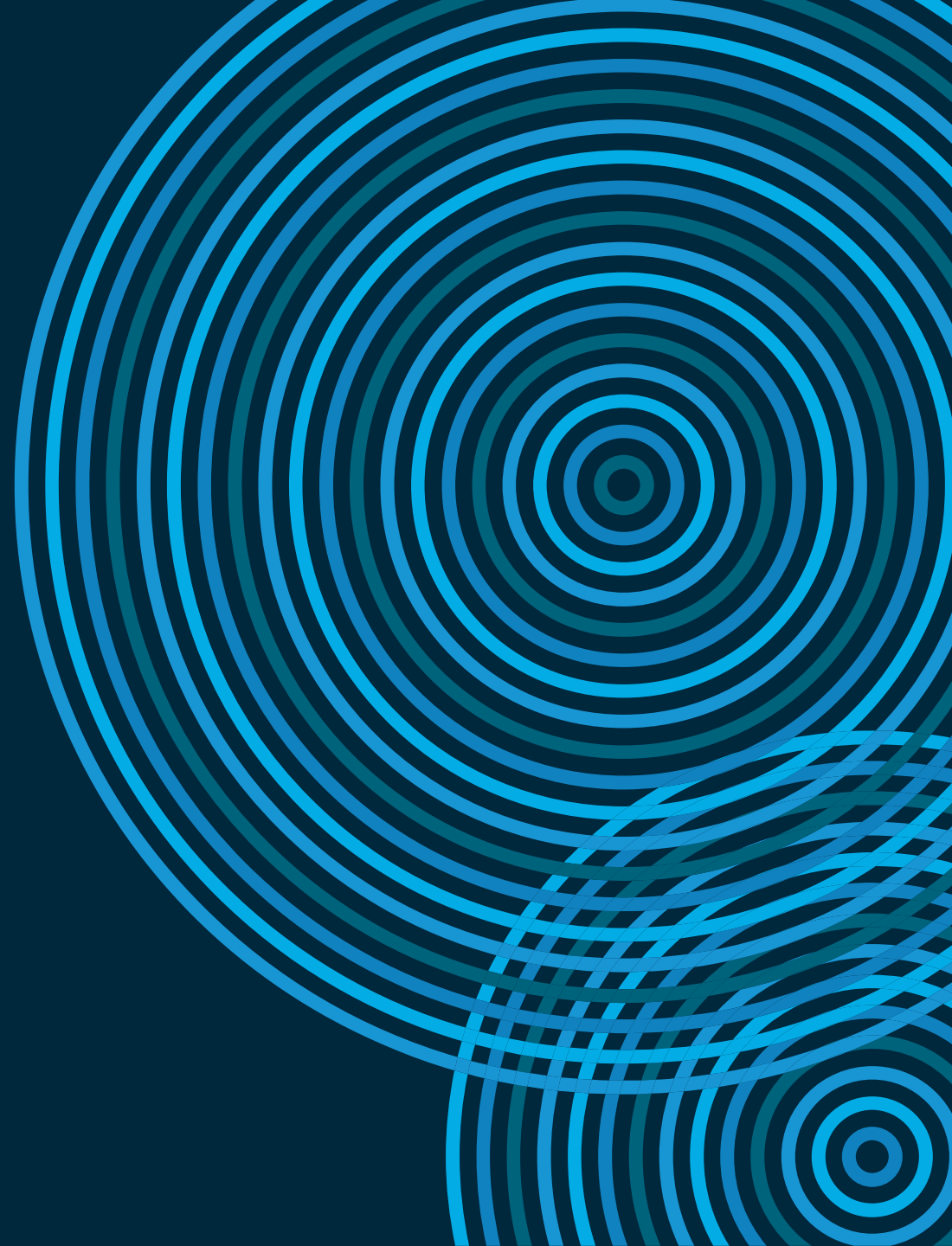


Wyniki finansowe 1Q'25

22 maja 2025 r.



Prelegenci



MIROSŁAW BŁASZCZYK
PREZES ZARZĄDU



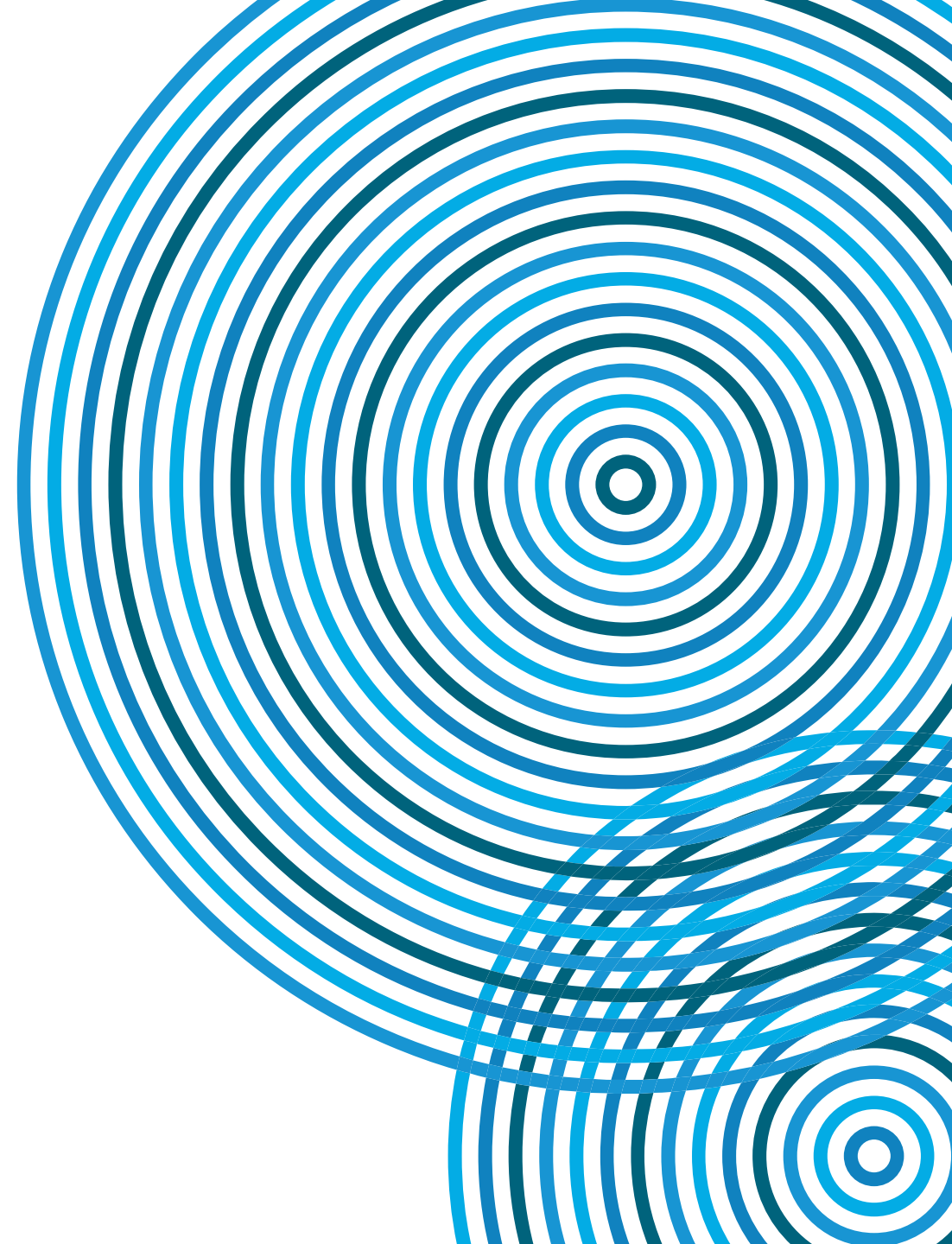
MACIEJ STEC
WICEPREZES ZARZĄDU DS. STRATEGII



KATARZYNA OSTAP-TOMANN
CFO, CZŁONEK ZARZĄDU DS. ESG

Agenda

1. **Najważniejsze wydarzenia 1Q'25**
2. **Działalność operacyjna**
3. **Wyniki finansowe**
4. **Podsumowanie i Q&A**



Najważniejsze wydarzenia 1Q'25

Mirosław Błaszczuk
Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat



Najważniejsze wydarzenia 1Q'25

Finanse

- Osiągnęliśmy bardzo dobre wyniki finansowe
 - Wzrost przychodów o 3,7% do 3,5 mld PLN
 - Wzrost skorygowanej EBITDA o 4,8% do 809 mln PLN
- Przedpłaciliśmy częściowo kredyt w kwocie 681 mln PLN, wykorzystując środki pozyskane ze sprzedaży pakietu 10% akcji Asseco Poland

Segment usług B2C i B2B

- Dzięki skutecznej realizacji strategii multiplay rośnie ARPU na klienta B2C o +4,2% do 77,7 PLN, na klienta B2B o +1,2% do 1.508 PLN, a churn wyniósł tylko 6,8%
- W aukcji pozyskaliśmy blok w paśmie 700 MHz za 363 mln PLN

Segment mediowy: TV i online

- Bardzo dobre wyniki oglądalności naszych kanałów TV na poziomie 22,1% udziału w rynku
- Grupa Polsat-Interia po raz kolejny liderem Internetu wśród wydawców w Polsce

Segment zielonej energii

- EBITDA segmentu zielonej energii wzrosła o 15,8% do 57,1 mln PLN
- Już 45 turbin zostały zmontowane na farmie wiatrowej Drzeżewo
- Wygraliśmy przetargi na dostawę łącznie 41 Nesobusów do Krakowa, Rybnika i Rzeszowa



Działalność operacyjna



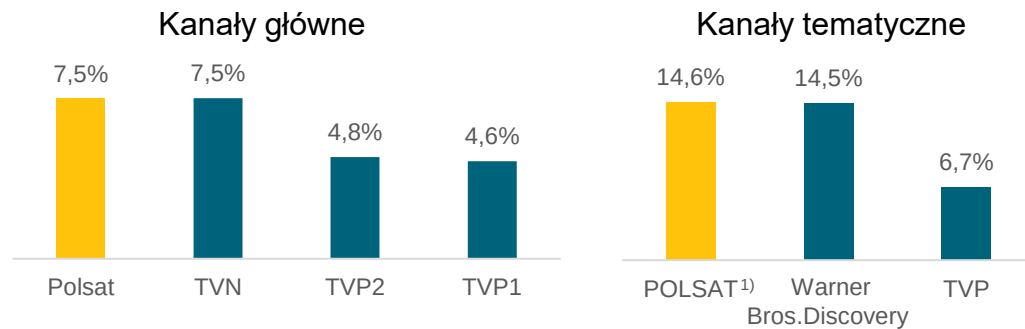
Segment mediowy: telewizja i online



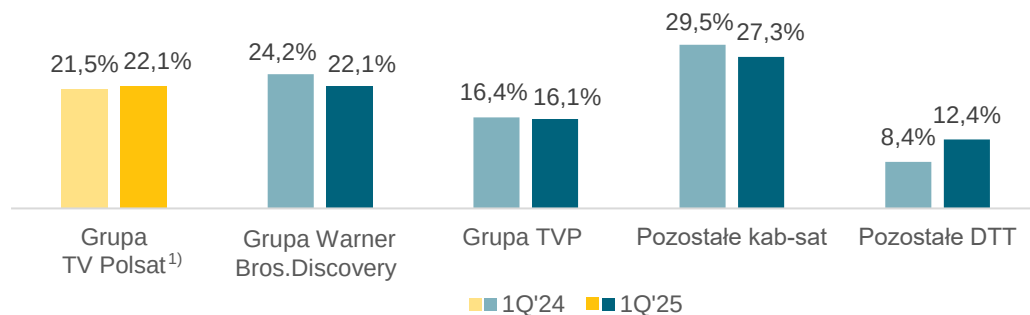
Maciej Stec
Wiceprezes Zarządu ds. Strategii, Cyfrowy Polsat

Oglądalność i pozycja na rynku reklamy w 1Q'25

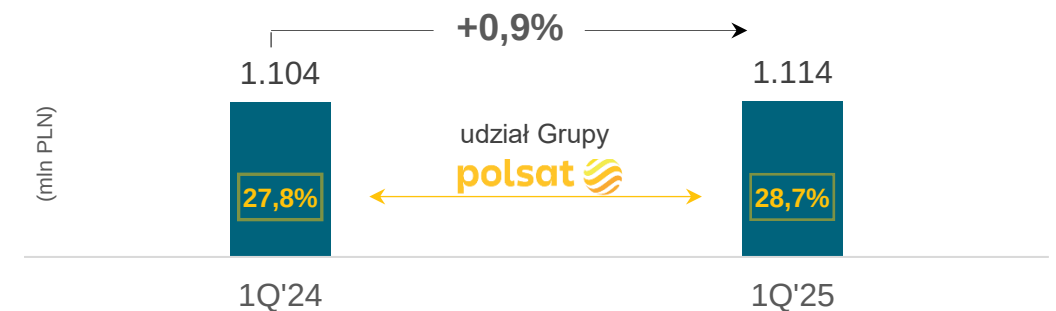
Udział w oglądalności



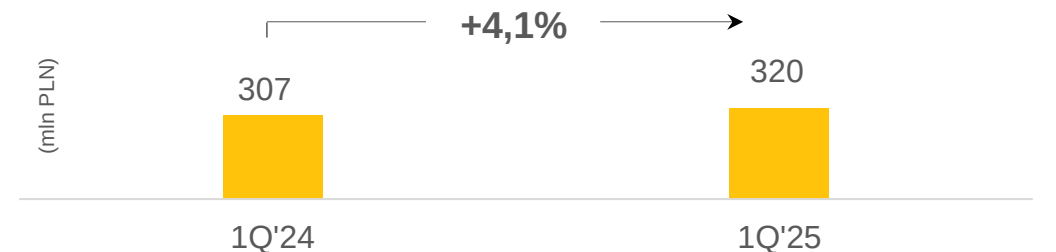
Dynamika udziałów w oglądalności



Wydatki na reklamę TV i sponsoring



Przychody z reklamy TV i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat²⁾



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

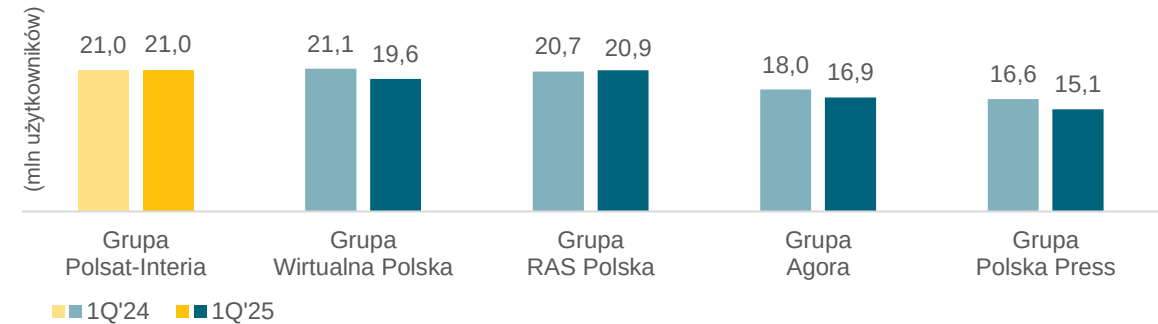
Nota: (1) Z wyłączeniem kanałów partnerskich

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

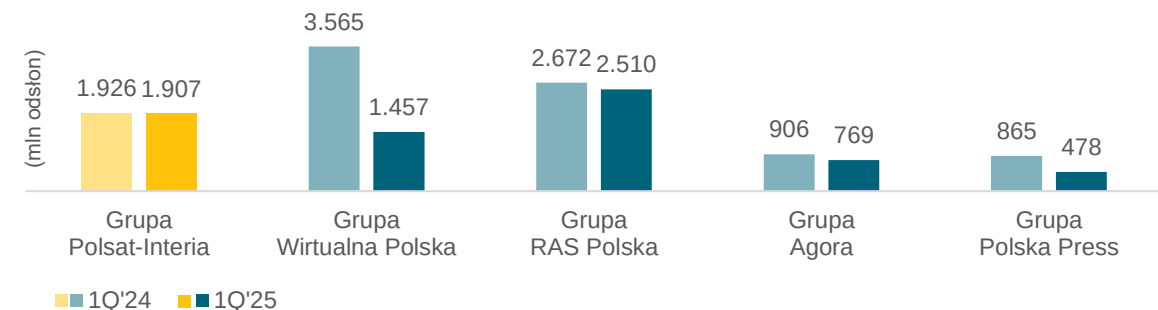
Skutecznie budujemy naszą pozycję na rynku portali internetowych

- Grupa Polsat-Interia #1 Internetu w 1Q'25 wśród wydawców w Polsce¹⁾
- W 1Q'25 Grupa Polsat-Interia pozostaje liderem w kategorii mobile²⁾
- Mamy bardzo silną i stabilną pozycję na rynku portali internetowych:
 - 21,0 mln użytkowników
 - 1,9 mld odsłon

Średniomiesięczna liczba użytkowników



Średniomiesięczna liczba odsłon



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

Nota: (1) Mediapanel, na podstawie wyników średniomiesięcznych, w 1Q'25, dwukrotnie, czyli najczęściej spośród wydawców internetowych w Polsce, osiągała największy zasięg (RU)

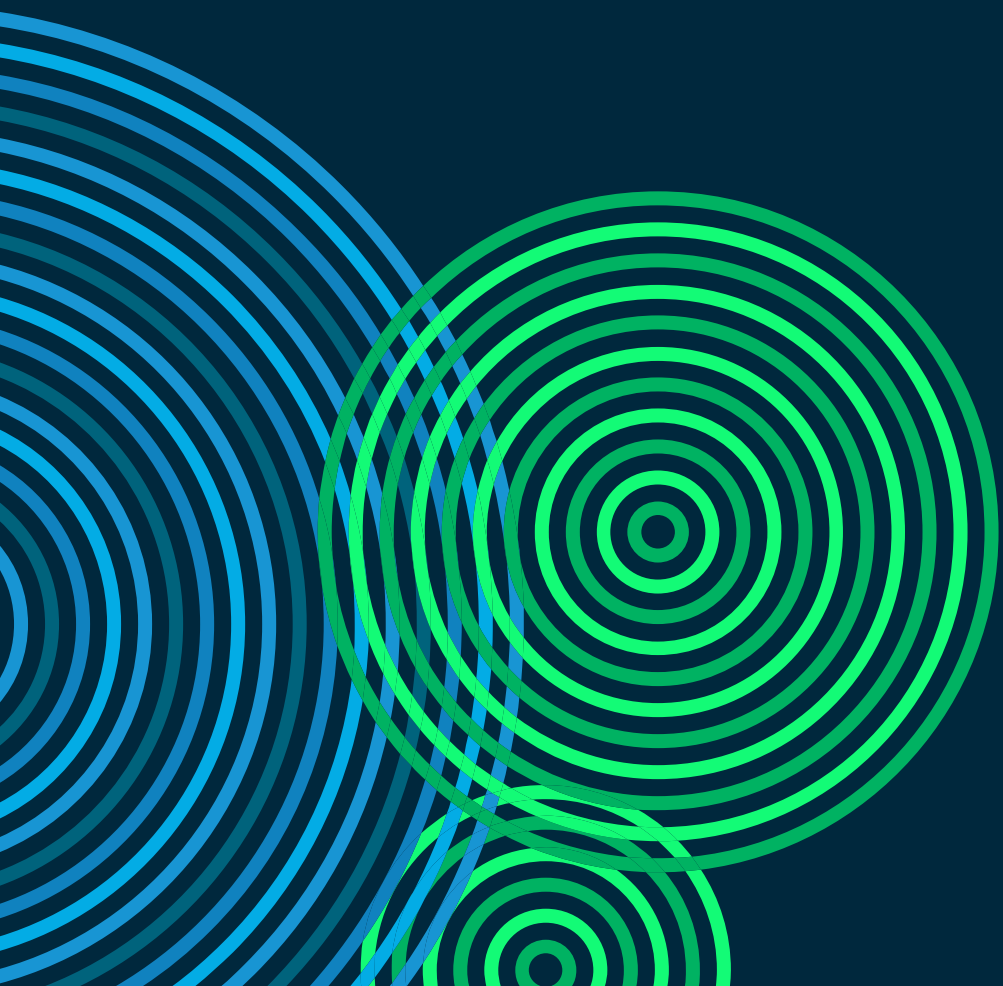
(2) Mediapanel, na podstawie wyników średniomiesięcznych, w 1Q'25 Grupa Polsat-Interia na pierwszej pozycji w 3 miesiącach okresu

Bardzo dobre wyniki segmentu dzięki sukcesowi ramówki i dużemu zainteresowaniu nowymi prawami sportowymi



Wzrost udziału w oglądalności do 22,1% dzięki bardzo dobrej ramówce oraz transmisjom atrakcyjnych wydarzeń sportowych

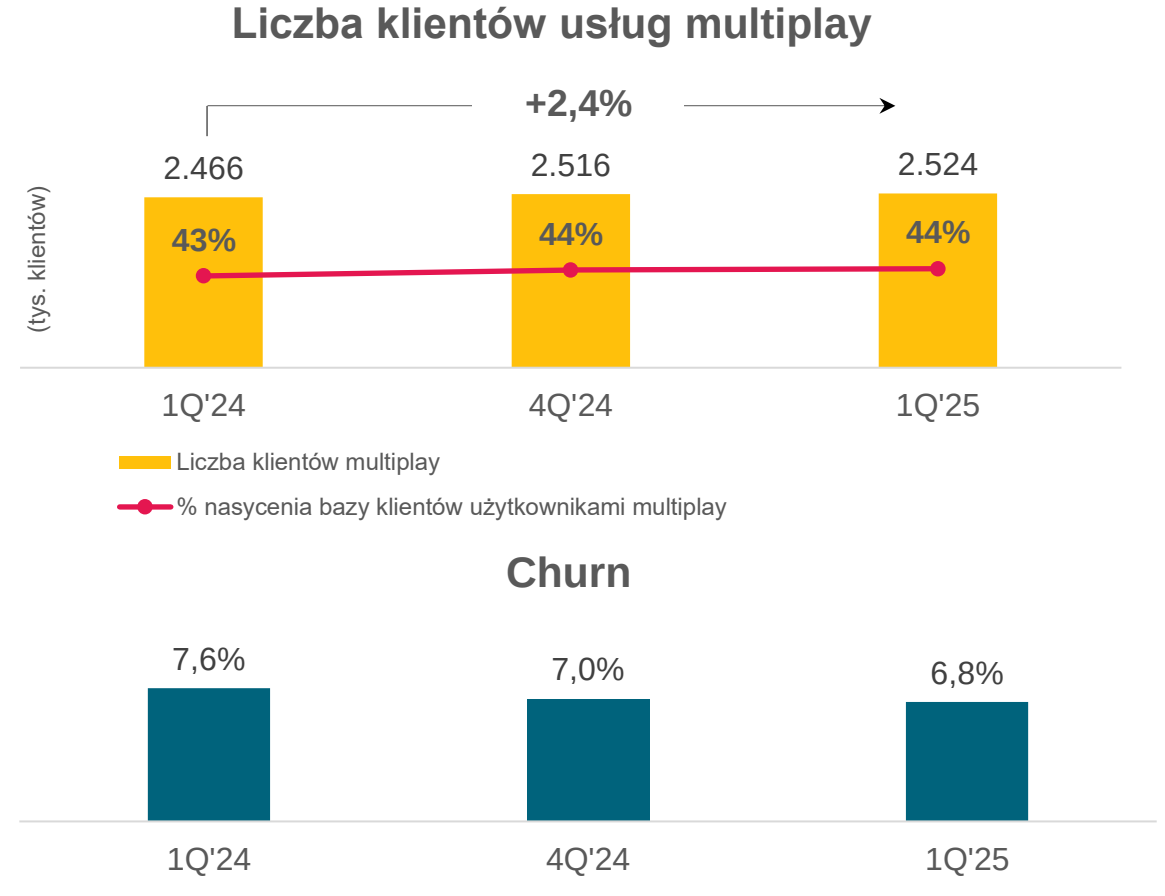
Segment usług B2C i B2B



Maciej Stec
Wiceprezes Zarządu ds. Strategii, Cyfrowy Polsat

Ponad 2,5 mln klientów korzysta z naszej oferty multiplay

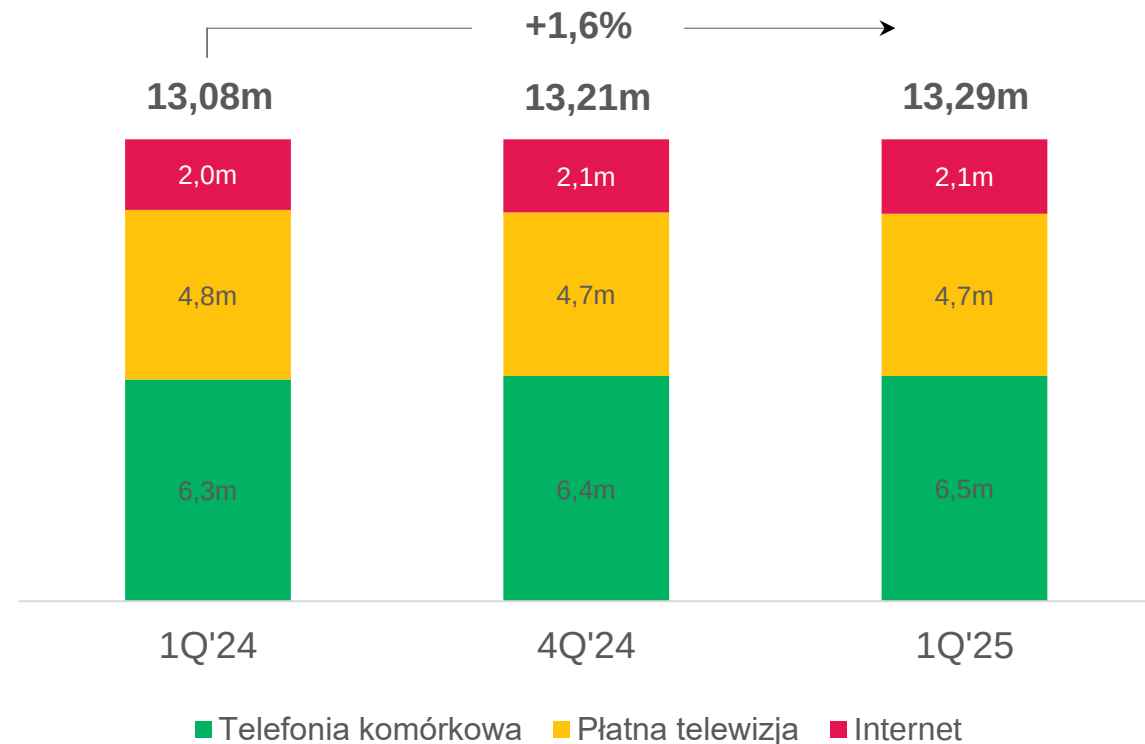
- Wysoka, stabilna baza klientów multiplay pomimo niekorzystnych warunków rynkowych
- Wzrost bazy klientów multiplay o 58 tys. r/r dzięki skutecznej doprzedaży usług
- Już 44% naszych klientów korzysta z naszej oferty multiplay
- Nasi klienci multiplay posiadają 7,8 mln RGU, o 300 tys. więcej r/r
- Niski poziom churn – głównie dzięki naszej strategii multiplay



Świadczymy ponad 13 mln usług kontraktowych

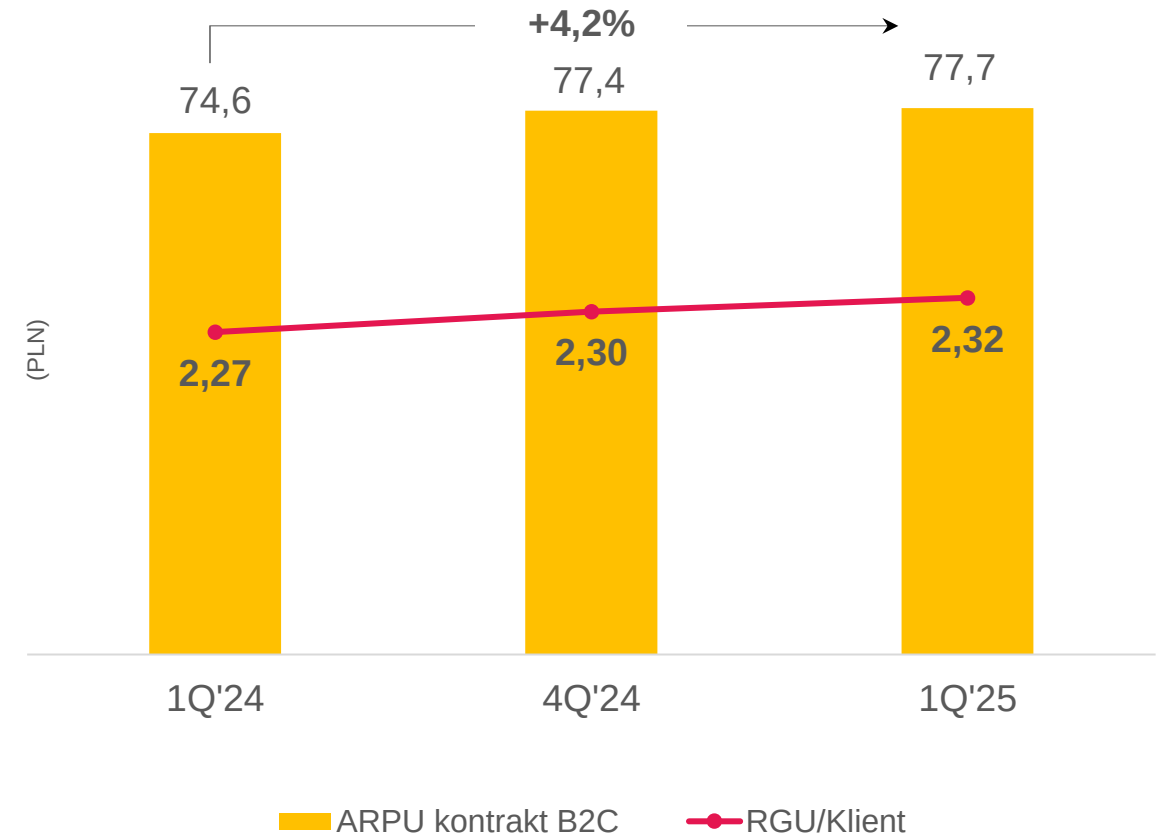
- Bardzo dobra sprzedaż usług telefonii mobilnej, wzrost o 210 tys. r/r
- Wzrost liczby świadczonych usług mobilnego i stacjonarnego internetu o 145 tys. r/r
- Presja na bazę usług płatnej telewizji częściowo mitygowana rosnącą liczbą usług telewizyjnych świadczonych w technologiach IPTV i OTT

Liczba RGU w segmencie kontraktowym B2C



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

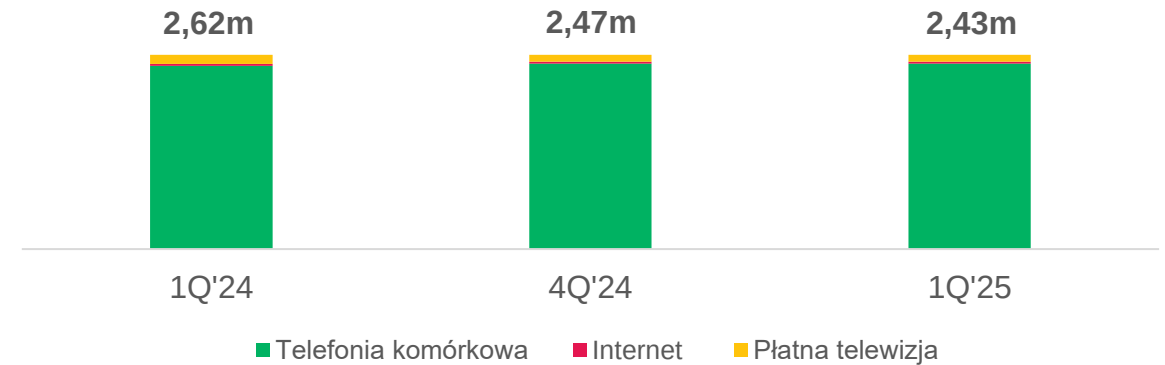
- Wzrost ARPU o 4,2% r/r to efekt bardzo dobrej sprzedaży usług komórkowych oraz internetowych zarówno do nowych, jak i istniejących klientów
- Skuteczna dosprzedaż produktów w ramach strategii multiplay odzwierciedla się w konsekwentnie rosnącym poziomie wskaźnika saturacji RGU na klienta



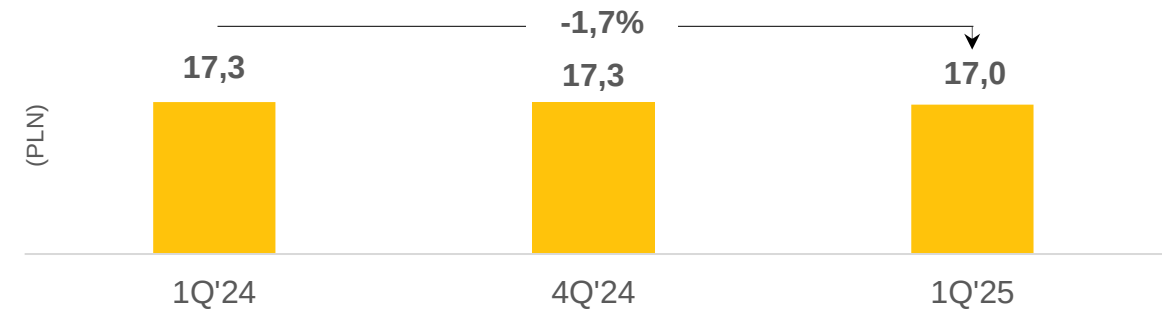
Wysoka baza i ARPU usług przedpłaconych

- Utrzymujemy wysoką bazę usług przedpłaconych na poziomie 2,4 mln mimo silnej konkurencji na rynku
- Wysoki poziom ARPU na poziomie 17,0 zł

RGU usług przedpłaconych¹⁾



ARPU¹⁾

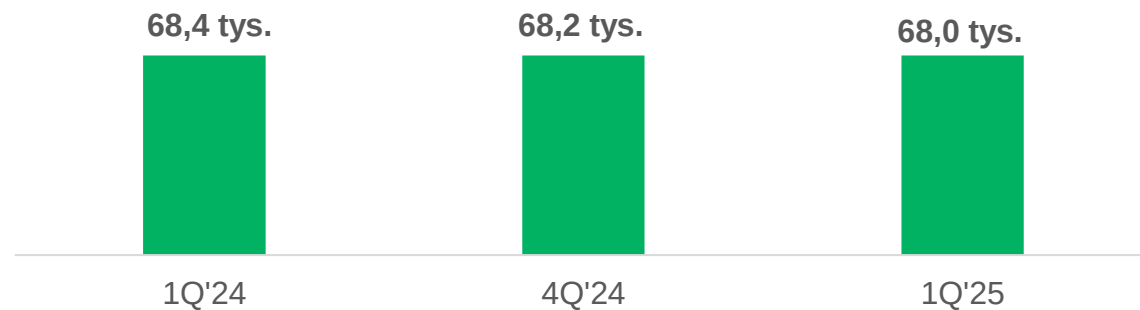


Nota: (1) z wykluczeniem niskomarżowego pakietu Polsat Box Go Start

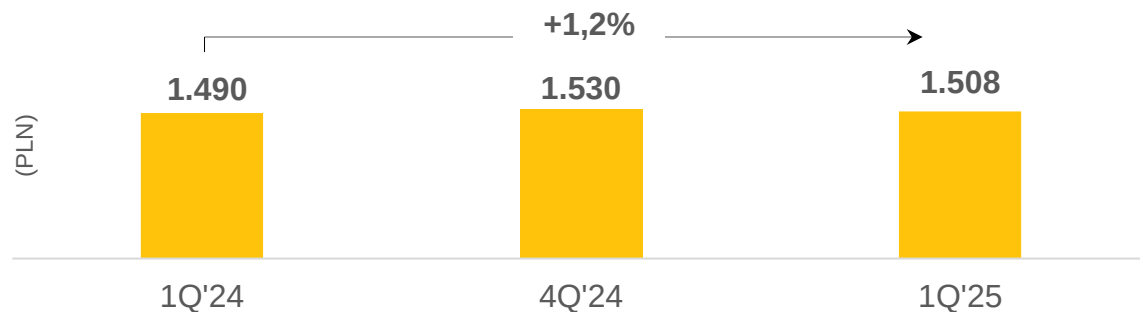
Wysoka baza i rosnące ARPU klientów B2B

- Obsługujemy 68 tys. klientów B2B skutecznie utrzymując skalę tej bazy
- ARPU klientów B2B wzrosło o 1,2% r/r do poziomu 1.508 PLN/m-c na silnie konkurencyjnym rynku

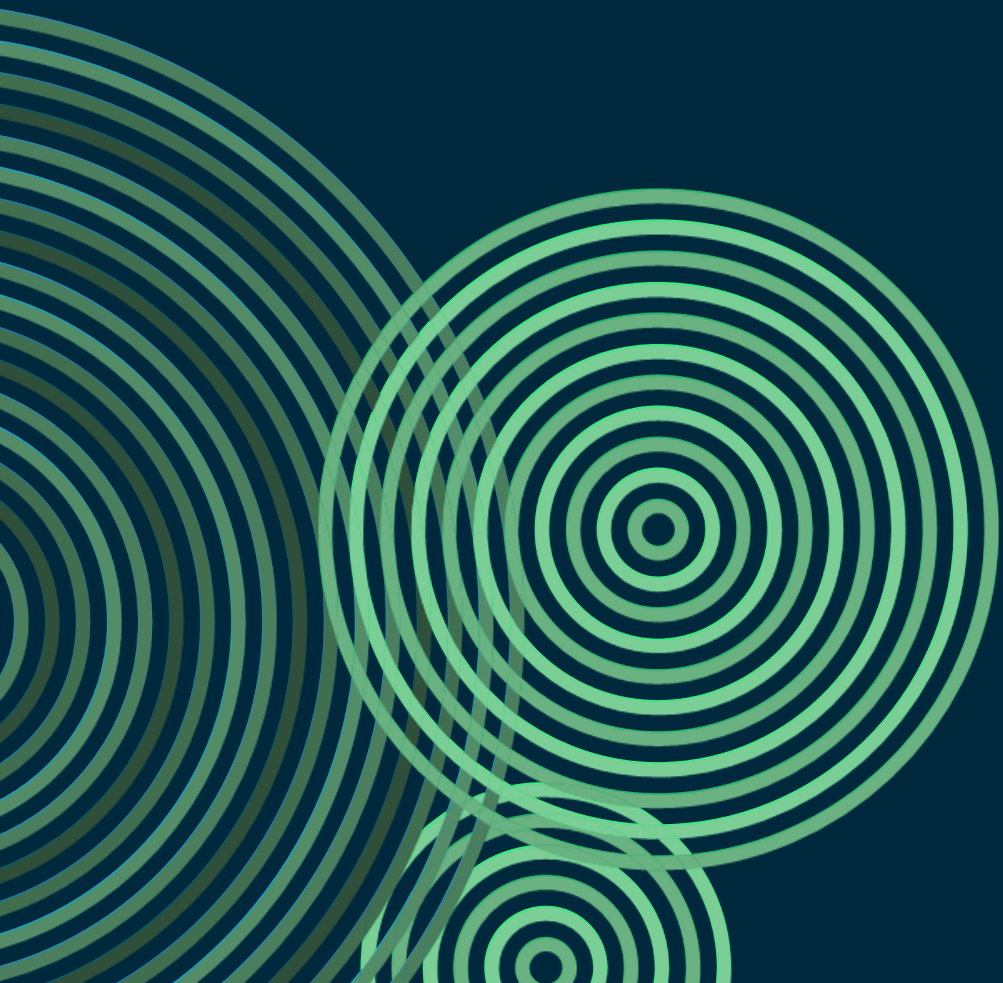
Liczba klientów B2B



ARPU



Segment zielona energia



Maciej Stec
Wiceprezes Zarządu ds. Strategii, Cyfrowy Polsat

Zrealizowaliśmy cele w segmencie zielonej energii w ramach Strategii 2023+



CEL #1: zrealizowaliśmy

Jesteśmy wiodącym producentem czystej, zielonej energii



CEL #2: zrealizowaliśmy

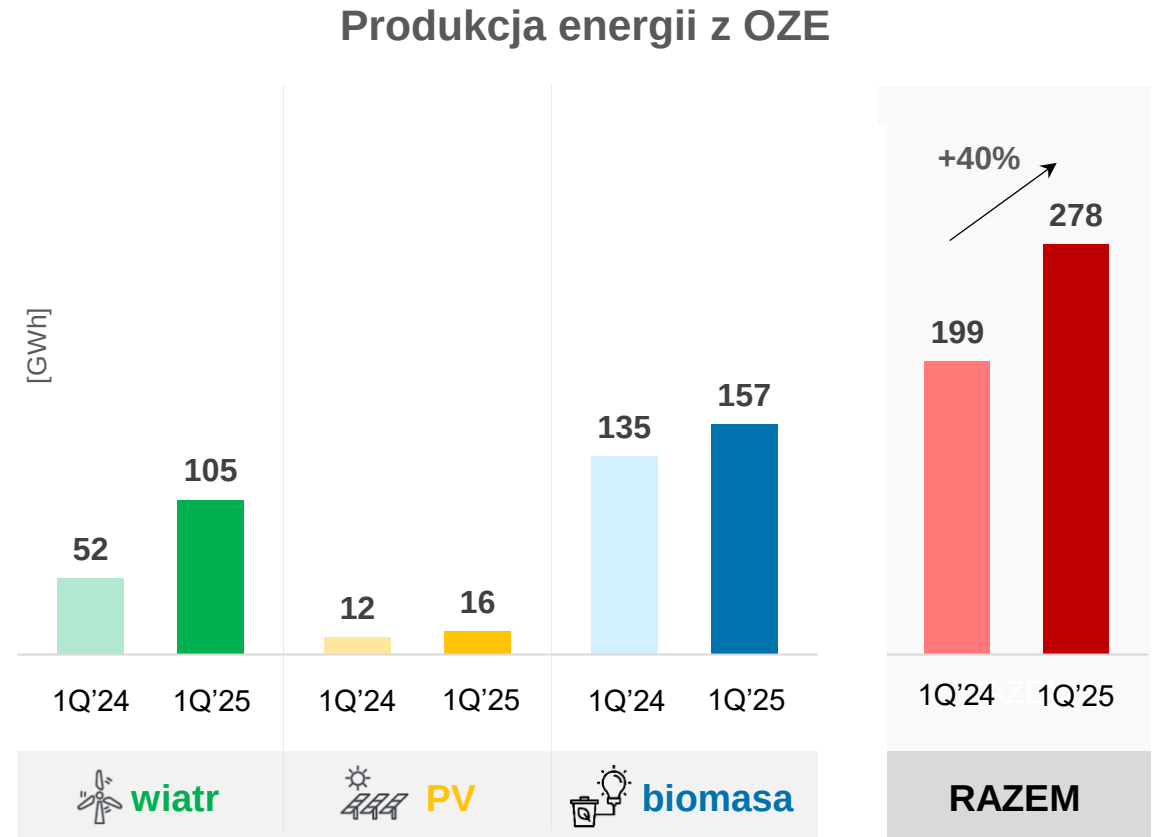
Zbudowaliśmy kompletny łańcuch wartości zielonego wodoru

Podtrzymujemy cel

ok. **500** mln PLN **EBITDA** segmentu zielonej energii w 2026 r.

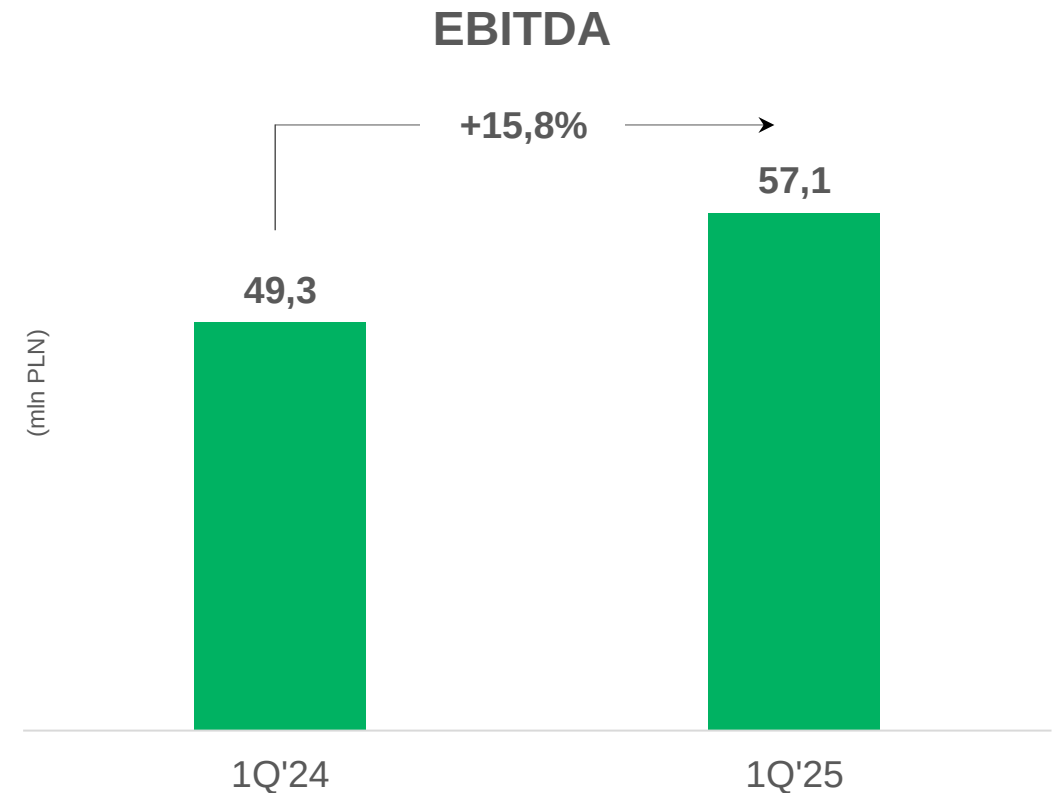
Dynamiczny wzrost produkcji energii o 40% dzięki uruchomieniu kolejnych mocy produkcyjnych w wietrze

- Wzrost produkcji zielonej energii o 40% r/r do 278 GWh w 1Q'25 w wyniku uruchomienia 123 MW na farmach wiatrowych Człuchów i Przyrów
- Budowa farmy wiatrowej w Drzeżewie o mocy 139 MW postępuje zgodnie z harmonogramem – już 45 turbin zmontowane



57 mln zł EBITDA segmentu zielonej energii w 1Q'25

- Wzrost EBITDA w 1Q'25 to efekt wyższego wolumenu produkcji, wynikającego z rozbudowy zainstalowanej mocy w farmach wiatrowych
- W 2025 r. podwoimy nasze moce zainstalowane w wietrze, co przełoży się na wzmocnienie EBITDA



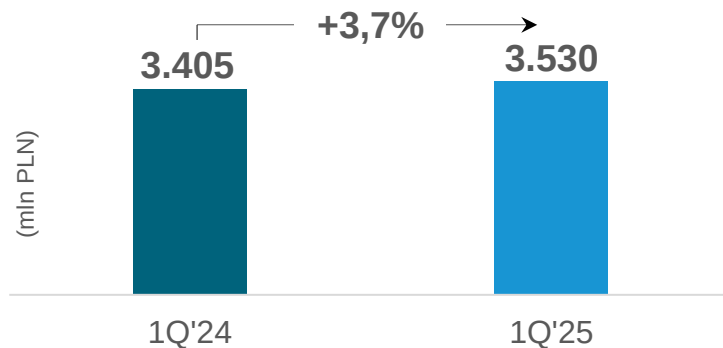
Wyniki finansowe



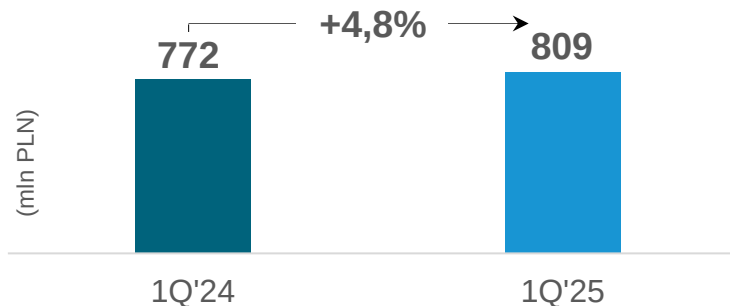
Katarzyna Ostap-Tomann
CFO, Członek Zarządu ds. ESG, Cyfrowy Polsat

Wyniki Grupy w 1Q'25

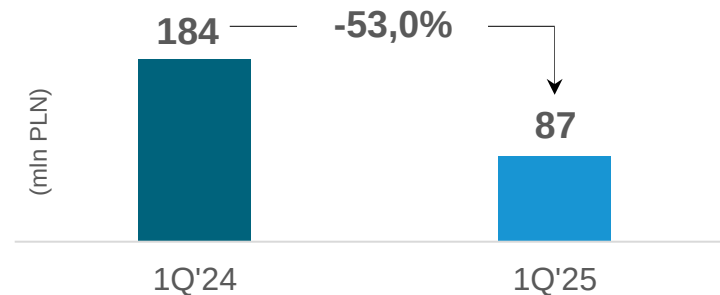
Przychody



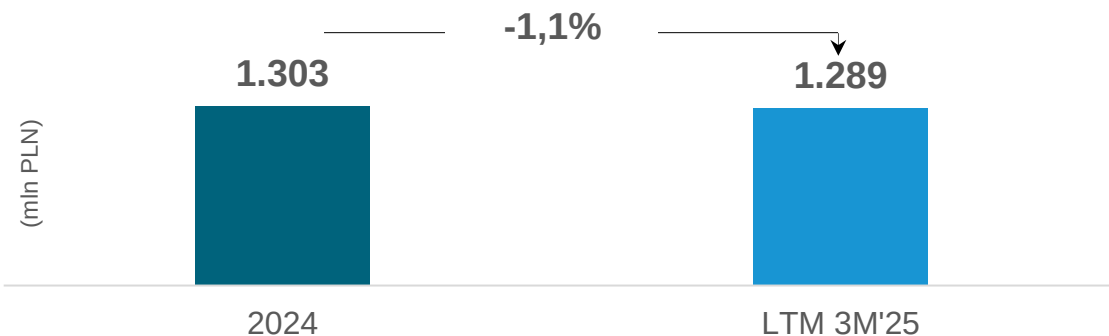
EBITDA skorygowana¹⁾



Zysk netto



LTM FCF²⁾



Dług netto/EBITDA LTM

(z wyłączeniem finansowania projektowego)

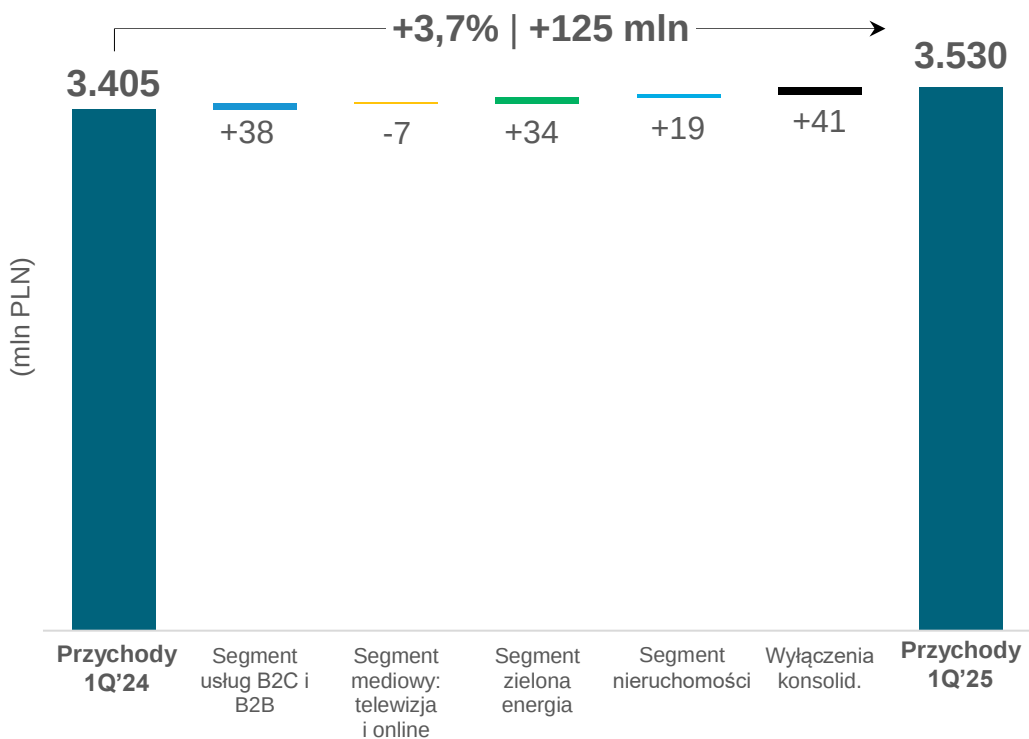


Nota: (1) EBITDA 1Q'24 skorygowana o zysk na sprzedaży udziałów w Muzo.fm (10 mln PLN), zysk ze zbycia pakietu adresów IPv4 (164 mln PLN) oraz w 1Q'25 o zysk ze sprzedaży jednostki zależnej i stowarzyszonej (-0,2 mln PLN)

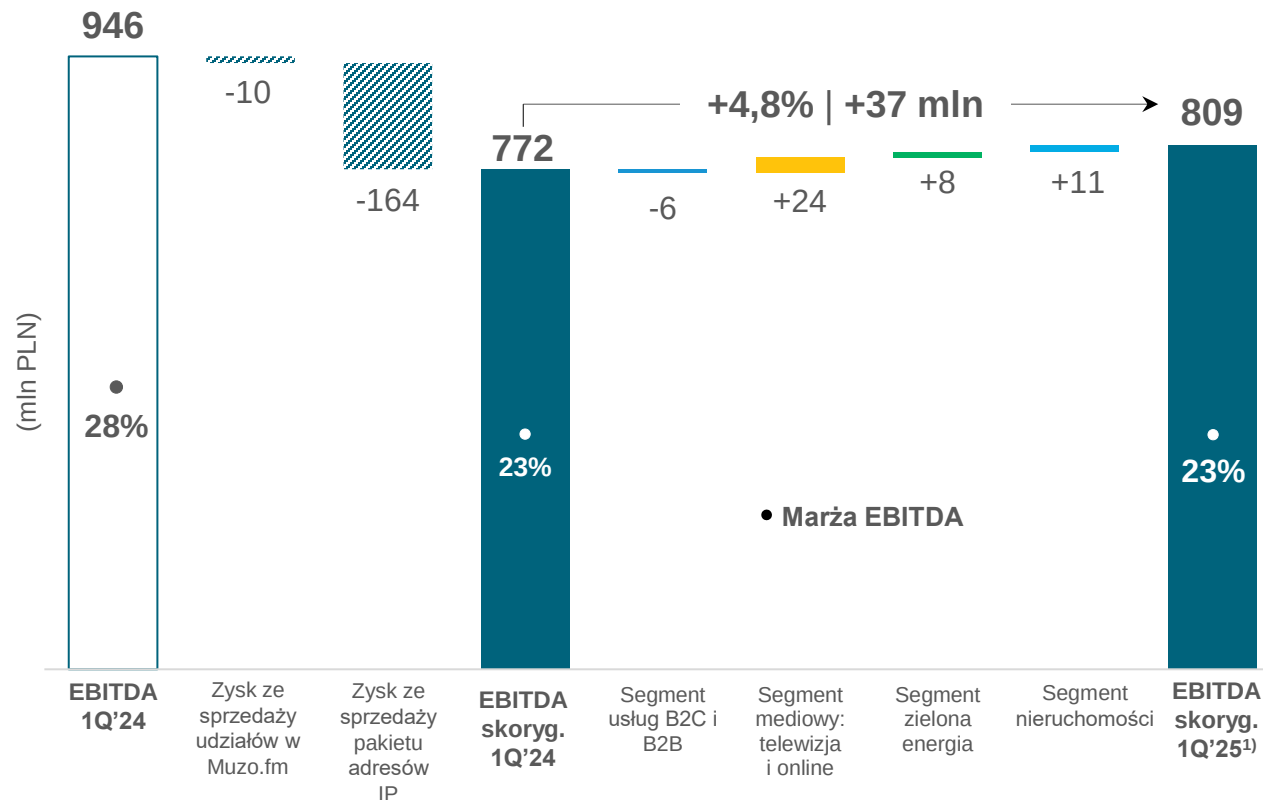
(2) FCF korygowany o capex w segmencie zielonej energii

Przychody i EBITDA – czynniki zmian

Przychody ze sprzedaży

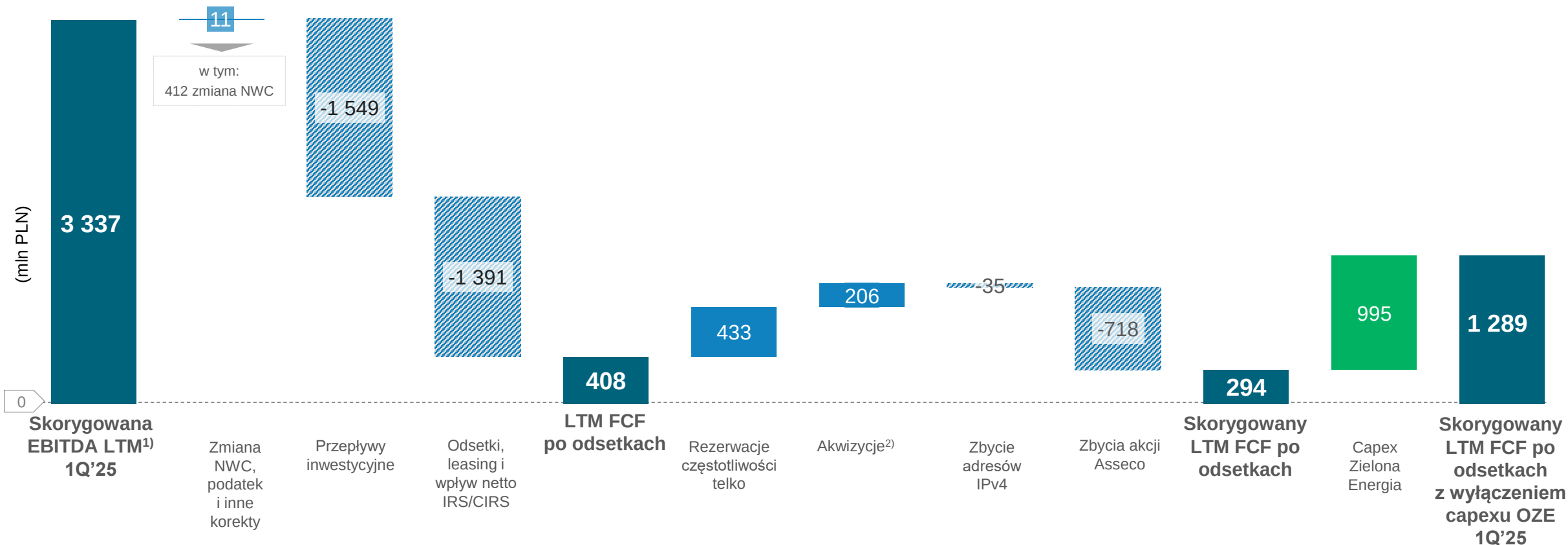


EBITDA



Nota: (1) EBITDA 1Q'25 skorygowana o zysk ze sprzedaży jednostki zależnej i stowarzyszonej (-0,2 mln PLN)

Bardzo dobra zdolność generacji gotówki pomimo wysokich kosztów odsetkowych



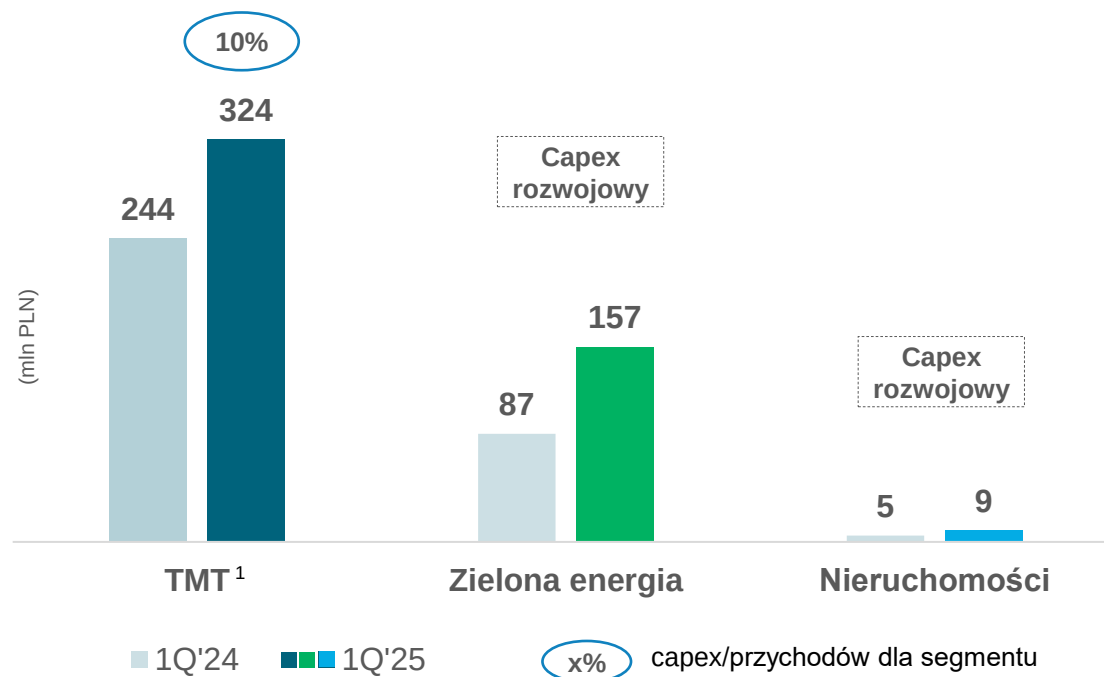
Nota: (1) EBITDA skorygowana o: (i) zysk ze sprzedaży pakietu adresów IPv4 (35 mln PLN), (ii) odpisy aktualizujące zapasy paneli fotowoltaicznych (71 mln PLN) oraz (iii) zysk ze sprzedaży jednostki zależnej i stowarzyszonej (-0,2 mln PLN)

(2) Jednorazowe nabycie akcji/udziałów w jednostkach zależnych pomniejszone o przejęte środki pieniężne

Capex pod kontrolą

- W obszarze TMT¹⁾ wskaźnik capex do przychodów na poziomie 10%
- Capex rozwojowy w segmencie zielonej energii na poziomie 157 mln zł w 1Q'25
- Inwestycje w OZE wymagają wysokich nakładów inwestycyjnych w początkowym okresie projektu przy niskim poziomie capexu odtworzeniowego w długim horyzoncie czasowym

Capex wg segmentów w 1Q'25

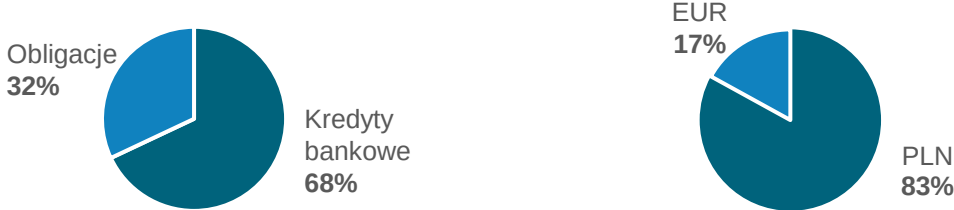


Nota: (1) Obejmuje segment usług B2C i B2B oraz segment mediowy

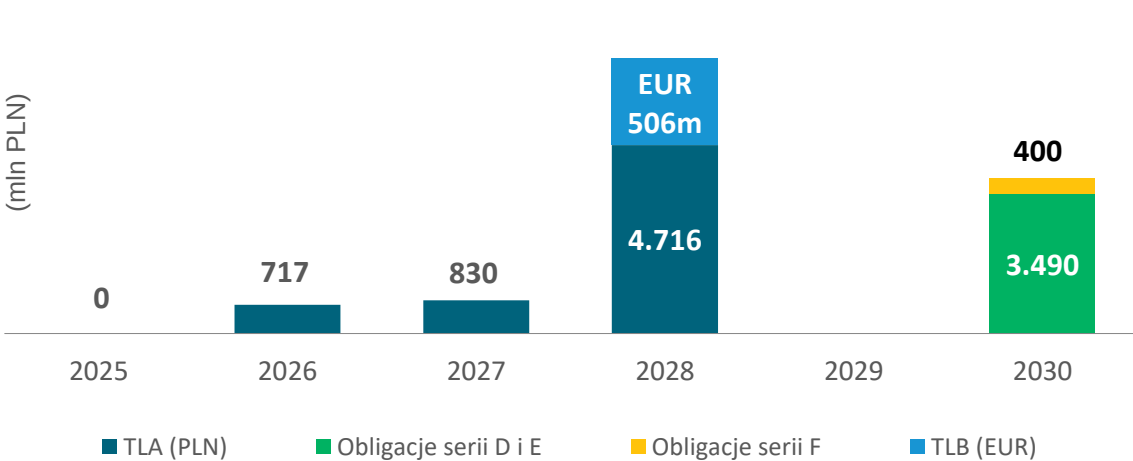
Zadłużenie Grupy

mln PLN	Wartość bilansowa na dzień 31.03.2025
Zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek, w tym:	9.733
<i>Zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek z wyłączeniem finansowania projektowego¹⁾</i>	8.316
<i>Zobowiązania z tytułu finansowania projektowego</i>	1.417
Zobowiązania z tytułu obligacji	3.940
Zobowiązania z tytułu leasingu i inne	685
Zadłużenie brutto	14.358
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty ²⁾	2.228
Zadłużenie netto	12.130
EBITDA LTM ³⁾	3.155
Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM	3,85x
Wskaźnik zadłużenia netto / EBITDA LTM z wyłączeniem finansowania projektowego⁴⁾	3,62x
Średni ważony koszt odsetek od kredytów i obligacji ⁵⁾	8,2%

Struktura zadłużenia
(z wyłączeniem finansowania projektowego)
na dzień 31.03.2025



Zapadalność długu
(z wyłączeniem finansowania projektowego)
na dzień 31.03.2025



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 wyłączeniem wyniku EBITDA LTM oraz zadłużenia 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

Bardzo dobre wyniki operacyjne i finansowe w 1Q'25

- Osiągnęliśmy bardzo dobre wyniki finansowe, notując wzrost skorygowanej EBITDA o 4,8% do 809 mln PLN
- Bardzo dobre wyniki segmentu usług B2C i B2B – w ramach strategii multiplay ARPU na klienta B2C wzrosło o 4,2% przy rekordowo niskim churn 6,8%
- W segmencie mediowym wzrósł udział w oglądalności do 22,1% a Grupa Polsat-Interia jest liderem na rynku internetowym
- W segmencie zielonej energii osiągnęliśmy 57,1 mln PLN EBITDA w 1Q'25 przy wzroście o 15,8% i koncentrujemy się na realizacji farmy wiatrowej Drzeżewo
- Zrealizowaliśmy cele Strategii 2023+, konsekwentnie realizujemy strategię multiplay i monetyzujemy inwestycje w zieloną energię



Q&A

Dodatkowe informacje



Wyniki segmentu usług B2C i B2B

mIn PLN	1Q'25	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.614	1%
Koszty operacyjne ¹⁾	1.994	2%
EBITDA skorygowana ²⁾	608	-1%
Marża EBITDA skorygowana ²⁾	23,3%	-0,5 pkt%
Wydatki inwestycyjne	310	43%

- Wzrost przychodów detalicznych przede wszystkim w wyniku wzrostu ARPU klienta kontraktowego B2C i B2B
- Koszty operacyjne pod kontrolą przy utrzymującej się presji na koszty utrzymania i rozwoju sieci

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

(2) EBITDA 1Q'24 skorygowana o zysk ze zbycia pakietu adresów IPv4 (164 mln PLN) oraz w 1Q'25 o zysk ze sprzedaży jednostki zależnej i stowarzyszonej (-0,2 mln PLN)

Wyniki finansowe segmentu mediowego: telewizja i online

mIn PLN	1Q'25	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	578	-1%
Koszty operacyjne ¹⁾	453	-6%
EBITDA skorygowana ²⁾	125	24%
Marża EBITDA ²⁾	21,5%	4,4 pkt%
Wydatki inwestycyjne	13	-49%

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

(2) EBITDA z wykluczeniem zysku ze sprzedaży jednostki zależnej i stowarzyszonej (10 mln PLN w 1Q'24)

- Wyższe przychody reklamowe zniwelowane przez spadek przychodów od operatorów kablowo-satelitarnych oraz ze sprzedaży licencji i sublicencji
- Spadek kosztów operacyjnych w wyniku niższych kosztów licencji sportowych (brak kosztów praw do Ligi Mistrzów UEFA) oraz niższej amortyzacji licencji filmowych

Wyniki finansowe segmentu zielona energia

mln PLN	1Q'25	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	388	9%
<i>Przychody ze sprzedaży energii z produkcji własnej</i>	157	21%
<i>Przychody ze sprzedaży energii z obrotu²⁾</i>	150	-13%
Koszty operacyjne ¹⁾	328	7%
EBITDA	57	16%
Marża EBITDA	14,7%	0,8 pkt%
Wydatki inwestycyjne	157	80%

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

- Produkcja energii elektrycznej ograniczona niekorzystnymi warunkami pogodowymi
- Wzrost przychodów ze sprzedaży energii z produkcji własnej, wynikający z sukcesywnej rozbudowy mocy produkcyjnych w farmach wiatrowych, częściowo zniwelowany niższymi przychodami z obrotu energią
- Wyższe koszty operacyjne, związane z rozbudową mocy produkcyjnej i większym wolumenem wyprodukowanej energii elektrycznej

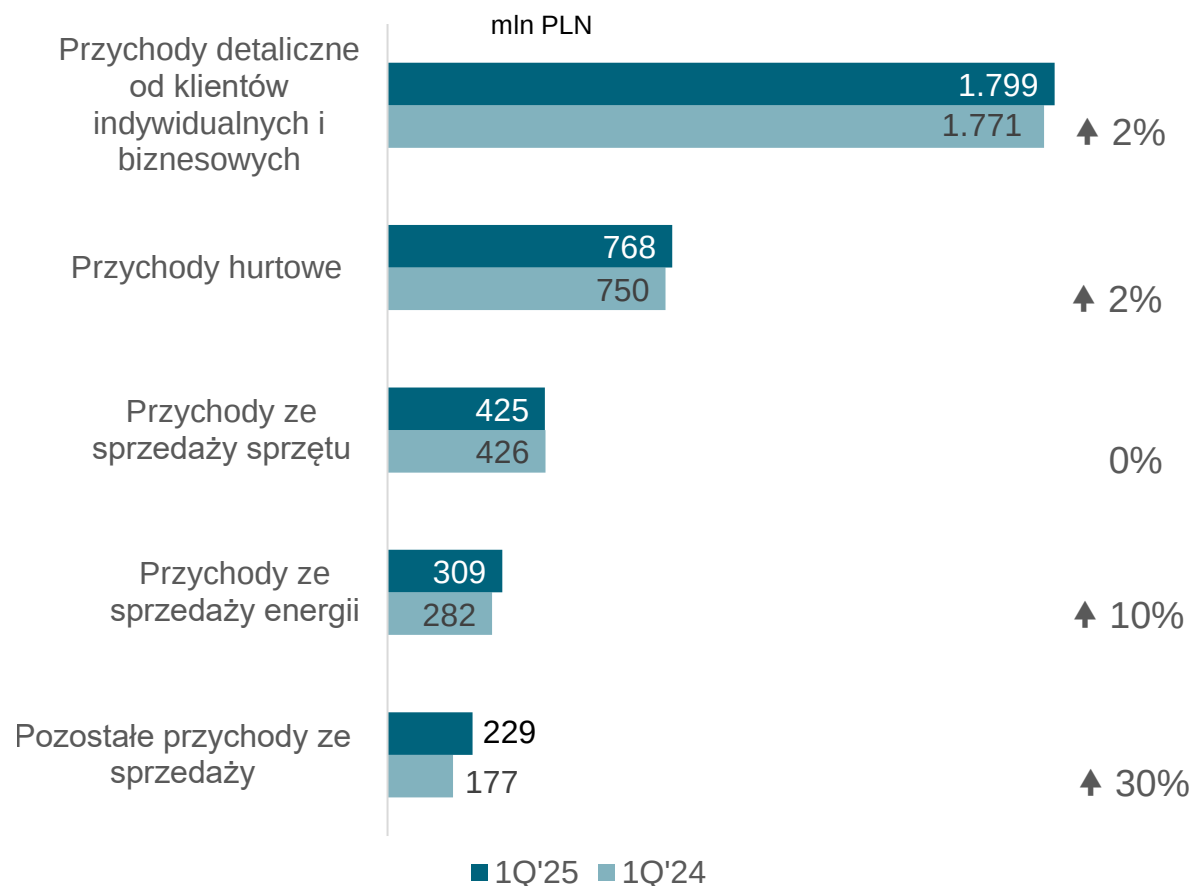
Wyniki finansowe segmentu nieruchomości

mIn PLN	1Q'25	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	60	48%
Koszty operacyjne ¹⁾	40	14%
EBITDA	20	>100%
Marża EBITDA	33,3%	9,9 pkt%
Wydatki inwestycyjne	9	80%

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

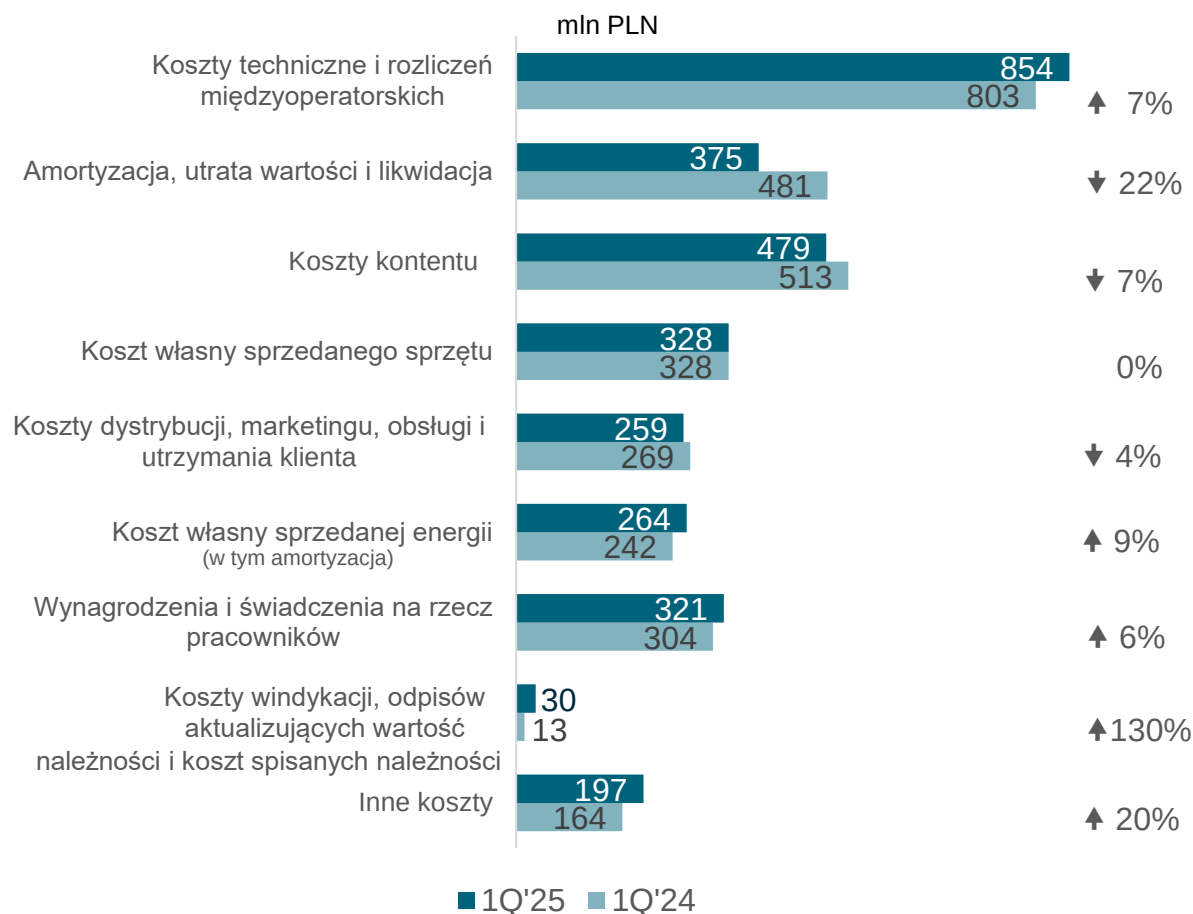
- Wzrost przychodów i EBITDA w wyniku zakończenia inwestycji mieszkaniowej w Porcie Praskim przy ul. Sierakowskiego 1-3 oraz przekazania lokali klientom

Struktura przychodów ze sprzedaży



- Wyższe **przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych** głównie w wyniku skutecznej sprzedaży usług telekomunikacyjnych do indywidualnych klientów kontraktowych, i w efekcie wzrostu ARPU na klienta kontraktowego B2C;
- Wyższe **przychody hurtowe** głównie na skutek rozpoznania wyższych przychodów z reklamy i sponsoringu oraz z roamingu krajowego i międzynarodowego. Wzrost ten został częściowo skompensowany niższymi przychodami od operatorów kablowo-satelitarnych i ze sprzedaży licencji;
- Wyższe **przychody ze sprzedaży energii** głównie w wyniku wyższego wolumenu wyprodukowanej energii wynikającego z rozbudowy zainstalowanych mocy produkcyjnych w farmach wiatrowych;
- Wzrost **pozostałych przychodów ze sprzedaży** głównie w wyniku rozpoznania przychodów ze sprzedaży mieszkań w efekcie przekazania klientom części mieszkań wybudowanych w ramach inwestycji w Porcie Praskim oraz wyższych przychodów ze sprzedaży gazu, rozpoznawanych w segmencie zielonej energii.

Struktura kosztów operacyjnych



- Wyższe **koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich** przede wszystkim w związku z rozwojem mobilnej sieci telekomunikacyjnej oraz wyższymi kosztami utrzymania sieci;
- Niższe **koszty amortyzacji, utraty wartości i likwidacji** głównie w wyniku zakończenia amortyzacji relacji z klientami detalicznymi Polkomtelu;
- Spadek **kosztów kontentu** przede wszystkim w wyniku niższych kosztów licencji sportowych w związku z brakiem kosztów praw do transmisji Ligi Mistrzów UEFA;
- Wyższy **koszt własny sprzedanej energii** przede wszystkim w wyniku uruchomienia produkcji z nowych farm wiatrowych w Człuchowie i Przyrowie;
- Wzrost **kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników** w wyniku presji inflacyjnej na płace;
- Wyższe **koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności** spowodowane jednorazowym przeszacowaniem całego pakietu wierzytelności wg niższego wskaźnika w okresie porównawczym;
- Wzrost **innych kosztów** w efekcie rozpoznania wyższych kosztów sprzedanego gazu w segmencie zielonej energii, jak również wyższych kosztów sprzedaży mieszkań w Porcie Praskim.

Inwestycje w odnawialne źródła energii



Kazimierz Biskupi 17,5 MW

- Szacowana produkcja: **60 GWh**
- Uruchomiona (3Q'23)



Miłosław 9,6 MW

- Szacowana produkcja: **38 GWh**
- Uruchomiona (3Q'23)



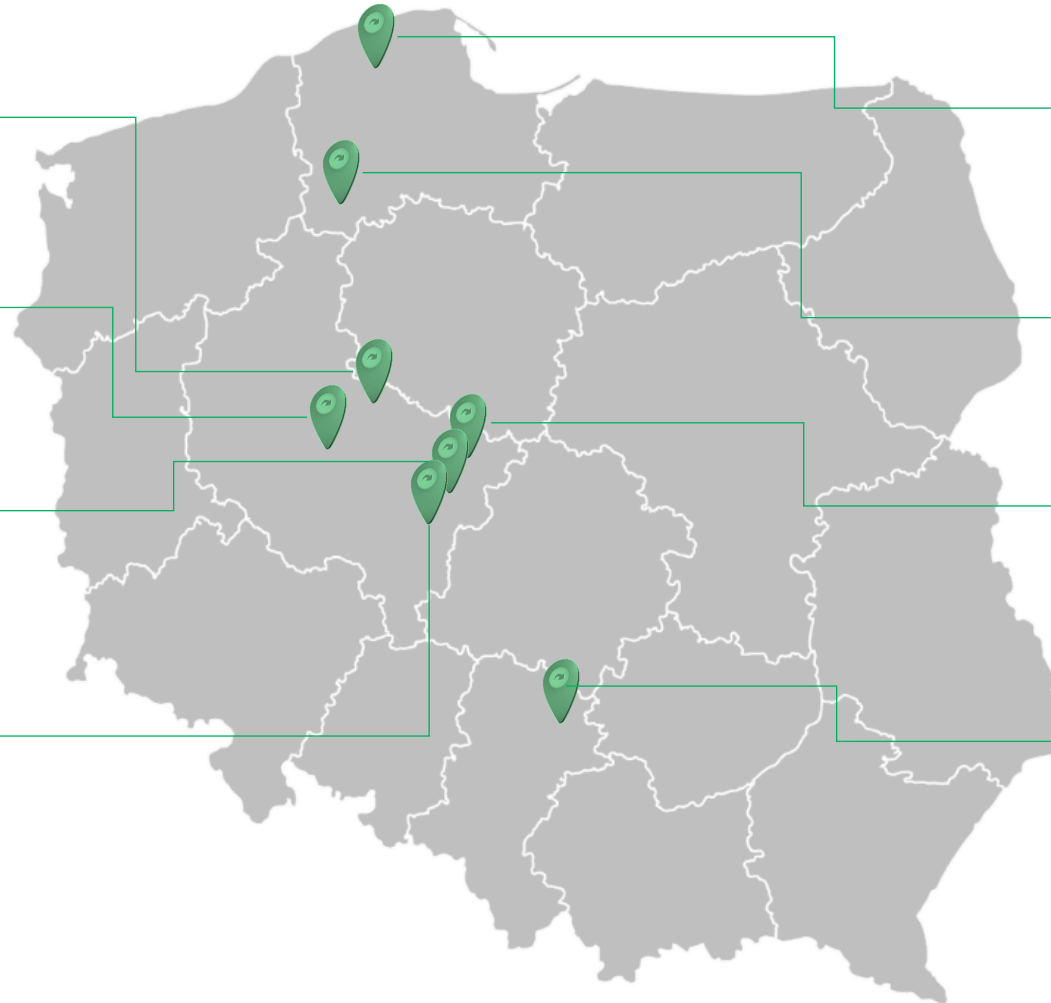
Bloki biomasowe 105 MW

- Szacowana produkcja: **ok.800 GWh**
- Uruchomione (2012/2022)



Dobra 7,8 MW

- Szacowana produkcja: **24 GWh**
- Planowane uruchomienie: **2026**



Drzeżewo 138,6 MW

- Szacowana produkcja: **410 GWh**
- Planowane uruchomienie: **4Q'25**



Człuchów 72,6 MW

- Szacowana produkcja: **230 GWh**
- Uruchomiona (1Q'24)



Brudzew/Cambria 82,4 MWp

- Szacowana produkcja: **83 GWh**
- Uruchomiona (2021 Brudzew, Cambria 2023)

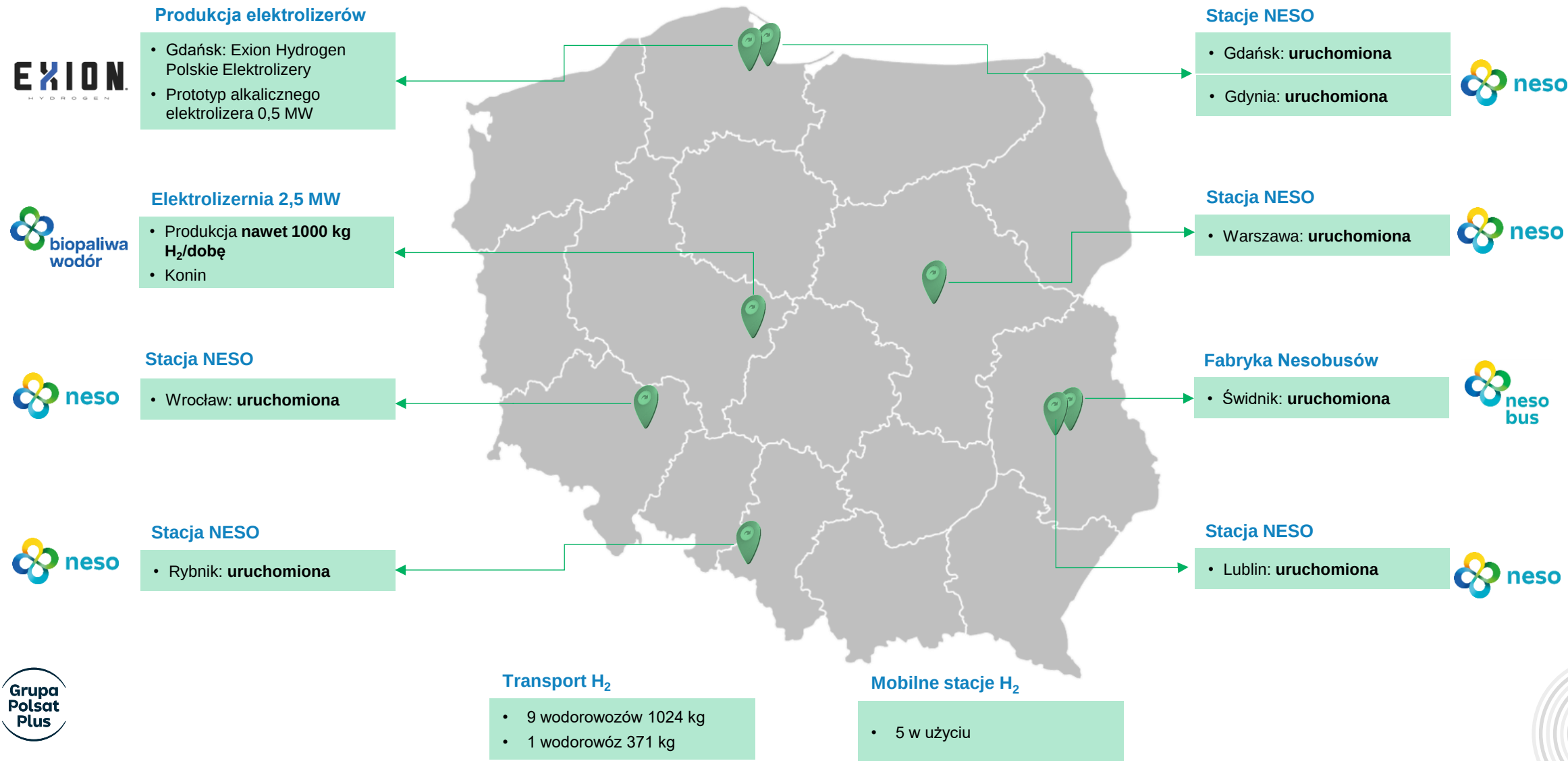


Przyrów 50,4 MW

- Szacowana produkcja: **105 GWh**
- Uruchomiona (2Q'24)



Zbudowaliśmy kompletny łańcuch wartości zielonego wodoru



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.

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.

W odniesieniu do niektórych informacji finansowych zawartych w niniejszym dokumencie wprowadzono korekty z tytułu zaokrągleń. W efekcie pewne liczby wykazane sumarycznie mogą nie stanowić dokładnych sum arytmetycznych ich składników, czy też porównawczych odniesień. Po bardziej szczegółowe informacje finansowe zapraszamy do sprawozdań finansowych GPP dostępnych na naszej stronie <https://grupapolsatplus.pl/pl/arc/centrum-wynikow>

Relacje Inwestorskie

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

Email: ir@cyfrowypolsat.pl

<https://grupapolsatplus.pl>

