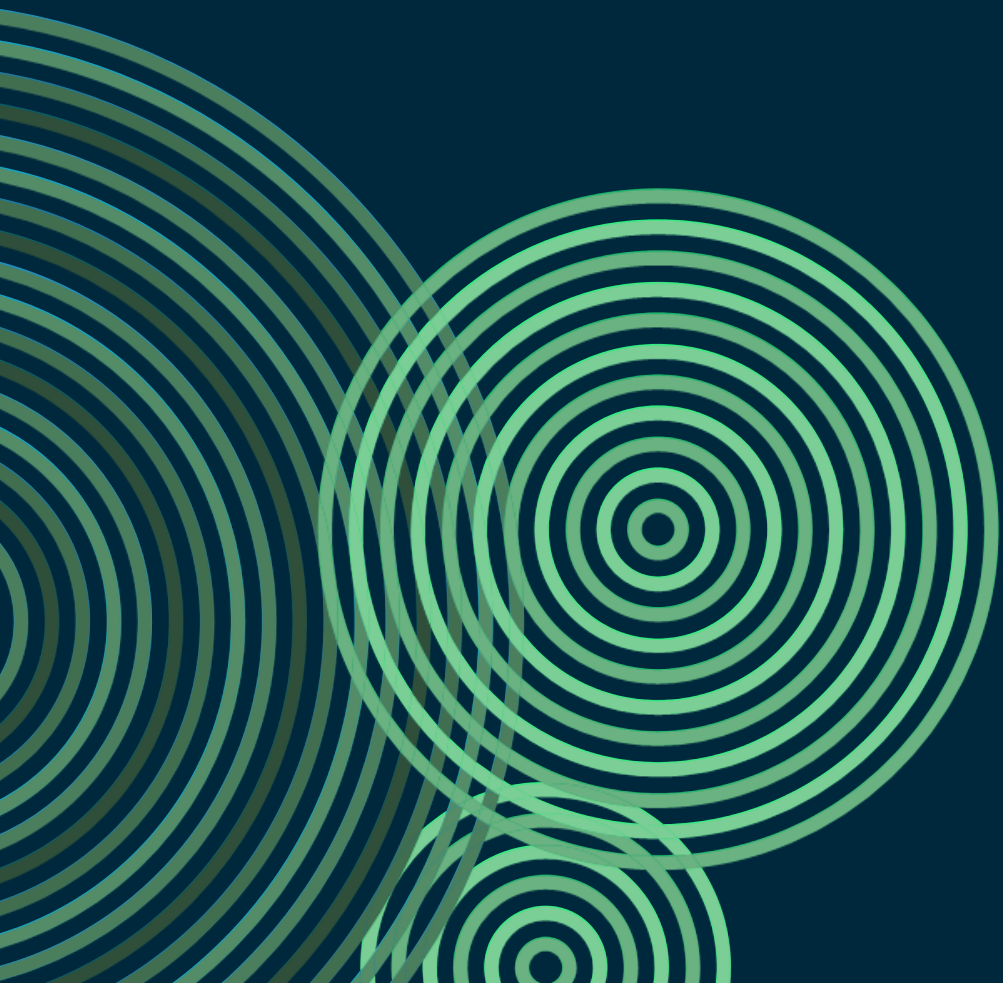
Nota: (1) z wyłączeniem niskomarżowego pakietu Polsat Box Go Start

# Wysoka baza i rosnące ARPU klientów B2B

- Obsługujemy ponad 68 tys. klientów B2B skutecznie utrzymując skalę swojej bazy
- Sukcesywnie poszerzana oferta usług komunikacyjnych i teleinformatycznych pozwoliła zwiększyć ARPU klientów B2B do poziomu niemal 1,5 tys. PLN/m-c (+1,5% r/r)



# Segment zielona energia



**Maciej Stec**

*Wiceprezes Zarządu ds. Strategii, Cyfrowy Polsat*

# Chcemy stać się wiodącym producentem czystej zielonej energii i zielonego wodoru

## Cel #1: Chcemy stać się wiodącym producentem czystej, zielonej energii



Energia z biomasy	<b>105 MW zrealizowane</b>
Energia ze słońca	<b>82,4 MW zrealizowane</b> 250 MW w przygotowaniu
Energia z wiatru	<b>150 MW zrealizowane</b> 146 MW w realizacji
Energia z odpadów	W przygotowaniu

## Cel #2: Chcemy stać się wiodącym producentem zielonego wodoru

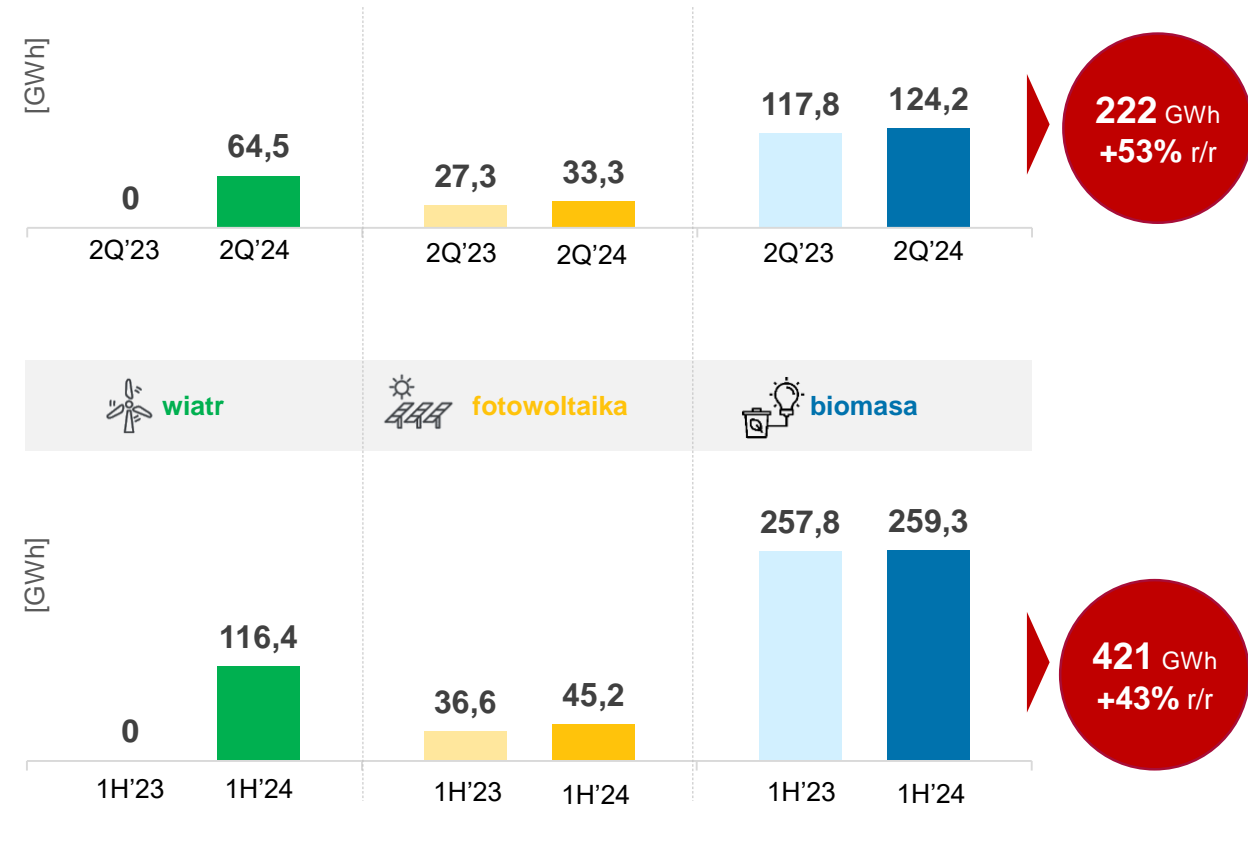


Produkcja zielonego H <sub>2</sub>	<b>W realizacji</b>
Transport i magazynowanie	<b>Zrealizowane</b> 10 wodorowozów
Dystrybucja	<b>3 stacje zrealizowane</b> 8 stacji w realizacji
Produkty dla użytkowników	<b>30 wyprodukowanych NesoBusów</b> 26 w produkcji

# Dynamiczny wzrost produkcji energii o ok. 50% dzięki uruchomieniu kolejnych mocy produkcyjnych w wietrze

- W 2Q'24 wygenerowaliśmy 222 GWh zielonej energii, o 53% więcej r/r
- W 1H'24 wygenerowaliśmy 421 GWh zielonej energii, o 43% więcej r/r
- W ramach *Strategii 2023+* uruchamiamy kolejne moce produkcyjne w wietrze – w lutym rozpoczęliśmy rozruch techniczny na farmie Człuchów o mocy 72,6 MW
- Pod koniec czerwca rozpoczęliśmy rozruch techniczny na farmie Przyrów o mocy 50,4 MW

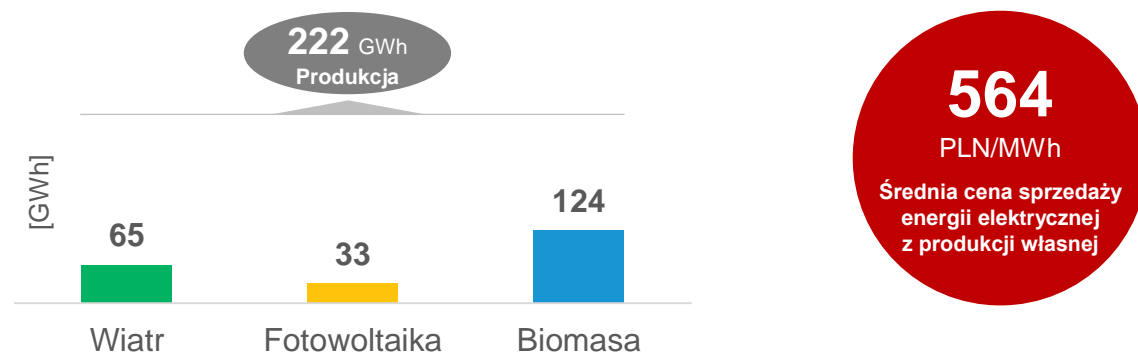
## Produkcja energii z OZE



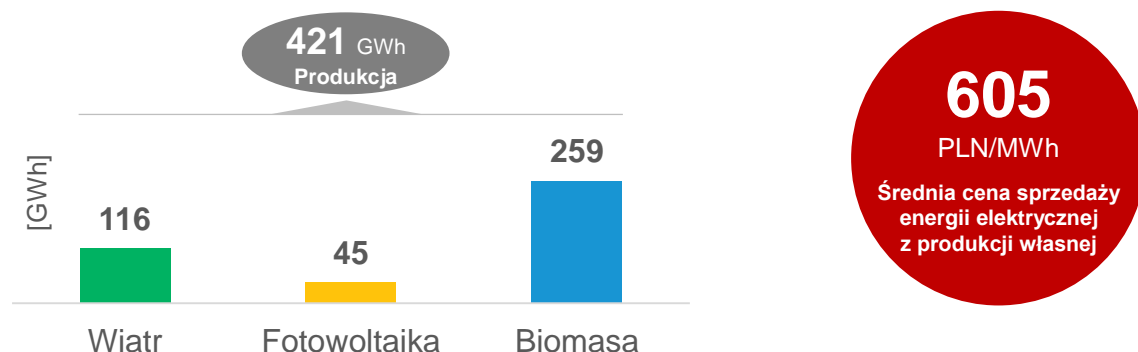
# Wynik EBITDA segmentu zielonej energii to już 121 mln PLN tylko w pierwszej połowie 2024 r.

- W 2Q'24 sprzedaliśmy 222 GWh wyprodukowanej energii elektrycznej po średniej cenie 564 zł/MWh
- W 1H'24 sprzedaliśmy 421 GWh wyprodukowanej energii elektrycznej po średniej cenie 605 zł/MWh
- Segment zielonej energii wygenerował 71m PLN EBITDA w 2Q'24 i 121m PLN w 1H'24

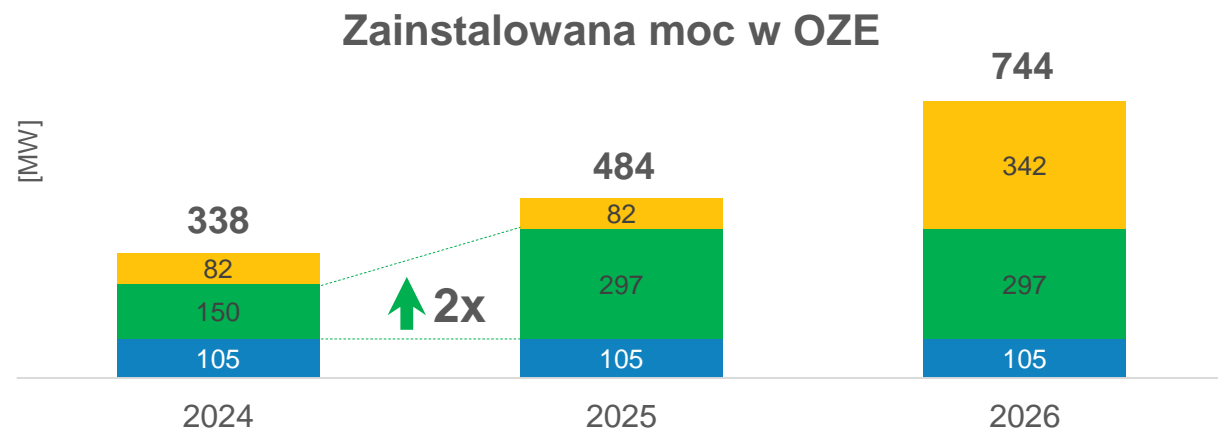
## Produkcja i średnia cena energii elektrycznej w 2Q'24



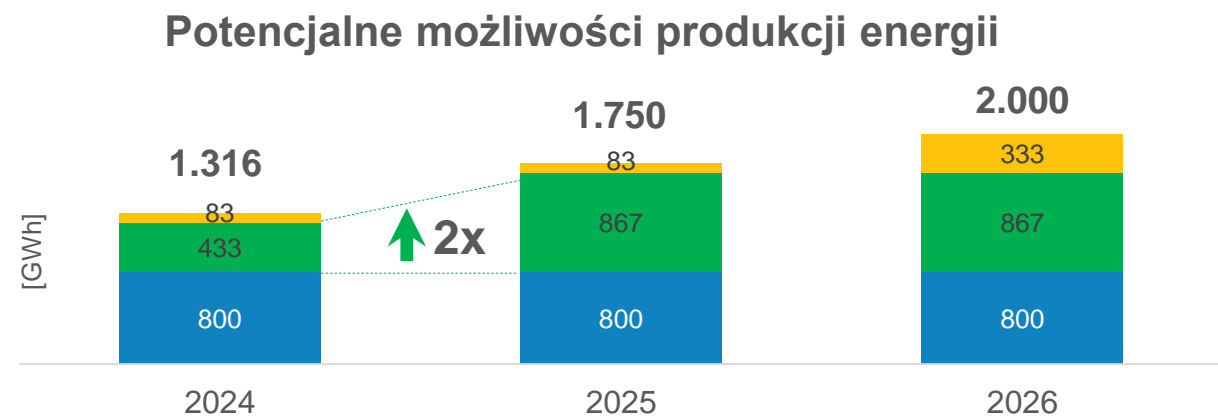
## Produkcja i średnia cena energii elektrycznej w 1H'24



# Dynamicznie realizujemy *Strategię 2023+* uruchamiając kolejne moce w OZE zgodnie z planem



**+2,5x**  
moc  
zainstalowana  
w OZE  
vs. 2023 r.



**100%**  
realizacja  
*Strategii 2023+*  
w 2026 r.

# Wyniki finansowe

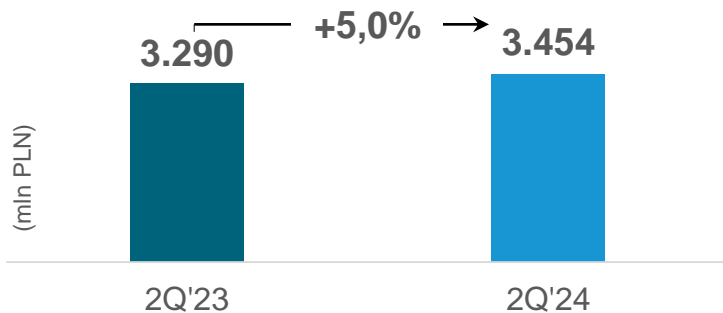


**Katarzyna Ostap-Tomann**  
*CFO, Członek Zarządu ds. ESG, Cyfrowy Polsat*



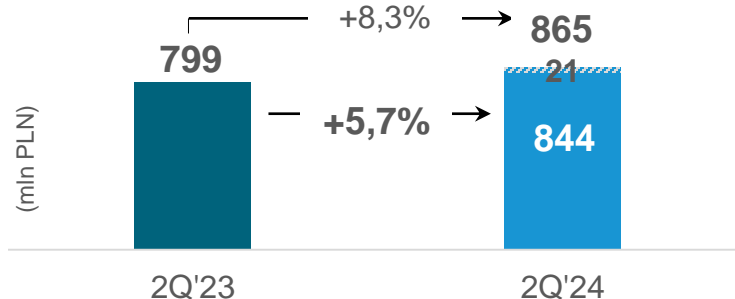
# Wyniki Grupy w 2Q'24

## Przychody



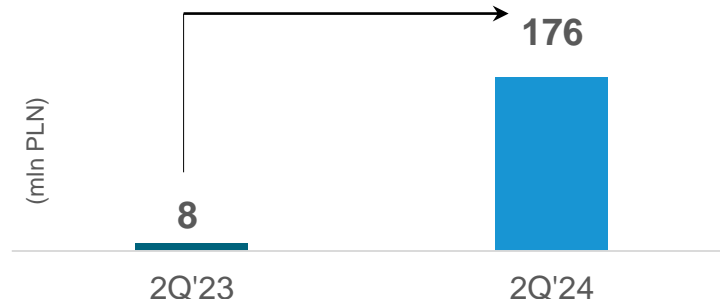
## EBITDA

z wyłączeniem zbycia aktywów

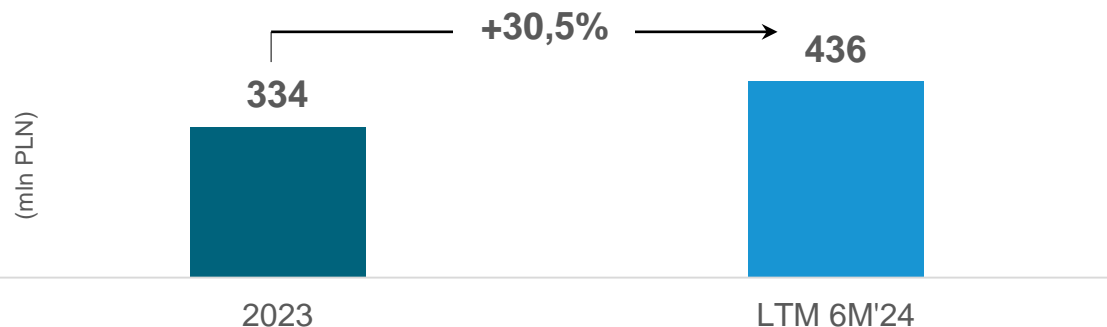


▨ Zbycie aktywów (pakiet adresów IPv4)

## Zysk netto



## LTM FCF



## Dług netto/EBITDA LTM

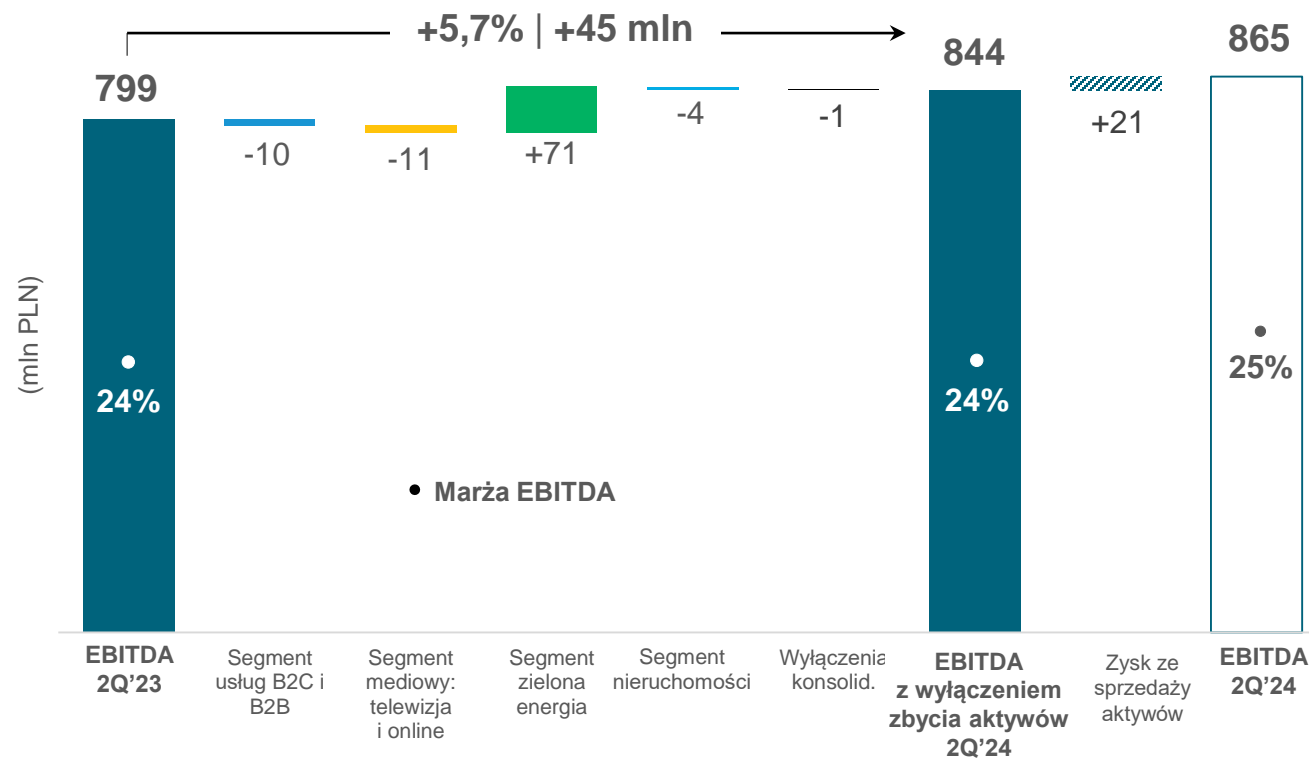
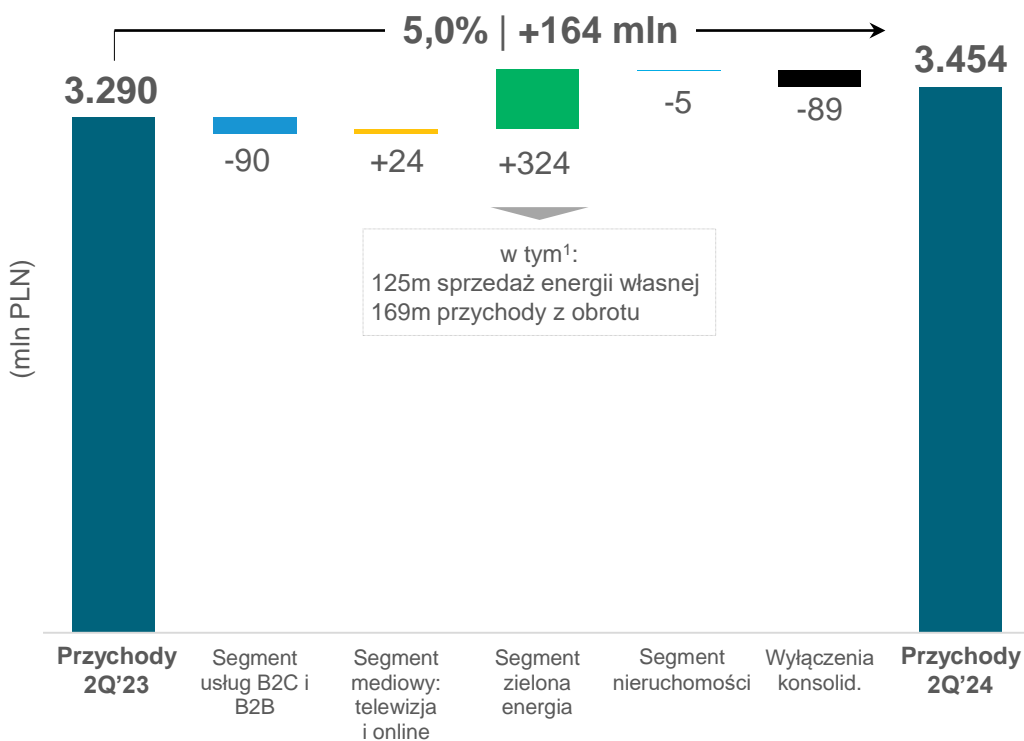
(z wyłączeniem finansowania projektowego)



# Przychody i EBITDA – czynniki zmian

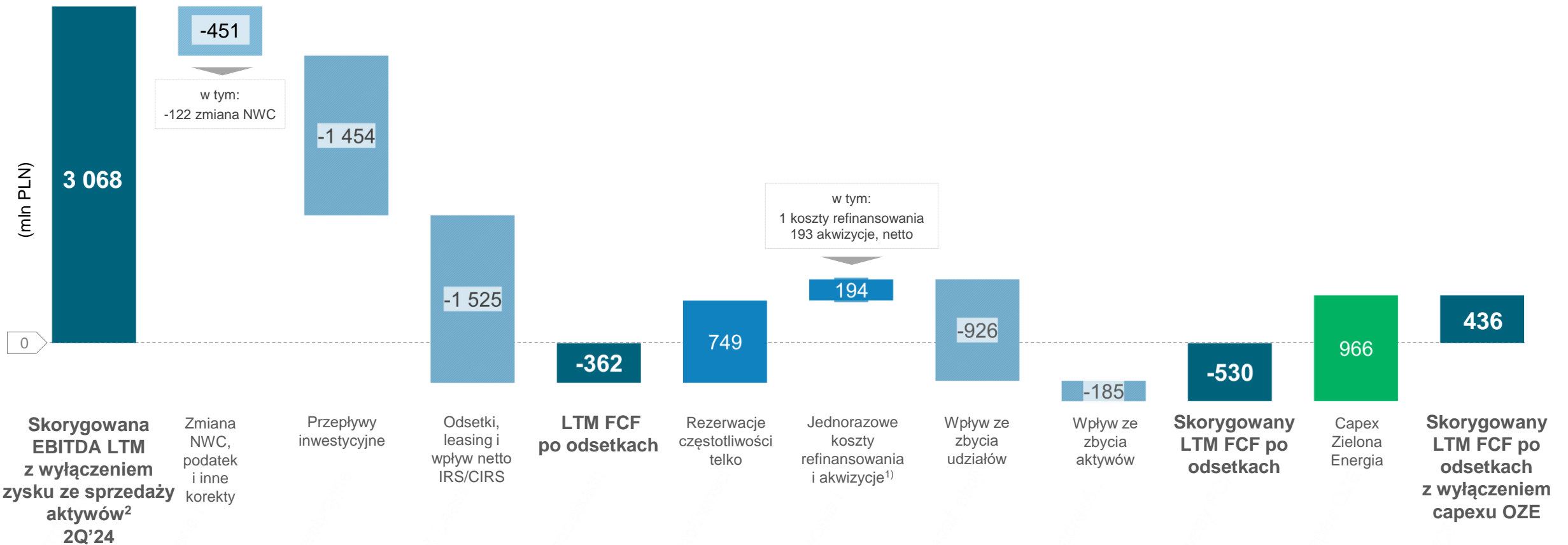
## Przychody ze sprzedaży

## EBITDA



Nota: (1) przed wyłączeniami konsolidacyjnymi

# LTM FCF pod wpływem wysokich kosztów odsetkowych



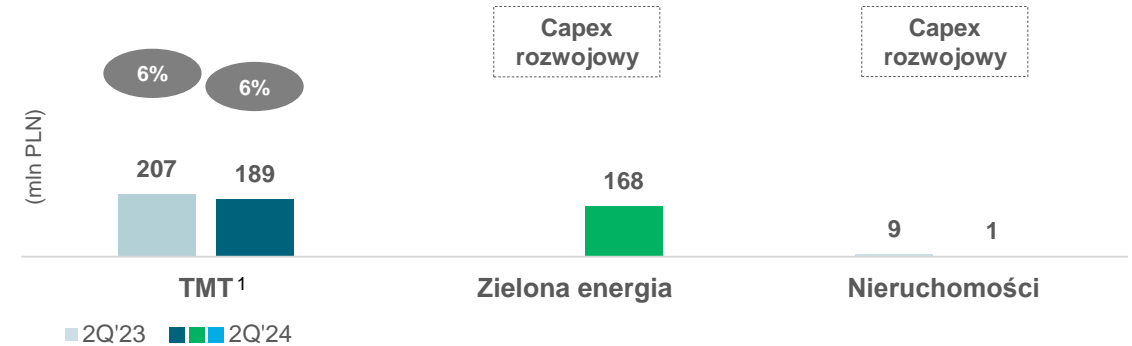
Nota: (1) Nabycie akcji/udziałów w jednostkach zależnych pomniejszone o przejęte środki pieniężne

(2) EBITDA z wyłączeniem zysku ze sprzedaży aktywów (185 mln PLN w 6M'24)

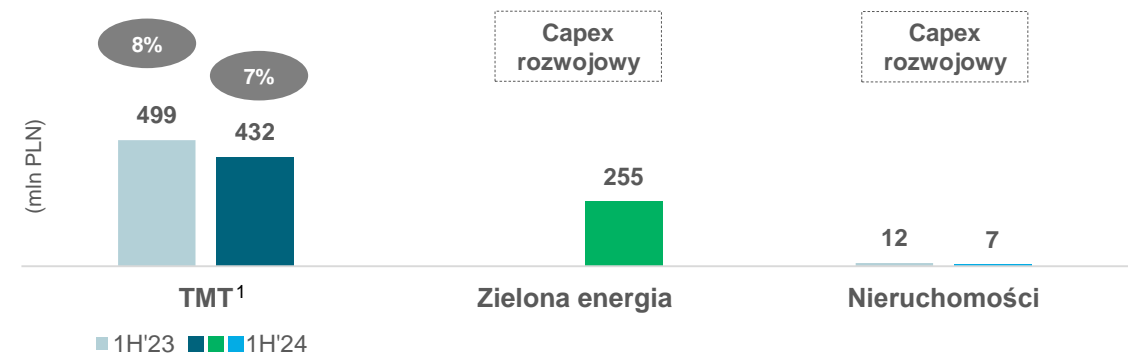
# Capex „pod kontrolą”: capex do przychodów w TMT tylko 6%, wysokie inwestycje w rentowny segment zielonej energii

- W obszarze TMT<sup>1)</sup> niski wskaźnik capex do przychodów na poziomie 6%
- Skokowy wzrost łącznych nakładów inwestycyjnych Grupy wynika z wysokiego capexu rozwojowego w segmencie zielonej energii
- Inwestycje w OZE wymagają wysokich nakładów inwestycyjnych w początkowym okresie projektu przy niskim poziomie capexu odtworzeniowego w długim horyzoncie czasowym

Capex wg segmentów w 2Q'24



Capex wg segmentów w 1H'24



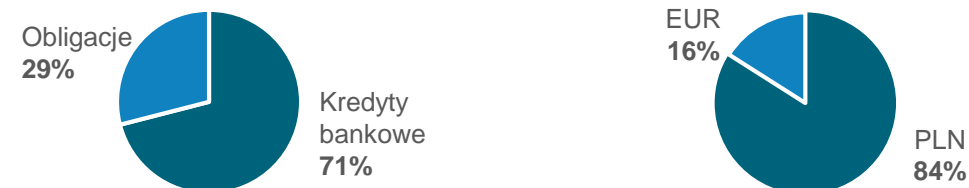
Nota: (1) obejmuje segment usług B2C i B2B oraz segment mediowy

x% capex/przychodów dla segmentu

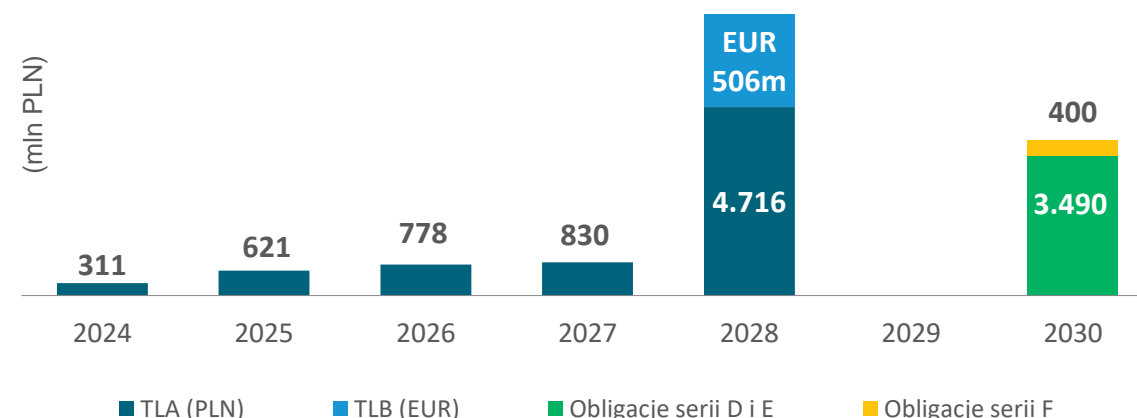
# Zadłużenie Grupy

mIn PLN	Wartość bilansowa na dzień 30.06.2024
Zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek, w tym:	10.678
<i>Zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek z wyłączeniem finansowania projektowego<sup>1)</sup></i>	9.370
<i>Zobowiązania z tytułu finansowania projektowego</i>	1.308
Zobowiązania z tytułu obligacji	4.034
Zobowiązania z tytułu leasingu i inne	658
<b>Zadłużenie brutto</b>	<b>15.370</b>
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty <sup>2)</sup>	3.060
<b>Zadłużenie netto</b>	<b>12.310</b>
EBITDA LTM <sup>3)</sup>	3.430
<b>Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM</b>	<b>3,59x</b>
<b>Wskaźnik zadłużenia netto / EBITDA LTM z wyłączeniem finansowania projektowego<sup>4)</sup></b>	<b>3,30x</b>
Średni ważony koszt odsetek od kredytów i obligacji <sup>5)</sup>	8,3%

**Struktura zadłużenia**  
(z wyłączeniem finansowania projektowego)  
na dzień 30.06.2024



**Zapadalność długu**  
(z wyłączeniem finansowania projektowego)  
na dzień 30.06.2024



Nota: (1) Finansowanie projektowe oznacza kredyty inwestycyjne udzielone spółkom zależnym PAK-PCE (spółki projektowe) na realizację projektów inwestycyjnych związanych z rozwojem czystych źródeł energii  
(2) Z uwzględnieniem środków pieniężnych i ich ekwiwalentów przeznaczonych do sprzedaży  
(3) Skonsolidowany wynik EBITDA LTM skorygowany o udziały niekontrolujące  
(4) Z kalkulacji wskaźnika wyłączone są wynik EBITDA LTM oraz zadłużenie netto spółek korzystających z finansowania projektowego  
(5) Prospektywny średni ważony koszt odsetkowy zadłużenia Grupy (z uwzględnieniem Kredytu Rewolwingowego) zgodnie ze wskaźnikami WIBOR/EURIBOR na dzień bilansowy, nie uwzględniając instrumentów zabezpieczających, finansowania projektowego i leasingu

# Podsumowanie i Q&A



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



# Podsumowanie

## Segment usług B2C i B2B

- Dzięki konsekwentnej realizacji strategii multiplay rośnie ARPU we wszystkich grupach klientów, a churn pozostaje na niskim poziomie tylko 7,5%
- Zwiększyliśmy zasięg naszej usługi dostępu do internetu o 50%, do ponad 10 mln gospodarstw domowych

## Segment mediowy: TV i online

- Utrzymujemy wysokie, stabilne wyniki oglądalności oraz wysoki, stabilny udział w rynku reklamy na poziomie ok. 28%
- Nasze przychody reklamowe wzrosły o 6,2% w pierwszym półroczu na silnie rosnącym rynku pomimo licznych wydarzeń sportowych transmitowanych przez naszą konkurencję
- Inwestujemy w prawa sportowe oraz atrakcyjną ramówkę jesienną

## Zielona energia i wodór

- Uruchomiliśmy farmę Przyrów o mocy 50,4 MW, dzięki czemu łączna zainstalowana moc naszych farm wiatrowych wzrosła do 150 MW, a pod koniec przyszłego roku podwoimy moc zainstalowaną w wietrze
- Segment zielonej energii silnie kontrybuuje do wyników finansowych Grupy – w Q2'24 wygenerowaliśmy z nowej działalności łącznie 324 mln zł przychodów i 71 mln zł EBITDA



# Q&A



# Dodatkowe informacje



# Wyniki segmentu usług B2C i B2B

mIn PLN	2Q'24	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.609	-3%
Koszty operacyjne <sup>1)</sup>	1.986	-3%
EBITDA z wyłączeniem zysku ze zbycia aktywów <sup>2)</sup>	625	-2%
Marża EBITDA z wyłączeniem zysku ze zbycia aktywów <sup>2)</sup>	24,0%	0,5pkt%
Wydatki inwestycyjne	175	-11%

- Przychody ze sprzedaży pod presją regulacyjnego, sukcesywnego obniżania stawek międzyoperatorskich MTR oraz niższych przychodów ze sprzedaży sprzętu
- Spadek przychodów częściowo skompensowany wyższymi przychodami detalicznymi
- Koszty operacyjne pod kontrolą

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

(2) EBITDA z wyłączeniem zysku ze sprzedaży aktywów (21 mln PLN w 2Q'24)

# Wyniki finansowe segmentu mediowego: telewizja i online

mIn PLN	2Q'24	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	663	4%
Koszty operacyjne <sup>1)</sup>	522	8%
EBITDA	145	-7%
Marża EBITDA	21,9%	-2,6pkt%
Wydatki inwestycyjne	14	51%

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

- Wzrost przychodów reklamowych oraz od operatorów kab/sat częściowo zniwelowany przez niższe przychody z tytułu sprzedaży licencji i sublicencji
- Wzrost przychodów nie skompensował wyższych kosztów operacyjnych wynikających m.in. z wyższych kosztów produkcji własnej, marketingu i wynagrodzeń

# Wyniki finansowe segmentu zielona energia

mIn PLN	2Q'24
Przychody ze sprzedaży, w tym:	324
<i>Przychody ze sprzedaży energii z produkcji własnej<sup>2)</sup></i>	125
<i>Przychody ze sprzedaży energii z obrotu<sup>2)</sup></i>	169
Koszty operacyjne <sup>1)</sup>	279
EBITDA	71
Marża EBITDA	22,0%
Wydatki inwestycyjne	168

Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji (w tym kosztów amortyzacji ujętych w ramach kosztów produkcji energii i autobusów), utraty wartości i likwidacji

(2) przed wyłączeniami konsolidacyjnymi

- Konsolidacja wyników Grupy PAK-PCE od 3 lipca 2023 r.
- Przychody wspierane rozpoczęciem eksploatacji farm wiatrowych w Kazimierzu Biskupim i Miłosławiu w 3Q'23, rozpoczęciem rozruchu technicznego w Człuchowie (1Q'24) i Przyrowie (czerwiec 2024 r.)

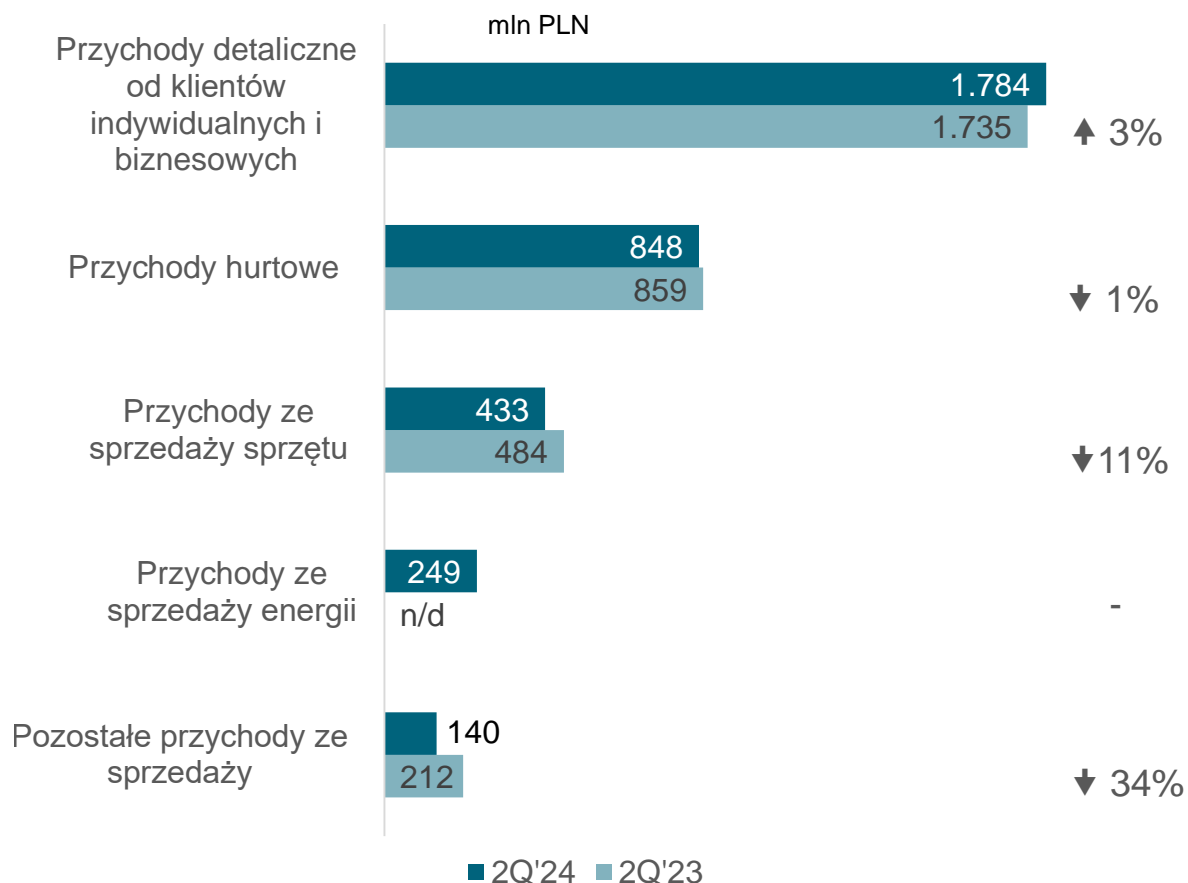
# Wyniki finansowe segmentu nieruchomości

mIn PLN	2Q'24	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	34	-13%
Koszty operacyjne <sup>1)</sup>	31	-11%
EBITDA	2	-65%
Marża EBITDA	6,2%	-9,2pkt%
Wydatki inwestycyjne	1	-84%

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

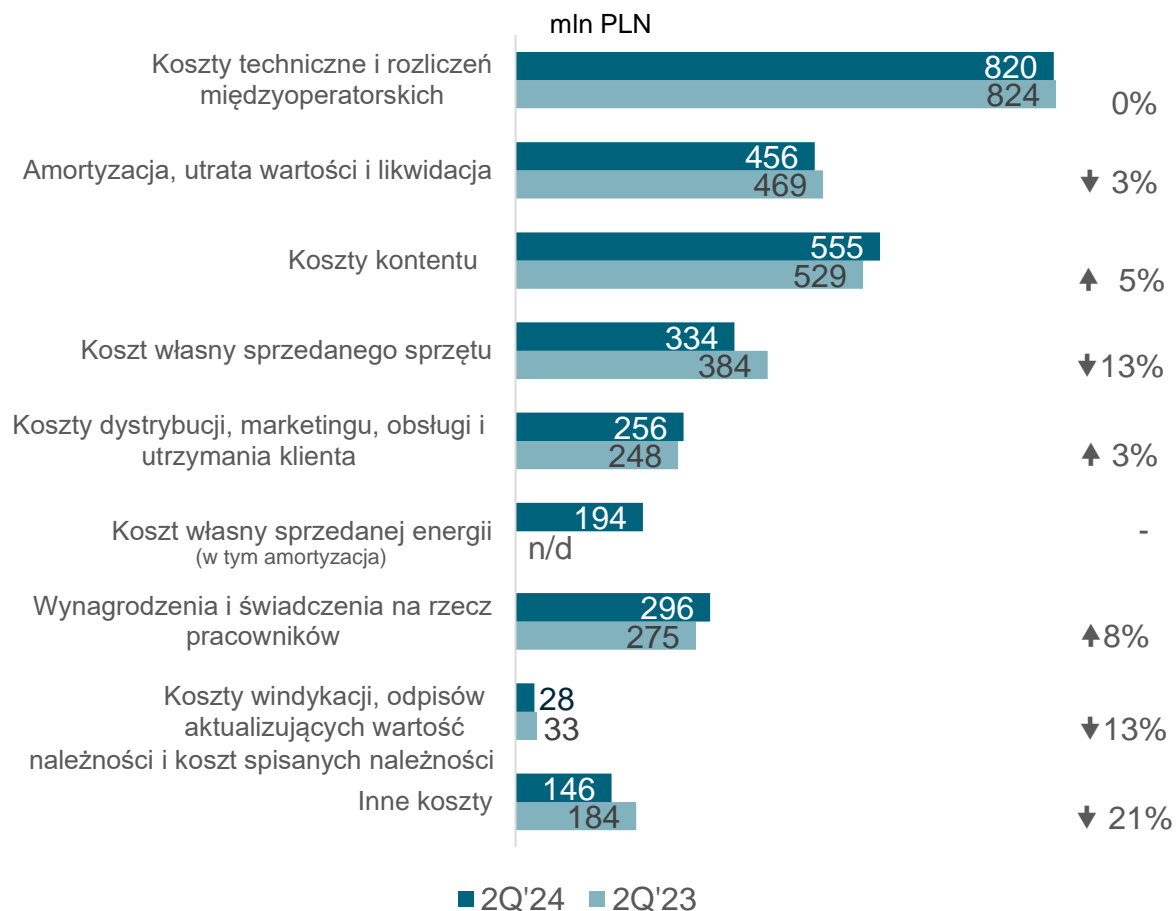
- Segment nieruchomości obejmuje głównie realizację projektów budowlanych, jak również sprzedaż, najem i zarządzanie nieruchomościami własnymi lub dzierżawionymi
- Rozpoznanie przychodów i kosztów ze sprzedaży mieszkań w nowej inwestycji w Porcie Praskim przy ul. Sierakowskiego 1 i Sierakowskiego 3 w momencie wydania lokali (Q4'24/Q1'25)

# Struktura przychodów ze sprzedaży



- Wyższe **przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych** przede wszystkim w wyniku skutecznej realizacji strategii multiplay i budowy wartości kontraktowych klientów B2C i B2B
- Niższe **przychody ze sprzedaży sprzętu** przede wszystkim w wyniku wysokiego wolumenu sprzedaży w okresie porównawczym. Jednocześnie dzięki wysokiemu udziałowi droższych telefonów w miksie sprzedażowym marża realizowana na sprzedaży sprzętu pozostaje na wysokim, stabilnym poziomie.
- Rozpoznanie **przychodów ze sprzedaży energii** w związku z konsolidacją Grupy PAK-PCE. Przychody te obejmują przychody ze sprzedaży energii elektrycznej z produkcji oraz z obrotu, przychody ze sprzedaży energii cieplnej oraz przychody ze sprzedaży praw majątkowych, w szczególności świadectw pochodzenia
- Niższe **pozostałe przychody ze sprzedaży** głównie w wyniku rozpoznania niższych przychodów z działalności w obszarze instalacji fotowoltaicznych, co związane było z realizacją projektu farmy fotowoltaicznej Cambria w okresie porównawczym

# Struktura kosztów operacyjnych



- Niższy **koszt własny sprzedanego sprzętu** wynikający z niższego wolumenu sprzedaży, co koresponduje z niższymi przychodami ze sprzedaży sprzętu
- Wzrost **kosztów kontentu** w wyniku rozpoznania wyższych kosztów produkcji własnej i inwestycji w zwiększenie atrakcyjności naszej oferty płatnej telewizji
- Rozpoznanie **kosztu własnego sprzedanej energii** w związku z konsolidacją wyników Grupy PAK-PCE
- Wzrost **kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników** głównie w efekcie wzrostu zatrudnienia oraz utrzymującej się presji inflacyjnej
- Spadek **innych kosztów** głównie w wyniku rozpoznania niższych kosztów związanych z działalnością w obszarze instalacji fotowoltaicznych. Spadek ten został częściowo zniwelowany przez rozpoznanie kosztów sprzedaży gazu w związku z konsolidacją Grupy PAK-PCE

# Definicje

<b>RGU (Revenue Generating Unit)</b>	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 (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.



# Relacje Inwestorskie

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

Email: [ir@cyfrowypolsat.pl](mailto:ir@cyfrowypolsat.pl)

<https://grupapolsatplus.pl>

