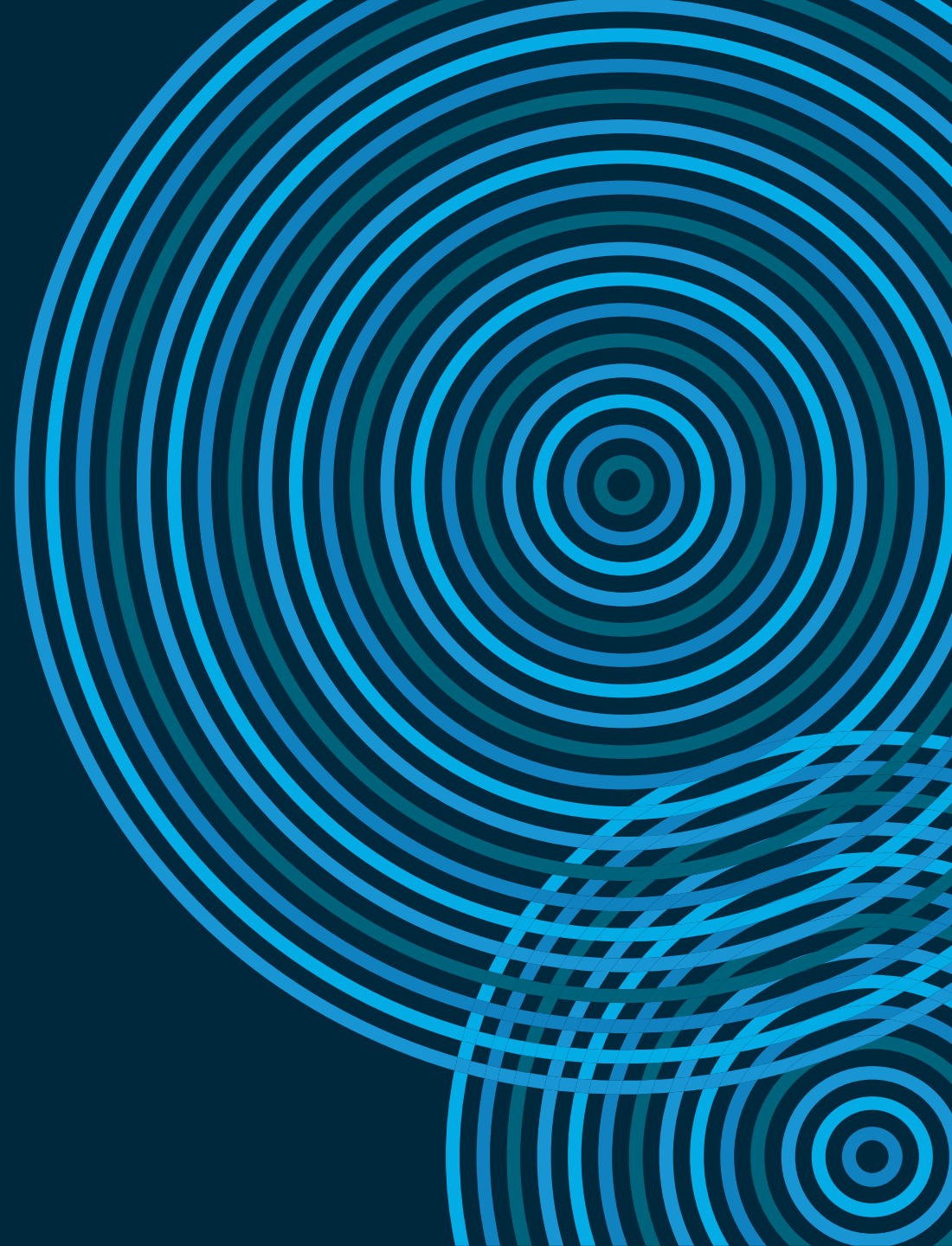


# Wyniki finansowe 4Q'25 i 2025 r.

29 kwietnia 2026 r.



# Prelegenci



**PIOTR ŻAK**  
PREZES ZARZĄDU



**MACIEJ STEC**  
WICEPREZES ZARZĄDU



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



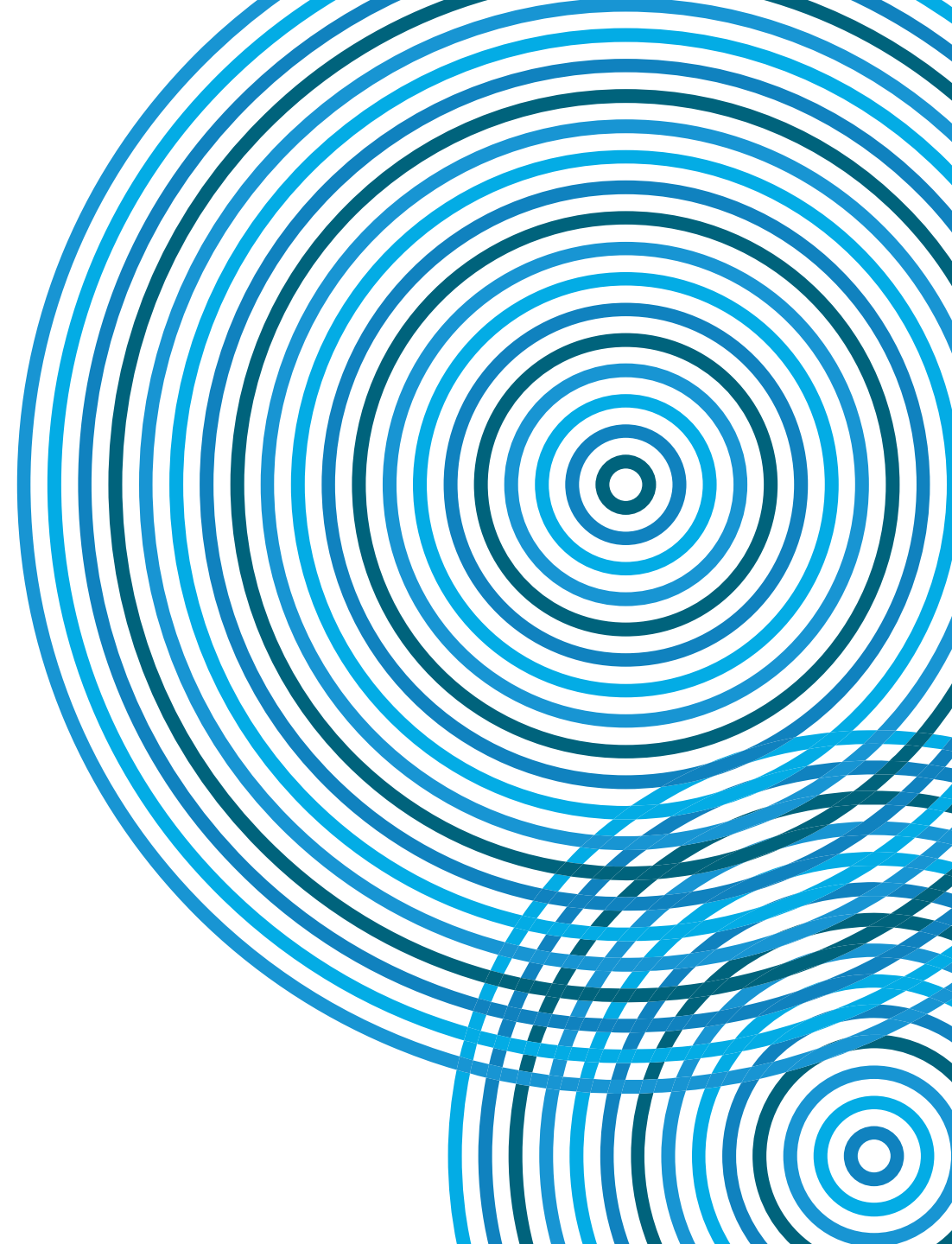
**BARTŁOMIEJ DRYWA**  
CZŁONEK ZARZĄDU



**JANUSZ PLISZKA**  
CZŁONEK ZARZĄDU,  
TELEWIZJA POLSAT

# Agenda

- 1. Najważniejsze wydarzenia 2025 r.**
- 2. Działalność operacyjna**
- 3. Wyniki finansowe**



# Najważniejsze wydarzenia 2025 r.



**Bartłomiej Drywa**  
*Członek Zarządu*

# Telekomunikacja

- Bardzo dobre wyniki nowej oferty multiplay:
  - Wzrost ARPU we wszystkich segmentach klientów
  - Istotny przyrost RGU dzięki bardzo dobrej sprzedaży usług internetowych i mobilnych
  - Skuteczna saturacja klientów dodatkowymi usługami
- Mamy 26 milionów osób w zasięgu naszej sieci 5G Plus – 70% populacji
- Mamy 11 milionów gospodarstw domowych w zasięgu naszej usługi stacjonarnego internetu – ok. 70% wszystkich gospodarstw
- Zakończyliśmy proces odnowień rezerwacji częstotliwości telekomunikacyjnych – nabyliśmy pasmo 700 MHz oraz odnowiliśmy rezerwację w paśmie 900 MHz



# Media

- Osiągnęliśmy bardzo dobre wyniki oglądalności naszych kanałów TV na poziomie 22,5% udziału w rynku w 2025 r.
- Utrzymujemy silną i stabilną pozycję na rynku reklamy telewizyjnej – 28% udziału
- Grupa Polsat-Interia jest liderem wśród wydawców internetowych w Polsce
- Mamy bardzo silną ofertę programową w kluczowym segmencie praw sportowych, m.in. UEFA Liga Europy, UEFA Liga Konferencji, Formuła 1, FIVB Liga Narodów i FIVB Mistrzostwa Świata w siatkówce, czołowe europejskie ligi piłkarskie (Bundesliga, Ligue 1, LaLiga, Serie A), Wimbledon i turnieje tenisowe ATP



# Zielona energia

- Zakończyliśmy strategiczne inwestycje w obszarze zielonej energii – nasze portfolio to 485 MW mocy zainstalowanej w OZE
- Uzyskaliśmy koncesję na wytwarzanie energii dla farmy wiatrowej Drzeżewo o mocy 139 MW w 1Q'26
- Rozbudowaliśmy moc wytwórni zielonego wodoru w Koninie o 0,5 MW – do 3 MW – dzięki modułowemu elektrolizerowi alkalicznemu własnego projektu
- Systematycznie realizujemy zamówienia autobusów wodorowych w ramach wygranych przetargów – w 2025 r. dostarczyliśmy 28 Nesobusów, a w 2026 roku dostarczymy kolejnych 49



# Wydarzenia korporacyjne i finanse

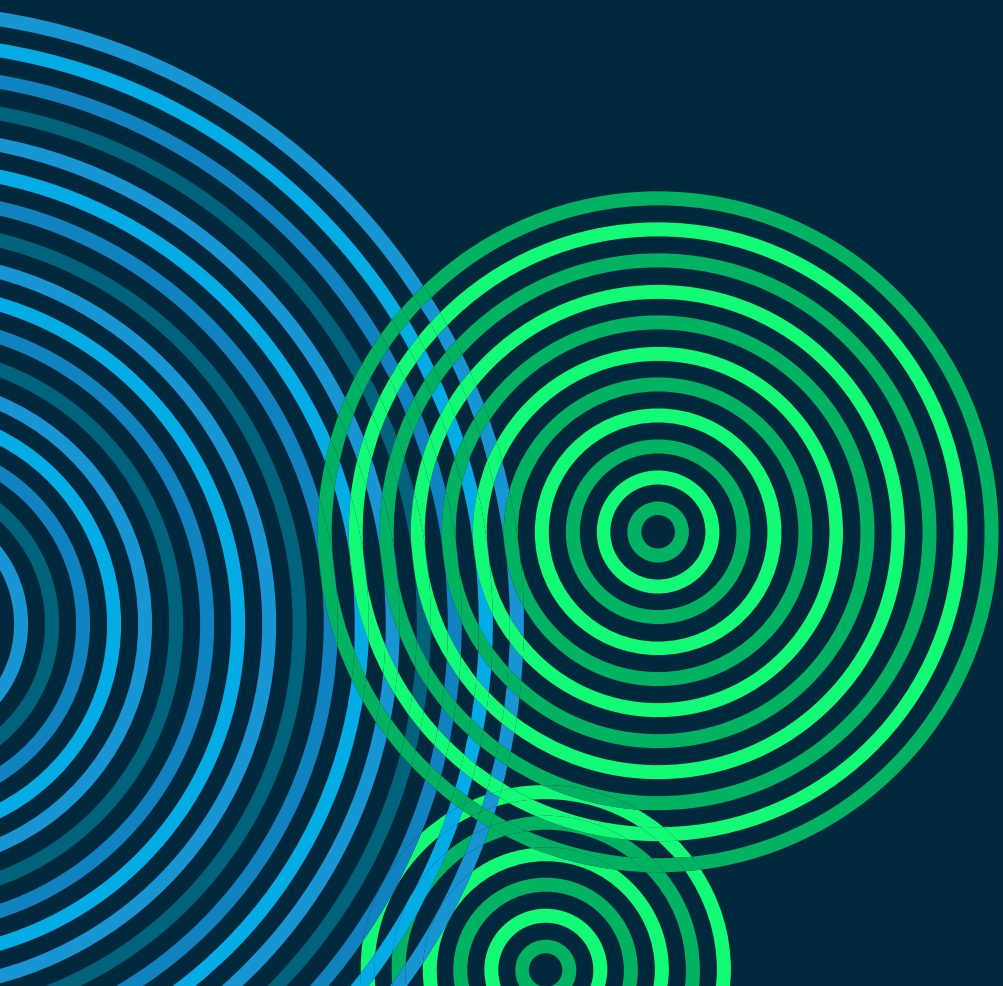
- Dokonaliśmy przedterminowej częściowej spłaty kredytu SFA w wysokości 681 mln zł, wykorzystując środki pozyskane ze sprzedaży pakietu 10% akcji Asseco Poland
- Pozyskaliśmy kredyt inwestycyjny w wysokości do 953 mln zł na realizację farmy wiatrowej Drzeżewo
- W grudniu 2025 roku sąd w Liechtensteinie wydał prawomocny wyrok kończący postępowanie w odniesieniu do akcjonariusza Spółki – TiVi Foundation



# Działalność operacyjna



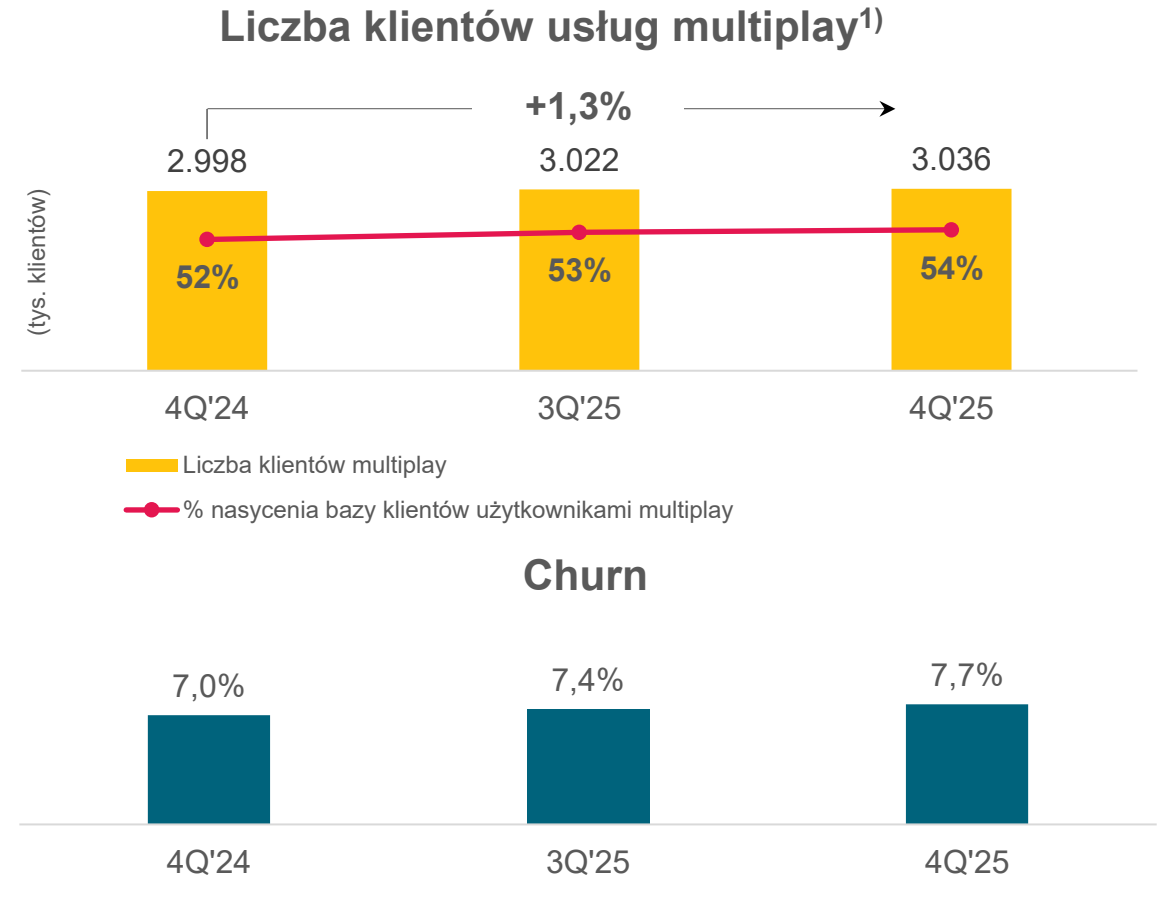
# Segment usług B2C i B2B



**Maciej Stec**  
*Wiceprezes Zarządu*

# Ponad 3 mln klientów korzysta z naszej oferty multiplay

- Wysoka, rosnąca baza klientów multiplay
- Wzrost bazy klientów multiplay o 38 tys. r/r dzięki skutecznej dosprzedaży usług w ramach strategii multiplay
- Aż 54% klientów korzysta z naszej oferty multiplay
- Nasi klienci multiplay posiadają 11,9 mln RGU, o 1.768 tys. więcej r/r
- Niski poziom churn – głównie dzięki naszej strategii multiplay

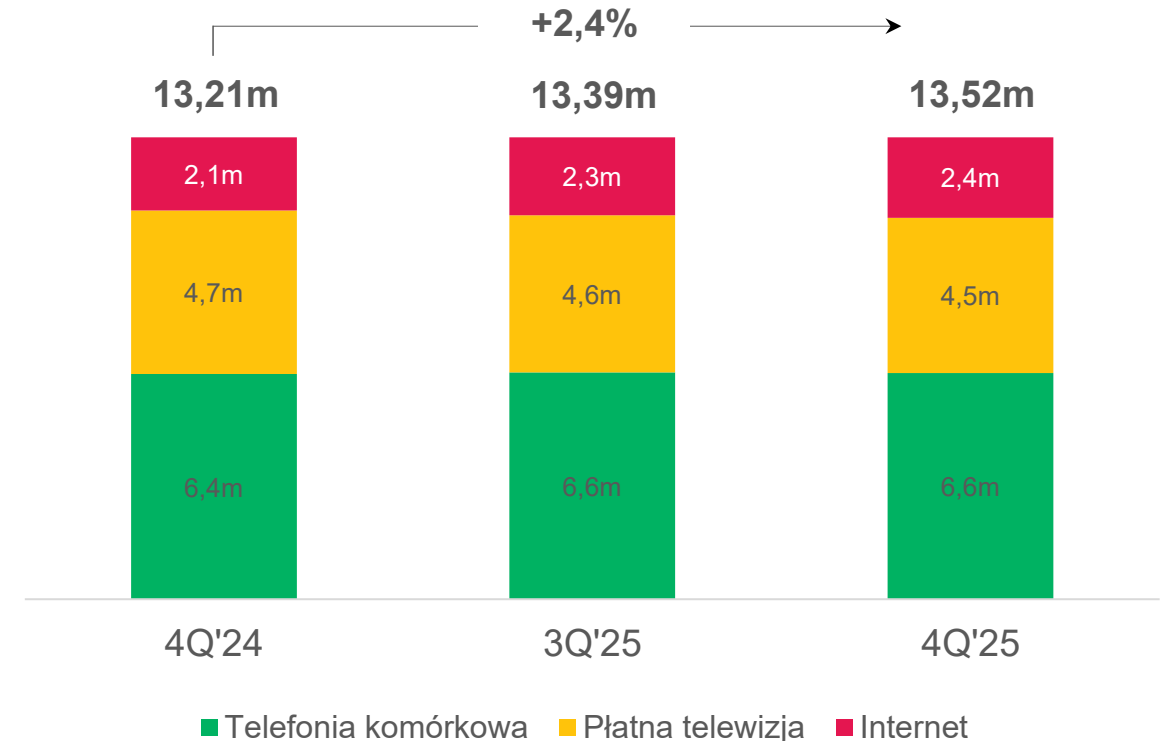


(1) Zmiana prezentacji liczby klientów multiplay od 2Q'25, z przekształceniem danych historycznych dla zachowania porównywalności. Szczegóły na slajdzie #44

# Świadczymy ponad 13,5 mln usług kontraktowych

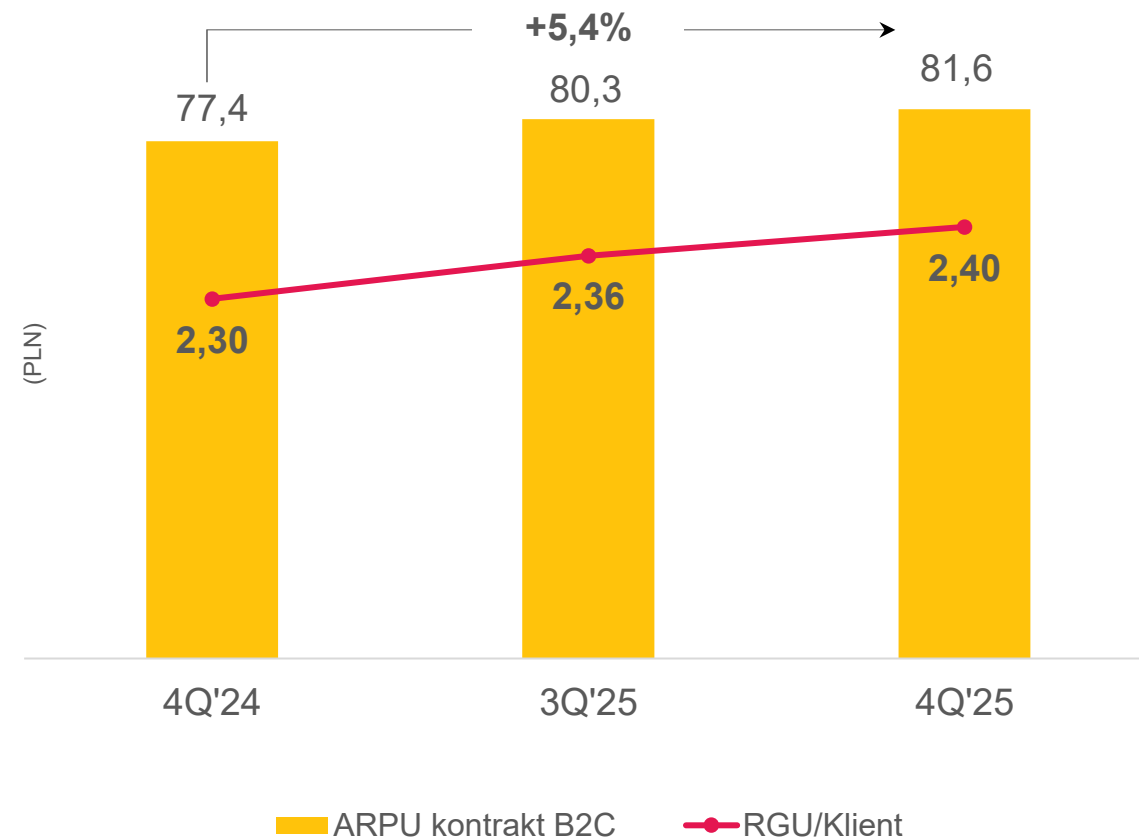
- Wzrost liczby świadczonych usług mobilnego i stacjonarnego Internetu o 269 tys. r/r
- Bardzo dobra sprzedaż usług telefonii mobilnej, wzrost o 180 tys. r/r
- Presja na bazę usług płatnej telewizji częściowo mitygowana rosnącą liczbą usług telewizyjnych świadczonych w technologiach IPTV i OTT

Liczba RGU w segmencie kontraktowym B2C



# Wzrost ARPU na klienta B2C dzięki konsekwentnej realizacji strategii multiplay

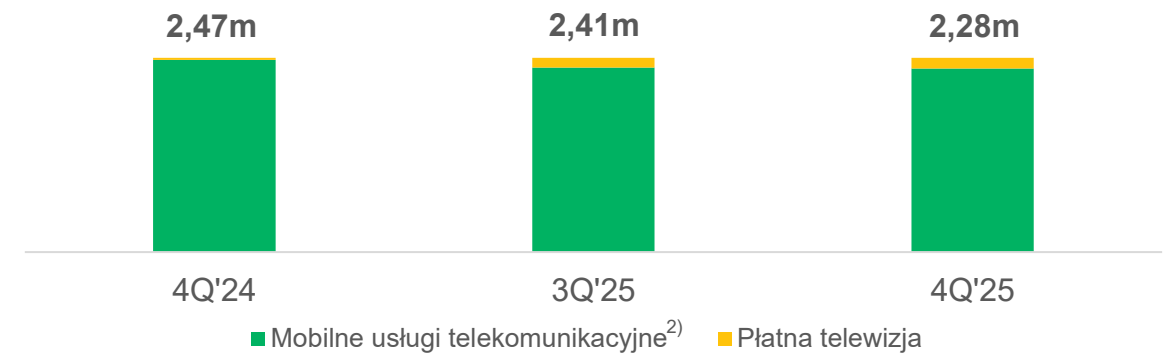
- Wzrost ARPU o 5,4% r/r to efekt bardzo dobrej sprzedaży usług komórkowych i internetowych oraz skutecznej realizacji strategii multiplay
- Skuteczna dosprzedaż produktów w ramach strategii multiplay odzwierciedla się w konsekwentnie rosnącym poziomie wskaźnika saturacji RGU na klienta
- Blisko 3 razy wyższa sprzedaż pakietów składających się z 3 i więcej usług w ramach nowej oferty multiplay



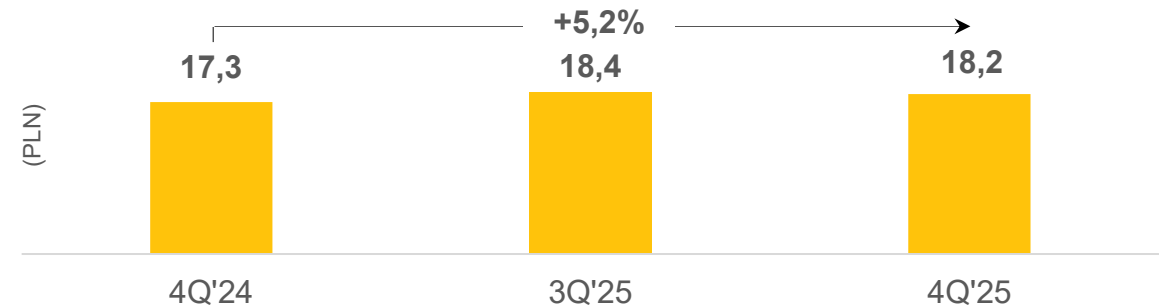
# Wysoka baza i wzrost ARPU usług przedpłaconych

- Wysoka baza usług przedpłaconych na poziomie 2,3 mln pomimo silnej konkurencji na rynku
- Wzrost ARPU o 5,2% r/r w segmencie usług przedpłaconych do poziomu 18,2 zł
- Wzmocniliśmy ofertę Polsat Box Go o kanały TVN Warner Bros. Discovery i TVP zwiększając łączną liczbę kanałów do prawie 200

RGU usług przedpłaconych<sup>1)</sup>



ARPU<sup>1)</sup>



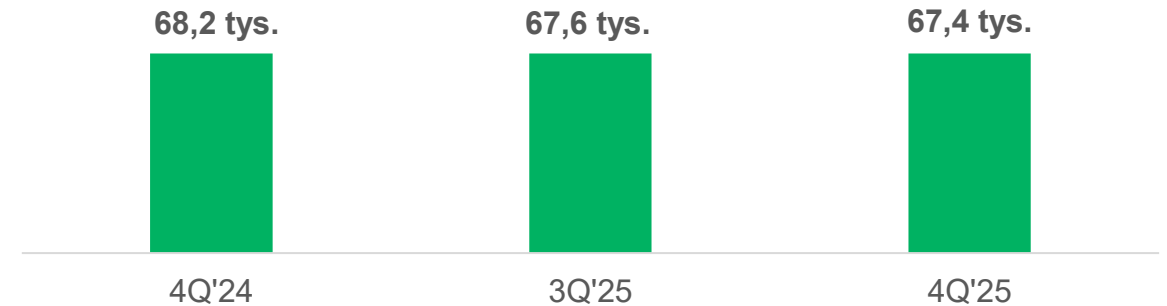
(1) Z wykluczeniem niskomarkowego pakietu Polsat Box Go Start

(2) Od 2Q'25 przedpłacone RGU telefoniczne i internetowe prezentowane łącznie w kategorii „mobilne usługi telekomunikacyjne”.

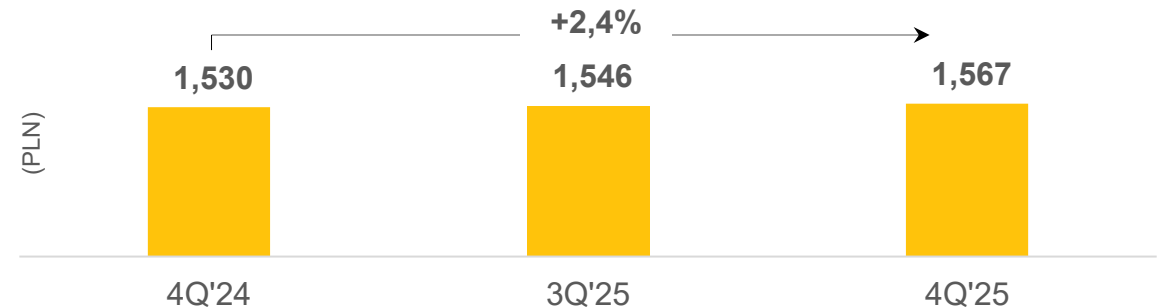
# Wysoka baza i rosnące ARPU klientów B2B

- Obsługujemy ponad 67 tys. klientów B2B skutecznie utrzymując skalę tej bazy
- ARPU klientów B2B wzrosło o 2,4% r/r do poziomu 1.567 PLN/m-c na silnie konkurencyjnym rynku

Liczba klientów B2B



ARPU



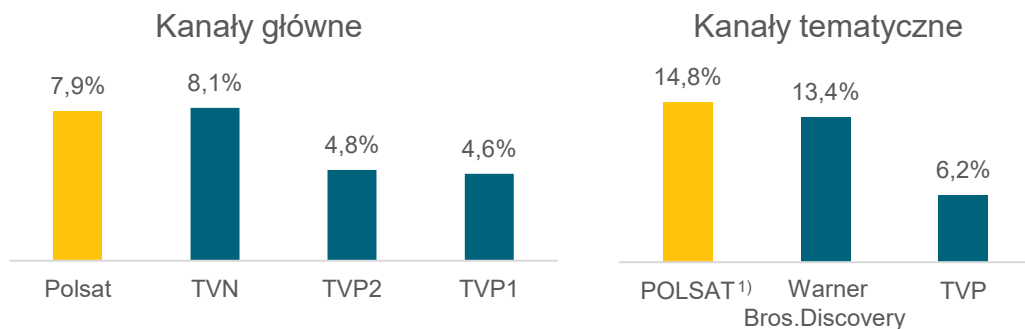
# Segment mediowy: telewizja i online



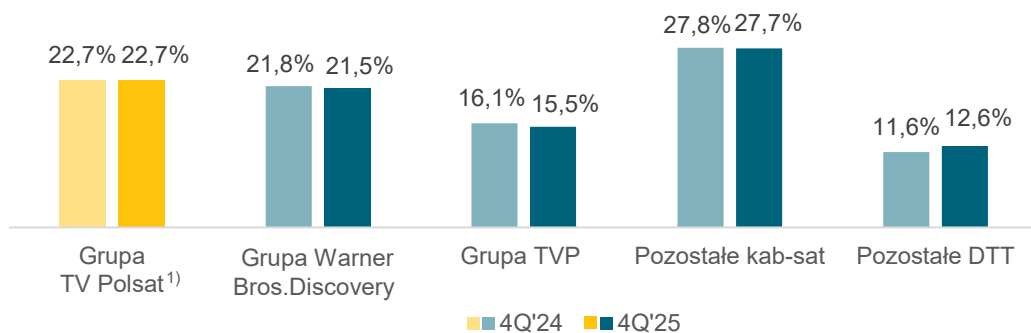
**Janusz Pliszka**  
*Członek Zarządu, Telewizja Polsat*

# Kanały Grupy TV Polsat liderem oglądalności w 4Q'25

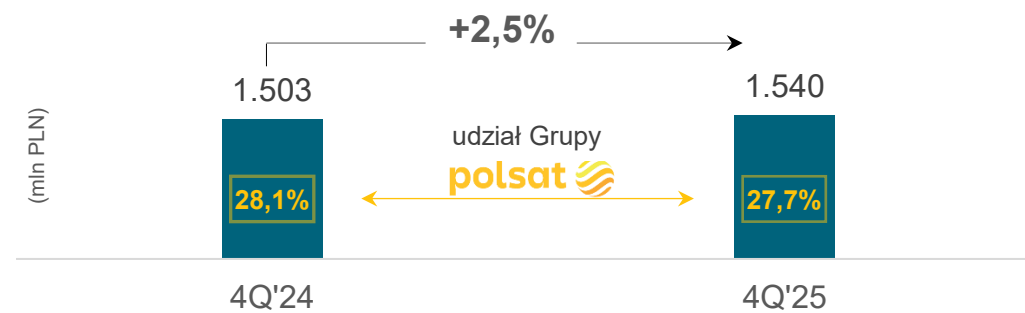
## Udział w oglądalności



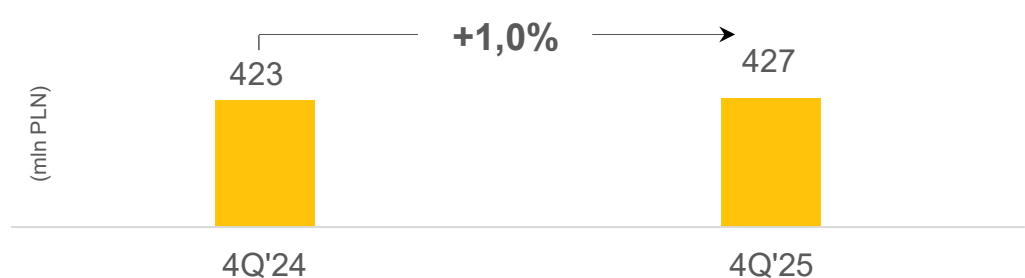
## Dynamika udziałów w oglądalności



## Wydatki na reklamę TV i sponsoring



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



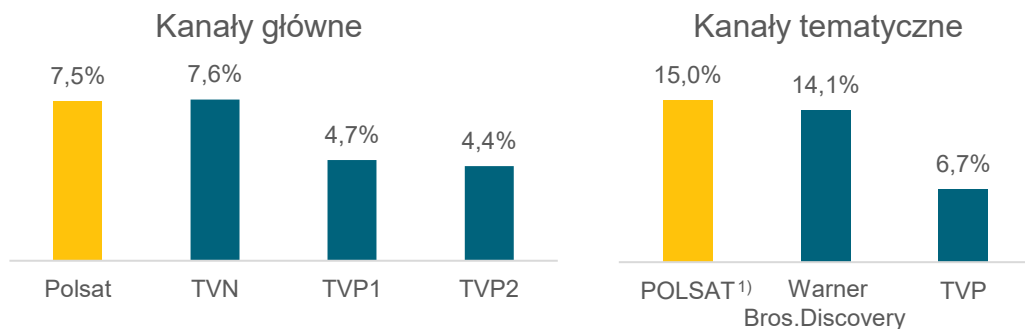
Źródło: oglądalność: NAM, wszyscy 16-59, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2, oraz oglądalność poza miejscem zamieszkania, (tzw. widownia OOH), analizy własne; rynek reklamy: Publicis Groupe, reklama spotowa i sponsoring; Grupa TV Polsat: dane własne

(1) Z wyłączeniem kanałów partnerskich

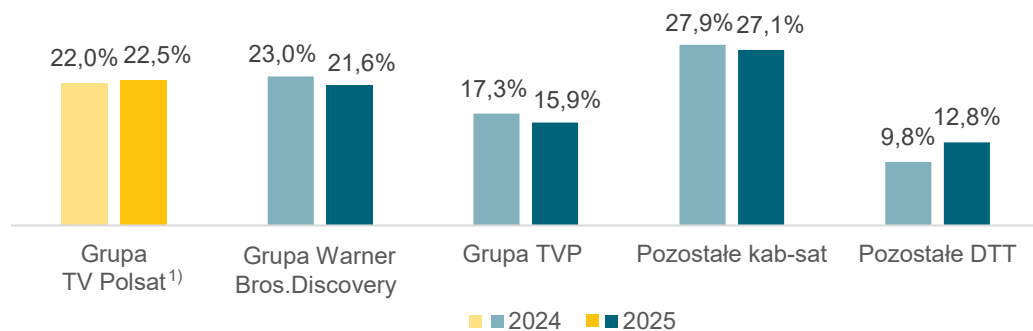
(2) Przychody z reklamy TV i sponsoringu kanałów wchodzących w skład Grupy Telewizji Polsat

# Silny, stabilny udział na rynku reklamy w 2025 r.

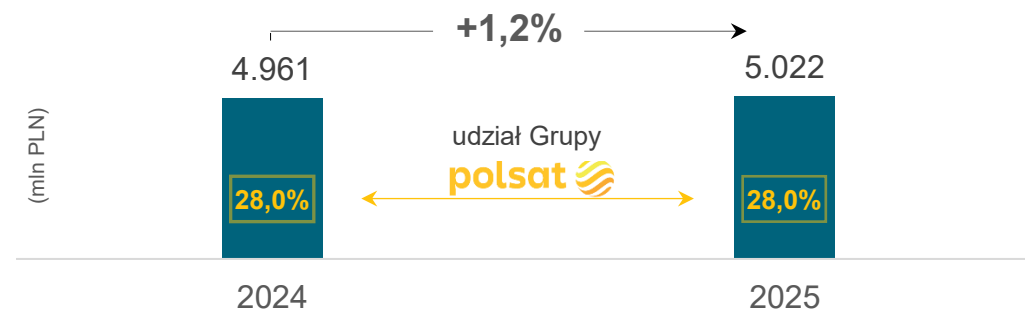
## Udział w oglądalności



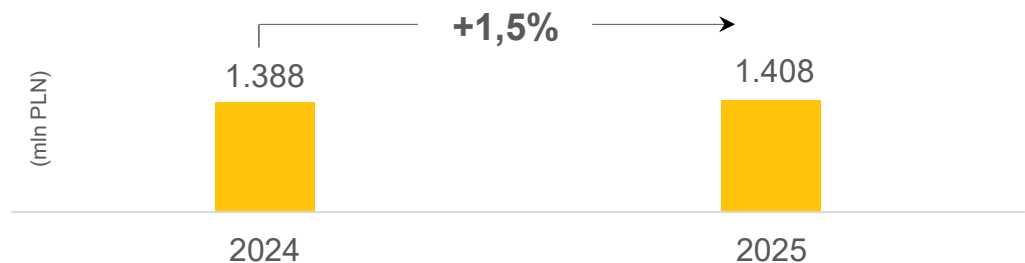
## Dynamika udziałów w oglądalności



## 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, reklama spotowa i sponsoring; Grupa TV Polsat: dane własne

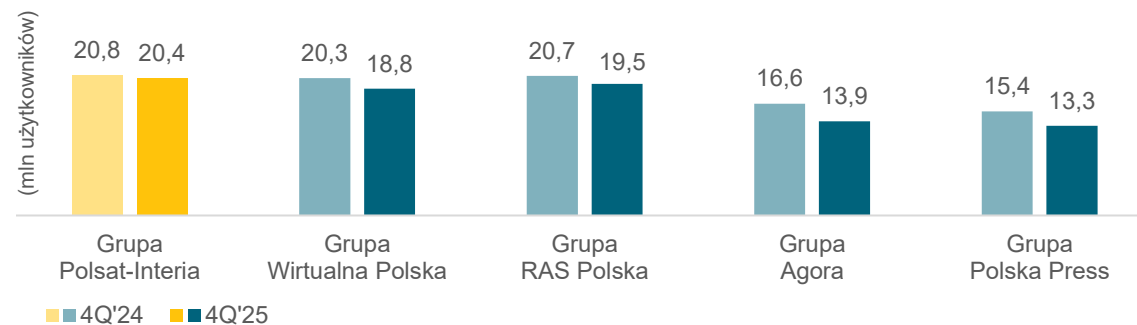
(1) Z wyłączeniem kanałów partnerskich

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

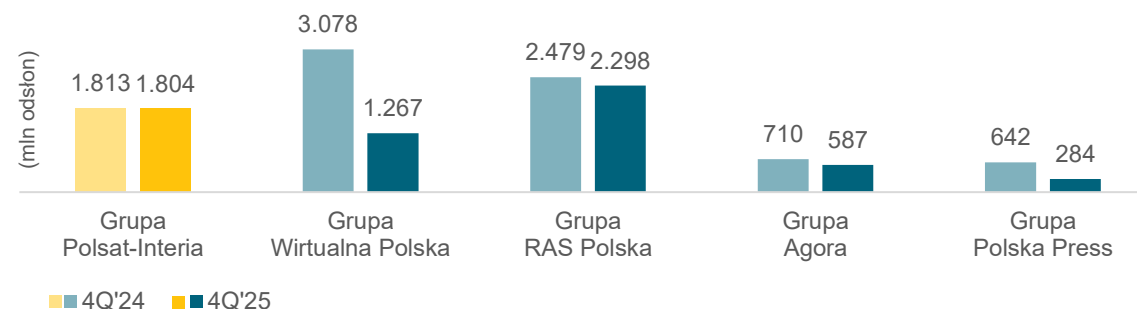
# Bardzo silna pozycja na rynku portali internetowych – Grupa Polsat-Interia liderem internetu w 2025

- Grupa Polsat-Interia #1 wśród wydawców internetowych w Polsce, zarówno w 4Q'25, jak i w 2025 roku<sup>1)</sup>
- W 4Q'25 Grupa Polsat-Interia pozostaje liderem w kategorii mobile<sup>2)</sup>
- Mamy bardzo silną i stabilną pozycję na rynku portali internetowych:
  - 20,4 mln użytkowników
  - 1,8 mld odsłon

## Średniomiesięczna liczba użytkowników



## Średniomiesięczna liczba odsłon



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

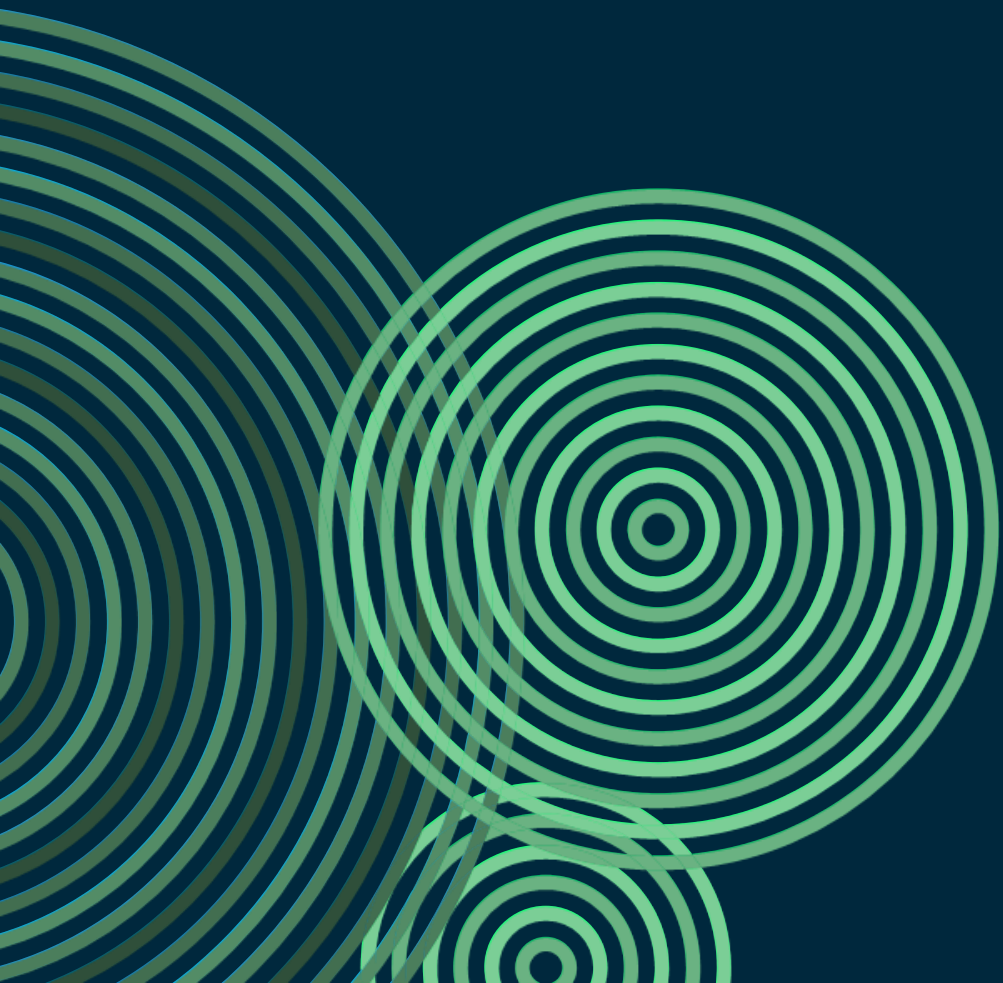
- (1) Mediapanel, na podstawie wyników średniomiesięcznych – w 4Q'25 trzykrotnie, a w całym 2025 r. jedenastokrotnie, tj. najczęściej spośród wydawców internetowych w Polsce, Grupa Polsat-Interia osiągała największy zasięg (RU)
- (2) Mediapanel, na podstawie wyników średniomiesięcznych – w 4Q'25 Grupa Polsat-Interia na pierwszej pozycji w 3 miesiącach okresu

# Silne ramówki i atrakcyjne wydarzenia sportowe w 2025



22,5% udziału w oglądalności  
dzięki wysokiej jakości ramówek i transmisjom atrakcyjnych wydarzeń sportowych

# Segment zielona energia



**Bartłomiej Drywa**  
*Członek Zarządu*

# Posiadamy już 485 MW zainstalowanej mocy w OZE

## Kazimierz Biskupi 17,5 MW

- Szacowana prod.: 60 GWh
- Uruchomiona (3Q'23)

## Miłosław 9,6 MW

- Szacowana prod.: 38 GWh
- Uruchomiona (3Q'23)

## Elektrownia biomasowa 105 MW

- Szacowana prod.: ok. 800 GWh
- Uruchomione (2012 i 2022)

## Gromadka 8,4 MW

- Szacowana prod.: ok. 8,9 GWh
- Uruchomiona (1Q'26)

## Dobra 7,8 MW

- Szacowana prod.: 24 GWh
- Planowane uruchom.: 2H'26

## Drzeżewo 138,6 MW

- Szacowana prod.: 410 GWh
- Uruchomiona (1Q'26)

## Człuchów 72,6 MW




- Szacowana prod.: 230 GWh
- Uruchomiona (1Q'24)

## Brudzew/Cambria 82,4 MWp

- Szacowana prod.: 83 GWh
- Uruchomiona (2021 Brudzew, Cambria 2023)

## Przyrów 50,4 MW

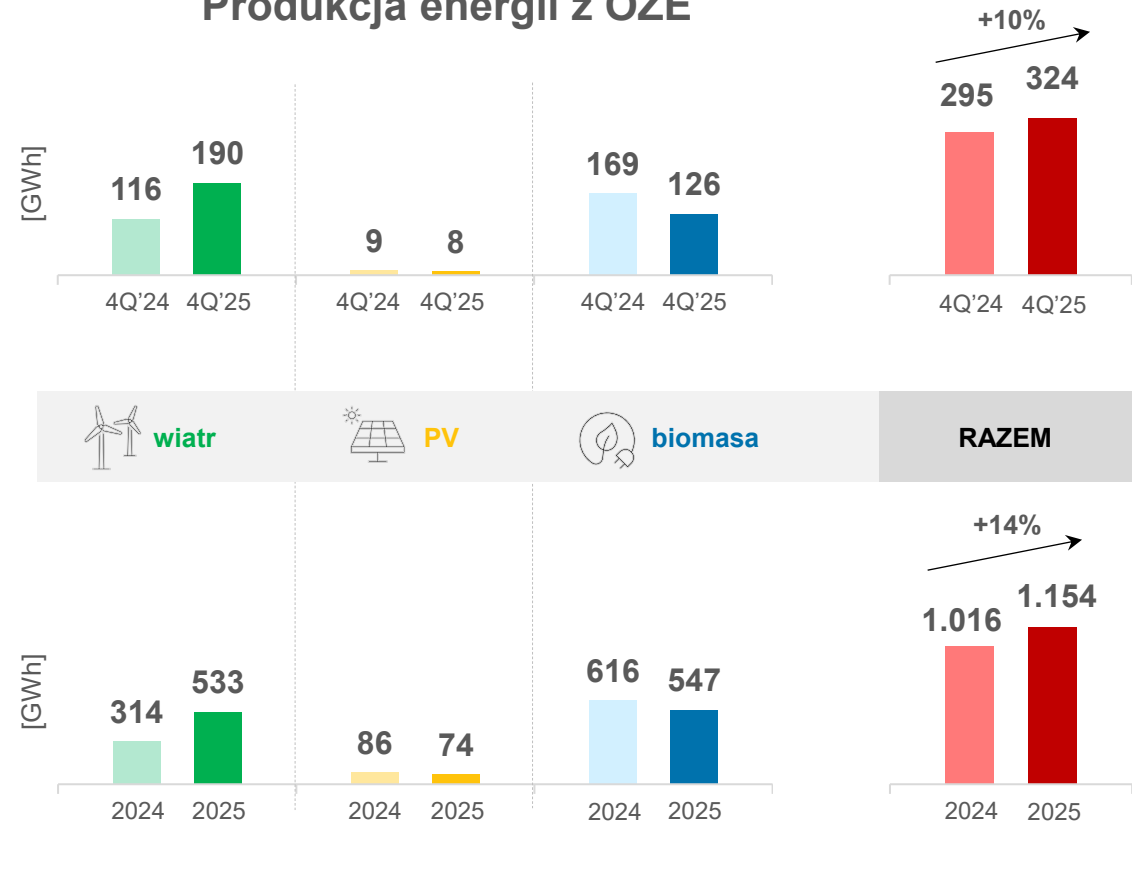
- Szacowana prod.: 105 GWh
- Uruchomiona (2Q'24)

	<b>2</b> turbiny biomasowe	105 MW
	<b>2</b> farmy fotowoltaiczne	90,8 MW
	<b>5</b> farm wiatrowych	288,7 MW
<b>razem</b>		<b>484,5 MW</b>

# Wzrost produkcji energii o 14% dzięki rozbudowie mocy wytwórczych w wietrze

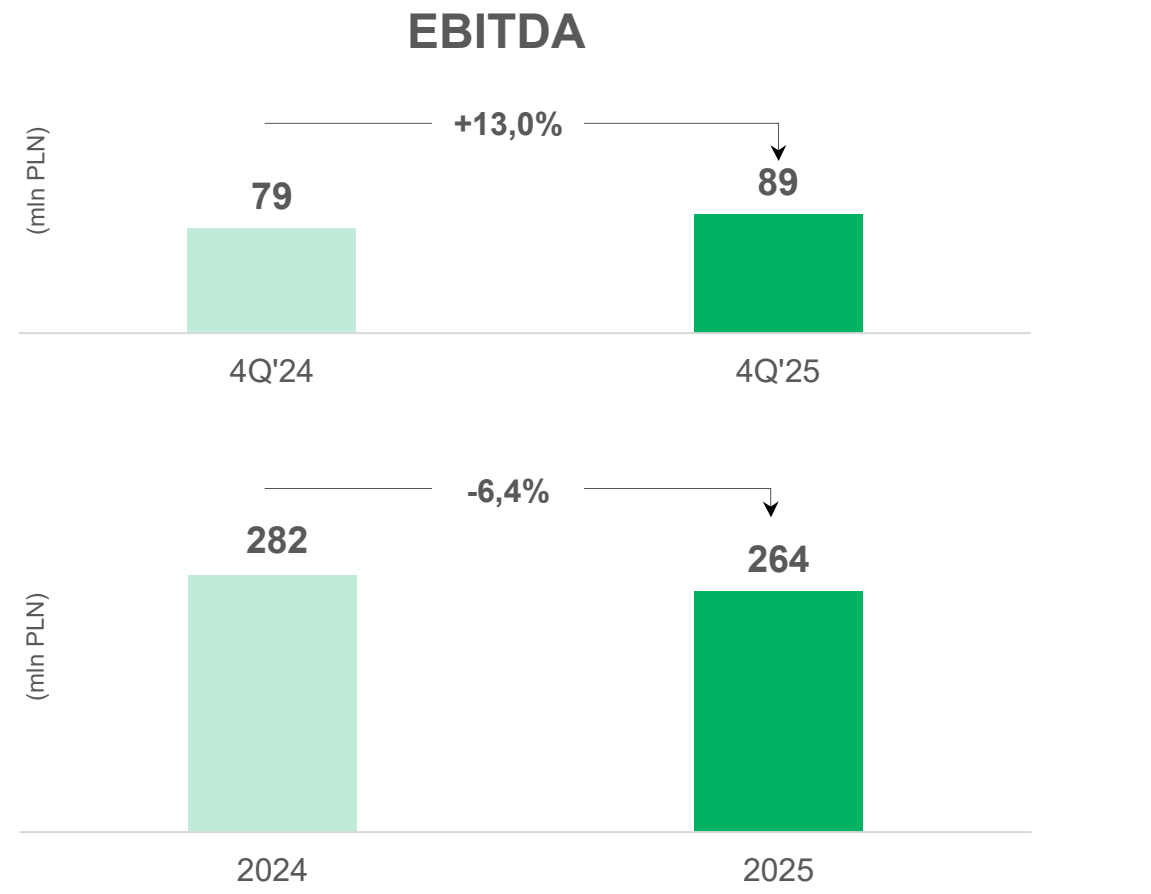
- Wzrost produkcji zielonej energii w 4Q'25 i 2025 dzięki rozbudowie mocy zainstalowanej w farmach wiatrowych pomimo niekorzystnych warunków meteorologicznych
- Rozpoczęcie eksploatacji nowych farm wiatrowych (Człuchów i Przyrów w 2024 r., Drzeżewo w 2025 r.) przełożyło się na wzrost produkcji energii z wiatru o 64% r/r w 4Q'25 i o 70% r/r w 2025 r.
- Niższa produkcja energii z biomasy w efekcie generalnego remontu bloku biomasowego

## Produkcja energii z OZE



# 264 mln zł EBITDA segmentu zielonej energii w 2025 r.

- Wzrost EBITDA w 4Q'25 o 13% r/r w efekcie wyższego wolumenu wyprodukowanej energii z wiatru
- EBITDA w 2025 r. pod wpływem utrzymujących się niskich ceny energii, wysokiej bazy wynikającej z bardzo dobrego wyniku na sprzedaży energii z biomasy w 2024 r. i generalnego remontu bloku biomasowego
- Pełny efekt farmy wiatrowej Drzeżewo wesprze wyniki 2026 roku



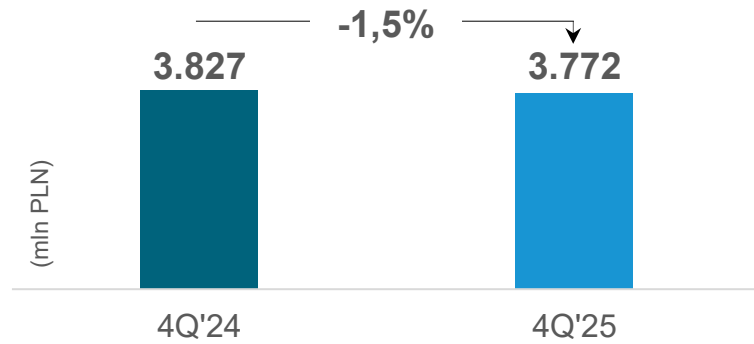
# Wyniki finansowe



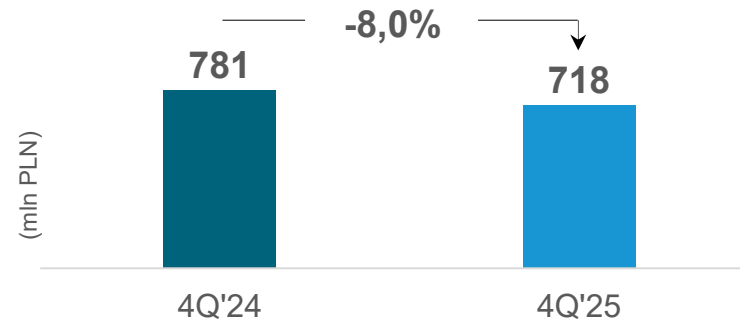
**Katarzyna Ostap-Tomann**  
*CFO, Członek Zarządu*

# Podsumowanie wyników finansowych Grupy

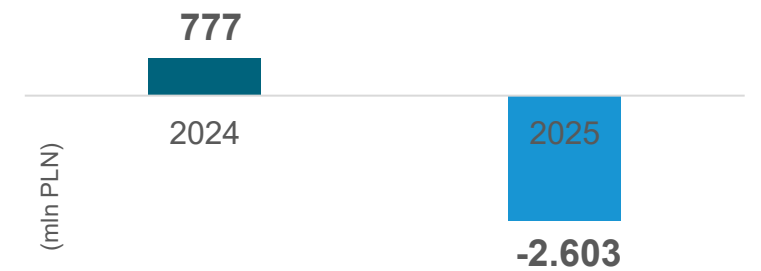
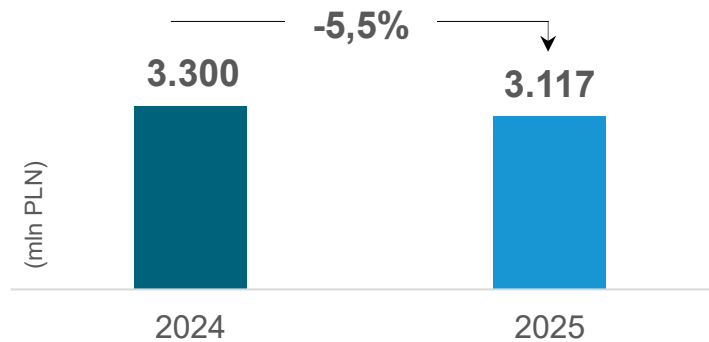
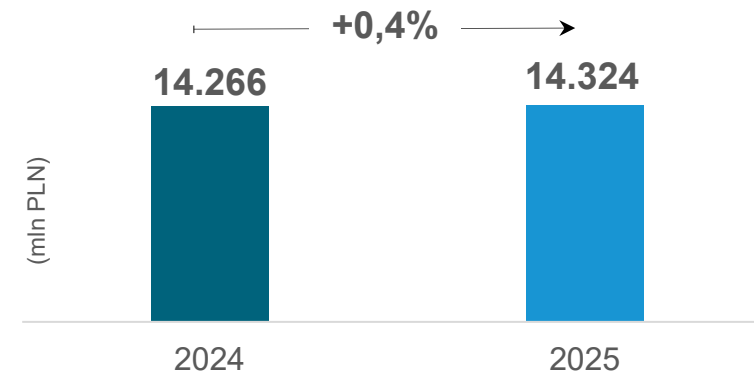
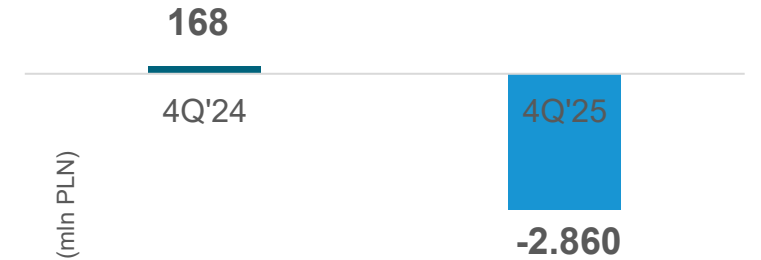
## Przychody



## EBITDA skorygowana<sup>1)</sup>



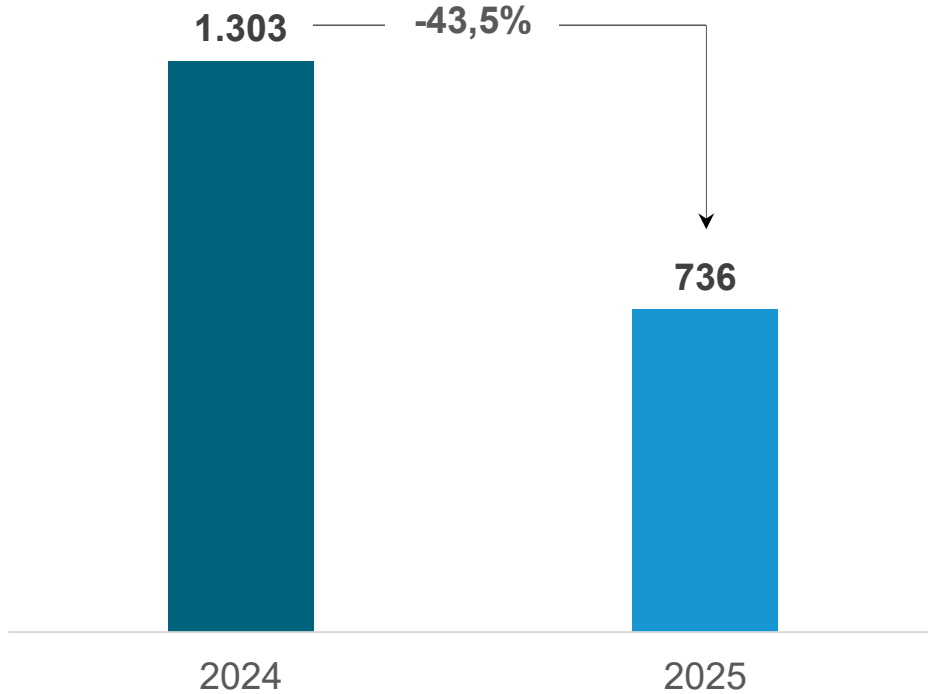
## Wynik netto



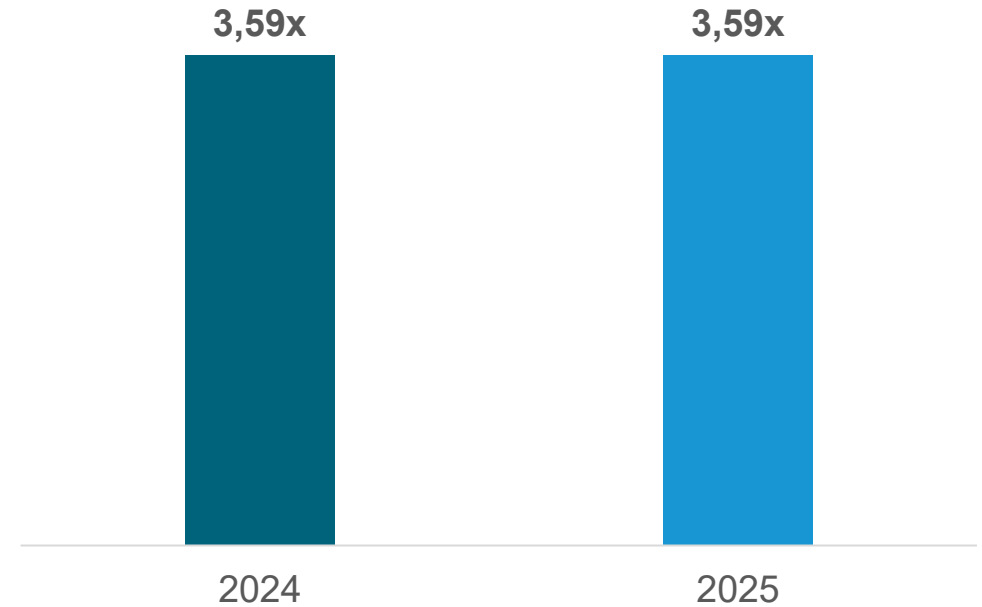
(1) EBITDA skorygowana o jednorazowe zdarzenia opisane w załączniku do prezentacji, slajd 41

# Podsumowanie wyników finansowych Grupy

## LTM FCF<sup>(1)</sup>



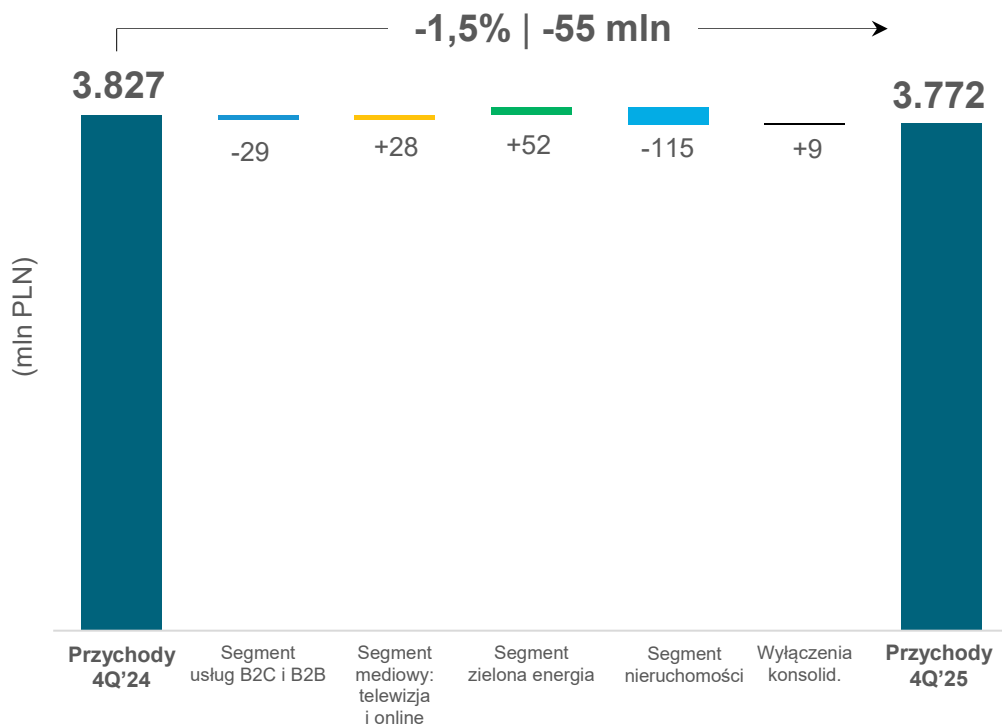
## Dług netto/EBITDA LTM (z wyłączeniem finansowania projektowego)



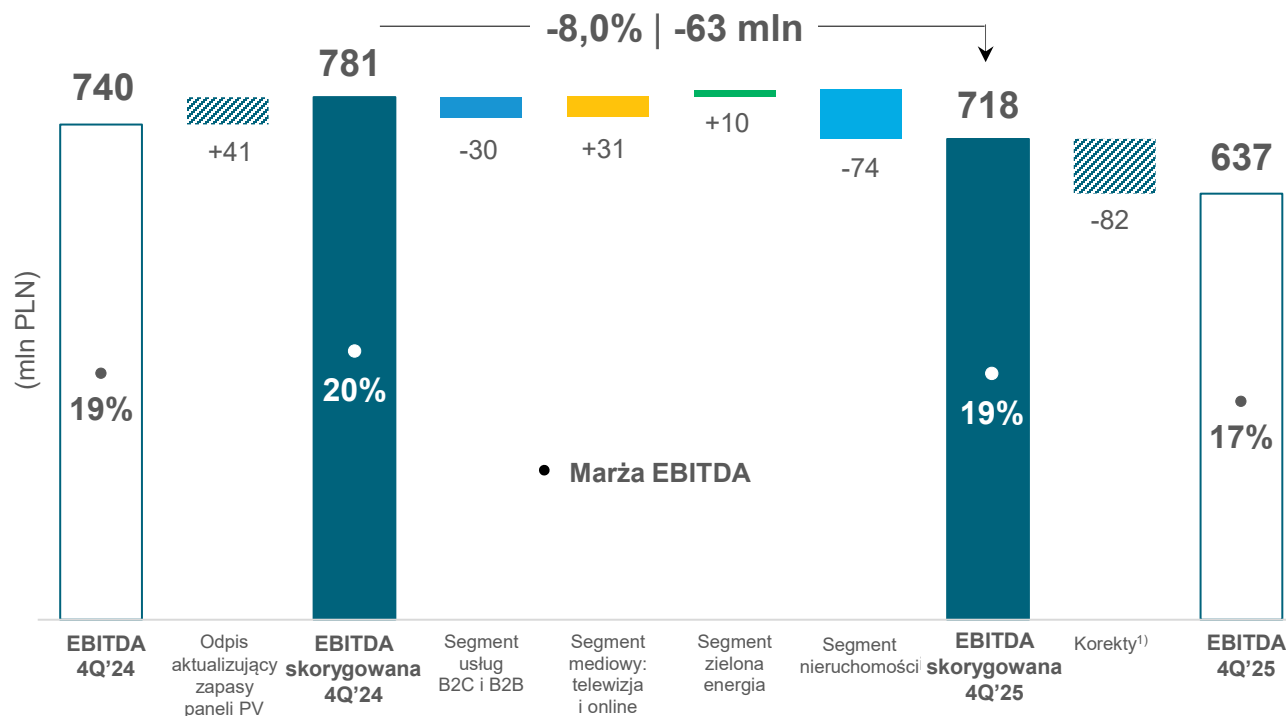
(1) skorygowany FCF po odsetkach, z wyłączeniem capexu rozwojowego w segmencie zielonej energii

# Przychody i EBITDA – czynniki zmian w 4Q'25

## Przychody



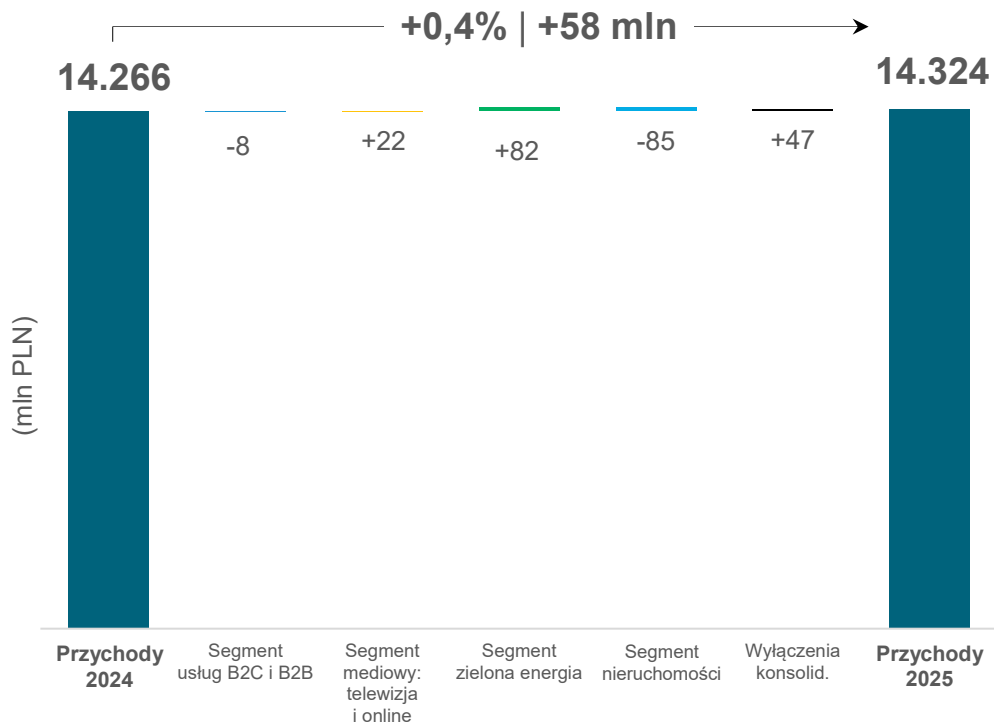
## EBITDA



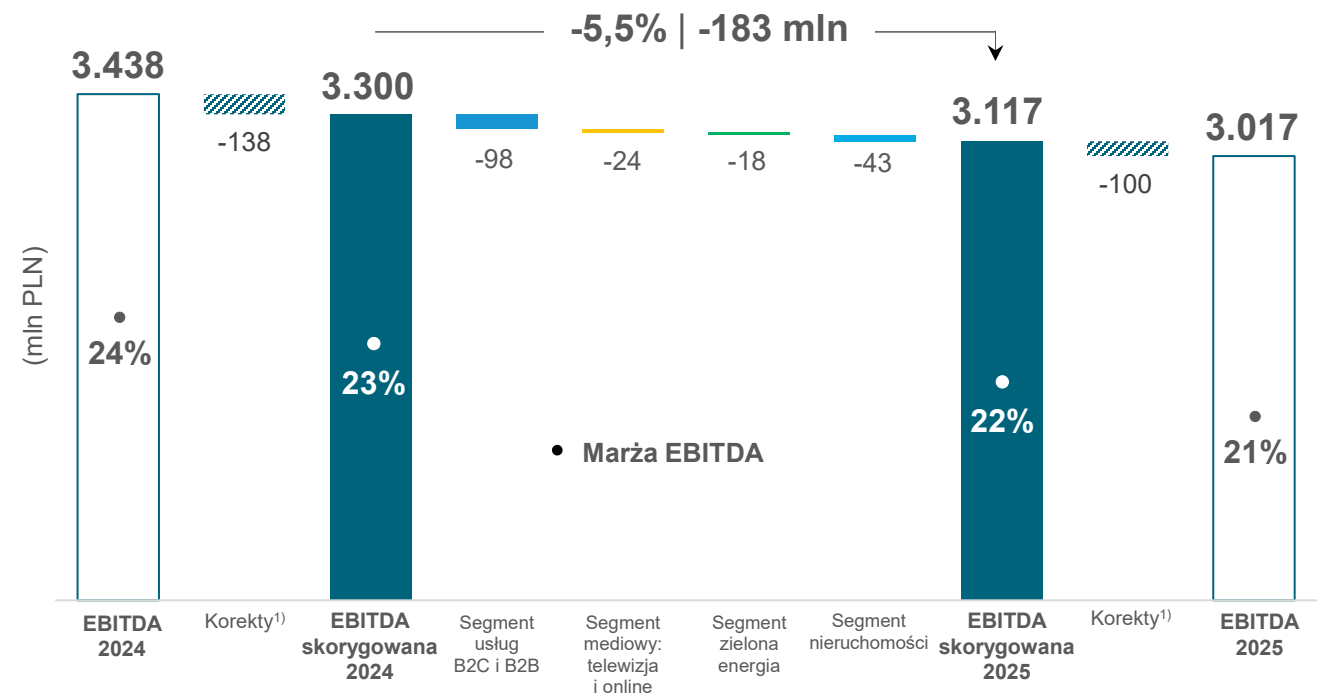
(1) EBITDA skorygowana o jednorazowe zdarzenia opisane w załączniku do prezentacji, slajd 41

# Przychody i EBITDA – czynniki zmian w 2025 r.

## Przychody

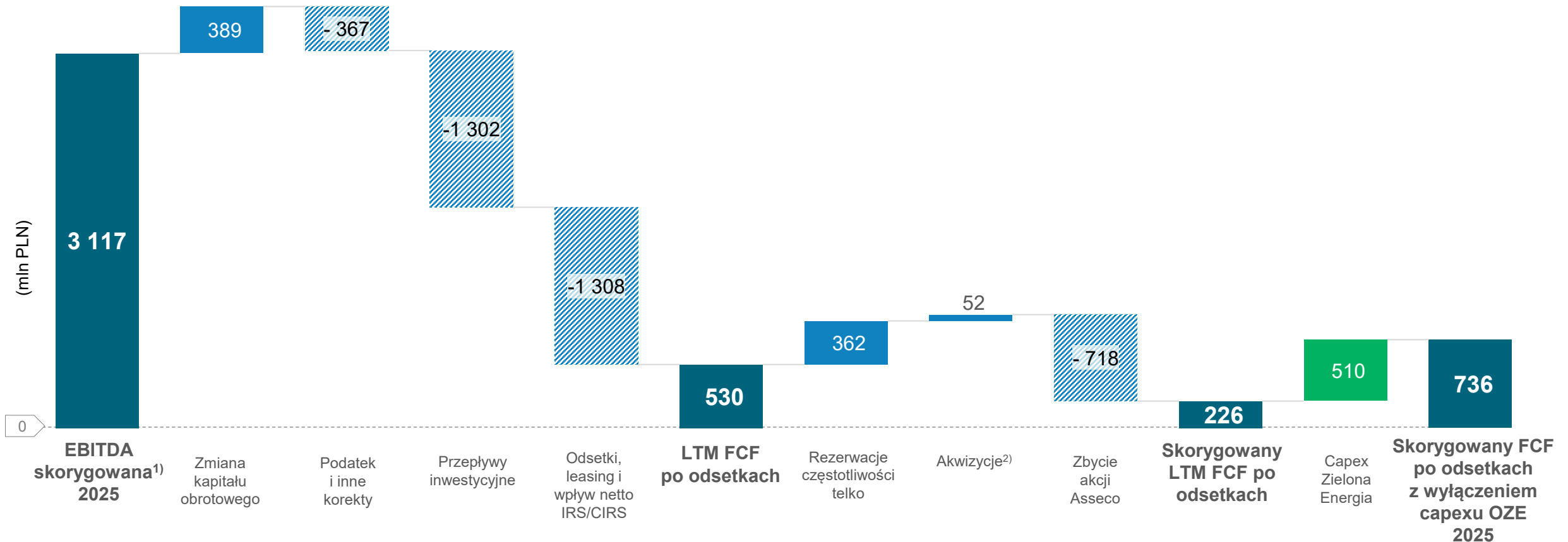


## EBITDA



(1) EBITDA skorygowana o jednorazowe zdarzenia opisane w załączniku do prezentacji, slajd 41

# Bardzo dobra zdolność generacji gotówki pomimo wysokich kosztów odsetkowych, capexu i płatności za częstotliwości

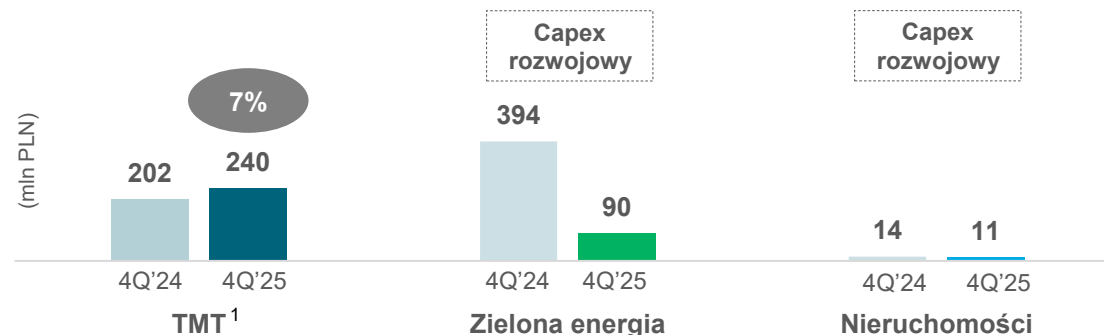


- (1) EBITDA skorygowana o jednorazowe zdarzenia opisane w załączniku do prezentacji, slajd 41  
 (2) Jednorazowe nabycie akcji/udziałów w jednostkach zależnych pomniejszone o przejęte środki pieniężne

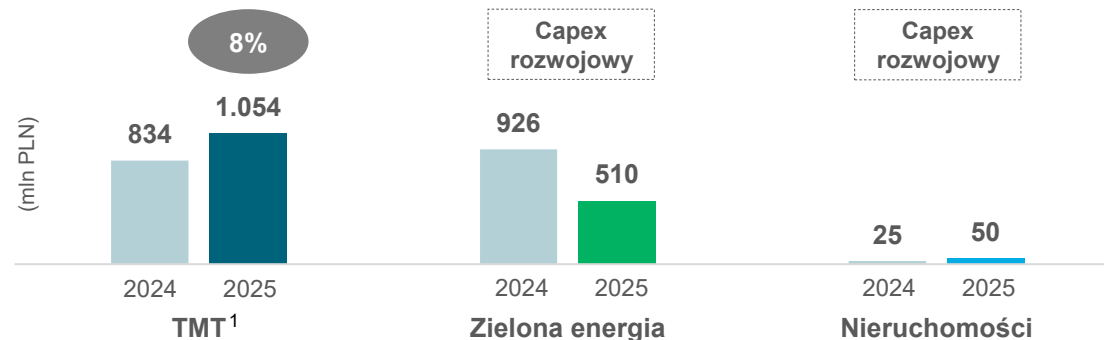
# Capex pod kontrolą

- TMT<sup>1)</sup> jest segmentem capex-light – wskaźnik capex do przychodów na poziomie 7% w 4Q'25 i 8% w 2025 r.
- Istotnie niższy capex rozwojowy w segmencie zielonej energii: 90 mln zł w 4Q'25 (-77% r/r) oraz 510 mln zł w 2025 r. (-45% r/r)
- Finalizujemy kapitałochłonne inwestycje w OZE w ramach *Strategii 2023+*

## Capex wg segmentów w 4Q'25



## Capex wg segmentów w 2025



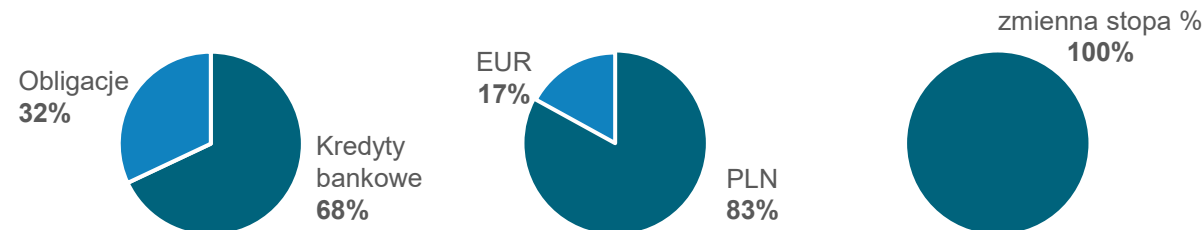
(1) Obejmuje segment usług B2C i B2B oraz segment mediowy

x% capex/przychodów dla segmentu

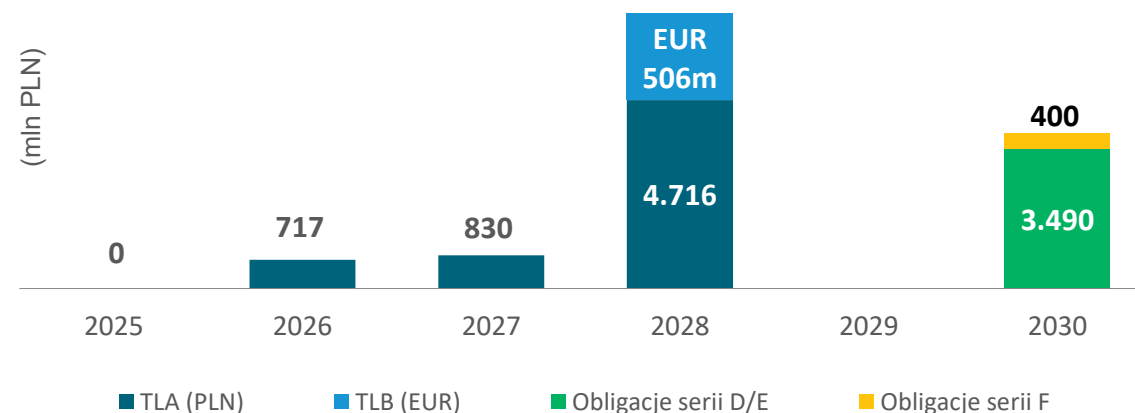
# Zadłużenie Grupy

mIn PLN	Wartość bilansowa na dzień	
	31.12.2025	31.12.2024
Zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek, w tym:	10.485,6	10.457,8
<i>Zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek z wyłączeniem finansowania projektowego<sup>1)</sup></i>	8.351,9	9.036,6
<i>Zobowiązania z tytułu finansowania projektowego</i>	2.133,7	1.421,2
Zobowiązania z tytułu obligacji	4.020,5	4.037,7
Zobowiązania z tytułu leasingu i inne	710,6	684,7
<b>Zadłużenie brutto</b>	<b>15.216,7</b>	<b>15.180,2</b>
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty <sup>2)</sup>	3.183,2	2.653,0
<b>Zadłużenie netto</b>	<b>12.033,5</b>	<b>12.527,2</b>
EBITDA LTM <sup>3)</sup>	2.935,9	3.285,8
<b>Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM</b>	<b>4,10x</b>	<b>3,81x</b>
<b>Zadłużenie netto / EBITDA LTM z wyłączeniem finansowania projektowego<sup>4)</sup></b>	<b>3,59x</b>	<b>3,59x</b>
Średni ważony koszt odsetek od kredytów i obligacji <sup>5)</sup>	6,6%	8,3%

## Struktura zadłużenia (z wyłączeniem finansowania projektowego) na dzień 31.12.2025



## Zapadalność długu (z wyłączeniem finansowania projektowego) na dzień 31.12.2025



- (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

# Q&A

# Dodatkowe informacje



# Wyniki segmentu usług B2C i B2B

mIn PLN	4Q'25	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.681	-1%
Koszty operacyjne <sup>1)</sup>	2.218	2%
EBITDA skorygowana <sup>2)</sup>	497	-6%
Marża EBITDA skorygowana <sup>2)</sup>	18,5%	-0,9 pkt%
Wydatki inwestycyjne	221	21%

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

(2) EBITDA skorygowana o odpisy aktualizujące wartość zapasów modułów PV (-41,0 mln PLN w 4Q'24 oraz -83,6 mln PLN w 4Q'25), oraz jednorazowe rozpoznanie prowizji sprzedażowych (-29,9 mln PLN w 4Q'25)

- Stabilny poziom przychodów to efekt netto wyższych przychodów detalicznych, wspieranych rosnącym ARPU, i niższych przychodów ze sprzedaży sprzętu
- Skorygowana EBITDA pod presją wyższych kosztów operacyjnych, w szczególności wyższych kosztów utrzymania i rozwoju sieci, hurtowego dostępu do sieci stacjonarnych, wydatków marketingowych oraz wynagrodzeń
- Porównywalna EBITDA segmentu w 4Q'25 skorygowana o:
  - odpis aktualizujący wartość zapasu paneli fotowoltaicznych (-83,6 mln PLN)
  - jednorazowe, niegotówkowe rozpoznanie kosztów wcześniej wypłaconych prowizji w związku ze zmianą sposobu rozpoznawania kosztów prowizji za sprzedaż sprzętu (-29,9 mln PLN)

# Wyniki finansowe segmentu mediowego: telewizja i online

mIn PLN	4Q'25	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	725	4%
Koszty operacyjne <sup>1)</sup>	590	1%
EBITDA	127	32%
Marża EBITDA	17,6%	13,8 pkt%
Wydatki inwestycyjne	20	0%

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

- Wzrost przychodów o 27 mln PLN w wyniku wyższych wpływów z reklamy i sponsoringu oraz wyższych przychodów od operatorów kablowo-satelitarnych
- Stabilne koszty operacyjne w wyniku niższych kosztów kontentu, które zrównoważyły wzrost innych pozycji kosztowych w segmencie
- W efekcie EBITDA segmentu wzrosła o 30 mln PLN

# Wyniki finansowe segmentu zielona energia

mIn PLN	4Q'25	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	455	13%
<i>Przychody ze sprzedaży energii z produkcji własnej</i>	189	21%
<i>Przychody z obrotu energią</i>	149	-15%
Koszty operacyjne <sup>1)</sup>	367	13%
EBITDA	89	13%
Marża EBITDA	19,7%	0,1 pkt%
Wydatki inwestycyjne	90	-77%

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

- Wyższe przychody ze sprzedaży autobusów wodorowych, dzięki istotnie większemu wolumenowi dostaw (14 autobusów dostarczonych w 4Q'25 vs. 3 w 4Q'24)
- Wyższe przychody z energii z produkcji własnej, wynikające z większego wolumenu produkcji, częściowo zniwelowane przez niższe przychody z obrotu energią w otoczeniu niższych rynkowych cen energii
- Wzrost EBITDA segmentu głównie w wyniku większego wolumenu produkcji energii z wiatru po rozpoczęciu rozruchu technicznego farmy wiatrowej Drzeżewo

# Wyniki finansowe segmentu nieruchomości

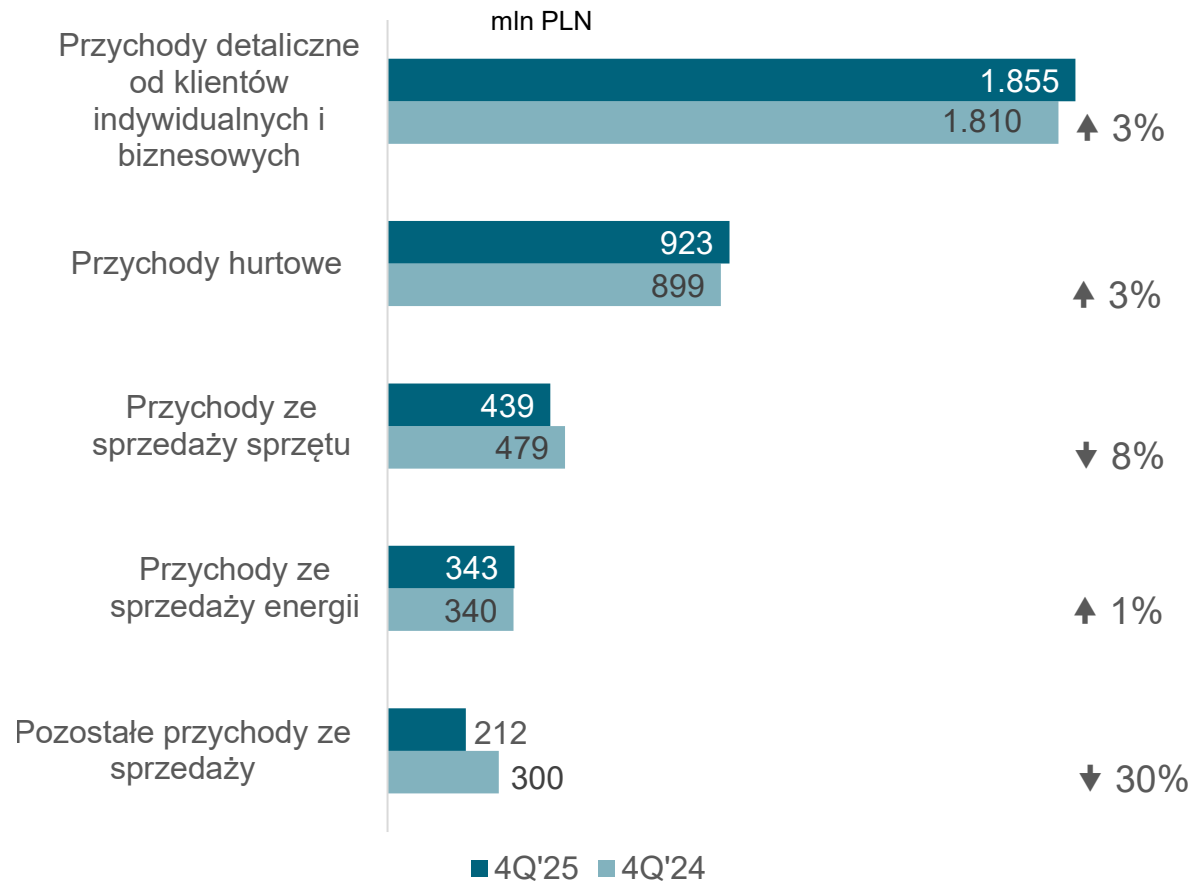
mIn PLN	4Q'25	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	31	-79%
Koszty operacyjne <sup>1)</sup>	27	-68%
EBITDA skorygowana <sup>2)</sup>	5	-94%
Marża EBITDA skorygowana <sup>2)</sup>	14,7%	-39,1 pkt%
Wydatki inwestycyjne	11	-19%

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

(2) EBITDA skorygowana o odwrócenie rezerwy rekultywacyjnej (+31,8 mln PLN w 4Q'25)

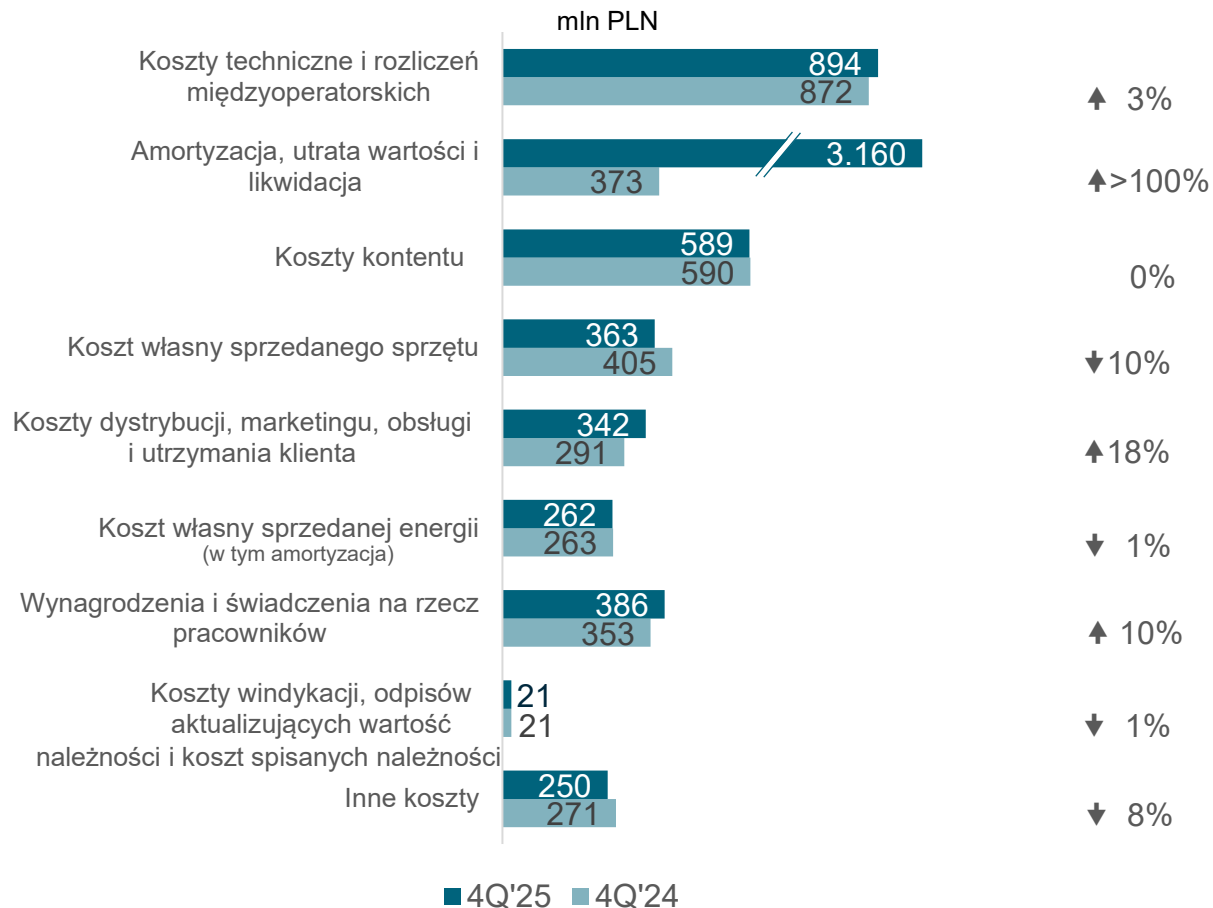
- Spadek przychodów i EBITDA r/r, wynikający z wysokiej bazy porównawczej związanej z zakończeniem inwestycji mieszkaniowej w Porcie Praskim (ul. Sierakowskiego 1-3) i przekazaniem większości mieszkań klientom w 4Q'24
- EBITDA w 4Q'25 skorygowana o jednorazowe, niegotówkowe rozwiązanie części rezerwy na rekultywację gruntów w Porcie Praskim (31,8 mln PLN)
- Trwa proces uzyskiwania pozwoleń na budowę budynku przy ul. Krowiej 1-3
- Toczy się rewitalizacja zabytkowej kamienicy przy ul. Okrzei 16, w której powstanie hotel marki AC Marriott
- Uzyskano ostateczne warunki zabudowy dla budynku biurowego Office Park, prowadzone są prace projektowe w celu uzyskania pozwolenia na budowę

# Struktura przychodów ze sprzedaży



- Wyższe **przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych**, w wyniku bardzo dobrej sprzedaży usług telekomunikacyjnych do klientów kontraktowych, w szczególności w ramach oferty multiplay;
- Wyższe **przychody hurtowe**, głównie na skutek rozpoznania wyższych przychodów roamingowych oraz przychodów z reklamy i sponsoringu, częściowo skompensowanych spadkiem przychodów z połączeń międzyoperatorskich;
- Niższe **przychody ze sprzedaży sprzętu**, w wyniku niższego wolumenu sprzedaży;
- Niższe **pozostałe przychody ze sprzedaży**, głównie w wyniku spadku przychodów ze sprzedaży mieszkań w segmencie nieruchomości oraz niższych przychodów z działalności na rynku fotowoltaicznym, częściowo skompensowanych przez wyższe przychody ze sprzedaży autobusów wodorowych, związane z większym wolumenem dostaw, oraz wyższe przychody ze sprzedaży gazu.

# Struktura kosztów operacyjnych



- Wyższe **koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich**, przede wszystkim w wyniku systematycznego rozwoju mobilnej sieci telekomunikacyjnej oraz wzrostu kosztów dostępu hurtowego do sieci stacjonarnych innych operatorów w związku z bardzo dobrą sprzedażą usług internetowych;
- Wyższe **koszty amortyzacji, utraty wartości i likwidacji**, w wyniku:
  - Ujęcia jednorazowych, niegotówkowych odpisów z tytułu utraty wartości firmy (ang. goodwill) w wyniku przeprowadzonych corocznych testów na utratę wartości aktywów zgodnie z MSR 36 (2.000,0 mln zł w segmencie usług B2C i B2B i 716,9 mln zł w segmencie mediowym),
  - Ujęcia jednorazowych odpisów aktualizujących w segmencie nieruchomości na łączną kwotę 35,6 mln zł, obejmujących głównie aktualizację wartości nieruchomości inwestycyjnych;
- Niższy **koszt własny sprzedanego sprzętu** korespondował z niższymi przychodami ze sprzedaży sprzętu i wynikał z niższego wolumenu sprzedaży;
- Wzrost **kosztów dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta** w wyniku jednorazowego rozpoznania wcześniej wypłaconych kosztów prowizji wysokości 29,9 mln PLN, w związku ze zmianą sposobu rozpoznawania kosztów prowizji za sprzedaż sprzętu. Pozostały wzrost wynika głównie z wyższych wydatków marketingowych i promocyjnych w okresie okołoswiątecznym oraz wyższych kosztów call center;
- Wzrost **kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników**, głównie w wyniku presji na płace wynikające m.in. z inflacji oraz wzrostu płacy minimalnej;
- Spadek **innych kosztów**, wynikający przede wszystkim z wysokiej bazy porównawczej, związanej z rozpoznaniem podwyższonych kosztów sprzedaży mieszkań w Porcie Praskim i niższych kosztów działalności na rynku fotowoltaicznym w 4Q'25, został częściowo zniwelowany przez wyższe koszty sprzedaży autobusów wodorowych, związane z większym wolumenem dostaw.

# EBITDA skorygowana w ujęciu kwartalnym

mPLN	2024					2025				
	Q1	Q2	Q3	Q4	2024	Q1	Q2	Q3	Q4	2025
<b>EBITDA skorygowana</b>	<b>772,3</b>	<b>843,9</b>	<b>902,8</b>	<b>780,9</b>	<b>3.299,9</b>	<b>809,3</b>	<b>823,8</b>	<b>765,8</b>	<b>718,3</b>	<b>3.117,2</b>
Zysk/(strata) ze sprzedaży jednostki zależnej i stowarzyszonej	10,0	-	-	-	<b>10,0</b>	-0,2	-	-	-	<b>-0,2</b>
Odwrocenie rezerwy na rekultywację (segment nieruchomości)	-	-	-	-	-	-	-	-	31,8	<b>31,8</b>
Jednorazowe rozpoznanie prowizji sprzedażowych	-	-	-	-	-	-	-	-	-29,9	<b>-29,9</b>
Zysk na zbyciu pakietu adresów IPv4	164,0	21,1	13,6	-	<b>198,7</b>	-	-	-	-	-
Odpisy aktualizujące wartość zapasów modułów PV	-	-	-30,0	-41,0	<b>-71,0</b>	-	-18,8	-	-83,6	<b>-102,4</b>
<b>EBITDA</b>	<b>946,3</b>	<b>865,0</b>	<b>886,4</b>	<b>739,9</b>	<b>3.437,6</b>	<b>809,1</b>	<b>805,0</b>	<b>765,8</b>	<b>636,6</b>	<b>3.016,5</b>

# FCF w ujęciu kwartalnym

mPLN	2025				2025
	Q1	Q2	Q3	Q4	
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	683,6	784,8	904,1	767,3	<b>3.139,8</b>
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	27,4	-394,2	-582,9	-351,9	<b>-1.301,6</b>
Splata odsetek od kredytów, pożyczek, obligacji, rozliczenie instrumentów pochodnych	-370,1	-174,6	-356,2	-159,5	<b>-1.060,4</b>
Splata zobowiązań i odsetek z tyt. leasingu	-63,0	-58,2	-66,7	-59,7	<b>-247,6</b>
<b>FCF po odsetkach</b>	<b>277,9</b>	<b>157,8</b>	<b>-101,7</b>	<b>196,2</b>	<b>530,2</b>
Akwizycje	5,8	0,0	0,8	45,4	<b>52,0</b>
Jednorazowa płatność z tyt. koncesji telekomunikacyjnych	150,0	0,0	212,0	0,0	<b>362,0</b>
Wpływ ze zbycia udziałów	-718,0	0,0	0,0	0,0	<b>-718,0</b>
<b>Skorygowany FCF po odsetkach</b>	<b>-284,3</b>	<b>157,8</b>	<b>111,1</b>	<b>241,6</b>	<b>226,2</b>
Capex w segmencie zielonej energii	156,8	150,4	112,7	89,6	<b>509,5</b>
<b>Skorygowany FCF po odsetkach z wyłączeniem capexu OZE</b>	<b>-127,5</b>	<b>308,2</b>	<b>223,8</b>	<b>331,2</b>	<b>735,7</b>

# Zbudowaliśmy kompletny łańcuch wartości zielonego wodoru



## Produkcja elektrolizerów

- Gdańsk:
- Zbudowany elektrolizer alkaliczny 0,5 MW
- Budowa elektrolizera PEM 2,5 MW



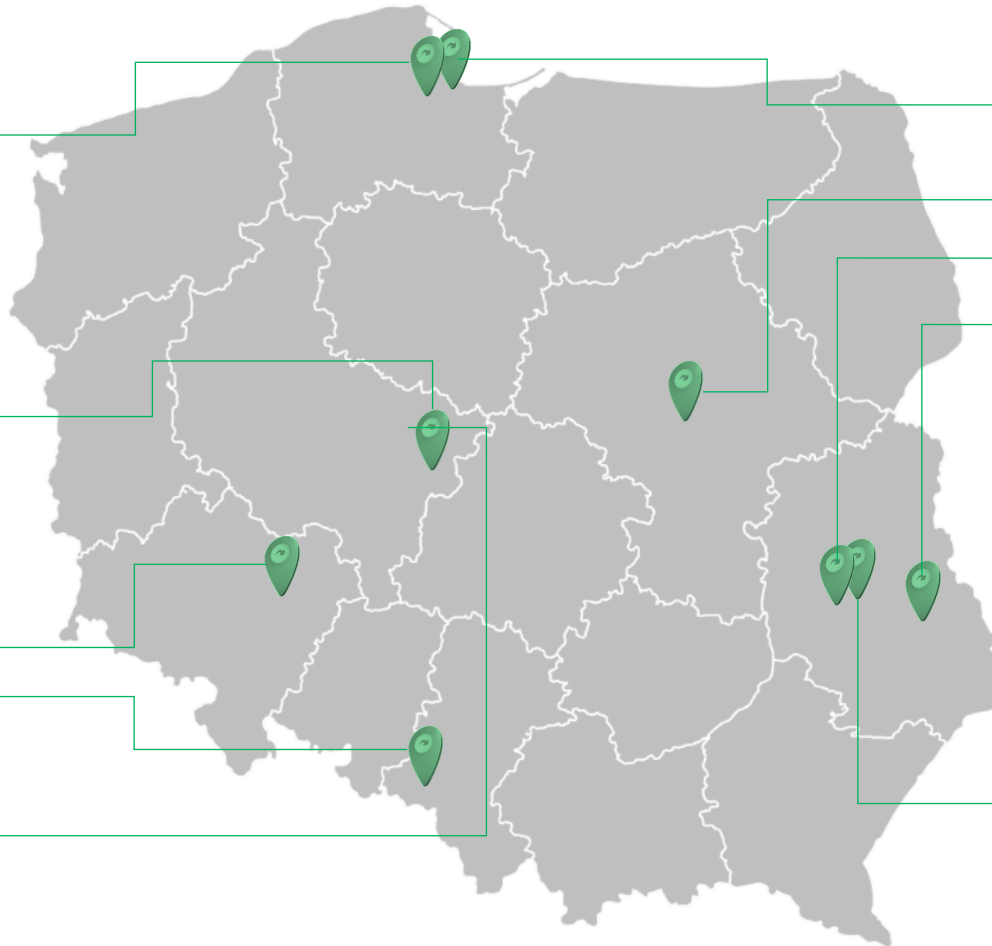
## Produkcja wodoru

- Elektrolizer PEM 2,5 MW (wydajność **1000 kg H<sub>2</sub>/dobę**)
- Elektrolizer alkaliczny 0,5 MW (wydajność **200 kg H<sub>2</sub>/dobę**)



## Stacje NESO

- Wrocław: **uruchomiona**
- Rybnik: **uruchomiona**
  - ↳ planowana rozbudowa 2Q'26
- Konin: planowane uruchomienie 4Q'26/1Q'27



## Stacje NESO

- Gdańsk: **uruchomiona**
- Gdynia: **uruchomiona**
- Warszawa: **uruchomiona**
- Lublin: **uruchomiona**
- Chełm: planowane uruchomienie 4Q'26



## Fabryka Nesobusów

- Świdnik: **uruchomiona**
- 118 autobusów Nesobus sprzedanych/zakontraktowanych



## Transport H<sub>2</sub>

- 9 wodorowozów 1024 kg
- 1 wodorowóz 371 kg

## Mobilne stacje H<sub>2</sub>

- 5 w użyciu



# 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.
<b>Klient multiplay</b>	<p>Klient kontraktowy B2C posiadający co najmniej 2 usługi, w tym tego samego rodzaju, w jednej lub wielu spółkach z Grupy równocześnie.</p> <p><i>W 2Q'25 nastąpiła zmiana prezentacji liczby klientów multiplay w ten sposób, że poprzednia definicja, uwzględniająca klientów kontraktowych B2C, posiadających co najmniej 2 usługi w wybranej spółce z Grupy, została rozszerzona o klientów posiadających co najmniej 2 usługi, w tym usługi tego samego rodzaju, w różnych spółkach z Grupy. Historyczne dane dot. liczby klientów multiplay oraz liczby posiadanych przez nich usług zostały odpowiednio przekształcone, celem zachowania porównywalności.</i></p>

# 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](mailto:ir@cyfrowypolsat.pl)

<https://grupapolsatplus.pl>

