

**RAPORT ROCZNY**

**GRUPY KAPITAŁOWEJ CYFROWY POLSAT S.A.**

**ZA ROK OBROTOWY ZAKOŃCZONY 31 GRUDNIA 2012 ROKU**

Data i miejsce publikacji: Warszawa, 12 marca 2013 r.

## **Zawartość raportu rocznego:**

Pismo Prezesa Zarządu

Sprawozdanie z działalności grupy kapitałowej Cyfrowy Polsat S.A. za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2012 roku

Oświadczenie Zarządu

Opinia biegłego rewidenta z badania skonsolidowanego sprawozdania finansowego za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2012 roku

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2012 roku

Raport biegłego rewidenta z badania skonsolidowanego sprawozdania finansowego za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2012 roku

Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2012 roku (niezbadane)

Szanowni Państwo,

Z radością oddaję w Państwa ręce Raport Roczny Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat S.A. za 2012 rok.

W zeszłym roku rozwijaliśmy się zarówno organicznie, jak i poprzez strategiczne akwizycje, prowadząc liczne projekty pozwalające nam na konsekwentną realizację strategii rozwoju Grupy. Wszystkie nasze działania zmierzały do umocnienia Cyfrowego Polsatu na pozycji lidera multimedialnej rozrywki w Polsce oraz rynków płatnej telewizji i nadawców telewizyjnych, a także regularnego rozwoju naszych kompetencji w obszarze telekomunikacji oraz usług online.

Potwierdzeniem zakończenia z sukcesem kolejnego roku naszej działalności jest wzrost zarówno wyników operacyjnych, jak i finansowych Grupy. Liczba abonentów usług płatnej telewizji wzrosła do 3,57 milionów, a liczba użytkowników szerokopasmowego Internetu i telefonii komórkowej wzrosła odpowiednio do 150 i 145 tysięcy. W drugim segmencie naszej działalności także odnotowaliśmy oczekiwane rezultaty. Nasz główny kanał – POLSAT – był liderem oglądalności posiadającym 15,7% rynku, natomiast udział w widowni nadawanych przez nas kanałów tematycznych wzrósł o 11% do 4,8%. W 2012 roku wzrósł udział naszej Grupy w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu – do 23,2%, a nasze przychody z tego tytułu, dzięki dobrze skomponowanej ramówce oraz optymalnym inwestycjom w treści programowe, zanotowały znacząco lepszą dynamikę niż rynek. Jesteśmy także bardzo zadowoleni ze skonsolidowanych wyników finansowych Grupy. Całkowite skonsolidowane przychody Cyfrowego Polsatu w 2012 roku wzrosły o 17,4% do 2,778 mld zł, a zysk netto wyniósł 598 mln zł.

W dbałości o sukcesywny wzrost satysfakcji naszych abonentów regularnie wzbogacaliśmy ofertę usług płatnej telewizji o nowe kanały i produkty. Efektywnie łączyliśmy oferowane przez nas produkty i usługi, dostarczając abonentom coraz więcej korzyści z faktu pozostawania naszym abonentem. Regularnie zapewnialiśmy abonentom wydarzenia sportowe w ramach usługi pay-per-view, popularyzując ją na rynku polskim. Po sukcesie usług VOD – Domowa Wypożyczalnia Filmowa i catch-up tv, na naszej stronie WWW istotnie rozbudowaliśmy Strefę Rozrywki online, proponując użytkownikom w jednym miejscu powtórki programów, kanały online, ofertę ipla, HBO GO i FilmBox live. Uruchomiliśmy cross-promocje z siecią Plus i rozpoczęliśmy wzajemną sprzedaż usług, gwarantując abonentom dodatkowe korzyści za posiadanie usług obydwu operatorów. W 2012 roku osiągnęliśmy także oczekiwane synergie technologiczne, marketingowe, produktowe i administracyjne pomiędzy platformą Cyfrowy Polsat a Telewizją Polsat. Był to także czas rosnącej roli nowych usług Cyfrowego Polsatu - TV Mobilnej, PPV, VOD, Multiroomu HD, ipla.

W zeszłym roku Cyfrowy Polsat znacząco wzmocnił swoją działalność w segmencie usług świadczonych drogą online. Nabyliśmy 100% udziałów w spółkach tworzących serwis ipla będący liderem rynku wideo online w Polsce. Ipla oferuje dostęp do linearnego sygnału telewizyjnego kilkudziesięciu kanałów, transmisje na żywo w HD oraz największą w Polsce bazę treści telewizyjnych „na życzenie”, w tym dziesiątki tysięcy odcinków seriali, programów telewizyjnych i największych wydarzeń sportowych. Dostęp do zasobów telewizji ipla, dzięki dedykowanym aplikacjom, mają użytkownicy komputerów, smartfonów, tabletów, telewizorów z usługą Smart TV, dekoderek płatnych telewizji oraz konsol. Ipla według najnowszych badań posiada średnio 2,3 mln aktywnych użytkowników.

Kontynuując rozwój w segmencie online, uruchomiliśmy serwis muzo z muzyką cyfrową w modelu odsłuchowym. Wkrótce w ofercie muzo znajdzie się 5 milionów utworów zaspokajających blisko 90% potrzeb muzycznych Polaków. Obecna oferta muzo zawiera najpopularniejsze utwory ze wszystkich gatunków muzycznych, pochodzące m.in. z wytwórni EMI, Magic Records, SONY Music, Universal Music.

Z myślą o dystrybucji naszych usług przy wykorzystaniu wszystkich nowoczesnych technologii i urządzeń rozpoczęliśmy świadczenie usługi TV Mobilna w technologii DVB-T. Było to możliwe dzięki nabyciu rok wcześniej spółki INFO-TV-FM posiadającej odpowiednie częstotliwości do uruchomienia usługi telewizji mobilnej w technologii naziemnej telewizji cyfrowej. Nowe usługi świadczymy zarówno na tradycyjne dekodery i telewizory, jak i zyskujące coraz większą popularność urządzenia przenośne.

W październiku zeszłego roku oferowany przez nas najszybszy i najnowocześniejszy na świecie Internet mobilny w technologii LTE przyspieszył do 150 Mb/s. Istotnie wzrósł także zasięg tej usługi – obecnie co drugi mieszkaniec Polski jest w zasięgu LTE. Jednocześnie, wychodząc naprzeciw zmieniającym się oczekiwaniom konsumentów oraz trendom rynkowym, naszą ofertę internetową wzbogaciliśmy o nowe urządzenia mobilne – komputery, tablety, modemy i routery. Uruchomiliśmy także autorski komunikator internetowy HALO.

Regularny rozwój przechodziła nasza fabryka dekoderek. W 2012 roku jej linię produkcyjną opuściły trzy nowe modele dekoderek – HD-3000 i HD-6000 do telewizji satelitarnej oraz T-HD 1000 do naziemnej telewizji cyfrowej. Łącznie nasza fabryka wyprodukowała już ponad cztery miliony dekoderek.

Niezmienne naszym długoterminowym celem jest stabilny rozwój naszej Grupy, utrzymanie pozycji lidera na rynkach rozrywki multimedialnej i płatnej telewizji, oferowanie z coraz lepszymi wynikami usług telekomunikacyjnych, budowanie stałej widowni kanałów Telewizji Polsat, a w konsekwencji ich istotnej pozycji na rynku reklamy telewizyjnej. Zgodnie z wcześniejszymi zapowiedziami planujemy rozwijać nowoczesne kanały dystrybucji treści, tak aby konsument mógł swobodnie wybierać technologię i urządzenie, za pośrednictwem których chce skorzystać z naszych usług telewizyjnych. Spodziewamy się, że w dłuższej perspektywie przyczynią się one do wzrostu liczby użytkowników naszych usług, średniego przychodu z jednego abonenta oraz lojalności klientów. Natomiast osiągnięcie tych założeń w połączeniu z efektywnym gospodarowaniem finansami na pewno wpłynie pozytywnie na budowanie wartości firmy dla naszych Akcjonariuszy.

Z wyrazami szacunku,

Dominik Libicki

Prezes Zarządu Cyfrowy Polsat S.A.

**SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI  
GRUPY KAPITAŁOWEJ CYFROWY POLSAT S.A.  
ZA ROK OBROTOWY ZAKOŃCZONY 31 GRUDNIA 2012 ROKU**

## Spis treści

Punkt 1.	Wprowadzenie.....	8
Punkt 2.	Informacja o kursach wymiany walut.....	11
Punkt 3.	Wybrane dane finansowe.....	12
Punkt 4.	Charakterystyka Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat S.A. ....	14
Punkt 4.1.	Informacje ogólne o Grupie Kapitałowej.....	14
Punkt 4.2.	Struktura organizacyjna Grupy Kapitałowej.....	16
Punkt 4.3.	Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania naszą Spółką i Grupą Kapitałową.....	18
Punkt 4.4.	Strategia, szanse rynkowe oraz przewagi konkurencyjne Grupy Kapitałowej.....	18
Punkt 4.4.1.	Strategia Grupy.....	18
Punkt 4.4.2.	Szanse rynkowe.....	19
Punkt 4.4.3.	Przewagi konkurencyjne.....	21
Punkt 4.5.	Segment usług świadczonych klientom indywidualnym .....	24
Punkt 4.5.1.	Otoczenie rynkowe .....	24
Punkt 4.5.1.1.	Rynek płatnej telewizji .....	24
Punkt 4.5.1.2.	Rynek dostępu do Internetu.....	25
Punkt 4.5.1.3.	Rynek usług telefonii komórkowej .....	27
Punkt 4.5.1.4.	Rynek usług zintegrowanych .....	28
Punkt 4.5.2.	Oferta .....	29
Punkt 4.5.2.1.	Oferta DTH .....	29
Punkt 4.5.2.2.	Oferta płatnej telewizji mobilnej w technologii DVB-T.....	31
Punkt 4.5.2.3.	Oferta telewizji internetowej ipla .....	32
Punkt 4.5.2.4.	Oferta muzycznego serwisu muzo.....	32
Punkt 4.5.2.5.	Oferta usług dostępu do Internetu .....	33
Punkt 4.5.2.6.	Oferta usług telefonii komórkowej.....	33
Punkt 4.5.2.7.	Oferta usług łączonych .....	33
Punkt 4.5.3.	Sprzedaż i marketing, obsługa i utrzymanie Klienta .....	34
Punkt 4.5.3.1.	Marketing usług .....	34
Punkt 4.5.3.2.	Sprzedaż.....	34
Punkt 4.5.3.3.	Obsługa i utrzymanie Klienta .....	36
Punkt 4.5.4.	Technologia i infrastruktura.....	36
Punkt 4.5.4.1.	Technologia i infrastruktura usług płatnej telewizji.....	36
Punkt 4.5.4.2.	Technologia i infrastruktura usług dostępu do Internetu.....	38
Punkt 4.5.4.3.	Technologia i infrastruktura MVNO.....	40
Punkt 4.6.	Segment nadawania i produkcji telewizyjnej .....	40
Punkt 4.6.1.	Otoczenie rynkowe .....	40
Punkt 4.6.2.	Oferta.....	42
Punkt 4.6.2.1.	Kanały.....	42
Punkt 4.6.2.2.	Ramówka.....	45
Punkt 4.6.2.3.	Sprzedaż reklam i sponsoring .....	47
Punkt 4.6.3.	Sprzedaż.....	48
Punkt 4.6.4.	Technologia i infrastruktura.....	49
Punkt 4.7.	Perspektywy rozwoju.....	50
Punkt 4.7.1.	Perspektywy rozwoju segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym .....	50
Punkt 4.7.2.	Perspektywy rozwoju segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej .....	51
Punkt 4.8.	Rynki zbytu i uzależnienie od odbiorcy lub dostawcy.....	51
Punkt 4.9.	Inne aspekty naszej działalności .....	52
Punkt 5.	Istotne umowy .....	55
Punkt 6.	Omówienie wyników operacyjnych i finansowych .....	57
Punkt 6.1.	Źródła przychodów ze sprzedaży usług, towarów, materiałów i produktów .....	57
Punkt 6.2.	Źródła pozostałych przychodów operacyjnych .....	58
Punkt 6.3.	Źródła kosztów operacyjnych .....	59
Punkt 6.4.	Źródła pozostałych kosztów operacyjnych .....	61
Punkt 6.5.	Czynniki i zdarzenia mające znaczący wpływ na naszą działalność i osiągnięte wyniki w 2012 roku .....	61
Punkt 6.6.	Informacje o trendach.....	64
Punkt 6.7.	Najważniejsze inwestycje .....	64
Punkt 6.8.	Przegląd sytuacji operacyjnej i finansowej .....	65
Punkt 6.8.1.	Przegląd sytuacji operacyjnej .....	65

Punkt 6.8.2.	Omówienie różnic pomiędzy osiągniętymi wynikami finansowymi a wcześniej publikowanymi prognozami .....	68
Punkt 6.8.3.	Przegląd sytuacji finansowej .....	68
Punkt 6.9.	Płynność i zasoby kapitałowe .....	81
Punkt 6.9.1.	Zewnętrzne źródła finansowania .....	82
Punkt 6.9.1.1.	Informacje o zawartych i wypowiedzianych umowach dotyczących kredytów i pożyczek .....	85
Punkt 6.9.2.	Przepływy pieniężne .....	85
Punkt 6.9.3.	Wydatki inwestycyjne .....	85
Punkt 6.9.4.	Zobowiązania umowne .....	86
Punkt 6.9.5.	Zobowiązania pozabilansowe .....	86
Punkt 6.10.	Informacje o udzielonych pożyczkach, ze szczególnym uwzględnieniem pożyczek udzielonych jednostkom powiązanim .....	86
Punkt 6.11.	Informacje o udzielonych i otrzymanych poręczeniach i gwarancjach ze szczególnym uwzględnieniem poręczeń i gwarancji udzielonych jednostkom powiązanim .....	86
Punkt 6.12.	Informacje o istotnych postępowaniach toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej dotyczących Cyfrowego Polsatu S.A. lub spółek zależnych podlegających konsolidacji .....	87
Punkt 6.13.	Informacje o ryzyku rynkowym .....	87
Punkt 7.	Transakcje z podmiotami powiązanimi .....	93
Punkt 8.	Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń .....	94
Punkt 9.	Informacje o akcjach i akcjonariacie .....	113
Punkt 9.1.	Akcje Cyfrowego Polsatu .....	113
Punkt 9.2.	Struktura akcjonariatu .....	114
Punkt 9.3.	Kurs akcji .....	115
Punkt 9.4.	Rekomendacje .....	117
Punkt 10.	Polityka dywidendy .....	120
Punkt 11.	Akcje Cyfrowego Polsatu będące w posiadaniu członków Zarządu i Rady Nadzorczej .....	121
Punkt 12.	Wynagrodzenia członków Zarządu i Rady Nadzorczej .....	121
Punkt 13.	Umowy zawarte z osobami zarządzającymi przewidujące rekompensatę w wyniku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny .....	121
Punkt 14.	Umowy z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych .....	122
Punkt 15.	Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego .....	122
Punkt 15.1.	Wskazanie zbioru zasad ładu korporacyjnego, któremu podlega Spółka, oraz miejsca, gdzie tekst zbioru zasad jest publicznie dostępny .....	122
Punkt 15.2.	Wskazanie postanowień ładu korporacyjnego, od których Spółka odstąpiła oraz wyjaśnienie przyczyn tego odstąpienia .....	123
Punkt 15.3.	Opis głównych cech stosowanych w Grupie Kapitałowej systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych .....	124
Punkt 15.4.	Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio znaczące pakiety akcji .....	125
Punkt 15.5.	Wskazanie posiadaczy wszelkich papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne .....	125
Punkt 15.6.	Wskazanie wszelkich ograniczeń dotyczących wykonywania prawa głosu z akcji .....	126
Punkt 15.7.	Wskazanie wszelkich ograniczeń dotyczących przenoszenia prawa własności papierów wartościowych Spółki .....	126
Punkt 15.8.	Opis zasad dotyczących powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz ich uprawnień, w szczególności prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji .....	126
Punkt 15.9.	Opis zasad zmiany Statutu Spółki .....	126
Punkt 15.10.	Sposób działania Walnego Zgromadzenia i jego zasadnicze uprawnienia oraz opis praw akcjonariuszy i sposobu ich wykonywania, w szczególności zasady wynikające z regulaminu Walnego Zgromadzenia, o ile informacje w tym zakresie nie wynikają wprost z przepisów prawa .....	127
Punkt 15.11.	Skład osobowy i zmiany, które w nim zaszły w ciągu ostatniego roku obrotowego, oraz opis działania organów zarządzających, nadzorujących lub administracyjnych Spółki oraz ich komitetów .....	128

## Punkt 1. Wprowadzenie

Jesteśmy wiodącą grupą medialną w Polsce, którą tworzą spółki Cyfrowy Polsat – największa w Polsce i czwarta co do wielkości w Europie platforma satelitarna oraz Telewizja Polsat – wiodący nadawca komercyjny oferujący 20 popularnych kanałów telewizyjnych, w tym cztery HD. Platforma Cyfrowy Polsat obsługuje ponad 3,5 mln abonentów. Zapewnia dostęp do ponad 120 kanałów polskojęzycznych, w tym 36 kanałów HD. Wszyscy użytkownicy platformy mają do dyspozycji usługi PPV / VOD Domowa Wypożyczalnia Filmowa oraz TV Online / catch-up TV, jak również świadczymy usługę Multiroom. Platforma posiada własną fabrykę dekoderek. Od września 2008 roku świadczy usługi telefonii komórkowej, jako infrastrukturalny MVNO oraz we współpracy ze spółką Polkomtel, operatorem sieci Plus. Od lutego 2010 roku oferuje szerokopasmowy dostęp do Internetu w bezprzewodowej technologii HSPA+, a od września 2011 roku – Internet mobilny w najnowocześniejszej technologii LTE. W czerwcu 2012 roku wprowadziła usługi płatnej telewizji mobilnej w technologii DVB-T. Od maja 2008 roku Cyfrowy Polsat jest notowany na Gieldzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

Prowadzimy działalność poprzez dwa segmenty biznesowe: segment usług świadczonych klientom indywidualnym obejmujący usługi płatnej telewizji, usługi dostępu do szerokopasmowego Internetu, usługi telefonii komórkowej i produkcję dekoderek oraz segment nadawania i produkcji telewizyjnej. Oba segmenty operacyjne generują strumienie przychodów o odmiennej charakterystyce: detaliczne opłaty abonamentowe i powiązane przychody (w segmencie usług świadczonych klientom indywidualnym), oraz przychody z reklamy telewizyjnej (w segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej).

Nasze całkowite skonsolidowane przychody ze sprzedaży usług, produktów, towarów i materiałów w 2012 roku wzrosły o 17,4% do 2.778.215 zł z 2.365.925 zł w 2011 roku. Nasz zysk netto wyniósł 598.298 zł w porównaniu do 160.190 zł w poprzednim roku (wzrost o 273.5%).

Nasze usługi świadczymy na terytorium Polski.

Siedziba Spółki mieści się w Warszawie przy ulicy Łubinowej 4a.

Zawarte w niniejszym Sprawozdaniu z działalności Grupy Cyfrowy Polsat S.A. („Sprawozdanie z działalności”) odwołania do Spółki dotyczą spółki Cyfrowy Polsat S.A., natomiast wszelkie odwołania do Grupy, Grupy Kapitałowej lub Grupy Polsat dotyczą Spółki Cyfrowy Polsat S.A. oraz skonsolidowanych z nią podmiotów zależnych. Wyrażenia „my”, „nas”, „nasz” oraz podobne, co do zasady, odnoszą się do Grupy, chyba, że z kontekstu jasno wynika, że odnoszą się one tylko do samej Spółki; „DTH” odnosi się do usług płatnej cyfrowej telewizji satelitarnej, które świadczymy na terenie Polski od 2001 roku; „SD” odnosi się do sygnału telewizyjnego o rozdzielczości standardowej (Standard Definition); „HD” odnosi się do sygnału w większej rozdzielczości niż standardowa (High Definition); „DVR” odnosi się do dekoderek z twardym dyskiem służącym do nagrywania programów telewizyjnych (Digital Video Recorder); „Pakiet Familijny” – startowy pakiet programowy oferowany w ramach usługi płatnej telewizji cyfrowej obejmujący abonentów następujących pakietów: Pakiet Familijny, Pakiet Familijny HD, Pakiet Familijny Max HD oraz powiązanych z nimi pakietów premiowych; „Pakiet Mini” - startowy pakiet programowy oferowany w ramach usługi płatnej telewizji cyfrowej obejmujący abonentów następujących pakietów: Pakiet Mini, Pakiet Mini HD, Pakiet Ekstra (TV Mobilna); „TV MOBILNA” odnosi się do naszej płatnej usługi telewizji mobilnej świadczonej w technologii DVB-T; „Pakiet Ekstra” odnosi się do płatnego pakietu programowego oferowanego w ramach usług świadczonych w technologii DVB-T; „DVB-T” (z ang. Digital Video Broadcasting – Terrestrial) odnosi się do technologii naziemnego nadawania telewizji cyfrowej; „DTT” (z ang. Digital Terrestrial Television”) odnosi się do naziemnej telewizji cyfrowej; „Świadczone przez nas usługi płatnej telewizji cyfrowej” odnoszą się do naszych usług płatnej telewizji satelitarnej, mobilnej i internetowej, świadczonych zarówno w modelu prepaid jak i postpaid; „Abonent” odnosi się do osoby, która zawarła z nami umowę na świadczenie usług płatnej telewizji cyfrowej zobowiązującą do wnoszenia opłat za dostęp do pakietu lub pakietów programów telewizyjnych i radiowych, lub która korzysta z tych pakietów w ramach usług płatnej telewizji cyfrowej, po uprzednim wniesieniu miesięcznej opłaty bez zawarcia takiej umowy; „ARPU” odnosi się do średniego miesięcznego przychodu netto na jednego abonenta, któremu świadczyliśmy usługi, obliczanego poprzez podzielenie sumy przychodów netto, generowanych przez naszych abonentów na oferowane przez nas usługi płatnej telewizji cyfrowej w danym okresie przez średnią liczbę abonentów, którym świadczyliśmy usługi w danym okresie; „ARPU Pakietu Familijnego” i „ARPU Pakietu Mini” odnosi się do średniego miesięcznego przychodu netto, odpowiednio, na jednego abonenta Pakietu Familijnego i Pakietu Mini; „Churn” odnosi się do współczynnika odpływu abonentów, określonego, jako stosunek liczby umów rozwiązanych w okresie 12 miesięcy do średniorocznej liczby umów w tym 12 miesięcznym okresie. Liczba rozwiązanych umów jest pomniejszona o liczbę abonentów, którzy zawarli z nami ponownie umowę nie później niż z końcem tego 12 miesięcznego okresu oraz o liczbę abonentów, którzy posiadali więcej niż jedną umowę i dokonali rozwiązania jednej z nich, w zamian zobowiązując się do korzystania z usługi Multiroom; „Churn Pakietu Familijnego” i „Churn Pakietu Mini” odnosi się do współczynnika odpływu abonentów, odpowiednio, Pakietu Familijnego i Pakietu Mini; „Udział w oglądalności / widowni” odnosi się do odsetka widzów oglądających konkretny kanał w danym okresie,

wyrażonego jako odsetek wszystkich oglądających telewizję w danym czasie, dane prezentujemy według badań Nielsen Audience Measurement (NAM), w grupie 16-49 lat przez cały dzień; **„Udział w rynku reklamy”** odnosi się do udziału przychodów z reklamy i sponsoringu Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat w całkowitych przychodach z reklamy telewizyjnej w Polsce, źródłem naszych danych o wielkości rynku jest Starlink; **„GRP”** odnosi się do punktu ratingowego (ang. Gross Rating Point), zdefiniowanego jako liczba osób oglądających daną emisję spotu reklamowego w określonym czasie, wyrażona jako odsetek w grupie docelowej. W Polsce, jeden GRP równy jest 0,2 miliona mieszkańców w podstawowej dla reklamodawców grupie docelowej (16-49 lat); **„Zasięg techniczny”** odnosi się do odsetka telewizyjnych gospodarstw domowych w Polsce, które mają techniczną możliwość odbioru danego kanału nadawanego przez Telewizję Polsat Sp. z o.o.; **„VoD”, „VoD Domowa Wypożyczalnia Filmowa”** odnosi się ogólnie do naszych usług z kategorii wideo na żądanie, natomiast **„nVoD”** odnosi się do naszej usługi „VoD Domowa Wypożyczalnia” na telewizor; **„PPV”** odnosi się do usług płatnego dostępu do wybranych treści programowych (z ang. pay-per-view); **„Catch-up TV”** odnosi się do usług polegających na udostępnianiu wybranych treści programowych przez pewien czas po tym jak zostały nadane w kanale telewizyjnym; **„Multiroom”** odnosi się do naszej usługi umożliwiającej w ramach jednego abonamentu korzystanie z bogactwa tych samych kanałów na dwóch telewizorach w jednym domu; **„MVNO”** odnosi się do usług operatora wirtualnej sieci komórkowej; **„Usługa dostępu do Internetu”** odnosi się do usług dostępu do szerokopasmowego Internetu; **„HSPA+”** odnosi się do technologii transferu danych drogą radiową w sieciach bezprzewodowych (High Speed Packet Access Plus); **„LTE”** odnosi się do radiowej technologii transmisji danych w sieciach bezprzewodowych (Long Term Evolution), charakteryzującej się wielokrotnie wyższą prędkością przesyłania danych, większą pojemnością sieci i mniejszymi opóźnieniami; **„Usługi zintegrowane”** odnosi się do pakietu dwóch lub więcej usług spośród dostarczanych przez nas usług płatnej telewizji, telefonii komórkowej oraz dostępu do Internetu świadczonych w ramach jednej umowy i jednej opłaty abonamentowej; **„ipla”** odnosi się do internetowej platformy dostępu do treści wideo prowadzonej przez jednostki z Grupy Redefine Sp. z o.o.; **„Muzo”** odnosi się do oferowanego przez naszą jednostkę zależną Grupę Redefine Sp. z o.o. internetowego muzycznego serwisu subskrypcyjnego; **„CP”** odnosi się do spółki Cyfrowy Polsat S.A.; **„CPT”** odnosi się do spółki Cyfrowy Polsat Technology Sp. z o.o.; **„CPTM”** odnosi się do spółki Cyfrowy Polsat Trade Marks Sp. z o.o.; **„Cyfrowy Polsat Finance”, „CP Finance”** odnosi się do spółki Cyfrowy Polsat Finance AB (publ), zarejestrowanej w Szwecji spółki zależnej Cyfrowego Polsatu; **„Telewizja Polsat”** odnosi się do spółki Telewizja Polsat Sp. z o.o.; **„Grupa Kapitałowa Telewizji Polsat”** lub **„Grupa Telewizji Polsat”** odnosi się do spółki Telewizja Polsat Sp. z o.o. oraz skonsolidowanych z nią podmiotów zależnych; **„Grupa Redefine Sp. z o.o.”** odnosi się do spółki Redefine Sp. z o.o. oraz skonsolidowanych z nią podmiotów zależnych: Poszkole.pl Sp. z o.o. oraz Stat24 Sp. z o.o. (do momentu połączenia z Redefine Sp. z o.o.); **„INFO-TV-FM”** odnosi się do spółki INFO-TV-FM Sp. z o.o.; **„POLSAT”** odnosi się do naszego głównego kanału niekodowanego (FTA) dostępnego również w cyfrowej telewizji naziemnej; **„Polsat HD”** odnosi się do naszego kanału, przez który dostarczamy content naszego kanału głównego w wersji HD; **„Polsat Sport”** odnosi się do naszego kanału sportowego nadającego najważniejsze wydarzenia sportowe w Polsce i na świecie; **„Polsat Sport HD”** odnosi się do naszego kanału, przez który dostarczamy content kanału Polsat Sport w wersji HD (do końca maja 2012 zawartość kanału różniła się od zawartości Polsatu Sport); **„Polsat Sport Extra”** odnosi się do naszego kanału sportowego nadającego wydarzenia sportowe premium; **„Polsat Sport Extra HD”** odnosi się do naszego kanału, przez który dostarczamy content kanału Polsat Sport Extra w wersji HD, stacja rozpoczęła nadawanie w czerwcu 2012 roku; **„Polsat Futbol”** odnosi się do naszego kanału sportowego poświęconego meczom piłki nożnej działającego do końca maja 2012 roku; **„Polsat Sport News”** odnosi się do naszego kanału sportowego nadającego wiadomości sportowe dostępnego w cyfrowej telewizji naziemnej; **„Polsat Film”** odnosi się do naszego kanału filmowego; **„Polsat Film HD”** odnosi się do naszego kanału, przez który dostarczamy content kanału Polsat Film w wersji HD, stacja rozpoczęła nadawanie w listopadzie 2012 roku; **„Polsat Café”** odnosi się do naszego kanału lifestyle dedykowanego kobietom; **„Polsat Play”** odnosi się do naszego kanału lifestyle dedykowanego mężczyznom; **„Polsat2”** odnosi się do naszego kanału nadającego głównie powtórki programów, które miały swoją premierę na naszych innych kanałach; **„Polsat News”** odnosi się do naszego 24-godzinnego kanału informacyjnego; **„Polsat Biznes”** odnosi się do naszego kanału dostarczającego najświeższe wiadomości na temat gospodarki i rynków finansowych, do lutego 2013 roku kanał nadawał pod nazwą „TV Biznes”; **„Polsat Jim Jam”** odnosi się do kanału dla dzieci nadającego głównie programy Hit Entertainment, kanał ten jest spółką joint venture Telewizji Polsat i ChelloZone; **„Polsat Crime & Investigation Network”** odnosi się do kanału o tematyce kryminalnej, kanał ten jest wspólnym projektem Telewizji Polsat i brytyjskiej spółki A+E Networks UK; **„Polsat Food”** odnosi się do kanału kulinarno-lifestyle'owego, uruchomionego przez Telewizję Polsat we współpracy ze Scripps Networks Interactive w listopadzie 2012 roku; **„Polsat Viasat Explorer”** odnosi się do kanału dedykowanego mężczyznom, działającego od marca 2013 roku we współpracy Viasat Broadcasting z Telewizją Polsat; **„Polsat Viasat Nature”** odnosi się do kanału przyrodniczego dedykowanego całej rodzinie, od marca 2013 roku działającego we współpracy Viasat Broadcasting z Telewizją Polsat; **„Polsat Viasat History”** kanał historyczny, działający od marca 2013 roku we współpracy Viasat Broadcasting z Telewizją Polsat; **„Akcje”** odnoszą się do akcji Cyfrowego Polsatu S.A., które zadebiutowały na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. w dniu 6 maja 2008 roku i są oznaczone kodem PLCFRPT00013; **„Umowa Kredytowa”** (z ang. Senior Facilities Agreement „SFA”) odnosi się do umowy kredytowej zawartej z konsorcjum banków, obejmującej kredyt terminowy **„Kredyt Terminowy”** w wysokości 1.400.000.000 zł (nie w tysiącach) o terminie spłaty do 31 grudnia 2015 roku oraz kredyt rewolwingowy **„Kredyt Rewolwingowy”** do wysokości 200.000.000 zł (nie w tysiącach) o terminie spłaty do 31 grudnia 2015 roku; **„Kredyt Pomostowy”** odnosi się do niepodporządkowanego zabezpieczonego kredytu pomostowego udzielonego przez konsorcjum banków w wysokości 350.000.000 EUR (nie w tysiącach), który został

w pełni spłacony w dniu 20 maja 2011 roku; „**Obligacje Senior Notes**” lub „**Obligacje**” odnoszą się do niepodporządkowanych zabezpieczonych obligacji o wartości 350.000.000 EUR (nie w tysiącach) i oprocentowaniu 7,125% wyemitowanych przez Cyfrowy Polsat Finance AB w dniu 20 maja 2011 roku; „**Umowa Obligacji**” odnosi się do umowy z dnia 20 maja 2011 roku dotyczącej Obligacji Senior Notes o oprocentowaniu 7,125%; „**zł**” lub „**złoty**” oznacza obowiązującą walutę Rzeczypospolitej Polskiej; „**USD**” lub „**dolar**” oznacza obowiązującą walutę Stanów Zjednoczonych Ameryki; „**EUR**” lub „**euro**” oznacza wspólną walutę Państw Członkowskich uczestniczących w Trzecim Etapie Europejskiej Unii Gospodarczo-Walutowej Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską z późniejszymi zmianami.

### **Prezentacja informacji finansowych**

O ile nie stwierdzono inaczej, informacje finansowe zawarte w niniejszym Sprawozdaniu zostały sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) zatwierdzonymi przez Unię Europejską.

Wszystkie dane finansowe zawarte w niniejszym dokumencie przedstawiono w tysiącach, o ile nie wskazano inaczej, z wyłączeniem cen oferowanych przez nas pakietów programowych, kanałów telewizyjnych i usług telekomunikacyjnych. W odniesieniu do niektórych informacji finansowych zawartych w niniejszym Sprawozdaniu wprowadzono korekty z tytułu zaokrągleń. W efekcie, pewne liczby wykazane sumarycznie w niniejszym Sprawozdaniu mogą nie stanowić dokładnych sum arytmetycznych liczb wchodzących w ich skład.

### **Dane branżowe i rynkowe**

W niniejszym Sprawozdaniu przedstawiamy informacje dotyczące naszej działalności, jak również rynków, na których działamy i na których działają nasi konkurenci. Informacje o rynku, jego wielkości, udziale w rynku, pozycji na rynku, wskaźnikach wzrostu, jak również inne dane branżowe dotyczące naszej działalności i rynków, na których działamy, obejmują dane i raporty opracowane przez różne strony trzecie i wartości oszacowane wewnętrznie. Dane rynkowe i branżowe dotyczące naszej działalności uzyskaliśmy od dostawców danych branżowych, w tym:

- Eurostatu;
- Komisji Europejskiej;
- Głównego Urzędu Statystycznego;
- Polskiej Izby Komunikacji Elektronicznej;
- Urzędu Komunikacji Elektronicznej;
- Nielsen Audience Measurement;
- Starlink;
- ZenithOptimedia;
- PMR;
- Ericsson ConsumerLab;
- IAB AdEx;
- PwC (Global entertainment and media Outlook: 2012-2016);
- TNS; oraz
- Operatorów działających na polskim rynku.

Jesteśmy przekonani, że publikacje, ankiety i prognozy branżowe są wiarygodne, ale nie dokonaliśmy ich niezależnej weryfikacji i nie możemy gwarantować ich dokładności ani kompletności.

Poza tym, w wielu przypadkach w niniejszym Sprawozdaniu zawarliśmy stwierdzenia dotyczące naszej branży i naszej pozycji na rynku oparte na doświadczeniu własnym i naszych badaniach warunków rynkowych. Nie możemy zapewnić, że przyjęte założenia prawidłowo odzwierciedlają naszą pozycję rynkową. Nasze badania wewnętrzne nie zostały zweryfikowane przez żadne niezależne źródła.

## Stwierdzenia odnoszące się do przyszłych oczekiwań

Niniejsze Sprawozdanie zawiera stwierdzenia odnoszące się do przyszłych oczekiwań dotyczących naszej działalności, wyników finansowych i wyników operacyjnych. Wiele stwierdzeń tego typu zawiera się w określeniach takich jak „może”, „będzie”, „oczekiwać”, „przewidywać”, „uważać”, „szacować” oraz podobnych, użytych w niniejszym Sprawozdaniu. Z natury stwierdzenia te podlegają wielu założeniom, ryzyku i niepewności. W związku z tym rzeczywiste wyniki mogą zasadniczo różnić się od tych, które wyrażono lub których można oczekiwać na podstawie stwierdzeń odnoszących się do przyszłych oczekiwań. Zwracamy uwagę czytelników, aby zbytnio nie polegali na takich stwierdzeniach, gdyż są one aktualne jedynie w momencie sporządzania niniejszego Sprawozdania.

Powyższe zastrzeżenia należy uwzględnić w związku z wszelkimi dalszymi pisemnymi lub ustnymi stwierdzeniami odnoszącymi się do przyszłych oczekiwań, wydanymi przez nas lub przez osoby działające w naszym imieniu. Nie bierzemy na siebie żadnego zobowiązania do weryfikacji ani do potwierdzenia oczekiwań analityków lub danych szacunkowych, ani też do publicznego wydania jakichkolwiek korekt do tego typu stwierdzeń w celu odzwierciedlenia zdarzeń lub okoliczności zachodzących po dacie wydania niniejszego Sprawozdania.

W punkcie 8 „Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń”, punkcie 6 „Omówienie wyników operacyjnych i finansowych”, a także w innych miejscach niniejszego Sprawozdania przedstawiamy istotne czynniki ryzyka, które mogą spowodować, że nasze rzeczywiste wyniki będą istotnie różnić się od naszych oczekiwań. Te zastrzeżenia dotyczą wszystkich stwierdzeń odnoszących się do przyszłych oczekiwań wydanych przez nas lub przez osoby działające w naszym imieniu. Twierdząc, że zdarzenie, warunki lub okoliczności mogą lub będą mieć niekorzystny wpływ na nas, mamy na myśli ich wpływ na naszą działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne.

## Punkt 2. Informacja o kursach wymiany walut

Poniższe tabele przedstawiają – za wskazane okresy – wybrane informacje dotyczące kursu średniego, publikowanego przez Narodowy Bank Polski („NBP”) dla złotego („obowiązujący kurs wymiany NBP”), wyrażonego w złotych za dolara i w złotych za euro. Poniższe kursy walutowe mogą różnić się od rzeczywistych kursów zastosowanych dla celów sporządzania naszego skonsolidowanego sprawozdania finansowego i innych informacji finansowych przedstawionych w niniejszym Sprawozdaniu. Prezentacja kursów wymiany nie ma sugerować, że kwoty w złotych faktycznie odzwierciedlają określone kwoty w dolarach lub euro, ani że kwoty takie mogły być przeliczone na dolary lub euro, według określonej stawki.

<b>Rok (złoty za 1,00 dolara)</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Kurs wymiany na koniec okresu .....	2,9618	2,8503	2,9641	3,4174	3,0996
Średni kurs wymiany w ciągu okresu .....	2,4092	3,1162	3,0157	2,9634	3,2570
Najwyższy kurs wymiany w ciągu okresu .....	3,1303	3,8978	3,4916	3,5066	3,5777
Najniższy kurs wymiany w ciągu okresu .....	2,0220	2,7093	2,7449	2,6458	3,0690

<b>Miesiąc (złoty za 1,00 dolara)</b>	<b>Najwyższy kurs wymiany w ciągu miesiąca</b>	<b>Najniższy kurs wymiany w ciągu miesiąca</b>
wrzesień 2012 roku	3,3693	3,1131
październik 2012 roku	3,2145	3,1261
listopad 2012 roku	3,2945	3,1556
grudzień 2012 roku	3,1978	3,0690
styczeń 2013 roku	3,1700	3,0660
luty 2013 roku	3,1841	3,0563

Rok (złoty za 1,00 euro)	2008	2009	2010	2011	2012
Kurs wymiany na koniec okresu .....	4,1724	4,1082	3,9603	4,4168	4,0882
Średni kurs wymiany w ciągu okresu .....	3,5166	4,3273	3,9946	4,1198	4,1850
Najwyższy kurs wymiany w ciągu okresu .....	4,1848	4,8999	4,1770	4,5642	4,5135
Najniższy kurs wymiany w ciągu okresu .....	3,2026	3,9170	3,8356	3,8403	4,0465

Miesiąc (złoty za 1,00 euro)	Najwyższy kurs wymiany w ciągu miesiąca	Najniższy kurs wymiany w ciągu miesiąca
wrzesień 2012 roku	4,2157	4,0584
październik 2012 roku	4,1543	4,0721
listopad 2012 roku	4,1782	4,0968
grudzień 2012 roku	4,1332	4,0643
styczeń 2013 roku	4,1969	4,0671
luty 2013 roku	4,2028	4,1515

### Punkt 3. Wybrane dane finansowe

W tabeli poniżej przedstawiono wybrane historyczne dane finansowe za trzy i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2012 roku i 2011 roku, które należy analizować z uwzględnieniem punktu 6 „Omówienie wyników operacyjnych i finansowych” i skonsolidowanego sprawozdania finansowego za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2012 roku (łącznie z notami) oraz skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego za okres 3 i 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2012 roku, dołączonych do tego Sprawozdania. Dane finansowe zgodne z MSSF uzyskano ze zbadanego, skonsolidowanego sprawozdania finansowego za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2012 roku oraz niebadanego skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego za okres 3 i 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2012 roku.

#### Wybrane dane finansowe

- ze skonsolidowanego rachunku zysków i strat za okresy trzech miesięcy zakończone 31 grudnia 2012 roku i 31 grudnia 2011 roku zostały przeliczone na euro po kursie 4,1128 zł za 1 euro, stanowiącym średnią arytmetyczną średnich kursów miesięcznych ustalonych przez NBP w okresie sprawozdawczym, tj. od 1 października do 31 grudnia 2012 roku.
- ze skonsolidowanego rachunku zysków i strat oraz skonsolidowanego rachunku przepływów pieniężnych za okresy dwunastu miesięcy zakończone 31 grudnia 2012 roku i 31 grudnia 2011 roku zostały przeliczone na euro po kursie 4,1850 zł za 1 euro, stanowiącym roczny kurs średni za 2012 rok, podany przez NBP.
- ze skonsolidowanego bilansu na dzień 31 grudnia 2012 roku i 31 grudnia 2011 roku zostały przeliczone na euro po kursie 4,0882 zł za 1 euro (kurs średni NBP z dnia 31 grudnia 2012 roku).

Takie przeliczenie nie ma na celu sugerowania, że kwoty w złotych faktycznie odzwierciedlają określone kwoty w euro ani, że kwoty takie mogły być przeliczone na euro według wymienionego kursu, czy jakiegokolwiek innego kursu. Wszystkie kwoty w poniższej tabeli wyrażono w tysiącach.

Należy zwrócić uwagę, iż dane za okresy 3 i 12 miesięcy zakończone 31 grudnia 2012 roku nie są w pełni porównywalne do danych za okresy 3 i 12 miesięcy zakończone 31 grudnia 2011 roku ze względu na nabycie udziałów Telewizji Polsat Sp. z o.o. w dniu 20 kwietnia 2011 roku, nabycie udziałów INFO-TV-FM w dniu 30 stycznia 2012 roku oraz nabycie udziałów spółek tworzących serwis ipla w dniu 2 kwietnia 2012 roku.

Sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat S.A.  
za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2012 roku  
(wszystkie dane liczbowe przedstawiono w tysiącach złotych, chyba że zaznaczono inaczej)

	Za okres 3 miesięcy zakończony 31 grudnia				Za okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia			
	2012		2011		2012		2011	
	PLN	EUR	PLN	EUR	PLN	EUR	PLN	EUR
<b>Skonsolidowany rachunek zysków i strat</b>								
Przychody od klientów indywidualnych	447.350	108.770	415.523	101.032	1.734.798	414.528	1.594.872	381.092
Przychody z reklamy i sponsoringu	249.800	60.737	256.425	62.348	852.580	203.723	634.204	151.542
Przychody od operatorów kablowych i satelitarnych	22.980	5.587	22.885	5.564	93.660	22.380	61.089	14.597
Przychody ze sprzedaży sprzętu	7.263	1.766	4.668	1.135	18.770	4.485	16.546	3.954
Pozostałe przychody ze sprzedaży	23.223	5.647	19.728	4.797	78.407	18.735	59.214	14.149
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>750.616</b>	<b>182.507</b>	<b>719.229</b>	<b>174.876</b>	<b>2.778.215</b>	<b>663.851</b>	<b>2.365.925</b>	<b>565.335</b>
Koszt sprzedanych usług, produktów, towarów i materiałów	(420.018)	(102.125)	(447.665)	(108.847)	(1.530.301)	(365.663)	(1.396.237)	(333.629)
Koszty sprzedaży	(77.184)	(18.767)	(72.068)	(17.523)	(247.073)	(59.038)	(243.493)	(58.182)
Koszty ogólne i administracyjne	(65.317)	(15.881)	(52.082)	(12.663)	(194.289)	(46.425)	(159.891)	(38.206)
<b>Koszty operacyjne</b>	<b>(562.519)</b>	<b>(136.773)</b>	<b>(571.815)</b>	<b>(139.033)</b>	<b>(1.971.663)</b>	<b>(471.126)</b>	<b>(1.799.621)</b>	<b>(430.017)</b>
Pozostałe przychody/koszty operacyjne	(12.648)	(3.075)	(3.833)	(932)	(17.373)	(4.151)	(6.004)	(1.435)
<b>Zysk z działalności operacyjnej</b>	<b>175.449</b>	<b>42.659</b>	<b>143.581</b>	<b>34.911</b>	<b>789.179</b>	<b>188.573</b>	<b>560.300</b>	<b>133.883</b>
Zyski i straty z działalności inwestycyjnej	5.033	1.224	(5.696)	(1.385)	14.353	3.430	(15.006)	(3.586)
Koszty finansowe	(43.130)	(10.487)	(61.553)	(14.966)	(110.782)	(26.471)	(355.392)	(84.920)
Zysk z udziału w jednostce współkontrolowanej wycenianej metodą praw własności	853	207	677	165	2.897	692	2.164	517
<b>Zysk / (strata) brutto</b>	<b>138.205</b>	<b>33.604</b>	<b>77.009</b>	<b>18.724</b>	<b>695.647</b>	<b>166.224</b>	<b>192.066</b>	<b>45.894</b>
Podatek dochodowy	(16.581)	(4.032)	(712)	(173)	(97.349)	(23.261)	(31.876)	(7.617)
<b>Zysk / (strata) netto</b>	<b>121.624</b>	<b>29.572</b>	<b>76.297</b>	<b>18.551</b>	<b>598.298</b>	<b>142.962</b>	<b>160.190</b>	<b>38.277</b>
Podstawowy i rozwodniony zysk na jedną akcję w złotych (nie w tysiącach)	0,35	0,08	0,22	0,05	1,72	0,41	0,49	0,12
Średnia ważona liczba wycenionych akcji zwykłych i uprzywilejowanych (nie w tysiącach)	348.352.836		348.352.836		348.352.836		324.234.858	
<b>Skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych</b>								
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej					781.367	186.707	347.046	82.926
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej					(133.431)	(31.883)	(2.426.751)	(579.869)
Środki pieniężne netto z działalności finansowej					(653.347)	(156.116)	2.327.429	556.136
Zmiana netto stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów					(5.411)	(1.293)	247.724	59.193
<b>Inne skonsolidowane dane finansowe</b>								
Amortyzacja i utrata wartości	71.711	17.436	53.531	13.016	243.066	58.080	174.880	41.787
Wynik EBITDA <sup>(1)</sup>	247.160	60.095	197.112	47.926	1.032.245	246.654	735.180	175.670
Marża wyniku EBITDA	32,9%	32,9%	27,4%	27,4%	37,2%	37,2%	31,1%	31,1%
Marża operacyjna	23,4%	23,4%	20,0%	20,0%	28,4%	28,4%	23,7%	23,7%
Wydatki inwestycyjne <sup>(2)</sup>	27.474	6.680	23.736	5.771	91.177	21.787	65.674	15.693

<sup>(1)</sup> EBITDA definiujemy, jako zysk/(stratę) netto określone zgodnie z MSSF, przed amortyzacją (z wyłączeniem licencji programowych), odpisami (oraz ich odwróceniem) z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, zyskami i stratami z działalności inwestycyjnej, kosztami finansowymi, podatkiem dochodowym oraz udziałem w wyniku spółek stowarzyszonych. Różnice pomiędzy EBITDA a wykazanym zyskiem/ (stratą) z działalności operacyjnej obejmują amortyzację i odpisy (oraz ich odwrócenie) z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych.

Jesteśmy przekonani, że EBITDA stanowi przydatny uzupełniający wskaźnik finansowy, odzwierciedlający płynność spółek mediowych. EBITDA nie jest wskaźnikiem w MSSF i nie należy uznawać go za alternatywę wskaźnika zysku/(straty) netto według MSSF; za wskaźnik wyników operacyjnych, wskaźnik przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej zgodnie z MSSF czy wskaźnik płynności. Należy pamiętać, że EBITDA nie stanowi ujednoliconego ani ustandaryzowanego wskaźnika i w związku z tym jego wyliczenie może być różne w zależności od spółki, a prezentacja i wyliczenie EBITDA przez Grupę może być odmienne niż zastosowane przez inne spółki.

<sup>(2)</sup> Wydatki inwestycyjne odzwierciedlają nasze inwestycje w rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne. Nie uwzględniają nakładów na zakup zestawów odbiorczych wynajmowanych naszym abonentom, które odzwierciedlono w przepływach środków pieniężnych z działalności operacyjnej.

	Na dzień			
	31 grudnia 2012		31 grudnia 2011	
	PLN	EUR	PLN	EUR
<b>Skonsolidowany bilans</b>				
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	270.354	66.130	277.534	67.887
Aktywa	5.561.345	1.360.341	5.348.548	1.308.289
Zobowiązania długoterminowe	2.026.162	495.612	2.484.080	607.622
Zobowiązania krótkoterminowe	1.066.780	260.941	968.425	236.883
Kapitał własny	2.468.403	603.787	1.896.043	463.784
Kapitał zakładowy	13.934	3.408	13.934	3.408

## **Punkt 4. Charakterystyka Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat S.A.**

### **Punkt 4.1. Informacje ogólne o Grupie Kapitałowej**

Jesteśmy wiodącym dostawcą zintegrowanych usług multimedialnych w Polsce, posiadającym pozycję lidera na rynku płatnej telewizji poprzez Cyfrowy Polsat oraz wiodącą pozycję na rynku nadawców telewizyjnych poprzez Telewizję Polsat. Oprócz oferty płatnej telewizji (dostarczanej drogą satelitarną, naziemną oraz za pośrednictwem Internetu), oferujemy naszym abonentom szerokopasmowy dostęp do Internetu oraz usługi telefonii komórkowej.

Prowadzimy działalność poprzez dwa segmenty biznesowe: segment usług świadczonych klientom indywidualnym dostarczający usługi płatnej telewizji cyfrowej, szerokopasmowego Internetu i telefonii komórkowej, oraz segment nadawania i produkcji telewizyjnej. Oba segmenty operacyjne generują strumienie przychodów o odmiennej charakterystyce: detaliczne opłaty abonamentowe i powiązane przychody (w segmencie usług świadczonych klientom indywidualnym), oraz przychody z reklamy telewizyjnej (w segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej).

#### **Segment usług świadczonych klientom indywidualnym**

Jesteśmy największym dostawcą płatnej telewizji w Polsce oraz czwartą, co do wielkości platformą DTH w Europie pod względem liczby abonentów. Oferujemy kompleksowe usługi multimedialne zaprojektowane z myślą o całej rodzinie. Naszym abonentom dostarczamy telewizję satelitarną, telewizję mobilną, dostęp do szerokopasmowego Internetu w technologii HSPA+ i LTE oraz usługi telefonii komórkowej (jako operator MVNO oraz od kwietnia 2012 roku w ramach współpracy z Polkomtel Sp. z o.o., operatorem sieci Plus). Na dzień 31 grudnia 2012 roku nasza baza klientów liczyła 3.566.144 abonentów płatnej telewizji cyfrowej, 150.199 użytkowników szerokopasmowego Internetu, natomiast liczba użytkowników telefonii komórkowej wynosiła 144.887\*.

Abonentom usług DTH zapewniamy dostęp do ponad 120 polskojęzycznych kanałów telewizyjnych, wśród których znajdują się między innymi kanały rozrywkowe, sportowe, muzyczne, lifestyle, informacyjne, dla dzieci, edukacyjne oraz filmowe. Umożliwiamy odbiór wszystkich głównych stacji naziemnych dostępnych w Polsce, w tym: POLSAT, TVP1, TVP2, TVN i TV4, oraz jako jedyny operator platformy satelitarnej posiadamy w swojej ofercie Polsat Sport, Eurosport i Polsat Sport Extra, zajmujące odpowiednio pierwsze, drugie i piąte miejsce w rankingu najchętniej oglądanych kanałów sportowych w Polsce w 2012 roku w grupie komercyjnej 16-49 (NAM). Ponadto udostępniamy naszym abonentom 36 kanałów w jakości HD, a także usługi VoD/PPV, telewizję internetową catch-up TV oraz usługę Multiroom. Abonentom naszej usługi TV Mobilna zapewniamy dostęp poprzez różne urządzenia (w tym smartfon, tablet i laptop) do 20 kanałów kodowanych (8 telewizyjnych i 12 radiowych) oraz do wszystkich kanałów naziemnej telewizji cyfrowej.

Większość dekoderek wchodzących w skład zestawów odbiorczych płatnej telewizji jest produkowana w naszej fabryce. Dzięki własnej produkcji udało nam się znacząco obniżyć koszty pozyskania dekoderek. W 2012 roku dekodery produkowane w naszej fabryce stanowiły ponad 85% wszystkich dekoderek sprzedanych lub wydzierżawionych naszym abonentom.

Od kwietnia 2012 roku jesteśmy właścicielem telewizji Internetowej ipla. Ipla jest liderem rynku wideo online w Polsce zarówno w zakresie dostępności na różnych urządzeniach (komputery/laptopy, tablety, smartfony, telewizory z dostępem do

\* w tym 137.103 użytkowników naszej usługi MVNO i 7.784 naszych klientów, którzy zakupili usługę telefonii komórkowej Polkomtela w ramach cross promocji

Internetu, dekodery, konsole do gier) jak i pod względem ilości oferowanego kontentu. Ipla posiada również wiodącą pozycję pod względem liczby użytkowników oraz średniego czasu spędzonego na oglądaniu kontentu wideo przez jednego użytkownika. Średnio w ostatnich dwóch miesiącach 2012 roku liczba realnych użytkowników grupy ipla (aplikacja i witryna ipla.tv) wyniosła 2,3 miliony (na podstawie Megapanel PBI/Gemius).

Sprzedaż naszych usług odbywa się za pośrednictwem sieci sprzedaży obejmującej swym zasięgiem całą Polskę. Dystrybucję naszych produktów i usług prowadzimy za pośrednictwem dwóch głównych kanałów sprzedaży: kanał sprzedaży detalicznej i kanał sprzedaży bezpośredniej D2D (door-to-door). Na dzień 31 grudnia 2012 roku nasza sieć sprzedaży składała się z 827 punktów sprzedaży. Ponadto, od kwietnia 2012 roku w ramach współpracy z operatorem sieci Plus prowadzimy wzajemną sprzedaż usług. Dzięki temu nasza standardowa oferta na koniec 2012 roku była dostępna dodatkowo w prawie 800 punktach sieci sprzedaży spółki Polkomtel Sp. z o.o.

### **Segment nadawania i produkcji telewizyjnej**

Jesteśmy jedną z dwóch wiodących prywatnych grup telewizyjnych w Polsce pod względem przychodów i udziału w rynku reklamy. Nasz główny kanał, POLSAT, jest liderem oglądalności posiadającym 15,7% udziału w oglądalności w 2012 roku, podczas gdy udział w rynku nadawanych przez nas kanałów tematycznych wyniósł łącznie 4,8%. Zajmujemy się również sprzedażą czasu reklamowego na naszych kanałach oraz na niektórych kanałach innych nadawców. Posiadamy koncesje na nadawanie 18 kanałów telewizyjnych, wśród których znajdują się kanały rozrywkowe, sportowe, informacyjne, biznesowe, lifestyle, filmowe oraz dla dzieci. Na podstawie danych Starlink, szacujemy, że w 2012 roku zdobyliśmy 23,2% udziału w polskim rynku reklamy telewizyjnej wartym około 3,7 mld złotych (nie w tysiącach).

Wśród naszych kanałów telewizyjnych znajdują się: POLSAT, Polsat HD, Polsat Sport, Polsat Sport Extra, Polsat Sport HD, Polsat Sport Extra HD, Polsat Film, Polsat Film HD, Polsat Café, Polsat Play, Polsat2, Polsat News, Polsat Crime & Investigation Network, Polsat Biznes, Polsat Jim Jam, Polsat Sport News, Polsat Food, Polsat Viasat Explorer, Polsat Viasat Nature i Polsat Viasat History. POLSAT, nasz główny kanał, był pierwszym komercyjnym kanałem w Polsce, który otrzymał ogólnopolską koncesję analogową i nadaje program przez 24 godziny na dobę, siedem dni w tygodniu. POLSAT jest numerem jeden wśród stacji w Polsce pod względem udziału w oglądalności. Na tym kanale nadajemy szeroką gamę filmów (znacząca ich część powstała w największych amerykańskich studiach filmowych), programy rozrywkowe, programy informacyjne i publicystyczne, seriale polskie i zagraniczne, jak również popularne wydarzenia sportowe.

Nasze kanały tematyczne są rozprowadzane przez większość sieci kablowych w Polsce, w tym operatorów takich jak UPC, Multimedia i Vectra oraz przez wszystkie główne platformy satelitarne z wyłączeniem kanałów sportowych, na które wyłączność ma platforma Cyfrowy Polsat.

Polsat Sport to kanał sportowy nadający relacje z najważniejszych wydarzeń sportowych w Polsce i na świecie, głównie są to transmisje na żywo (siatkówka, lekkoatletyka, piłka nożna, piłka ręczna, boks światowej klasy i turnieje MMA). Polsat Sport Extra to kanał sportowy nadający transmisje z wydarzeń sportowych premium, wśród których znajdują się przede wszystkim wyścigi Formuły 1, największe międzynarodowe turnieje tenisowe takie jak Wimbledon, oraz rozgrywki Ligi Mistrzów w piłce ręcznej. Polsat Sport HD i Polsat Sport Extra HD to kanały z ramówką naszych dwóch stacji sportowych nadawane w standardzie HD. Polsat Sport News to nasz kanał sportowy nadający wiadomości sportowe, jest to kanał FTA nadawany w technologii DTT. Polsat Film nadaje hity filmowe, odnoszące sukcesy kasowe, jak również produkcje kina niezależnego z biblioteki wiodących amerykańskich studiów filmowych. Polsat Film HD to wersja naszego kanału filmowego oferująca emisję w standardzie telewizji wysokiej rozdzielczości. Polsat Café to kanał dedykowany kobietom, który koncentruje się na stylu życia, modzie, plotkach oraz programach talk-show. Polsat Play jest dedykowany mężczyznom i nadaje programy na temat gadżetów użytkowych, przemysłu motoryzacyjnego, wędkarstwa, oraz kultowe seriale. Polsat2 pokazuje głównie powtórki programów, które miały swoją premierę na naszych innych kanałach; kanał ten jest nadawany również dla polskich społeczności na całym świecie (głównie w USA). Polsat News to kanał informacyjny nadawany na żywo przez 24 godziny na dobę, koncentrujący się przede wszystkim na wiadomościach z Polski i najważniejszych wydarzeniach międzynarodowych. Polsat Crime & Investigation Network to kanał o tematyce kryminalnej, który zabiera widzów w podróż do świata zbrodni, otwierając przed nimi drzwi laboratoriów kryminalnych, policyjnych archiwów i sal sądowych. Polsat Biznes dostarcza najświeższe wiadomości na temat gospodarki i rynków finansowych. Polsat Jim Jam to kanał przeznaczony dla dzieci opierający się głównie na programach Hit Entertainment; kanał ten jest wspólnym przedsięwzięciem Telewizji Polsat i ChelloZone. Polsat Food to kanał kulinarny, oparty o bibliotekę programową Food Network, jednego z najbardziej popularnych kanałów telewizji amerykańskiej. To wspólny projekt Telewizji Polsat i Scripps Networks Interactive. Polsat Viasat Explorer to kanał dedykowany mężczyznom, zwykłym-niezwykłym ludziom, którzy ciężko pracują i wspaniale się bawią, realizując niesamowite marzenia. Polsat Viasat Nature jest kanałem o tematyce przyrodniczej skierowanym do całej rodziny; towarzyszy badaczom przyrody, weterynarzom oraz celebrytom w ich podróży pogłębiającej wiedzę o niebezpiecznych drapieżnikach, domowych pupilkach oraz dzikich zwierzętach z całego świata. Polsat Viasat History to

kanal oferujący widzom wyprawę w przeszłość poprzez wysokiej jakości programy, które jednocześnie bawią i uczą; zawartość programową stanowią programy, dotyczące wydarzeń historycznych, które wpłynęły na losy świata. Polsat Viasat Explorer, Polsat Viasat Nature oraz Polsat Viasat History działają we współpracy z Viasat Broadcasting.

#### Punkt 4.2. Struktura organizacyjna Grupy Kapitałowej

Poniższa tabela przedstawia spółki wchodzące w skład organizacji Grupy Cyfrowy Polsat na dzień 31 grudnia 2012 roku wraz ze wskazaniem jednostek podlegających konsolidacji metodą pełną:

	Siedziba spółki	Przedmiot działalności	Udział w ogólnej liczbie głosów (%)	
			31 grudnia 2012	31 grudnia 2011
<b>Jednostka Dominująca</b>				
Cyfrowy Polsat S.A.	ul. Łubinowa 4a, Warszawa	działalność radiowa i telewizyjna, telekomunikacja	n/d	n/d
<b>Jednostki zależne</b>				
Cyfrowy Polsat Trade Marks Sp. z o.o.*	ul. Łubinowa 4a, Warszawa	zarządzanie majątkiem trwałym i prawami własności intelektualnej	100%	100%
Cyfrowy Polsat Finance AB*	Stureplan 4C, 4 TR 114 35 Sztokholm, Szwecja	transakcje finansowe	100%	100%
Telewizja Polsat Sp. z o.o.*	ul. Ostrobramska 77, Warszawa	nadawanie i produkcja telewizyjna	100%	100%
RS TV S.A.*	Ul. Chorzowska 15, Radom	radiodyfuzja	100%	100%
Polsat Media Sp. z o.o.*	ul. Ostrobramska 77, Warszawa	reklama	100%	100%
Polsat Futbol Ltd.*	Office 1D 238-246 King Street London W6 0RF Wielka Brytania	działalność telewizyjna	100%	100%
Nord License AS*	Vollsvseien 13B Lysaker Norwegia	obróć licencjami programowymi	100%	100%
Polsat License Ltd.*	Poststrasse 9 6300 Zug Szwajcaria	obróć licencjami programowymi	100%	100%
Telewizja Polsat Holdings Sp. z o.o.*	ul. Ostrobramska 77, Warszawa	nadawanie i produkcja telewizyjna	100%	n/d
Media-Biznes Sp. z o.o.*	Al. Stanów Zjednoczonych 53, Warszawa	działalność telewizyjna	100%	100%
INFO-TV-FM Sp. z o.o.**	ul. Łubinowa 4a, Warszawa	działalność radiowa i telewizyjna	100%	n/d
Redefine Sp. z o.o.***	Al. Stanów Zjednoczonych 61 A, Warszawa	działalność portali internetowych	100%	n/d
Poszkole.pl Sp. z o.o.***	Al. Stanów Zjednoczonych 61 A, Warszawa	działalność portali internetowych	100%	n/d
Gery.pl Sp. z o.o.***	Al. Stanów Zjednoczonych 61 A, Warszawa	działalność portali internetowych	100%	n/d
Frazpc.pl Sp. z o.o.***	Al. Stanów Zjednoczonych 61 A, Warszawa	działalność portali internetowych	100%	n/d
Netshare Sp. z o.o.***	Al. Stanów Zjednoczonych 61 A, Warszawa	pośrednictwo w sprzedaży miejsca na cele reklamowe w mediach elektronicznych (Internet)	100%	n/d

\* Konsolidowana metodą pełną

\*\* Konsolidowana metodą pełną od dnia 30 stycznia 2012 roku

\*\*\* Konsolidowana metodą pełną od dnia 2 kwietnia 2012 roku

Udziały wyceniane metodą praw własności w następujących jednostkach:

	Siedziba spółki	Przedmiot działalności	Udział w ogólnej liczbie głosów (%)	
			31 grudnia 2012	31 grudnia 2011
Polsat JimJam Ltd.	105-109 Salusbury Road London NW6 6RG Wielka Brytania	działalność telewizyjna	50%	50%
Polski Operator Telewizyjny Sp. z o.o.*	Ul. Huculska 6 Warszawa	telekomunikacja oraz radiodfuzja	50%	50%

\* spółka zawiesiła działalność

Dodatkowo w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym za 2012 rok wykazano udziały w poniższych jednostkach:

	Siedziba spółki	Przedmiot działalności	Udział w ogólnej liczbie głosów (%)	
			31 grudnia 2012	31 grudnia 2011
Karpacka Telewizja Kablowa Sp. z o.o.*	ul. Chorzowska 3, Radom	nie prowadzi działalności	85%	85%

\* Udziały wyceniane po koszcie zakupu z uwzględnieniem trwałej utraty wartości

## Zmiany w strukturze Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat

### Finalizacja nabycia INFO-TV-FM Sp. z o.o.

W dniu 30 stycznia 2012 roku nastąpiło przeniesienie 100% udziałów w spółce INFO-TV-FM Sp. z o.o., w wyniku spełnienia się warunków zawieszających zawartych w umowie zakupu z dnia 28 października 2011 roku z Narodowym Funduszem Inwestycyjnym Magna Polonia S.A. oraz ze spółką Evotec Management Limited. Wartość godziwa ceny nabycia wyniosła 29.313.202,19 złotych (nie w tysiącach).

### Nabycie spółek tworzących serwis ipla

W dniu 12 marca 2012 r. Spółka zawarła z Bithell Holdings Ltd. umowy nabycia udziałów w spółkach tworzących serwis ipla, lidera rynku dystrybucji treści programowych (wideo) w Internecie w Polsce. Umowy dotyczyły następujących udziałów:

1. 100% udziałów w Redefine Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie;
2. 100% udziałów w Gery.pl Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (w likwidacji);
3. 100% udziałów w Frazpc.pl Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie;
4. 100% udziałów w Netshare Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie.

Przeniesienie tytułu prawnego do nabywanych udziałów nastąpiło w dniu 2 kwietnia 2012 roku.

W dniu 21 grudnia 2012 roku zgromadzenie wspólników spółki Gery.pl Sp. z o.o. podjęło uchwałę o uchyleniu likwidacji spółki z dniem 31 grudnia 2012 roku.

W wyniku nabycia udziałów wyżej wymienionych spółek, przejęliśmy również kontrolę nad spółkami zależnymi spółki Redefine Sp. z o.o.: Poszkole Sp. z o.o. i Stat24 Sp. z o.o. Z tym, że 30 listopada 2012 roku nastąpiło połączenie spółki Stat24 Sp. z o.o. ze spółką Redefine Sp. z o.o. poprzez przeniesienie na Redefine Sp. z o.o. jako jedyne go wspólnika Stat24 Sp. z o.o. całego majątku tej spółki bez przeprowadzenia jej likwidacji.

### Nowa spółka Telewizja Polsat Holdings Sp. z o.o.

W dniu 7 maja 2012 roku, Telewizja Polsat Holdings Sp. z o.o. została zarejestrowana przez sąd. Telewizja Polsat Sp. z o.o. posiada 100% udziałów w kapitale zakładowym tej spółki.

W dniu 27 listopada 2012 roku Telewizja Polsat Holdings Sp. z o.o. nabyła od spółki matki Telewizja Polsat Sp. z o.o. 100% udziałów w spółce Media-Biznes Sp. z o.o.

#### **Połączenie z Cyfrowy Polsat Technology Sp. z o.o.**

W dniu 31 grudnia 2012 roku sąd rejestrowy właściwy dla Spółki, tj. Sąd Rejonowy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego dokonał wpisu do rejestru przedsiębiorców połączenia Spółki ze spółką Cyfrowy Polsat Technology Sp. z o.o.

Połączenie nastąpiło poprzez:

- (i) przeniesienie na Spółkę - jako jedynego współnika CPT - całego majątku CPT w drodze sukcesji uniwersalnej, oraz
- (ii) rozwiązanie CPT bez przeprowadzania jej likwidacji,

zgodnie z postanowieniami art. 492 §1 pkt 1) KSH.

W wyniku połączenia, Cyfrowy Polsat - zgodnie z postanowieniem art. 494 §1 KSH - wstąpił z dniem połączenia we wszystkie prawa i obowiązki CPT.

Zważywszy, że wszystkie udziały w kapitale zakładowym CPT posiadała Spółka, zgodnie z art. 515 § 1 KSH połączenie nastąpiło bez podwyższania kapitału zakładowego Spółki.

Szczegółowe zasady połączenia zostały określone w Planie Połączenia uzgodnionym w dniu 19 października 2012 roku i opublikowanym w dniu 25 października 2012 roku w Monitorze Sądowym i Gospodarczym, nr 208, poz. 13971.

#### **Punkt 4.3. Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania naszą Spółką i Grupą Kapitałową**

W 2012 roku nie było zmian w podstawowych zasadach zarządzania Spółką i Grupą Kapitałową.

#### **Punkt 4.4. Strategia, szanse rynkowe oraz przewagi konkurencyjne Grupy Kapitałowej**

##### **Punkt 4.4.1. Strategia Grupy**

Nasza wizja: Będziemy tworzyć i dostarczać najatrakcyjniejszy content, przy użyciu najlepszych i najnowocześniejszych technologii, w celu świadczenia wysokiej jakości usług zintegrowanych, przy jednoczesnym wysokim poziomie satysfakcji naszych klientów.

Naszym celem nadrzędnym jest bycie liderem rynku rozrywki w Polsce. Zamierzamy ten cel osiągnąć zarówno poprzez świadczenie wysokiej jakości produktów i usług skierowanych do klientów indywidualnych, jak również poprzez nabywanie i tworzenie najwyższej jakości treści programowych, a następnie dostarczanie ich do polskich gospodarstw domowych.

Głównymi elementami naszej strategii są:

- Budowa wartości naszej bazy klientów indywidualnych, poprzez zwiększanie ilości klientów, przy jednoczesnym zwiększeniu ARPU i utrzymaniu wysokiego poziomu satysfakcji klientów
- Budowa wartości naszego segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej, poprzez utrzymanie oglądalności nadawanych przez nas kanałów, poprawę profilu widza oraz szeroką dystrybucję naszego contentu
- Efektywne zarządzanie bazą kosztową, poprzez wykorzystanie efektów synergii w ramach zintegrowanej grupy medialnej

#### **Budowa wartości naszej bazy klientów indywidualnych, poprzez zwiększanie ilości klientów, przy jednoczesnym zwiększeniu ARPU i utrzymaniu wysokiego poziomu satysfakcji klientów**

Od początku naszej działalności udało nam się osiągnąć znaczny wzrost przychodów w segmencie usług świadczonych klientom indywidualnym i planujemy dalej zwiększać przychody i nasz udział w rynku poprzez działania marketingowe skierowane do naszych obecnych i przyszłych abonentów.

Oferując pakiety programowe charakteryzujące się najbardziej atrakcyjną relacją jakości do ceny na polskim rynku, chcemy przyciągnąć jak najwięcej klientów do naszej platformy. Zamierzamy wykorzystywać zmiany zachodzące na polskim rynku płatnej telewizji i pojawiające się szanse związane z ewoluującymi potrzebami i oczekiwaniami konsumentów (tj. rosnące zainteresowanie usługami OTT (over-the-top) oraz wzrost konsumpcji mediów na urządzeniach mobilnych) i oferować klientom rozbudowany pakiet usług dodatkowych (VOD/PPV, catch-up TV, internetowe serwisy wideo i muzyczne, Multiroom, TV Mobilna). Poprzez rozwój naszej oferty płatnej telewizji wzbogaconej o komplementarne produkty i usługi zamierzamy uzyskać zarówno wzrost ARPU jak i zwiększenie satysfakcji i lojalności naszych abonentów.

Ponadto zamierzamy przyciągać do naszej platformy widzów telewizji analogowej, którzy w miarę postępującego procesu cyfryzacji, będą zmuszeni do podjęcia decyzji o inwestycji w sprzęt odpowiedni do odbioru naziemnej telewizji cyfrowej. W tym celu oferujemy tej grupie wysokiej jakości dekodery własnej produkcji wraz z pakietem dodatkowych kanałów w bardzo atrakcyjnej cenie.

Jednocześnie staramy się pozyskać jak największą liczbę klientów naszej usługi dostępu do szerokopasmowego mobilnego Internetu, który wedle szacunków niezależnych ekspertów jest najszybciej rozwijającą się gałęzią dostępu do sieci w Polsce. Wierzymy, że technologia mobilna pozwoli nam zaoferować wysokiej jakości usługi w obszarach zamieszkiwanych przez większość naszych klientów, co w połączeniu z korzyściami, jakie niesie świadczenie usług zintegrowanych powinno przyczynić się do dalszej poprawy satysfakcji naszych abonentów oraz dalszego zwiększenia wskaźnika ARPU.

W naszej opinii rynek usług zintegrowanych w Polsce jest słabo rozwinięty poza dużymi miastami i w związku z tym będzie dynamicznie rósł w przyszłości. Wierzymy, że nasza bogata oferta usług łączonych i możliwość cross-promocji usług dodatkowych świadczonych w ramach zróżnicowanych platform dystrybucji cyfrowej rozrywki będzie dla nas znaczącą przewagą konkurencyjną nie tylko na rynku DTH, ale w przyszłości na całym rynku płatnej telewizji, i ważnym elementem naszej strategii.

#### **Budowa wartości naszego segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej, poprzez utrzymanie oglądalności nadawanych przez nas kanałów oraz poprawę profilu widza**

Produkowane i nadawane przez nas kanały telewizyjne Grupy Polsat posiadają silną i ugruntowaną pozycję na polskim rynku telewizyjnym oraz cieszą się wysoką oglądalnością w grupie docelowej. Obecnie pod marką Polsat nadajemy 20 kanałów, które swą ofertą programową odpowiadają oczekiwaniom większości grup docelowych wśród polskiej widowni. Naszym celem jest utrzymanie oglądalności na stabilnym poziomie oraz konsekwentna poprawa profilu widza. Wierzymy, że poprzez rozsądne inwestycje programowe oraz szeroką dystrybucję naszych kanałów, profil naszego widza będzie ulegał stopniowej poprawie, co w konsekwencji będzie miało pozytywny wpływ na cenę czasu antenowego przeznaczonego na emisję reklam.

Drugim, istotnym elementem budowy wartości segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej jest jak najszersza dystrybucja produkowanych przez nas kanałów zarówno, jako FTA oraz w ramach płatnej telewizji. Wierzymy, że rozszerzenie zasięgu naszych kanałów pozytywnie wpłynie na poziom naszej oglądalności, jak również na wysokość przychodów z tytułu dystrybucji naszych kanałów wśród operatorów płatnej telewizji.

#### **Efektywne zarządzanie bazą kosztową, poprzez wykorzystanie efektów synergii w ramach zintegrowanej grupy medialnej**

Jesteśmy zdania, że stworzenie zintegrowanej grupy medialnej niesie za sobą szansę osiągnięcia wymiernych synergii i uzyskania istotnych przewag konkurencyjnych. W tym celu zidentyfikowaliśmy obszary w ramach, których zarządzamy bazą kosztową na poziomie całej Grupy Kapitałowej: (i) cross-promocja i działania marketingowe, pozwalające nam na promowanie naszej oferty pakietów programowych, usług zintegrowanych i kanałów Telewizji Polsat poprzez nasze różne platformy medialne, w tym płatną telewizję, VOD, telewizję internetową i szerokopasmowy Internet, (ii) synergie technologiczne, pozwalające nam na bardziej efektywne wykorzystanie naszych urządzeń satelitarnych i zoptymalizowanie rozwiązań sprzętowych i systemowych oraz korzystanie z synergii rozwiązań back-up'owych w odniesieniu do centrum nadawczego, (iii) korzyści z nabycia kontentu, dla całej zintegrowanej platformy, a także wzmocnienie siły negocjacyjnej połączonych biznesów oraz (iv) synergie związane z zapleczem administracyjnym, dające możliwość czerpania korzyści ze skali działalności połączonych biznesów i dzielenia się wypracowanymi skutecznymi rozwiązaniami.

#### **Punkt 4.4.2. Szanse rynkowe**

Naszym zdaniem Polska jest z wielu powodów atrakcyjnym rynkiem dla świadczonych przez nas obecnie oraz planowanych usług. Najważniejsze z nich zostały przedstawione poniżej.

**Współczynnik nasycenia płatnej telewizji w Polsce.** Uważamy, że polski rynek płatnej telewizji wciąż posiada pewien potencjał wzrostu, wynikający obecnie głównie z transformacji telewizji analogowej na cyfrową i idącą za tym potrzebą wyposażenia gospodarstw domowych w odpowiedni sprzęt odbiorczy. Dzięki nadawaniu sygnału drogą satelitarną, jak i naziemną oraz świadczeniu usług telefonii komórkowej i dostępu do szerokopasmowego Internetu w oparciu o infrastrukturę mobilną, jesteśmy w stanie dotrzeć do obszarów wiejskich i terenów mało zaludnionych po znacznie niższym koszcie niż operatorzy dostarczający sygnał telewizyjny i dostęp do Internetu drogą kablową. Ponadto, nasze pakiety programowe charakteryzują się najbardziej atrakcyjnym odniesieniem jakości do ceny na polskim rynku DTH. Wierzymy, że daje nam to możliwość przyciągnięcia dużej części potencjalnych nowych klientów do naszej platformy.

**Nasycenie usługami zintegrowanymi na obszarach nisko zurbanizowanych.** Usługi zintegrowane w Polsce świadczone są przez operatorów telewizji kablowych oraz telekomunikacyjnych (Orange Polska) i oferowane głównie w dużych i średnich miastach, co wynika z zasięgu geograficznego ich infrastruktury oraz jakości infrastruktury telekomunikacyjnej.

Według Komisji Europejskiej (raport „E-Communications Household Survey”, czerwiec 2012) nasycenie usługami zintegrowanymi w Polsce wynosi 28%, podczas gdy w Unii Europejskiej sięga 43%, a w Holandii i Belgii nawet ponad 60% (odpowiednio 64% i 61%). Wierzymy, że w związku z niskim nasyceniem usługami zintegrowanymi oraz słabą jakością usług dostępu do Internetu oferowanych na terenach nisko zurbanizowanych, Cyfrowy Polsat ma szansę stać się wiodącym dostawcą wysokiej jakości usług zintegrowanych dla konsumentów z przedmieść, małych miast i obszarów wiejskich w Polsce.

**Rozwój rynku nowych technologii i urządzeń a wraz z nimi wzrost dostępu do treści audiowizualnych i ich konsumpcji.** Wraz z ekspansją rynku nowych technologii dynamicznie rośnie liczba posiadanych przez konsumentów urządzeń mobilnych: laptopów, tabletów i smartfonów czy też odbiorników telewizyjnych typu Smart TV. To powoduje dynamiczny wzrost dostępu do materiałów wideo, a co za tym idzie również wzrostu ich oglądalności – według badania Ericsson ConsumerLab 67% osób (spośród ponad 12 tysięcy badanych w 12 krajach) ogląda materiały wideo na ekranach tabletów, smartfonów i laptopów. Ponadto niemal 15% osób ogląda pliki wideo podczas przemieszczania się w mieście, zarówno w transporcie publicznym, jak i będąc w roli pasażera w samochodzie. Konsumenty oczekują od dostawców możliwości oglądania telewizji na każdym posiadanym ekranie, w dowolnym miejscu i czasie. W tej grupie widzimy perspektywiczny segment odbiorców nie tylko usług telewizyjnych, ale też możliwości monetyzacji naszego kontentu audiowizualnego.

**Rozwój rynku reklamy w Polsce.** Popyt na emisję reklam uzależniony jest w dużym stopniu od ogólnych warunków gospodarczych. Pomimo relatywnie dobrej kondycji polskiej gospodarki, zła koniunktura na rynkach światowych i problemy niektórych państw w Unii Europejskiej mają niekorzystny wpływ na poziom wydatków reklamowych w Polsce. Dom mediowy ZenithOptimedia przewiduje, że w 2013 roku całkowite wydatki netto na reklamę telewizyjną odnotują spadek na poziomie 5,7%. Zważywszy jednak na to, że telewizja jest bardzo efektywnym medium reklamowym i biorąc pod uwagę relatywnie niski poziom wydatków na reklamę w Polsce na mieszkańca i jako odsetek PKB w porównaniu do innych rynków europejskich, wierzymy, że rynek reklamy telewizyjnej w Polsce charakteryzuje się dużym potencjałem wzrostu w perspektywie długoterminowej. Warto zaznaczyć, iż pomimo wzrostu znaczenia nowych mediów, szacuje się, że telewizja wciąż będzie atrakcyjną i popularną formą spędzania czasu, głównie dzięki nowym możliwościom technicznym, takim jak m.in.: coraz większa oferta kanałów nadawanych w HD, VOD oraz dzięki rosnącej liczbie odbiorników z dostępem do Internetu.

Dynamiczny wzrost odnotowuje rynek reklamy internetowej, którego wydatki na reklamę w 2011 roku według badania IAB AdEx wzrosły rok do roku o 22% i wyniosły 1,9 mld zł (nie w tysiącach), natomiast wydatki segmentu reklamy wideo, z którego bezpośrednio pochodzą nasze wpływy, wzrosły o 35% i stanowiły 2,5% całkowitych wydatków reklamy internetowej (wzrost o 1,7 pkt% w stosunku do 2009 roku). Według naszych wyliczeń opartych na prognozach PwC (Global entertainment and media outlook: 2012–2016) średni wzrost wydatków na reklamę wideo online w latach 2012-2016 wyniesie 37% (CAGR). Uważamy, że dzięki pozycji lidera rynku wideo online (poprzez telewizję internetową ipla) będziemy beneficjentem wzrostu tego perspektywicznego segmentu rynku reklamy.

**Rozwój rynku internetowego w Polsce.** Dostęp do Internetu w Polsce w 2012 roku posiadało ponad 71% gospodarstw domowych, a około 67% do Internetu szerokopasmowego (wg GUS, „Społeczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań statystycznych z lat 2008-2012”) przy średniej 27 krajów członkowskich Unii Europejskiej na poziomie 72% (wg Eurostatu). Poziom odsetka gospodarstw domowych mających dostęp do Internetu był zróżnicowany m.in. w zależności od miejsca zamieszkania – w dużych miastach wyniósł 76%, natomiast na obszarach wiejskich 66%, a także stopnia urbanizacji – 66% penetracji przy niskim stopniu urbanizacji i 75% przy wysokim stopniu. Według szacunków PMR (raport „Rynek telekomunikacyjny w Polsce 2012-2016”, październik 2012), w 2012 roku było około 11,6 milionów użytkowników Internetu szerokopasmowego, z czego 38% stanowili użytkownicy Internetu mobilnego. Do 2016 roku liczba użytkowników korzystających z Internetu szerokopasmowego ma wzrosnąć o 13% przy wzroście Internetu mobilnego na poziomie około

55% (dane dotyczące Internetu mobilnego obejmują wyłącznie abonentów usługi korzystających z modemu i komputera). Głównymi motorami rozwoju Internetu mobilnego w perspektywie długoterminowej będą: wzrost prędkości przesyłu danych, eliminacja limitu ściągania i wysyłania danych wynikającego z ograniczonej pojemności sieci (dzięki ekspansji technologii LTE, której komercyjną usługę na polskim rynku jako pierwszy wprowadził Cyfrowy Polsat), rosnąca popularność urządzeń przenośnych tj. laptopy, smartfony, tablety i relatywnie niski koszt tworzenia infrastruktury bezprzewodowej obejmującej nisko zurbanizowane tereny (do których m.in. kierujemy swoją ofertę).

**Rosnące znaczenie kanałów tematycznych.** Głównym trendem na polskim rynku telewizyjnym w ciągu ostatnich kilku lat jest rosnące znaczenie kanałów tematycznych. Kanały tematyczne to kanały telewizyjne rozpowszechniane głównie drogą kablowo-satelitarną (płatną) oraz naziemną poprzez multipleksy (bezpłatną) specjalizujące się w sprofilowanych treściach, takich jak np. programy dla dzieci, filmy, sport, styl życia, informacje lub pogoda. Segment kanałów tematycznych w 2012 roku osiągnął 39,4% udziału w oglądalności w porównaniu do 35,0% w 2011 roku (NAM, wszyscy 16-49, cała doba, wszystkie stacje z wyłączeniem kanałów nadających w oparciu o koncesje na analogowe rozpowszechnianie naziemne). Nadawcy, którzy mają dostęp do kanałów tematycznych oraz zintegrowanych platform medialnych (tak jak Grupa Cyfrowy Polsat) mogą potencjalnie skorzystać na kanałach niszowych poprzez sprofilowane, a przez to bardziej efektywne w dotarciu do konsumenta reklamy.

#### **Punkt 4.4.3. Przewagi konkurencyjne**

**Jesteśmy wiodącą zintegrowaną grupą multimedialną.** Prowadzimy działalność w zdywersyfikowanych obszarach biznesu obejmujących płatną telewizję satelitarną, telewizję mobilną i internetową, nadawanie i produkcję telewizyjną, szerokopasmowy dostęp do Internetu w technologii HSPA+ i LTE, telefonię komórkową. Jesteśmy największym dostawcą usług DTH w Polsce. Z bazą ponad 3,5 mln abonentów na koniec 2012 roku, według naszych szacunków, mieliśmy większą bazę abonentów niż łącznie klienci naszych konkurentów na rynku DTH. W 2012 roku mieliśmy około 56% udziału w polskim rynku płatnej telewizji satelitarnej.

W 2012 roku byliśmy jedną z dwóch wiodących prywatnych grup telewizyjnych w Polsce, a nasz kanał główny miał pierwsze miejsce pod względem udziału w oglądalności.

**Posiadamy dobrze rozpoznawalną markę i cieszymy się dobrą opinią wśród klientów i widzów.** Marki Cyfrowego Polsatu i Telewizji Polsat są rozpoznawalne przez polskich konsumentów i wierzymy, że kojarzone są z wysoką jakością usług skierowanych dla całej rodziny w atrakcyjnej cenie. Według TNS posiadamy najwyższą (75%) spontaniczną rozpoznawalność marki wśród operatorów cyfrowej telewizji satelitarnej w Polsce (procent grupy docelowej, który bez pomocy ankietera jest w stanie podać nazwę marki, wg badania TNS „Świat płatnej telewizji i Internetu mobilnego”, sierpień 2012).

Potwierdzeniem bardzo wysokiej jakości naszych produktów i usług jest również 2. miejsce w corocznym rankingu Pulsu Biznesu Giełdowa Spółka Roku w kategorii „jakość produktów i usług”. Ponadto w 2012 roku nasz kanał główny POLSAT był najczęściej wybieraną stacją wśród widzów w grupie 16-49 lat. Także nasze biuro reklamy Polsat Media po raz kolejny zostało najlepiej ocenionym biurem reklamy telewizyjnej w 2012 roku spośród największych polskich grup mediowych – nadawców stacji ogólnopolskich. Wyróżnienie w Raporcie Media & Marketing Polska Polsat Media otrzymał od ankietowanych pracowników domów mediowych oraz od agencji reklamowych odpowiedzialnych za media. Biuro reklamy Polsatu doceniane jest za standardy obsługi oraz relacje biznesowe z partnerami, które oceniono na najwyższym poziomie.

Uważamy, że nasza pozycja największego operatora płatnej telewizji w Polsce i dobre relacje z licencjodawcami pozwalają na osiągnięcie przewagi konkurencyjnej w pozyskiwaniu programów wysokiej jakości na korzystnych warunkach rynkowych. Naszym zdaniem poprzez oferowanie wysokiej jakości pakietów programowych w konkurencyjnych cenach podnosimy atrakcyjność naszych usług. Ponadto, bardzo dobra opinia rynkowa i relacje zarówno z domami mediowymi jak i reklamodawcami wzmacniają naszą pozycję na bardzo konkurencyjnym rynku oraz mają wpływ na zaufanie nadawców telewizyjnych, którzy wraz z dystrybucją kanałów na naszej platformie satelitarnej coraz częściej powierzają nam równocześnie pośrednictwo sprzedaży czasu antenowego w swoich stacjach (nowe kanały w portfolio Polsat Media w 2013 roku należące m.in. do BBC Worldwide Channels oraz Viasat Broadcasting).

**Świadczymy usługi zintegrowane.** Od czerwca 2010 roku świadczymy usługi zintegrowane, składające się z usług płatnej telewizji satelitarnej, dostępu do Internetu i usług telekomunikacyjnych. Z dwóch wiodących płatnych operatorów DTH w Polsce, jako jedyni oferujemy pełne usługi zintegrowane, co jest naszą znaczącą przewagą konkurencyjną na polskim rynku płatnej telewizji satelitarnej. Uważamy, że podobnie jak preferencje konsumentów wysoko rozwiniętych krajów europejskich, także preferencje ludności Polski będą podążały w kierunku usług zintegrowanych, co będzie wzmacniać naszą przewagę konkurencyjną.

**Świadczymy usługi dostępu do Internetu w technologii LTE.** Jako pierwszy komercyjny dostawca w Polsce, w 3 kwartale 2011 roku rozpoczęliśmy świadczenie usług szerokopasmowego Internetu w technologii LTE, która jest w stanie zapewnić obecnie prędkość do 150 Mb/s. W porównaniu do technologii HSPA+ czy UMTS, LTE charakteryzuje się dużo mniejszymi opóźnieniami i pozwala na obsługę znacząco większej liczby użytkowników. Potencjał technologii LTE polega na większej pojemności i szybkości transmisji przy mniejszych opóźnieniach, dzięki czemu użytkownicy mogą swobodnie korzystać z usług interaktywnych i multimedialnych, wymagających dużej przepustowości i transmisji w czasie rzeczywistym, jak gry online, komunikacja wideo czy telewizja HD przez Internet.

**Dysponujemy częstotliwościami umożliwiającymi świadczenie usług w technologii DVB-T.** Poprzez spółkę zależną INFO-TV-FM Sp. z o.o. jesteśmy właścicielem częstotliwości z zakresu 470-790 MHz przeznaczonych do świadczenia mobilnych audiowizualnych usług medialnych w technologii DVB-T. Posiadane częstotliwości umożliwiają nam oferowanie usług płatnej telewizji na kolejnym polu dostarczania rozrywki abonentom, jakim jest telewizja mobilna, która w naszej usłudze dostępna jest na najbardziej popularnych urządzeniach przenośnych, a także poprzez najnowszy dekodery DVB-T naszej własnej produkcji. W zasięgu multiplexu jest obecnie około 5 mln gospodarstw domowych i około 15 mln osób. Świadczenie usług w technologii DVB-T daje nam również istotną przewagę nad konkurencją, w kontekście trwającego procesu cyfryzacji i wyłączenia sygnału analogowego. Oferując dekodery do odbioru naziemnej telewizji cyfrowej wraz z pakietem dodatkowych kanałów w bardzo atrakcyjnej cenie, jesteśmy w stanie przyciągnąć część obecnych widzów telewizji analogowej, którzy, aby dalej oglądać bezpłatną telewizję naziemną, muszą zakupić nowy odbiornik telewizyjny lub zaopatrzyć się w odpowiedni dekodery.

**Posiadamy własną technologię dystrybucji treści internetowych.** Posiadamy unikalne kompetencje technologiczne w obszarze kodowania i strumieniowania treści audiowizualnych w Internecie, jak i optymalizacji dystrybucji tego typu sygnału. W odróżnieniu od konkurencji, w naszej platformie dystrybucji wideo online ipla, stosujemy autorskie rozwiązania, co pozwala nam tworzyć usługi optymalnie dostosowane do ograniczeń infrastruktury internetowej w Polsce oraz możliwości zewnętrznych systemów, z którymi integrujemy nasze aplikacje. Dzięki temu możemy oferować wyższej jakości usługi niż powszechnie stosowane rozwiązania, np. nasz system kodowania strumienia wideo w jakości HD pozwala przesyłać sygnał przy zajęciu o połowę mniejszego łącza internetowego niż zastosowania zaimplementowane przez inne podmioty działające na polskim rynku. Optymalizowanie technologii ma więc bezpośrednie przełożenie na sukces naszych projektów, zwiększanie ich potencjału pod względem zasięgu oraz liczby równoczesnych widzów.

Nasze osiągnięcia technologiczne oraz strategiczne podejście do rozwoju własnej technologii zostały docenione przez niezależnych ekspertów. W 2011 roku zostaliśmy uznani za jedną z pięciu najszybciej rozwijających się firm technologicznych w Europie Środkowo-Wschodniej w kategorii Rising Stars w rankingu Deloitte Technology Fast 50. W tym samym roku Redefine została wyróżniona także w międzynarodowym konkursie IBC Connected World, the ConnectedWorld TV Awards jako jeden z najciekawszych na świecie projektów związanych z pionierskimi rozwiązaniami biznesowymi z rynku mediów. Rok wcześniej ipla została wyróżniona, jako najciekawsza usługa szerokopasmowa nagrodą Forum Usług Szerokopasmowych przyznawaną podmiotom, które wyznaczają trendy na rynku usług szerokopasmowych, wprowadzając produkty i usługi o istotnym znaczeniu dla jego rozwoju i konkurencyjności.

**Wieloplatfomowa dystrybucja treści wideo online.** Poprzez nasz serwis wideo online ipla, jesteśmy jedyną grupą w Polsce udostępniającą ofertę wideo za pomocą tak szerokiego wachlarza urządzeń tj. komputery/laptopy, tablety, smartfony, telewizory z dostępem do Internetu, (około 95%), dekodery, konsole do gier oraz kina domowe. Naszym celem jest udostępnienie bogatej propozycji treści audiowizualnych za pomocą dowolnego typu urządzenia, które może służyć do odtwarzania multimedialnych plików online. W ramach każdego typu platformy uwzględnimy wszystkich najważniejszych producentów sprzętu oraz systemy operacyjne.

**Nowi gracze muszą pokonać istotne bariery prawne i operacyjne, aby skutecznie konkurować na rynkach, na których działamy.** Uważamy, że istotne bariery wejścia nowych graczy, na polski rynek płatnej telewizji oraz rynek nadawców telewizyjnych pozwolą nam utrzymać wiodącą pozycję w obu segmentach rynku. W przeciwieństwie do potencjalnych nowych uczestników na polskim rynku płatnej telewizji, czerpiemy korzyści z efektu skali i lojalnej bazy abonentów i możemy rozłożyć stosunkowo wysoki koszt niezbędnych technologii na naszą dużą bazę abonentów, a także dysponujemy większą siłą przetargową wynikającą z naszej pozycji lidera. Skuteczność naszych programów utrzymaniowych, kary związane z wcześniejszym rozwiązaniem umów zawartych na czas określony i obciążenia związane ze zmianą dekodery stanowią bariery dla potencjalnych nowych konkurentów. Nasze doświadczenie na rynku płatnej telewizji przekłada się na możliwość szerokiego rozprowadzania atrakcyjnych ofert programowych poprzez naszą sieć sprzedaży obejmującą całą Polskę, a także punkty sprzedaży naszego partnera biznesowego – operatora sieci komórkowej Plus.

**Posiadamy atrakcyjną pod względem operacyjnym platformę z niskim wskaźnikiem odpływu klienta i wysoką lojalnością abonentów.** Nasza pozycja największego operatora płatnej telewizji w Polsce, rozwinięte programy utrzymania abonenta i dobre relacje z licencjodawcami umożliwiają nam zachowanie wysokiej lojalności abonentów poprzez dostarczanie im wysokiej jakości programów na korzystnych warunkach rynkowych. Proponujemy nasz Pakiet Familijny HD w cenie 39,90 zł za miesiąc i Pakiet Mini HD w cenie 14,90 zł co stanowi odpowiednio około 1,1% i 0,4% przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia brutto w Polsce. Od listopada 2012 roku oferujemy również nowy rozszerzony pakiet Familijny Max HD, obejmujący obecnie 87 kanałów, w tym 16 w jakości HD, w cenie 49,90 zł (1,3% przeciętnego wynagrodzenia brutto). Uważamy, że nasze pakiety programowe charakteryzują się najbardziej atrakcyjnym odniesieniem jakości do ceny na polskim rynku DTH. Wierzymy również, że rozwój naszych programów utrzymaniowych i nasze zintegrowane usługi zwłaszcza na mniej zaludnionych obszarach Polski, gdzie wysokie jakościowo usługi płatnej telewizji i Internetu są ograniczone, przyczynią się do zwiększania się lojalności abonentów i dalszego obniżenia wskaźnika odpływu abonentów.

**Zbudowaliśmy własną fabrykę dekoderek.** Jako jedyny operator na polskim rynku posiadamy dekodery własnej produkcji. W listopadzie 2007 roku uruchomiliśmy własną produkcję dekoderek SD, w kwietniu 2010 roku rozpoczęliśmy produkcję dekoderek HD, a w 2012 roku dekodera DVB-T. Do końca 2012 roku z naszej taśmy produkcyjnej zjechały już ponad cztery miliony nowoczesnych urządzeń, z czego ponad 2,5 miliona dekoderek HD. Własna fabryka pozwala nam na produkcję sprzętu bardzo dobrej jakości przy zauważalnie niższych kosztach produkcyjnych w porównaniu do cen zakupu dekoderek od zewnętrznych producentów. Funkcjonalności dekoderek projektujemy na podstawie zbadanych oczekiwań naszych abonentów, dzięki czemu mamy pewność, że trafia do nich sprzęt w pełni zaspokajający ich potrzeby. Natomiast rozwijanie oprogramowania przez działy wewnętrzne sprawia, że mamy możliwość szybkiego reagowania na pojawiające się nowe wymagania klientów. Jesteśmy w tym zakresie całkowicie niezależni i elastyczni, co oznacza lepszą obsługę naszych abonentów.

**Atrakcyjna zawartość naszych kanałów TV.** Wierzymy, że atrakcyjne treści programowe dają nam znaczącą przewagę konkurencyjną. Posiadamy podpisane kontrakty z największymi studiami filmowymi, takimi jak Sony Pictures Entertainment Inc i 20th Century Fox, które zapewniają nam dostęp do szerokiego wyboru najbardziej atrakcyjnych filmów i seriali. Nasza bezpośrednia produkcja koncentruje się głównie na programach rozrywkowych i serialach opartych na formatach międzynarodowych, jak również na naszych własnych koncepcjach. Oferujemy także szeroki wybór transmisji sportowych, w tym z ligi piłki nożnej T-Mobile Ekstraklasa, meczów piłkarskiej reprezentacji Polski w eliminacjach Mistrzostw Świata, wyścigów Formuły 1, turniejów siatkówki i wielu innych dyscyplin.

Potwierdzeniem atrakcyjności naszej oferty programowej są bardzo dobre wyniki oglądalności. W 2012 roku łączny udział w widowni naszych kanałów w grupie 16-49 lat w prime time (między godzinami 18:30 a 23:00) wyniósł 21,0% i wzrósł o 1,2% w porównaniu do analogicznego okresu w roku ubiegłym. Najbliżsi konkurenci tj. Grupa TVN odnotowała w tym okresie spadek na poziomie 4,9% (do 22,7% udziału), natomiast Grupa TVP 3,0% spadku (do 31,8% udziału) pomimo transmisji na swojej antenie dwóch dużych wydarzeń sportowych – EURO 2012 oraz Igrzysk Olimpijskich w Londynie.

**Mamy silne, stabilne i różnicowane przepływy finansowe.** Nasze przychody generujemy poprzez dwa różne strumienie przychodów: (i) segment usług świadczonych klientom indywidualnym oraz (ii) segment nadawania i produkcji telewizyjnej. W segmencie usług świadczonych klientom indywidualnym, nasza wysoka baza abonentów, miesięczne przychody subskrypcyjne oraz stosunkowo niski wskaźnik churn zapewnia nam znaczną przewidywalność przyszłych przychodów i stabilne przepływy pieniężne, które historycznie okazały się odporne nawet w okresie trudnych warunków ekonomicznych. Nasz segment usług świadczonych klientom indywidualnym osiągnął marżę EBITDA na poziomie 27,5%, 29,3% i 35,0% odpowiednio w 2010, 2011 i 2012 roku, natomiast CAGR przychodów tego segmentu w ciągu ostatnich trzech lat wyniósł 10,3%. Nasz segment nadawania i produkcji telewizyjnej osiągnął marżę EBITDA na poziomie 30,7%, 30,9% i 36,7% odpowiednio w 2010, 2011 i 2012 roku, natomiast CAGR przychodów tego segmentu w ciągu ostatnich trzech lat wyniósł 3,1%.

W przypadku naszej bazy kosztowej skupiamy się m.in. na inicjatywach zmierzających do rozwoju własnych usług i systemów w celu poprawy jakości i efektywności. Przykładem jest nasza własna fabryka dekoderek, własne rozwiązania IT, czy też centralizacja niektórych funkcji back-office w ramach całej Grupy Kapitałowej.

**Doświadczona kadra zarządcza.** Nasz zarząd składa się z kadry zarządzającej, która sprawowała funkcje członków zarządów lub piastowała stanowiska kierownicze w spółkach sektora mediowego, telewizyjnego, telekomunikacyjnego i posiada duże doświadczenie w tych branżach. Ponadto nasze oba segmenty biznesowe są zarządzane przez doświadczonych menedżerów, którzy posiadają ekspercką wiedzę i dogłębne zrozumienie rynków, na których prowadzimy działalność, zwłaszcza w odniesieniu do sprzedaży i marketingu, zarządzania relacjami z klientami, technologii i finansów. Nasza kadra zarządzająca posiada znaczące osiągnięcia we wzroście naszej bazy konsumentów i udziału w rynku, a także

we wprowadzaniu nowych produktów na konkurencyjnym rynku przy jednoczesnej kontroli kosztów i zwiększaniu przepływów pieniężnych.

#### **Punkt 4.5. Segment usług świadczonych klientom indywidualnym**

##### **Punkt 4.5.1. Otoczenie rynkowe**

###### **Punkt 4.5.1.1. Rynek płatnej telewizji**

W Polsce, usługi płatnej telewizji oferowane są przez operatorów platform satelitarnych, telewizji kablowych i IPTV.

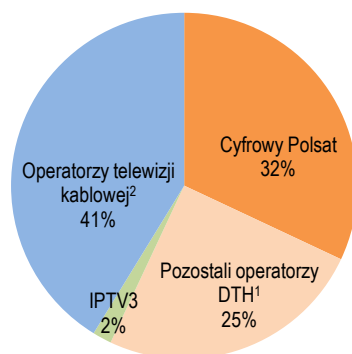
Na koniec 2012 roku, według naszych szacunków, polscy operatorzy mieli łącznie około 11 mln abonentów usług płatnej telewizji. Według danych firmy AC Nielsen (Establishment Survey 2012) wyłączając gospodarstwa domowe korzystające z więcej niż jednej usługi płatnej telewizji, nasycenie płatną telewizją pod koniec 2012 roku wynosiło około 66% gospodarstw domowych w Polsce.

Historycznie, telewizja kablowa była główną formą dostępu do płatnej telewizji w Polsce. Mimo, że rynek cyfrowych platform satelitarnych rozwijał się znacznie szybciej w ostatnich latach, operatorzy satelitarni tylko w ograniczonym zakresie konkurują z operatorami telewizji kablowej. Operatorzy kablowi koncentrują się na klientach zamieszkujących tereny gęsto zaludnione, gdzie istnieje rozbudowana infrastruktura lub budowa takiej infrastruktury wiąże się z relatywnie niskimi kosztami w przeliczeniu na jednego abonenta, natomiast operatorzy DTH są w stanie dostarczyć swoje usługi klientom zamieszkującym zarówno miasta jak i obszary mniej zaludnione, gdzie infrastruktura telewizji kablowych nie istnieje lub jest słabo rozwinięta, bez konieczności zwiększania kosztów.

W ostatnich latach liczba abonentów płatnej telewizji satelitarnej rosła znacznie szybciej niż liczba abonentów telewizji kablowej. Niski przyrost abonentów telewizji kablowej spowodowany jest wysokim nasyceniem usług telewizji kablowej w obszarach miejskich oraz brakiem zainteresowania operatorów kablowych ponoszeniem wysokich nakładów na budowę infrastruktury kablowej na obszarach mniej zaludnionych i wiejskich terenach Polski. W rezultacie, mieszkańcy takich terenów mają dostęp do ograniczonej liczby polskich naziemnych kanałów i do alternatywnych dostawców szerokopasmowego Internetu i usług telefonicznych. Polskie miasta do 50.000 mieszkańców, obszary podmiejskie i wiejskie są naturalnym rynkiem docelowym płatnej cyfrowej telewizji satelitarnej, jako że mają słabo rozwiniętą infrastrukturę kablową i są niezbyt atrakcyjne inwestycyjnie dla operatorów telewizji kablowej. Ponadto na dynamiczny wzrost abonentów płatnej cyfrowej telewizji satelitarnej wpływa fakt, że operatorzy platform DTH są w stanie zaproponować znacznie szerszą ofertę programową, zawierającą ponad 100 kanałów tematycznych w języku polskim oraz około 500 kanałów FTA, zarówno w technologii SD jak i HD.

Rozwój rynku IPTV przebiega w Polsce relatywnie wolno, przede wszystkim ze względu na przeszkody technologiczne wynikające z braku nowoczesnej infrastruktury o przepustowości wystarczającej do świadczenia jakościowych i opłacalnych usług IPTV. Uważamy, że wprowadzenie usług IPTV przez operatorów telefonii stacjonarnej takich jak Telekomunikacja Polska S.A. i Telefonia Dialog S.A. może mieć negatywny wpływ na działalność operatorów płatnej telewizji kablowej w Polsce, jako że plany przewidują świadczenie usług IPTV przede wszystkim w miastach, natomiast będzie miało mniej istotny wpływ na operatorów DTH, którzy są mniej zależni od klientów terenów wysoko zaludnionych. Obecnie trudno jest oszacować, kiedy operatorzy telefonii stacjonarnej będą w stanie znacząco rozwinąć ofertę IPTV na obszarach wiejskich i podmiejskich, jak również w małych i średnich miastach i jaki będzie wpływ tej oferty na działalność operatorów płatnej cyfrowej telewizji satelitarnej.

### Rynek płatnej telewizji w Polsce



<sup>1</sup> Na podstawie szacunków własnych i danych opublikowanych przez operatorów (Raporty roczne Grupy TVN S.A. i Grupy Telekomunikacja Polska S.A. za 2012 rok)

<sup>2</sup> Na podstawie szacunków własnych i danych publikowanych przez PIKE.

<sup>3</sup> Na podstawie szacunków własnych i danych opublikowanych przez operatorów (Raporty roczne Grupy Telekomunikacja Polska S.A. i Netia S.A. za 2012 rok)

Polski rynek płatnej telewizji podlega nadzorowi odpowiednich organów administracyjnych takich jak Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Urząd Komunikacji Elektronicznej i Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji.

#### Operatorzy płatnej cyfrowej telewizji satelitarnej

W 2012 roku w Polsce działały trzy główne płatne platformy DTH: Cyfrowy Polsat, Cyfra+, platforma „n”. Pod koniec 2012 roku grupy Canal+ Cyfrowy i TVN ogłosiły sfinalizowanie umów o strategicznym partnerstwie i przystąpiły do połączenia swoich platform Cyfra+ i „n” w jedną platformę nc+. Według informacji prezentowanych przez grupę TVN, platforma powstała wskutek połączenia będzie obsługiwać około 2,5 miliona klientów. Od 2006 roku liderem pod względem liczby abonentów i udziału w rynku jest Cyfrowy Polsat z ponad 3,5 mln abonentów i około 56% udziałem w krajowym rynku na 31 grudnia 2012 roku.

#### Operatorzy telewizji kablowej

Zgodnie z danymi PIKE, polski rynek telewizji kablowej jest zdominowany przez trzech największych operatorów, których łączny udział w rynku wynosił około 67% (dane wg PIKE na koniec trzeciego kwartału 2012). Według szacunków PIKE łączna liczba abonentów krajowych operatorów kablowych wynosi ok. 4,6 mln. W 2012 roku, trzema głównymi operatorami telewizji kablowej w Polsce byli: UPC Polska, Multimedia Polska i Vectra. Poza tym, według naszych szacunków, w Polsce działa ponad 500 mniejszych operatorów telewizji kablowej.

#### Cyfrowa telewizja poprzez protokół Internetowy (IPTV)

Wiodącym operatorem IPTV w Polsce jest Telekomunikacja Polska, oferująca przede wszystkim usługi telefonii stacjonarnej, która w 2006 roku zaczęła świadczyć usługi IPTV dla swoich klientów z wykupionym dostępem do szerokopasmowego Internetu. Z usług IPTV oferowanych przez Telekomunikacja Polska S.A. korzystało na 31 grudnia 2012 roku 119.000 abonentów (wg danych opublikowanych przez Telekomunikacja Polska S.A.). Drugim co do wielkości operatorem płatnych usług IPTV jest Netia S.A. (która w grudniu 2011 roku nabyła spółkę Telefonía Dialog Sp. z o.o.), według danych opublikowanych przez operatora na koniec 2012 roku 79.285 klientów korzystało z oferowanych przez niego usług telewizyjnych (w tym IPTV i usług w technologii smooth streaming wprowadzonych do sprzedaży w trzecim kwartale 2012 roku).

#### Punkt 4.5.1.2. Rynek dostępu do Internetu

Szerokopasmowy Internet w Polsce jest dostarczany przez łącza kablowe i sieci bezprzewodowe. Stosunkowo niski wskaźnik nasycenia rynku dostępu do szerokopasmowego Internetu oraz duży potencjał wzrostu sprawiają, że jest to rynek

atrakcyjny dla inwestycji. Przy tym mobilna transmisja danych jest obecnie najszybciej rosnącym segmentem rynku telekomunikacyjnego. Wraz z rosnącą na rynku liczbą urządzeń mobilnych – smartfonów i tabletów – usługi dostępu do bezprzewodowego Internetu cieszą się coraz większą popularnością.

Raport Urzędu Komunikacji Elektronicznej (UKE) na temat rynku usług telekomunikacyjnych dostępny jest zazwyczaj w drugiej połowie kolejnego roku, dlatego prezentujemy dane za 2011 rok.

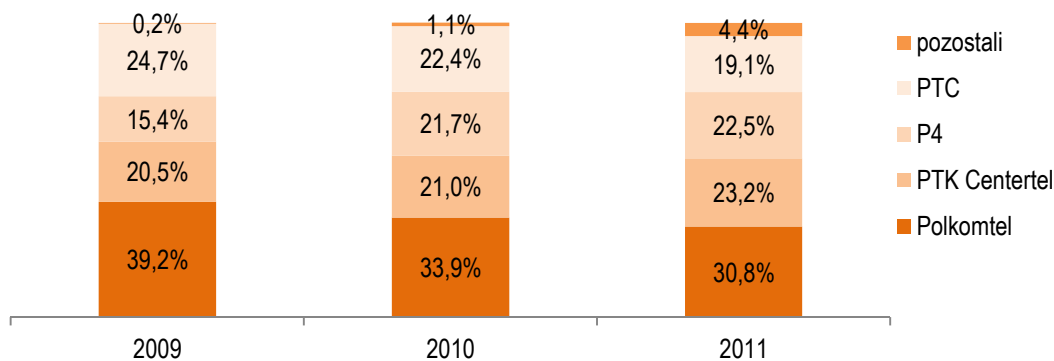
Zgodnie z danymi opublikowanymi przez UKE („Raport o stanie rynku telekomunikacyjnego w Polsce w 2011 roku”, czerwiec 2012), w 2011 roku dostęp do szerokopasmowego Internetu miało 74,4% gospodarstw domowych w Polsce. Wskaźnik penetracji w przeliczeniu na 100 mieszkańców wynosił 26%. Stacjonarny dostęp do Internetu miało prawie 6,7 mln mieszkańców Polski, natomiast usługę mobilnego Internetu miało ponad 3,3 mln osób. Pośród miliona nowych odbiorców Internetu ponad połowę stanowili użytkownicy usług mobilnych.

Według danych przedstawionych przez Komisję Europejską w Raporcie „Digital Agenda Scoreboard 2011”, Polska uplasowała się na 9 miejscu wśród państw UE, biorąc pod uwagę wartość wskaźnika penetracji mobilnym Internetem na 100 mieszkańców. Wyniósł on 8,3%, czyli o 0,2 p. p. więcej w porównaniu do średniej unijnej (8,1%). Jeśli zaś chodzi o stacjonarny szerokopasmowy dostęp do Internetu, wskaźnik penetracji tą usługą w Polsce wyniósł 17,3%, zatem o 10,4 p. p. mniej niż średnia dla całej UE (27,7%).

Zgodnie z danymi UKE, wartość rynku dostępu do Internetu mierzona wielkością przychodów z usług wyniosła w roku 2011 prawie 4 mld zł (nie w tysiącach). Oznacza to spadek o 1,8% w porównaniu do roku 2010 – jako główną przyczynę utraty wartości tego rynku UKE podaje zmniejszenie wpływów z ofert na bazie łącza xDSL o prawie 10,7% (przychody operatorów świadczących usługi w oparciu o pozostałe technologie dostępne wzrosły). Średni miesięczny przychód przypadający na 1 abonenta usługi Internetowej (ARPU) w roku 2011 wyniósł 33,1 zł, czyli o prawie 12% mniej niż w roku poprzednim.

Jak podaje UKE, rynek usług mobilnego dostępu do Internetu w 2011 roku w dalszym ciągu zdominowany był przez czterech infrastrukturalnych operatorów sieci komórkowych (posiadali łącznie 95,6% bazy klientów). Jednak wyraźnie zaznaczył się wzrost konkurencyjności pozostałych operatorów, których udziały wzrosły prawie czterokrotnie (w tym przede wszystkim udział Cyfrowego Polsatu).

Poniższy wykres przedstawia udziały operatorów w ogólnej liczbie użytkowników korzystających z modemów 2G/3G:



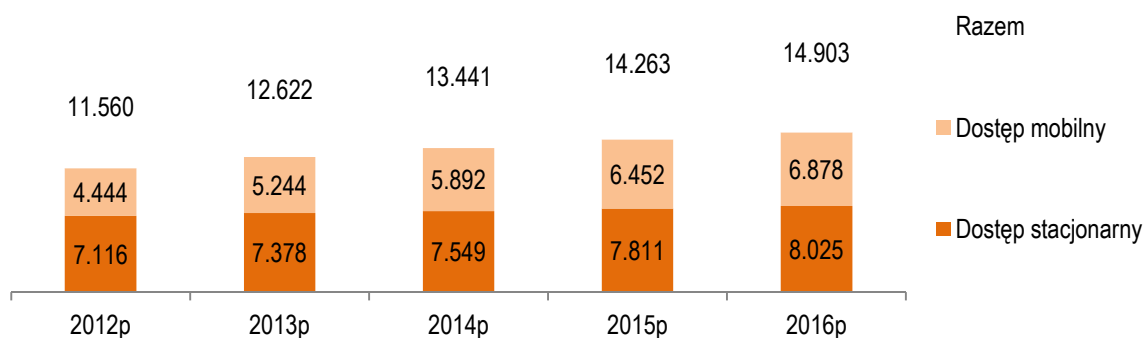
Źródło: UKE

Według prognoz PMR („Rynek telekomunikacyjny w Polsce 2012 – Prognozy rozwoju na lata 2012 – 2016) rynek transmisji danych, łącza dzierżawionych i dostępu do Internetu pozostanie segmentem rynku telekomunikacyjnego, który będzie rozwijał się najszybciej. Największe znaczenie dla rynku będą mieć dalsze inwestycje w rozbudowę sieci szerokopasmowej oraz postępujący rozwój technologii LTE. Do 2016 roku rynek będzie rósł w tempie 3,5% (CAGR) i jego wartość w 2016 roku wyniesie 7,9 mld zł (nie w tysiącach), z czego 4,34 mld zł (nie w tysiącach) będzie stanowił segment usług dostępu do Internetu, a 2,30 mld zł (nie w tysiącach) – rynek transmisji danych. W 2016 roku liczba abonentów szerokopasmowego dostępu do Internetu w Polsce wzrośnie do 14,9 mln. Przy tym utrzyma się rosnące zainteresowanie usługami mobilnymi.

Analitycy PMR tłumaczą rosnące zainteresowanie bezprzewodowym Internetem między innymi spadkiem cen usług mobilnych oraz wzrostem zasięgu sieci 3G, który bezpośrednio przekłada się na jakość i ciągłość nabywanej usługi.

Dodatkowym bodźcem do rozwoju i obniżania cen usług mobilnego Internetu jest rozbudowa sieci w nowej technologii LTE, w której usługi oferuje jak dotąd tylko dwóch graczy na rynku – Cyfrowy Polsat i Polkomtel. Standard LTE pozwala na świadczenie usług mobilnych o szybkości transferu i przepustowości sieci nieosiągalnych w dotychczasowych technologiach radiowych. Według specjalistów, ta technologia z powodzeniem może zastąpić łącza kablowe. O atrakcyjności świadczenia usług mobilnego Internetu LTE świadczyć może również szerokie zainteresowanie operatorów odpowiednimi częstotliwościami radiowymi i co za tym idzie przetargami na pasma: 1800MHz i oczekiwany w 2013 roku przetargiem na pasmo 800MHz.

Poniższy wykres przedstawia prognozy wzrostu rynku szerokopasmowego dostępu do Internetu (wg liczby abonentów) w latach 2012 – 2016:



Źródło: Raport PMR

Według prognoz PMR, w ciągu najbliższych czterech lat użytkowników mobilnego Internetu szerokopasmowego będzie przybywać szybciej niż użytkowników łączy stacjonarnych. Obserwowany wzrost wyniesie odpowiednio 11,5% oraz 3,1% (CAGR).

#### Punkt 4.5.1.3. Rynek usług telefonii komórkowej

Rynek telefonii mobilnej w Polsce jest nadzorowany i regulowany przez Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej (UKE), który reguluje i sprawuje nadzór nad całym rynkiem telekomunikacyjnym w Polsce.

Raport UKE na temat rynku usług telekomunikacyjnych dostępny jest zazwyczaj w drugiej połowie kolejnego roku, dlatego poniżej prezentujemy dane za 2011 rok.

Polski rynek telefonii komórkowej jest rynkiem dojrzałym. Według danych podanych przez UKE, nasycenie rynku telefonii komórkowej mierzona liczbą kart SIM wzrosła w 2011 roku o 8,4 p.p. do poziomu 131,6%, co dało 50,1 mln kart SIM użytkowanych przez klientów. Według UKE, baza klientów telefonii mobilnej w Polsce została już w zdecydowanym stopniu zagospodarowana i wzrost liczby aktywnych kart SIM w najbliższych latach będzie zależał przede wszystkim od klientów, którzy decydować się będą na posiadanie więcej niż jednego telefonu.

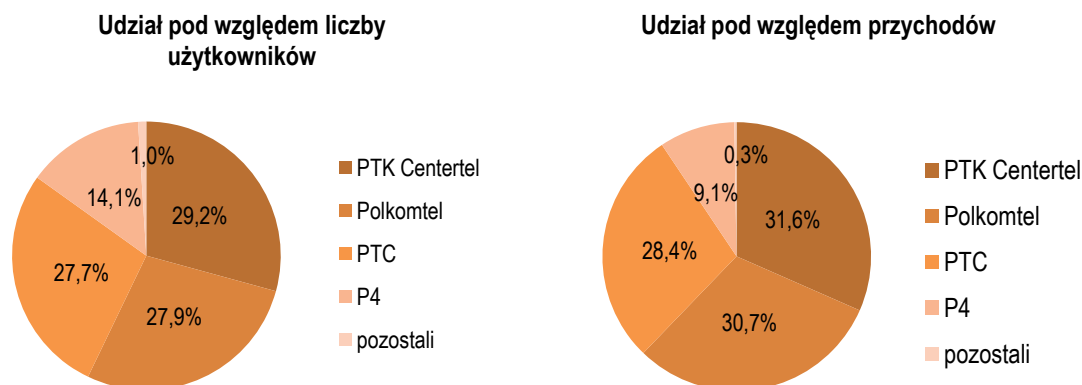
W 2011 roku szacowana wartość rynku telefonii komórkowej w Polsce, wyrażona jako suma przychodów operatorów z usług detalicznych, wyniosła niewiele ponad 19 miliardów złotych (nie w tysiącach) i była o ok. 0,6% wyższa niż w roku 2010 (wg UKE). Ponad 80% tych przychodów zostało wygenerowanych przez klientów usług post-paid. Wartość średniego przychodu na klienta telefonii komórkowej systematycznie spada, przede wszystkim w związku z obniżkami stawek MTR.

Polski rynek telefonii komórkowej jest stosunkowo spolaryzowany i bardzo konkurencyjny. Rynek ten jest obsługiwany przez operatorów infrastrukturalnych (MNO) oraz operatorów wirtualnych (MVNO). W modelu MVNO, operator telefonii komórkowej udostępnia wirtualnemu operatorowi częstotliwość oraz niezbędną infrastrukturę do oferowania usług MVNO.

W Polsce działa trzech wiodących operatorów infrastrukturalnych: Polkomtel Sp. z o.o. (sieć Plus), PTK Centertel Sp. z o.o. (sieć Orange) i PTC Sp. z o.o. (sieć T-Mobile) oraz czterech mniejszych operatorów: P4 Sp. z o.o. (sieć Play), CenterNet,

Mobyland i Aero2. Poza tym na rynku działa kilkunastu operatorów MVNO, jednak ich udział zarówno pod względem przychodów jak i liczby klientów, wynosi poniżej 1% (wg UKE).

Poniższe wykresy prezentują udziały operatorów w rynku na koniec 2011 roku:



Źródło: UKE, „Raport o stanie rynku telekomunikacyjnego w Polsce w 2011 roku”

#### Punkt 4.5.1.4. Rynek usług zintegrowanych

Polski rynek mediów i telekomunikacji przekształca się wraz ze zmianą preferencji klientów, którzy coraz częściej szukają usług w ramach mediów i komunikacji świadczonych w przystępnych cenach przez jednego operatora. W odpowiedzi, operatorzy świadczą usługi płatnej telewizji, szerokopasmowego Internetu oraz telefonii pakietowane w ramach jednej oferty, umożliwiając abonentom zakup wszystkich tych usług w ramach jednej umowy, jednej opłaty i jednej faktury. Oferowanie usług zintegrowanych umożliwia podmiotom dostarczającym media i usługi telekomunikacyjne sprostanie potrzebom klientów, a także, jak sądzimy, zwiększenie lojalności klientów, co pozytywnie wpływa na wskaźnik odpływu abonentów.

Usługi zintegrowane są w Polsce świadczone przede wszystkim przez operatorów telewizji kablowej i firmy telekomunikacyjne na bazie ich infrastruktury kablowej. Zarówno operatorzy telewizji kablowej jak i firmy telekomunikacyjne świadczą swoje usługi przede wszystkim w dużych i średnich miastach, głównie ze względu na ograniczony zasięg geograficzny ich infrastruktury i ogólnie słabo rozwiniętą infrastrukturę telekomunikacyjną w Polsce. Rynek usług zintegrowanych w Polsce jest zacofany na terenach słabo zaludnionych a przez to ma znaczny potencjał wzrostu na obszarach podmiejskich, w małych miastach i wsiach, gdzie takie usługi są obecnie praktycznie niedostępne. Oprócz tego, że współczynnik penetracji ofert usług zintegrowanych na słabo zaludnionych terenach jest niski, również usługi Internetowe świadczone przez operatorów kablowych są z reguły niskiej jakości ze względu na wyraźne braki obecnej w Polsce infrastruktury. To stwarza szansę dla operatorów DTH, takich jak Cyfrowy Polsat, których nie ogranicza zasięg geograficzny i brak infrastruktury sieciowej w takim stopniu jak operatorów telewizji kablowej i firmy telekomunikacyjne, na stanie się wiodącymi dostawcami wysokiej jakości usług zintegrowanych dla klientów na przedmieściach, w małych miastach i wiejskich obszarach Polski.

Według raportu Komisji Europejskiej „E-Communications Household Survey” z czerwca 2012 roku nasycenie usługami zintegrowanymi (definiowanymi jako więcej niż jedna usługa w ramach oferty jednego operatora) w Polsce wynosi 28% podczas gdy w Unii Europejskiej sięga 43%, a w Holandii i Belgii nawet ponad 60% (odpowiednio 64% i 61%).

Według raportu Urzędu Komunikacji Elektronicznej („Rynek usług wiązanych w Polsce i krajach Unii Europejskiej”, październik 2012), polski rynek usług wiązanych dynamicznie się rozwija, czego odzwierciedleniem jest sukcesywnie wzrastająca liczba abonentów. Na koniec 2011 roku było ich ponad 2,6 mln, o 23,5% więcej niż w 2010 roku.

Obecnie usługi zintegrowane typu triple-play, w których skład wchodzi usługi: telewizja, Internet i telefon, świadczone są przez operatorów sieci kablowych, takich jak UPC, Multimedia Polska S.A. i Vectra S.A., operatorów telekomunikacyjnych,

takich jak Grupa Orange (Telekomunikacja Polska S.A.), Netia S.A. (która w 2011 roku włączyła do swojej oferty usługę telewizji mobilnej) i nabyta przez nią w 2011 roku Telefonía Dialog S.A., a wśród operatorów platform DTH – Cyfrowy Polsat.

Trendy konsolidacyjne obserwowane na rynku mediów i telekomunikacji wskazują na to, że powstają na rynku potężne grupy, które będą oferować klientom usługi w pakietach i rozwijać rynek usług łączonych. Od 2011 roku grupy TVN S.A. i Telekomunikacja Polska S.A. (TP) utrzymują współpracę w celu oferowania wspólnych usług – Internetowych (TP) i pakietów telewizyjnych (platforma „n”). Platforma Cyfra+ w połowie 2012 roku nawiązała współpracę z operatorem sieci Play i rozpoczęła sprzedaż usług dostępu do Internetu operatora. Pod koniec 2012 roku Grupa TVN S.A. i Canal+ Cyfrowy Sp. z o.o. sfinalizowały umowę na podstawie, której dojdzie do połączenia ich platform satelitarnych, przy czym współpraca z TP ma zostać utrzymana i przeniesiona na wspólną platformę nc+. Rynek usług zintegrowanych rozwija również rosnąca w siłę grupa spółek będących pod kontrolą Zygmunta Solorza-Zaka, który oprócz kontroli nad Grupą Kapitałową Cyfrowy Polsat S.A., od 2011 roku posiada kontrolę nad spółką Polkomtel Sp. z o.o. W 2012 roku obie spółki ogłosiły współpracę i rozpoczęły sprzedaż krzyżową swoich usług.

#### **Punkt 4.5.2. Oferta**

##### **Punkt 4.5.2.1. Oferta DTH**

Aktualnie dla nowych klientów Cyfrowego Polsatu oferujemy: trzy pakiety podstawowe: Mini HD, Familijny HD oraz Familijny Max HD oraz pakiety dodatkowe: Film HD, Sport HD, HBO HD, Cinemax HD i Rozrywka HD oraz promocję Premium umożliwiającą abonentom skorzystanie z pełnej oferty telewizyjnej. Dodatkowo abonentom oferujemy dostęp do wypożyczalni VOD na telewizor lub komputer, a także do internetowego serwisu Rozrywka Online, w którym udostępniamy abonentom możliwość oglądania kanałów na żywo albo powtórek wybranych programów (w ramach usługi typu catch-up TV), nowością jest dostęp do popularnych serwisów online HBO GO i ipla. Ponadto oferujemy usługę Multiroom HD.

Naszą strategią programową jest oferowanie szerokiego portfolio pakietów z kanałami dla całej rodziny w celu zwiększenia lojalności abonentów oraz utrzymywanie cen naszych pakietów na konkurencyjnym poziomie. Obecnie, naszym abonentom oferujemy dostęp do ponad 120 kanałów telewizyjnych. Nasza oferta obejmuje kanały o tematyce ogólnej, kanały sportowe, filmowe, informacyjne, edukacyjne, rozrywkowe oraz kanały dla dzieci. Posiadamy w swojej ofercie najchętniej oglądane kanały sportowe: Polsat Sport, Polsat Sport Extra (jako jedyny operator platformy satelitarnej) i Eurosport, zajmujące odpowiednio pierwsze, piąte i drugie miejsce w rankingu najchętniej oglądanych kanałów sportowych w Polsce w 2012 roku w grupie komercyjnej 16-49 (Nielsen Audience Measurement). Obecnie zapewniamy dostęp do 36 kanałów w jakości HD.

Pakiet Familijny Max HD jest nowością w naszej ofercie (wprowadzony pod koniec listopada 2012 roku) i charakteryzuje się najbardziej korzystną relacją jakości do ceny. Do najniższego segmentu rynku kierujemy ciesząc się dużą popularnością Pakiet Mini HD.

Klientom podpisującym z nami umowy na płatne pakiety programowe udostępniamy lub sprzedajemy dekodery. Opłata i dostępność sprzętu zależy od wybranej opcji umowy.

#### **Pakiet Mini HD**

Pakiet Mini HD to pakiet podstawowy, który obecnie zapewnia abonentom dostęp do 32 kanałów polskojęzycznych (w tym 6 HD) oraz wszystkich kanałów telewizyjnych i radiowych ogólnodostępnych z satelity Hotbird. Obecnie, miesięczna opłata za Pakiet Mini HD wynosi 14,90 zł w umowie na czas określony.

#### **Pakiet Familijny HD**

Pakiet Familijny HD jest pakietem podstawowym, którego abonenci mają obecnie dostęp do 67 kanałów polskojęzycznych (w tym 10 kanałów HD) oraz wszystkich kanałów telewizyjnych i radiowych ogólnodostępnych z satelity Hotbird (kanały FTA). Miesięczna opłata za Pakiet Familijny HD w przypadku umów na czas określony wynosi 39,90 zł.

#### **Pakiet Familijny Max HD**

Pakiet Familijny Max HD to nasz nowy, wprowadzony pod koniec listopada 2012 roku, rozszerzony pakiet, którego abonenci otrzymują dostęp do 87 kanałów (w tym 16 HD) oraz wszystkich kanałów telewizyjnych i radiowych ogólnodostępnych z satelity Hotbird (kanały FTA). Pakiet ten charakteryzuje się najwyższą relacją jakości do ceny i docelowo ma stać się pakietem podstawowym w miejsce Pakietu Familijnego HD. Miesięczna opłata za Pakiet Familijny Max HD w przypadku umów na czas określony wynosi 49,90 zł.

## Pakiety dodatkowe

Poniższa tabela przedstawia dostępne obecnie w naszej ofercie pakiety dodatkowe:

<b>Pakiety dodatkowe</b>	<b>Liczba kanałów</b>	<b>Cena</b>
Pakiet Film HD	18*	10 zł
Pakiet Sport HD	10*	10 zł
Pakiet Cinemax HD	4	15 zł
Pakiet HBO HD	6	25 zł
Pakiet HBO Cinemax HD	10	40 zł
Pakiet Rozrywka	4	25 zł

\*Ilości uwzględniają również kanały promocyjne.

## Oferta Premium

Dla wymagających klientów mamy ofertę ze wszystkimi kanałami linearnymi, a dodatkowo od listopada 2012 również ofertę Super Premium wzbogaconą o nowe i bardzo atrakcyjne serwisy online ipla i HBO GO. Benefitem oferty Premium jest niższa miesięczna opłata abonamentowa niż suma opłat za poszczególne pakiety wchodzące w jej skład.

## Elastyczność

Wprowadzając do naszych ofert element elastyczności, chcemy dać klientom możliwość lepszego przetestowania oferty programowej, na przykład klient wybierając dowolny pakiet programowy otrzymuje od nas prezent w postaci wyższego lub dodatkowego pakietu na okres do 6 miesięcy (abonenci Pakietu Familijnego Max HD mogą dodatkowo otrzymać Pakiet Sport HD i/lub Pakiet Film HD). Dzięki elastyczności klient może również lepiej zarządzać swoimi kosztami związanymi z usługami telewizyjnym.

## Multiroom HD

Abonentom oferujemy ponadto usługę Multiroom HD, która umożliwi w ramach jednego abonamentu korzystanie z bogactwa tych samych kanałów na dwóch telewizorach w jednym domu. Usługa świadczona jest w oparciu o dekodery wyprodukowane w naszej fabryce. Multiroom HD oferujemy abonentom od Pakietu Familijnego HD w promocyjnych cenach od 5 do 15 złotych miesięcznie w zależności od zakupionego pakietu programowego.

## Kanały niekodowane

Za pośrednictwem naszych dekoderek, poza naszymi płatnymi pakietami programowymi, klienci mają dostęp do ponad 500 niekodowanych kanałów telewizyjnych i radiowych ogólnodostępnych przez satelitę Hotbird na terenie Polski, w tym kilkunastu dodatkowych kanałów polskojęzycznych i znanych kanałów obcojęzycznych, np. TVP Kultura, CNBC, Bloomberg, ZDF, Rai News 24 oraz dziewięć wiodących kanałów radiowych.

## Wypożyczalnia VOD

Naszym abonentom oferujemy również dostęp do usługi VOD – Domowa Wypożyczalnia Filmowa z kategorii usług wideo na życzenie, dostępną na telewizorze. Na świadczenie tej usługi przeznaczaliśmy w całości jeden z naszych transponderów. Usługa nie wymaga rozwiązań technologicznych takich jak pamięć dodatkowa czy funkcja nagrywania, dostępna jest jednak dla abonentów z dekoderek HD. W lutym 2012 roku wzbogaciliśmy naszą ofertę usług na życzenie o możliwość zakupu dostępu i odtwarzania filmów bezpośrednio w Internecie i obecnie nasi abonenci mogą korzystać z usługi nie tylko na telewizorze, ale także na komputerze.

Usługa VOD - Domowa Wypożyczalnia Filmowa w opcji „na telewizor” działa w oparciu o 20 pozycji satelitarnych, na których w trakcie miesiąca dostępnych jest rotacyjnie blisko 50 filmów. W ciągu jednego dnia nasi klienci mogą zazwyczaj wybierać spośród 20 propozycji. Co tydzień oferta w ramach opcji „na telewizor” jest aktualizowana o nowe tytuły. Jednorazowe opłaty za poszczególne pozycje filmowe wynoszą brutto: 11 zł za dostęp do kategorii „Nowość”, 8 zł za dostęp do kategorii „Hit” oraz 5 zł za dostęp do kategorii „Katalog” oraz 11 zł za dostęp do kategorii „Dla dorosłych”. Mocną stroną oferty są

wprowadzane często promocje. Wybrana pozycja filmowa standardowo udostępniana jest na 24 godziny od momentu jej zamówienia. Dodatkowo w zakresie „Miesięcznego Katalogu filmów VoD” istnieje możliwość podpisania umowy na comiesięczny dostęp do filmów z kategorii "Katalog" w cenie 20 zł.

Opcja usługi VoD „na komputer” umożliwia abonentom Cyfrowego Polsatu dostęp na komputerze do filmów z oferty naszej telewizji internetowej ipla w promocyjnej cenie. Aktualnie proponujemy zakup kodów dostępu do ponad 950 filmów, które nasi abonenci mogą oglądać na swoich komputerach. Filmy są oferowane w cenach od 4,00 zł do 8,50 zł, które uwzględniają około 15% zniżkę dla abonentów Cyfrowego Polsatu w stosunku do cen obowiązujących w ipla. Dzięki tej usłudze nasi abonenci mogą uzyskać dostęp do atrakcyjnej oferty filmowej w dowolnym miejscu i czasie.

### **Rozrywka Online**

W kwietniu 2011 roku, Cyfrowy Polsat, jako pierwsza platforma satelitarna w Polsce, rozszerzył swoją ofertę o nową usługę typu catch-up TV, początkowo oferowaną pod nazwą "Strefa Wideo". Obecnie usługa ta jest dostępna pod nazwą „Powtórki Programów”. Daje ona naszym abonentom możliwość oglądania wybranych pozycji programowych z kanałów będących w ich pakietach telewizyjnych w trybie on-line. Obecnie użytkownicy mają dostęp do najbardziej popularnych tytułów z 27 kanałów telewizyjnych. Usługa „Powtórki Programów” dostępna jest w cenie wybranego pakietu telewizyjnego. Ponadto w ramach serwisu „Kanały Online” dajemy abonentom możliwość oglądania wybranych kanałów na żywo przez Internet bez dodatkowych opłat (dostępnych jest 5 kanałów). Obie usługi świadczone są w oparciu o technologię ipla.

W ramach serwisu Rozrywka Online udostępniamy abonentom również dostęp na preferencyjnych warunkach do zasobów naszej telewizji internetowej ipla, a dla abonentów Pakietu HBO HD dostęp do serwisu HBO GO – internetowego serwisu wideo na żądanie z hitami filmowymi aktualnej oferty oraz własnymi produkcjami HBO. Dla wszystkich naszych abonentów promocyjnie w cenie abonamentu udostępniamy pakiet iplaEXTRA, a dla abonentów pakietów z segmentu premium dodatkowo pakiet iplaSport i/lub iplaPremiery. Ponadto wszystkim abonentom proponujemy niższe ceny na wszystkie pakiety ipla.

### **Punkt 4.5.2.2. Oferta płatnej telewizji mobilnej w technologii DVB-T**

Staramy się być aktywnym uczestnikiem toczącego się w Polsce procesu cyfryzacji. Dlatego wprowadziliśmy do naszej oferty nowoczesne i funkcjonalne dekodery do odbioru cyfrowej telewizji naziemnej. Oferujemy klientom nie tylko wysokiej jakości produkowany przez nas sprzęt, ale i pakiet dodatkowych kanałów.

W czerwcu 2012 roku rozszerzyliśmy portfolio świadczonych przez nas usług o innowacyjny produkt – „TV Mobilna” w technologii DVB-T. W ramach usługi „TV Mobilna” oferujemy płatny Pakiet Ekstra składający się z 20 kanałów kodowanych – 8 telewizyjnych i 12 radiowych. W jego ofercie znajdują się stacje z czterech kategorii tematycznych: sportowe Polsat Sport i Polsat Sport Extra, filmowe Polsat Film, Kino Polska, TVP Seriale, Comedy Central, informacyjna Polsat News i dziecięca Nickelodeon oraz rozgłośnie: Radio Zet, Antyradio, Radio Plus, RMF FM, RMF MAXXX, Radio TOK FM, Radio ROXY FM, Radio Złote Przeboje, Eska Rock, Radio PiN, Radio Bajka, Moje Polskie Radio. Pakiet Ekstra dostępny jest także dla posiadaczy naszego „domowego” dekodera do odbioru naziemnej telewizji cyfrowej T-HD 1000. Dekodery do odbioru sygnału naziemnego umożliwiają dodatkowo dostęp do ogólnodostępnych stacji nadawanych w ramach trzech multipleksów naziemnej telewizji cyfrowej, w tym m.in. Polsatu, TVN-u, Polsatu Sport News, TV4, TVP1, TVP2, TVP Info, TVP Kultura, TVP Historia, TVP Polonia, TVN 7. Dekoder T-HD 1000 wyposażyliśmy dodatkowo w aplikację ipla, a od marca 2013 roku klienci mogą również korzystać na nich z naszej usługi pay-per-view.

Odbiór prawdziwej telewizji w czasie rzeczywistym, w ramach usługi „TV Mobilna”, jest możliwy na urządzeniach przenośnych - za pośrednictwem mobilnego dekodera M-T 5000, łączącego się siecią Wi-Fi z urządzeniem końcowym, np. smartfonem, tabletem lub laptopem. Jako, że usługa realizowana jest w technologii DVB-T, do korzystania z niej nie jest potrzebne połączenie z Internetem, co oznacza, że usługa nie generuje transferu danych i w związku z tym opłat z tego tytułu.

Pakiet Ekstra z dekodernem do naziemnej telewizji cyfrowej dostępny jest w dwóch modelach: abonamentowym i przedpłaconym. Obecnie w modelu abonamentowym nowi klienci mogą nabyć Pakiet Ekstra w ramach promocji od 9,90 zł miesięcznie. Dekodery – domowy T-HD 1000 za 1 zł i mobilny M-T 5000 za 99 zł, które zapewniają także dostęp do bezpłatnych kanałów DVB-T, klient otrzymuje na własność. Dodatkowo, w zależności od czasu obowiązywania umowy, klient otrzymuje do 6 miesięcy Pakietu Ekstra w prezencie.

Obecnie, w ofercie przedpłaconej klient uiszcza jednorazową opłatę za dekodern: 329 zł za mobilny M-T 5000 i 119 zł za domowy T-HD 1000. W obu przypadkach klient otrzymuje na 6 miesięcy bezpłatny dostęp do Pakietu Ekstra, a dodatkowo

za pośrednictwem zakupionego urządzenia odbiera ogólnodostępne kanały naziemnej telewizji cyfrowej. Po okresie promocyjnym klient może w dalszym ciągu korzystać z Pakietu Ekstra, płacąc za niego zgodnie z cennikiem 19,90 zł miesięcznie, skorzystać z bieżących promocji na zakup oferty płatnej bądź oglądać wyłącznie ogólnodostępne kanały naziemnej telewizji cyfrowej.

Dekodery DVB-T sprzedajemy również w ramach współpracy z partnerami zewnętrznymi. Partnerów pozyskujemy wśród największych sieci handlowych takich jak Electro World, MixElectronics, Carrefour czy Auchan. Oferta u partnerów może różnić się od tej dostępnej w naszych punktach sprzedaży (ustalamy jedynie ceny sugerowane).

#### **Punkt 4.5.2.3. Oferta telewizji internetowej ipla**

W ramach telewizji internetowej ipla oferujemy widzom dostęp do półtora tysiąca filmów, ponad 20 linearnych stacji telewizyjnych, transmisje na żywo w wysokiej jakości HD oraz największą w Polsce legalną bazę treści telewizyjnych, liczącą ok. 48 tys. materiałów, w tym ponad 100 tytułów seriali, programy telewizyjne z ponad 30 stacji TV i około 200 godzin miesięczne transmisji największych wydarzeń sportowych. W ofercie ipla znajdują się programy znane m.in. ze stacji TV: Polsat, TVP1, TVP2, TV4, TV Puls, Polsat News, Polsat Biznes, Superstacja, Polsat Cafe, Cartoon Network, MTV, Polsat Play, 4FunTV, Nickelodeon, Rebel:TV, Polsat Sport, Polsat Sport Extra, FilmBox, FilmBox Docu, FilmBox Family i innych.

Treści w ipla oferowane są jednostkowo lub w ramach pakietów tematycznych: iplaSPORT, iplaSERIAL, iplaFILM czy iplaEXTRA. Pod koniec 2012 roku wprowadziliśmy ponadto nowe pakiety: FilmBOX Live, iplaWORLD dedykowany użytkownikom z zagranicy oraz iplaMIX zawierający wybrane treści z różnych kategorii tematycznych. Pakiety te można aktywować na 30 dni, a ceny wahają się od 4,90 zł do 29,90 zł. Użytkownicy mogą również wykupić 24 godzinny dostęp do pojedynczych materiałów w cenie od 4,90 zł do 9,90 zł. Przy tym abonenci telewizji satelitarnej Cyfrowego Polsatu mogą korzystać ze specjalnych, niższych cen. Telewizja ipla oferuje również bogatą bibliotekę treści udostępnianych bezpłatnie, które emitowane są z reklamami.

Dostęp do zasobów telewizji ipla, dzięki witrynie ipla.tv oraz dedykowanym aplikacjom, mają użytkownicy komputerów z systemem Windows i Windows 8, smartfonów opartych o systemy iOS, Android, Windows Phone, tabletów (iPad i z systemem Android), telewizorów z dostępem do Internetu (Samsung, LG, Sony, Panasonic, Philips), operatorów (TV kablowa TOYA, Cyfrowy Polsat) oraz konsol (PlayStation 3).

#### **Punkt 4.5.2.4. Oferta muzycznego serwisu muzo**

Za pośrednictwem naszej spółki zależnej Redefine oferujemy również internetowy serwis muzyczny muzo. Muzo zapewnia użytkownikom legalny dostęp do najpopularniejszych utworów z wytwórni Universal Music, SONY Music, EMI, Magic Records oraz wielu innych polskich wytwórni i artystów. W muzo znajdują się wszystkie gatunki muzyczne od muzyki poważnej przez pop, hip-hop, rock po alternatywę i ciężkie brzmienia. Utwory dostępne są w muzo już w dniu premiery rynkowej albumu, a czasem nawet wcześniej. Muzo systematycznie oferuje wybrane albumy na wyłączność oraz wspiera polskich i zagranicznych artystów.

Dostęp do treści oferowany jest w trzech poziomach: muzo, muzo+ i muzoGO.

Pierwszy jest modelem bezpłatnym, w ramach którego w ramach aplikacji na komputery można słuchać dowolnych utworów z bazy do 20 godzin miesięcznie. W tym modelu utwory emitowane są wraz z reklamami.

Opcje płatne dotyczą Nielimitowanych dostępu do zasobów muzo oraz gwarantują brak reklam. Pakiet muzo+ umożliwia słuchanie muzyki bez limitów czasowych za pomocą aplikacji na komputer z systemem Windows. Z myślą o osobach, które chcą mieć dostęp do biblioteki utworów w dowolnym czasie i miejscu, przygotowany został pakiet muzoGO wraz z aplikacją na urządzenia mobilne. Najważniejszą korzyścią związaną z pakietem muzoGO jest możliwość pobierania wybranych utworów lub albumów oraz tworzenie playlist i zapisywanie ich do pamięci telefonu, tak aby można było ich słuchać także poza zasięgiem Internetu. Dostęp do Nielimitowanej liczby utworów w takim zakresie jest możliwy w modelu subskrypcyjnym przy utrzymywaniu aktywnego abonamentu. Pakiety płatne (muzo+ i muzoGO) aktywowane są na okres jednego miesiąca i kosztują odpowiednio 9,90 zł i 24,90 zł (obecnie promocyjnie - 19,90 zł).

Muzo to nowa jakość w dostępie do muzyki w dowolnym czasie i miejscu. Słuchacz nie musi ograniczać się do kupna wybranych cyfrowych albumów czy utworów, lecz ma dostęp do całej bazy muzycznej. Eksplorowanie bogatych zasobów bazy wspierają dodatkowo systemy rekomendacji, gotowe radia internetowe oraz funkcje społecznościowe, w tym możliwość dzielenia się ze znajomymi własnymi playlistami.

#### **Punkt 4.5.2.5. Oferta usług dostępu do Internetu**

Usługi mobilnego szerokopasmowego dostępu do Internetu świadczymy wykorzystując dwie technologie: HSPA+ MIMO a od 2011 roku najnowocześniejszą na świecie technologię LTE.

Uruchamiając LTE, przygotowaliśmy ofertę uniwersalną, zapewniającą w ramach jednej opłaty abonamentowej dostęp do Internetu przy wykorzystaniu obu technologii - LTE i HSPA+. Taka konstrukcja oferty łączy zalety obydwu rozwiązań - wysokich parametrów LTE i szerokiego zasięgu HSPA+, maksymalizując korzyści dla klienta. Zasięg sieci LTE jest obecnie mniejszy niż sieci HSPA+, ale sieć jest systematycznie rozbudowywana.

Oferujemy pakiety danych różnej wielkości, dostosowane do różnych potrzeb i stopnia zaawansowania użytkowników. Oferta jest dostępna na każdą kieszeń. Już za 14,90 złotych miesięcznie klienci mogą korzystać z najnowocześniejszego Internetu na świecie. W ramach abonamentu\* klienci otrzymują usługę „Darmowe Noce” zwiększającą swobodę korzystania z sieci.

Każda osoba rozważająca zakup Internetu LTE Cyfrowego Polsatu ze sprzętem na udostępnienie lub bez sprzętu może także skorzystać z „7 dni na próbę” – pozwalających na wypróbowanie usługi i ewentualny zwrot modemu.

Po wykorzystaniu puli danych w abonamencie użytkownik nadal może korzystać z pełnych parametrów Internetu - zarówno w dzień, jak i w nocy - płacąc według stawki określonej w cenniku za każdy MB lub kupując dodatkowy jednorazowy pakiet danych.

Aby korzystać z dostępu do oferowanego przez nas szerokopasmowego Internetu w ramach promocji „Internet dla każdego”, abonent może zakupić od nas modem i opcjonalnie router lub zdecydować się na skorzystanie z opcji sprzętu na udostępnienie. Ceny sprzętu przy zakupie lub opłaty za udostępnienie wahają się w zależności od rodzaju wykupionego pakietu danych oraz okresu trwania umowy. Modemy Huawei E398, Huawei E3276 (który umożliwia pobieranie danych z prędkością do 150 Mb/s) i ZTE MF821 dają możliwość korzystania z obu technologii: LTE oraz HSPA+. Dla klientów, którzy już posiadają sprzęt umożliwiający połączenie z siecią, tj. modem lub laptop, netbook czy tablet z wbudowanym modemem, wprowadziliśmy promocję „Internet dla każdego – tylko SIM” dającą możliwość wyboru jednego z pakietów danych bez konieczności zakupu sprzętu.

Oferujemy również promocję, w której klient może zakupić Internet z laptopem lub tabletem. Stale rozszerzamy ofertę sprzętu dostępnego w tej promocji.

Dla klientów oferty internetowej będących jednocześnie abonentami naszej oferty telewizyjnej przewidzieliśmy dodatkowe korzyści. Abonenci pakietów telewizyjnych mogą podpisać odrębną umowę na usługę internetową i w ramach promocji „Więcej danych z telewizją w Cyfrowym Polsacie” otrzymywać co miesiąc dodatkowy pakiet danych nawet do 5 GB w zależności od poziomu posiadanego pakietu telewizyjnego.

#### **Punkt 4.5.2.6. Oferta usług telefonii komórkowej**

Usługi mobilnej telefonii komórkowej w modelu MVNO świadczymy od 2008 roku. Usługi te od początku traktowaliśmy jako usługi dodatkowe do oferty płatnej telewizji, a później również szerokopasmowego Internetu i naszym zamiarem nigdy nie było konkurowanie z krajowymi operatorami komórkowymi poprzez promowanie osobnej oferty telefonicznej. Dlatego też, w wyniku zawartej w kwietniu 2012 roku współpracy z Polkomtelem (wiodącym operatorem telefonii komórkowej), zrezygnowaliśmy z aktywnej sprzedaży własnych usług telefonii komórkowej w ramach modelu MVNO na rzecz proponowania klientom silniejszej oferty telefonii Plus. W wyniku podjętej współpracy proponujemy naszym abonentom specjalną ofertę sieci Plus, a klienci Plusa mogą korzystać z dedykowanej im naszej oferty. Nowi klienci, niekorzystający dotychczas z usług żadnej z firm, mogą nabyć ofertę łączoną, otrzymując dodatkowe korzyści z każdej z usług.

#### **Punkt 4.5.2.7. Oferta usług łączonych**

Usługi zintegrowane są adresowane zarówno do nowych klientów, jak i obecnych abonentów platformy, którzy w dowolnym momencie trwania umowy mogą poszerzyć aktualnie posiadany pakiet telewizyjny o dostęp do naszego szerokopasmowego Internetu. Abonenci korzystający z obydwu usług otrzymują od nas dodatkowe pakiety danych (nawet do 5 GB) w prezencie.

Ponadto w ramach usług łączonych proponujemy naszym abonentom dedykowaną dla nich ofertę sieci komórkowej Plus. Abonenci Cyfrowego Polsatu mogą zakupić ofertę Plusa ze specjalnym bonusem. Również klienci Polkomtela decydując się

---

\* Dostępne z niektórymi opcjami

na skorzystanie z naszej oferty otrzymują od nas dodatkowy prezent. Nowi abonenci, którzy zdecydują się nabyć telewizję Cyfrowego Polsatu i telefonię Plusa zyskują podwójnie.

Dla klientów Cyfrowego Polsatu przewidzieliśmy również specjalne warunki korzystania z zasobów naszej telewizji internetowej ipla, oferując im atrakcyjne rabaty.

Nasi abonenci mogą również skorzystać ze specjalnych warunków korzystania z naszej usługi „TV Mobilna” i Pakietu Ekstra w technologii DVB-T. Podpisując umowę nasi abonenci zamiast miesięcznej opłaty 14,90 zł zapłacą 9,90 zł miesięcznie.

Oferta usług łączonych jest dla nas narzędziem, które umożliwi poszerzenie bazy abonentów, a równocześnie wzrost przychodów, a także zwiększenie zadowolenia i lojalności naszych abonentów. W dłuższej perspektywie oferta usług zintegrowanych umożliwi nam zwiększenie średniego przychodu na abonenta, a także dalsze zmniejszenie wskaźnika odpływu abonentów.

### **Punkt 4.5.3. Sprzedaż i marketing, obsługa i utrzymanie Klienta**

#### **Punkt 4.5.3.1. Marketing usług**

Do promowania naszych usług wykorzystujemy głównie reklamę w TV. Wykorzystujemy także inne kanały takie jak radio, prasa i Internet do promocji naszych produktów i ofert specjalnych. Dodatkowo ważnym kanałem komunikacji z nowymi i potencjalnymi klientami jest nasza strona internetowa. Z naszymi obecnymi klientami komunikujemy się wykorzystując kanał abonencki, telemarketing, zadruki na listach/kopertach i poprzez Internetowe Centrum Obsługi Klienta.

#### **Punkt 4.5.3.2. Sprzedaż**

##### ***Sieć sprzedaży produktów i usług cyfrowej telewizji***

Sprzedaż naszych usług odbywa się za pośrednictwem sieci sprzedaży obejmującej swym zasięgiem całą Polskę. Dystrybucję naszych produktów i usług prowadzimy za pośrednictwem dwóch głównych kanałów sprzedaży: kanał sprzedaży detalicznej i kanał sprzedaży bezpośredniej D2D (door-to-door). Na dzień 31 grudnia 2012 roku nasza sieć sprzedaży składała się z 827 punktów sprzedaży. Ponadto, od kwietnia 2012 roku w ramach współpracy z operatorem sieci Plus prowadzimy wzajemną sprzedaż usług. Dzięki temu nasza standardowa oferta na koniec 2012 roku była dostępna dodatkowo w prawie 800 punktach sieci sprzedaży spółki Polkomtel Sp. z o.o.

Nasze punkty sprzedaży zaopatrujemy w materiały marketingowe, w tym plakaty, broszury i ulotki w celu zwiększenia wśród potencjalnych klientów zainteresowania naszymi usługami. W punktach tych nasi klienci mają możliwość podpisania umowy na świadczone przez nas usługi, zaopatrzenia w sprzęt gwarantujący korzystanie z usług oraz zamówienia profesjonalnej usługi montażu instalacji antenowej. Punkty sprzedaży udzielają również porad technicznych, oraz realizują szeroko pojętą obsługę posprzedażową klientów. Dla sprzedawców pracujących w punktach sprzedaży organizujemy szkolenia ukierunkowane na doskonalenie ich umiejętności sprzedażowych oraz standardy obsługi klienta. Ponadto, organizujemy programy motywacyjne dla pełnomocników handlowych, w ramach, których przyznawane są bonusy zależne od liczby pozyskanych i obsłużonych w ramach umów lojalnościowych abonentów oraz poziomu zadeklarowanych przez nich pakietów programowych.

Kanał sprzedaży bezpośredniej pozwala nam na precyzyjne dotarcie do wybranych grup klientów, bezpośredni kontakt z klientem oraz zwiększenie zasięgu sieci sprzedaży.

##### ***Sprzedaż usług dostępu do Internetu***

Na 31 grudnia 2012 roku, klienci mogli skorzystać z usług szerokopasmowego Internetu w 780 autoryzowanych punktach sprzedaży, znajdujących się w zasięgu technicznym sieci HSPA i LTE oraz poprzez kontakt z jednym z przedstawicieli sprzedaży bezpośredniej w 18 biurach regionalnych.

##### ***Sprzedaż usług telefonii komórkowej***

Klienci mogą skorzystać z oferty usług telefonii komórkowej w prawie wszystkich naszych autoryzowanych punktach sprzedaży. Jednak, w wyniku zawartej w kwietniu 2012 roku współpracy z Polkomtelem (wiodącym operatorem telefonii komórkowej), zrezygnowaliśmy z aktywnej sprzedaży własnych usług telefonii komórkowej w ramach modelu MVNO, na

rzecz proponowania klientom silniejszej oferty telefonii Plus. Na 31 grudnia 2012 roku, oferta telefonii Plus była dostępna w ponad 700 punktach sprzedaży naszej sieci.

### **Telefoniczne centrum sprzedaży (Call Center)**

Reklamując nasze usługi w różnych mediach, podajemy numery telefonów do naszej infolinii sprzedażowej tak, aby potencjalni klienci mieli możliwość zasięgnięcia informacji na temat naszych usług, bezpośredniego złożenia zamówienia lub pozyskania adresu najbliższego punktu sprzedaży.

Nasze Call Center posiada 600 stanowisk telefonicznych oraz około 150 stanowisk back-office do obsługi pisemnych wniosków (w tym faksowych i e-mailowych). Nasze telefoniczne centrum sprzedaży pozostaje do dyspozycji naszych obecnych i potencjalnych klientów 24 godziny na dobę, siedem dni w tygodniu, i odpowiada za kompleksową i profesjonalną obsługę klienta. Operatorzy Call Center przekazują klientom informacje o naszych usługach, pośredniczą w podpisywaniu umów abonenckich, przyjmują ewentualne reklamacje, udzielają informacji na temat płatności oraz zapewniają innego rodzaju wsparcie w ramach obsługi klienta. Dla klientów chcących mieć podgląd swojego konta przez Internet posiadamy również Internetowe Centrum Obsługi Klienta, gdzie po zalogowaniu klient może sprawdzić stan swoich usług, status płatności, abonowane pakiety, terminy płatności i wiele innych.

### **On-line**

Nasza strona internetowa pełni ważną rolę informacyjną dla rosnącej liczby abonentów i potencjalnych klientów. Zapewnia ona użytkownikom możliwość zapoznania się z naszą ofertą programową, multimedialną i telekomunikacyjną, zamówienia wybranego sprzętu odbiorczego razem z wybranym pakietem, lub znalezienia najbliższego punktu sprzedaży.

Ponadto, nasze Internetowe Centrum Obsługi Klienta jest zaawansowanym narzędziem umożliwiającym abonentom bezpieczny i bezpłatny dostęp do naszych zasobów back-office i pomocy technicznej w trybie on-line. Przez naszą stronę Internetową, abonenci mogą sprawdzić saldo swoich płatności, wydrukować przelew pocztowy lub zlecenie płatności w banku, sprawdzić specyfikację techniczną posiadanych dekoderek, wydrukować odpowiednie instrukcje obsługi, wznowić połączenie z satelitą, przywrócić fabryczne ustawienie kodu PIN w dekodercie, uregulować opłaty za pomocą płatności elektronicznych, a także skontaktować się z nami za pomocą formularza kontaktowego. Dodatkowo, abonenci mogą aktywować i dezaktywować niektóre usługi, sprawdzić dostępne jednostki do wykorzystania w ramach aktywnych usług/pakietów, a także zobaczyć szczegółowy wykaz świadczonych im usług.

Użytkownikom naszej strony internetowej udostępniamy także codziennie aktualizowany program telewizyjny z ofertą programową ponad 365 kanałów. Narzędzie wzbogacone jest o część od redakcyjną, w której polecamy najciekawsze naszym zdaniem pozycje programowe, a także dajemy możliwość sortowania ramówki wg kryteriów użytkownika.

Nasi abonenci mogą również skorzystać z naszej strony internetowej w celu dokupienia dodatkowego pakietu danych w ramach usługi dostępu do Internetu, znalezienia informacji na temat aktualnej oferty VOD i zakupienia programu. Poprzez nasz portal abonenci mają również dostęp do sekcji Rozrywka Online, w której mogą oglądać powtórki programów i wybrane kanały na żywo, a także korzystać z pakietów telewizji internetowej ipla w specjalnych niższych cenach, a abonenci pakietu HBO HD – korzystać z dostępu do płatnego serwisu HBO GO.

Dostęp do zasobów telewizji ipla zapewniamy poprzez witrynę ipla.tv oraz dedykowane aplikacje. Dostęp możliwy jest dla użytkowników komputerów (Windows, Linux, Mac OS X), smartfonów opartych na systemach iOS, Android, Windows Phone, tabletów (iPad i z systemem Android), telewizorów z dostępem do Internetu (Samsung, LG, Sony, Panasonic, Philips), operatorów (TV kablowa TOYA, Cyfrowy Polsat) oraz konsol (PlayStation 3).

Dostęp do serwisu muzycznego udostępniamy za pomocą aplikacji na komputery oraz aplikacji na urządzenia mobilne. muzGO daje możliwość pobierania wybranych utworów lub albumów oraz tworzenie playlist i zapisywanie ich do pamięci komputera lub telefonu z systemem Android, tak aby można było ich słuchać także poza zasięgiem Internetu. Dostęp do nielimitowanej liczby utworów w takim zakresie jest możliwy w modelu subskrypcyjnym przy utrzymaniu aktywnego abonamentu.

### **Magazyn centralny**

W celu obsługi wszystkich naszych kanałów dystrybucji stworzyliśmy własny magazyn centralny wraz z systemem logistycznym. W magazynie centralnym o łącznej powierzchni ok. 9.500 m<sup>2</sup> składujemy dekodery, modemy, akcesoria, części oraz różnego rodzaju materiały niezbędne do zapewnienia sprawnego działania w obszarze logistyki i sprzedaży, w tym opakowania i materiały reklamowe. Nasz system logistyczny i magazyn umożliwiają nam przygotowanie do dostawy

15.000 pre-aktywowanych dekoderek dziennie oraz składowanie do 700.000 sztuk sprzętu. Uważamy, że nasz magazyn centralny jest wystarczająco duży, aby zaspokoić wszystkie nasze przewidywane potrzeby magazynowe.

#### **Punkt 4.5.3.3. Obsługa i utrzymanie Klienta**

##### ***Obsługa Klienta***

Stale podwyższamy jakość obsługi klienta, korzystając z najnowszych osiągnięć technologicznych. Naszymi atutami jest zaangażowana i doświadczona kadra menedżerska oraz duża elastyczność działań wspomagana szybkim procesem decyzyjnym.

Używamy zaawansowanego systemu zarządzania relacjami z klientami stworzonego przez naszych specjalistów w oparciu o zintegrowaną platformę obsługującą między innymi telefon, faks, e-mail, SMS, TTS oraz standardową korespondencję pocztową. System zarządzania relacjami z klientami pozwala kompleksowo, terminowo i efektywnie realizować oraz dokumentować obsługę wszystkich zgłoszeń abonentów.

W naszym Centrum Obsługi Klienta część pracowników dedykowana jest wyłącznie do obsługi zapytań klientów w zakresie naszej oferty telefonii komórkowej i dostępu do szerokopasmowego Internetu. Pracownicy ci mają wsparcie w postaci specjalnych rozwiązań technologicznych w celu zapewnienia najwyższego poziomu satysfakcji abonentów.

##### ***Utrzymanie Klienta***

Utrzymanie Klienta to dla nas niezwykle ważny obszar działalności. W 2009 roku wprowadziliśmy nowy program utrzymaniowy w celu obniżenia wskaźnika odpływu abonentów, utrzymania naszych abonentów i zwiększenia przychodów. Stale rozwijamy i dostosujemy nasze programy utrzymaniowe, tak aby przedstawić abonentom ofertę usług dostosowaną do ich potrzeb. W naszej strukturze organizacyjnej wyodrębniliśmy pion dedykowany utrzymaniu klienta i przypisaliśmy do niego znaczne zasoby. Programy utrzymaniowe prowadzimy w formie programów reaktywnych i pro aktywnych.

W przypadku programów reaktywnych, proces zaczyna się w momencie, gdy nasz abonent wyrazi chęć zakończenia korzystania z naszych usług. Pracownik działu odpowiedzialnego za zapobieganie odpływowi abonentów kontaktuje się z takim abonentem i przedstawia nową atrakcyjną ofertę, aby zachęcić go do pozostania przy naszych usługach.

W przypadku programów pro-aktywnych, akcje utrzymaniowe prowadzimy przed upływem podstawowego okresu umowy abonenta. Wykorzystując różne kanały komunikacji, przedstawiamy klientom oferty dla przedłużających umowę, proponujemy na przykład wymianę dekodera na lepszy model czy rozszerzenie pakietu programowego. Wprowadziliśmy również zasadę automatycznego przedłużenia umowy na kolejne 12 miesięcy po upływie okresu podstawowego.

W utrzymaniu klienta pomaga nam również nasza oferta usług zintegrowanych. Klient w każdym momencie może rozszerzyć pakiet wykupionych usług, do posiadanego pakietu telewizyjnego może dodać usługi telefonii komórkowej, czy dostępu do Internetu. Również w dowolnym momencie każdy abonent może przejść na wyższy pakiet telewizyjny lub dokupić dodatkowe pakiety telekomunikacyjne.

Wprowadzenie programów utrzymaniowych i oferowanie usług zintegrowanych pomaga nam w obniżaniu wskaźnika odpływu abonentów, jako że coraz większa część naszej bazy abonentów decyduje się na ponowne zawarcie umowy na czas określony.

#### **Punkt 4.5.4. Technologia i infrastruktura**

##### **Punkt 4.5.4.1. Technologia i infrastruktura usług płatnej telewizji**

##### ***System dostępu warunkowego***

Dostęp do kanałów telewizyjnych oferowanych w naszych płatnych pakietach programowych DTH jest zabezpieczony systemem dostępu warunkowego wynajmowanym od NagraVision. System ten jest wykorzystywany do kontrolowania dostępu do poszczególnych płatnych pakietów programowych. Nasz klient, podpisując umowę na oferowane przez nas usługi płatnej telewizji satelitarnej, wraz z dekoderek otrzymuje kartę, która umożliwia odbiór płatnej oferty programowej. Regularnie podejmujemy działania w celu identyfikacji nieautoryzowanego dostępu do naszej usługi, ze względu na istotne ryzyko, jakie stwarza dla naszej działalności, a co za tym idzie - przychodów. Zgodnie z umową z NagraVision, w przypadku wykrycia nieautoryzowanego dostępu do naszych usług, jeśli nie ma innego remedium, NagraVision wymienia system

warunkowego dostępu wraz z kartami udostępnionymi naszym abonentom oraz, jeżeli jest to konieczne, dostosowuje dekodery do obsługi nowego systemu. Opłaty dla Nagravisision uiszczane są miesięcznie i są zależne od liczby abonentów.

Ponadto współpracujemy z firmą Irdeto w zakresie zabezpieczania treści cyfrowych przesyłanych w technologii DVB-T. Firma Irdeto zapewnia nam system dostępu warunkowego oraz niezbędne wsparcie techniczne, a także wyspecjalizowany i kompleksowy monitoring Internetu pozwalający na zbieranie i analizowanie zdarzeń mogących naruszać prawa autorskie podmiotów z naszej Grupy.

### **Satelita**

Mamy podpisane umowy z Eutelsat S.A. na wynajem pojemności na satelitach. Umowy obejmują trzy transpondery dla sygnału SD oraz jeden transponder dla sygnału HD. Umowy wygasają w 2016 roku, ale mamy możliwość przedłużenia ich na kolejne siedmioletnie okresy. W 2012 roku rozszerzyliśmy umowy z Eutelsat o dodatkowe transpondery – od sierpnia 2012 roku wynajmujemy połowę pojemności na piątym transponderze (dla programów w jakości HD), a od maja część transpondera, którą wykorzystujemy na potrzeby telewizji mobilnej. Nowe umowy zostały zawarte na 5-letnie okresy upływające w 2017 roku.

### **Centrum nadawcze**

Nasze centrum nadawcze mieści się w Warszawie i umożliwia nam emitowanie kanałów telewizyjnych na wykorzystywane przez nas transpondery na satelitach HotBird. Niektóre z oferowanych przez nas kanałów telewizyjnych są emitowane przez nadawców tych kanałów lub przez podmioty trzecie. Według naszej wiedzy, nasze centrum nadawcze wybudowane w 2006 roku i rozbudowane w 2009 roku, jest jednym z największych w Polsce. W 2012 roku przeprowadziliśmy kolejną modernizację systemów emisyjnych, która umożliwi nam playout nawet 100 kanałów telewizyjnych. Wyposażone jest w najnowsze systemy informatyczne oraz układy audio i wideo, i umożliwi nam nadawanie kanałów telewizyjnych w jakości SD i HD.

W celu zabezpieczenia przed ryzykiem uszkodzenia lub wyłączenia naszego centrum nadawczego lub jego części, nasze urządzenia służące do nadawania, przesyłania i multipleksowania posiadają zabezpieczenia w kluczowych punktach zespołu. Ponadto, w razie potrzeby, Eutelsat zobowiązany jest do zapewnienia nam pojemności zastępczej. W 2013 roku rozpoczniemy wyposażanie w urządzenia nadawcze zapasowego centrum uplinkowego.

### **Usługi na rzecz nadawców telewizyjnych i radiowych**

Świadczymy usługi emisji i transmisji sygnału na rzecz nadawców telewizyjnych oraz radiowych. Usługi te obejmują udostępnianie części pasma transpondera, nadawanie i kodowanie sygnału oraz jego dystrybucję do sieci innych operatorów, w tym operatorów kablowych.

### **Usługi świadczone w technologii DVB-T**

Usługi „TV Mobilna” są świadczone w technologii DVB-T w ramach multipleksu dedykowanego mobilnej naziemnej telewizji cyfrowej, na częstotliwościach z zakresu 470-790 MHz (przeznaczonych do świadczenia audiowizualnych usług medialnych, w tym rozprowadzania programów radiofonicznych lub telewizyjnych na obszarze całego kraju) posiadanych przez naszą spółkę zależną INFO-TV-FM. Do emisji programów wykorzystywana jest infrastruktura spółki INFO-TV-OPERATOR Sp. z o.o., składająca się z sieci nadajników radiowych w 31 największych miastach w Polsce. Zasięg multipleksu to blisko 5 mln gospodarstw domowych i około 15 mln osób.

### **Dekodery**

W celu zmniejszenia naszych kosztów, w listopadzie 2007 roku, rozpoczęliśmy produkcję własnych dekoderek SD, a w kwietniu 2010 roku wprowadziliśmy do produkcji dekodery HD. Własna produkcja dekoderek jest znacznie bardziej opłacalna niż zakup dekoderek od zewnętrznych podmiotów i umożliwiła nam oferowanie bardziej konkurencyjnych cenowo pakietów oraz osiągnięcie wyższej efektywności operacyjnej naszej działalności. Dzięki własnej produkcji dekoderek obniżaliśmy koszt pojedynczego sprzętu o około 20% w porównaniu do kosztów przy zakupie od dostawców zewnętrznych. Ponadto, udało nam się ujednoczyć oprogramowanie i interfejs dekoderek, co ułatwia naszym klientom zmiany posiadanych modeli. Przy okazji mamy kontrolę nad oprogramowaniem dekoderek, a dzięki temu większą elastyczność przy dostosowywaniu go do potrzeb abonentów.

Mamy możliwość zwiększania i zmniejszania poziomu produkcji poprzez nasze umowy z podmiotami zewnętrznymi i możemy dostosować się do przyszłych potrzeb i wymagań produkcyjnych. Przy produkcji naszych dekoderek opieramy się na sprawdzonych rozwiązaniach i nie eksperymentujemy z wykorzystywaniem nieprzetestowanych technologii. Jak dotąd nie doświadczaliśmy poważnych problemów związanych z produkcją, które prowadziłyby do konieczności wycofania lub wymiany wyprodukowanych przez nas dekoderek.

Naszą linię produkcyjną opuściło dotychczas osiem modeli odbiorników: cztery do odbioru sygnału w standardowej jakości (MINI, Familijny, F300 i M100) i cztery umożliwiające oglądanie telewizji w wysokiej rozdzielczości (HD 5000, HD 6000, MINI HD 2000, HD 3000) oraz T-HD 1000 w standardzie transmisji DVB-T, a także dysk twardy USB o pojemności 320 GB (DTU 320).

W 2012 roku wybrane modele produkowanych przez nas dekoderek wyposażyliśmy dodatkowo w dostęp do aplikacji ipla, dzięki której po podłączeniu dekodera do Internetu użytkownik może korzystać z zasobów naszej telewizji internetowej. Do naszej oferty dodaliśmy również możliwość korzystania z usługi Multiroom na dekoderekach HD (usługa dostępna na dekoderekach SD od października 2011 roku).

W 2012 roku, wyprodukowane przez nas dekodery stanowiły ponad 85% wszystkich sprzedanych lub udostępnionych przez nas dekoderek. Według stanu na koniec grudnia 2012 roku, w sumie w naszej fabryce zostało wyprodukowane już ponad 4 mln dekoderek, w tym ponad 2,5 mln dekoderek HD. Utrzymujemy współpracę z zewnętrznymi dostawcami, przede wszystkim z firmami Samsung, Echostar i Sagem, ale już od 2010 roku ograniczyliśmy zakup dekoderek od podmiotów zewnętrznych jedynie do sprzętu najbardziej zaawansowanego technologicznie, takiego jak dekodery PVR.

Współpracujemy również z firmą Valups Cooperation, która zaopatruje nas w kieszonkowe dekodery M-T 5000 do odbioru „TV Mobilnej” w technologii DVB-T.

Nasi abonenci mogą zarówno zakupić, jak i wynająć od nas dekoderek. Cena dekodera zależy od pakietu płatnych programów telewizyjnych nabywanych przez abonenta. Z reguły, im droższy pakiet tym niższa cena dekodera i wyższe subsydlum ponoszone przez nas. Subsidiowanie dekoderek postrzegamy jako narzędzie niezbędne przy pozyskiwaniu nowych abonentów. Zmiany cen dekoderek i ponoszonych przez nas subsydliów skorelowane są z warunkami rynkowymi. W celu zwiększenia satysfakcji klientów, zapewniamy serwis gwarancyjny dekoderek. Dekodery użyczone klientom pozostają naszą własnością i na bieżąco są przez nas aktualizowane.

### ***Dystrybucja treści internetowych***

W ramach telewizji internetowej IPLA wykorzystujemy własną technologię dostosowaną do najważniejszych systemów operacyjnych. Posiadamy unikalne kompetencje technologiczne w obszarze kodowania i strumieniowania treści audiowizualnych w Internecie, jak i optymalizacji dystrybucji tego sygnału. W odróżnieniu od konkurencji stosujemy autorskie rozwiązania, co pozwala nam tworzyć usługi optymalnie dostosowane do ograniczeń infrastruktury internetowej w Polsce oraz możliwości zewnętrznych systemów, z którymi integrujemy nasze aplikacje. W efekcie tego możemy oferować wyższej jakości usługi niż powszechnie stosowane rozwiązania. Przykładowo, nasz system kodowania strumienia wideo w jakości HD w IPLA pozwala przesyłać sygnał przy zajęciu o połowę mniejszego łącza internetowego niż zastosowania zaimplementowane przez inne podmioty działające na polskim rynku.

#### **Punkt 4.5.4.2. Technologia i infrastruktura usług dostępu do Internetu**

##### **Sieć**

Usługa szerokopasmowego dostępu do Internetu realizowana jest poprzez infrastrukturę radiową spółek grupy kapitałowej Midas S.A. (Mobyland, CenterNet, Aero2) i spółki Polkomtel. Umowa z Mobyland zapewnia nam dostęp do usług bezprzewodowego transferu danych na częstotliwości 1800 MHz i 900 MHz w technologii LTE i HSPA+ natomiast porozumienie trójstronne z Mobyland i Polkomtel Sp. z o.o. zapewnia nam dostęp do usług bezprzewodowego transferu danych na częstotliwości 900 MHz i 2100 MHz w technologii EDGE/GPRS i HSPA.

Nasza sieć HSPA+, na częstotliwości 900MHz, charakteryzuje się maksymalną prędkością transferu 21 Mb/s (28,8 Mb/s przy wykorzystaniu MIMO) przy pobieraniu danych z Internetu i 5,7 Mb/s przy wysyłaniu danych przez użytkownika. Wprowadzając technologię HSPA+ MIMO zwiększyliśmy prędkość transferu do 28,8 Mb/s. Technologia MIMO, pracująca w oparciu o zastosowanie wielu anten nadawczych i odbiorczych w stacji bazowej i terminalu, umożliwia jednocześnie przesłanie kilku różnych strumieni danych, dzięki czemu uzyskujemy wyższą sumaryczną prędkość transmisji, lepszą jakość oraz lepsze wykorzystanie zasobów częstotliwościowych. Pozwala to na swobodne korzystanie ze wszystkich zastosowań

Internetu - praca z przeglądarką, pobieranie i wysyłanie plików, odtwarzanie filmów, transmisje on-line materiałów HD i 3D, itp.

Od 2011 roku, jako pierwsi w Polsce zaczęliśmy świadczyć usługi szerokopasmowego dostępu do Internetu w technologii LTE, która obecnie jest w stanie zapewnić prędkość do 150 Mb/s. Usługę świadczymy poprzez sieć LTE na częstotliwości 1800 MHz, budowaną od 2010 roku przez Mobyland we współpracy z CenterNet. W porównaniu do technologii HSPA+ czy UMTS, LTE charakteryzuje się dużo mniejszymi opóźnieniami i pozwala na obsługę znacząco większej liczby użytkowników. Potencjał technologii LTE polega na większej pojemności i szybkości transmisji przy mniejszych opóźnieniach, dzięki czemu użytkownicy mogą swobodnie korzystać z usług interaktywnych i multimedialnych, wymagających dużej przepustowości i transmisji w czasie rzeczywistym, jak gry online, komunikacja wideo czy telewizja HD przez Internet. Urządzenia konsumenckie LTE oferowane przez Cyfrowy Polsat pozwalają na obsługę prędkości do 150 Mb/s przy pobieraniu danych i do 50 Mb/s - przy wysyłaniu.

Zgodnie z danymi publikowanymi przez naszego dostawcę, na dzień publikacji tego raportu zasięgiem Internetu LTE i HSPA objętych jest odpowiednio ponad 50% i ponad 90% populacji Polski. Sieć rozbudowywana jest w szybkim tempie. Finalnie w zasięgu mobilnego Internetu LTE ma się znaleźć 66% Polaków.

Ponadto, od sierpnia 2012 roku, na podstawie współpracy z Polkomtel Sp. z o.o. umożliwiamy naszym abonentom korzystanie z sieci radiowych 3G i 2G operatora na częstotliwościach 2100 MHz i 900 MHz w technologiach HSPA i EDGE/GPRS, która posiada ogólnopolski zasięg.

W styczniu 2012 roku Międzynarodowy Związek Telekomunikacji (ITU) uzgodnił kolejny standard technologii mobilnej. ITU podjęło decyzję, że rozwiązania "LTE-Advanced" oraz "WirelessMAN-Advanced" otrzymają wspólną nazwę IMT-Advanced. IMT-Advanced zastąpi w przyszłości standard IMT-2000 rozwijany od 2000 r. i nazwany popularnie technologią 3G. Docelową prędkością oferowaną przez technologie zgodne ze standardem IMT-Advanced będzie 100 Mb/s w ruchu (jazda samochodem) oraz 1 Gb/s stacjonarnie (poprzez sieć mobilną). Określenie 4G pozostanie niezdefiniowane, ale nadal jest używane przez operatorów wykorzystujących technologie LTE, HSPA+ oraz WiMax.

### **Sprzęt internetowy**

Oferujemy najbardziej zaawansowane technologicznie modemy, routery i tablety umożliwiające szerokopasmowy dostęp do Internetu. Cena sprzętu zależy od warunków podpisanej umowy i pakietu danych wykupionego przez abonenta. Z reguły im dłuższy czas trwania umowy i droższy pakiet danych, tym niższa cena sprzętu i większy wybór dostępnych modeli.

Do świadczenia usług szerokopasmowego dostępu do Internetu w technologii LTE, używamy najnowocześniejszych modemów, które pracują również w technologiach HSPA/HSPA+ i EDGE/GPRS. Dzięki takiemu rozwiązaniu klienci Cyfrowego Polsatu używając jednego modemu, mogą korzystać z Internetu zarówno w technologii LTE jak i HSPA/HSPA+, a także z sieci EDGE/GPRS obejmującej zasięgiem całą Polskę. Obecnie oferujemy trzy takie modemy:

- wprowadzony w 2012 roku nowy modem Huawei E3276 umożliwiający pobieranie danych z prędkością do 150 Mb/s;
- wcześniejszy modem Huawei E398 z maksymalną prędkością pobierania danych do 100 Mb/s;
- modem ZTE MF821 z maksymalną prędkością pobierania danych do 100 Mb/s.

W ofercie modemów obsługujących technologię HSPA proponujemy ponadto następujące modele: wyprodukowany w naszej fabryce modem Cyfrowy Polsat B150, oraz nabywane modemy ZTE MF668, ZTE MF669, Huawei E367, Huawei E182E/Huawei E182E MIMO.

Modemy są kompatybilne ze wszystkimi komputerami przenośnymi i stacjonarnymi wyposażonymi w port USB 2.0 oraz obsługującymi większość wiodącego oprogramowania komputerowego. Urządzenia oferowane są również w zestawie z anteną zewnętrzną magnetyczną (parapetową) lub „kominową”, wydawaną na życzenie klienta. Zastosowanie anteny pozwala poprawić jakość odbieranego sygnału oraz zwiększa obszar dostępności usługi, i przekłada się na wzrost szybkości transmisji danych.

Naszym abonentom proponujemy również pierwszy na rynku tablet, który został wyposażony w moduł obsługujący technologię LTE do 100 Mb/s – Samsung Galaxy Tab 8.9 LTE. Urządzenie obsługuje również technologię HSPA+. Klientom oferujemy również dwa inne modele tabletów: Manta MID9701 9,7” Wi-Fi oraz Ferguson S3 Wi-Fi DVB-T (z wbudowanym

tunerem DVB-T i funkcją GPS), a także laptop Acer Aspire E1 z systemem Windows 8, które za pośrednictwem modemu umożliwiają szybkie i łatwe połączenie z siecią Internet.

W naszej ofercie mamy także kilka modeli routerów, w tym pierwszy mobilny router ZTE MF60, który obsługuje technologie HSPA+/HSPA/UMTS/EDGE/GPRS.

#### **Punkt 4.5.4.3. Technologia i infrastruktura MVNO**

Swoją działalność na rynku MVNO opieramy na modelu pełnego operatora MVNO. Oznacza to posiadanie własnej infrastruktury telekomunikacyjnej (poza siecią radiową). Taki model działalności pozwala na pełną kontrolę oferty dla klientów m.in. dzięki własnemu systemowi bilingowemu, a także na bezpośrednie relacje międzyoperatorskie, co skutkuje dodatkowymi przychodami międzyoperatorskimi. Korzystamy z sieci radiowej na podstawie umów roamingu krajowego z wiodącymi operatorami sieci komórkowych.

Usługi telefonii mobilnej, realizowane w modelu MVNO, świadczone są w systemach 2G i 3G i opierają się o interfejs radiowy GSM/UMTS/HSPA naszych partnerów – operatorów MNO. Usługi obejmują połączenia głosowe, SMS, MMS, a także transmisje danych GPRS/EDGE/UMTS/HSPA. Nasi klienci mogą również korzystać z połączeń międzynarodowych i usługi roamingu międzynarodowego.

#### **Punkt 4.6. Segment nadawania i produkcji telewizyjnej**

##### **Punkt 4.6.1. Otoczenie rynkowe**

Rynek stacji telewizyjnych w Polsce tworzą nadawcy publiczni i komercyjni nadający programy z dostępem ogólnopolskim i regionalnym, znacząca część stacji jest dostępna płatnie (sieci kablowe, platformy satelitarne).

Pierwsze transmisje telewizyjne w Polsce rozpoczęła w latach pięćdziesiątych XX wieku TVP. Był to jedyny nadawca na polskim rynku aż do 1992 roku, kiedy, w następstwie przemian ustrojowych, rynek nadawców został otworzony na działalność komercyjną. Od tego czasu liczba stacji systematycznie rośnie. Obecnie na polskim rynku funkcjonuje siedmiu nadawców nadających sygnał naziemny, analogowy lub cyfrowy (TVP, TVN, TV Polsat, Polskie Media, Telewizja Puls, Zjednoczone Przedsiębiorstwa Rozrywkowe i ATM Grupa), kilku nadawców regionalnych kierujących swoją ofertę przez sieci kablowe i satelitarne, a także nadawcy oferujący polskie edycje kanałów międzynarodowych, jak i wersje oryginalne kanałów (przede wszystkim niemiecko- i anglojęzyczne). Trwa proces implementacji naziemnej telewizji cyfrowej, która obecnie oferuje bezpłatny dostęp do 20 kanałów dostępnych dla 90% gospodarstw domowych w Polsce.

W Polsce trwa proces wdrażania cyfrowej telewizji naziemnej (DTT – Digital Terrestrial TV). Pierwsze wyłączenia sygnału analogowego miały miejsce 7 listopada 2012, a na koniec lipca 2013 planowane jest wyłączenie sygnału analogowego na całym terytorium Polski. Oferta cyfrowej telewizji naziemnej obejmuje obecnie trzy multipleksy oferujące bezpłatnie 20 kanałów telewizyjnych. Ponadto rozpisany jest przetarg na kolejne cztery kanały (społeczno-religijny, filmowy, edukacyjno-poznawczy oraz dla dzieci w wieku od 4 do 12 lat), które mają znaleźć się w ofercie MUX-1, po wygaśnięciu rezerwacji wydanej TVP (nie później niż 28 kwietnia 2014). Nadawcy, którzy chcą ubiegać się o koncesje nadawcze, muszą spełnić wymogi licencyjne związane z regulowaną przez ustawę zawartością merytoryczną kanałów oraz ze strukturą własnościową spółek. Dodatkowo, przyszli nadawcy muszą liczyć się ze znaczącymi nakładami finansowymi koniecznymi do zapewnienia zaplecza technicznego, z zakupem odpowiedniej biblioteki programowej, zapewnieniem odpowiedniej dystrybucji programu i oczywiście zbudowaniem dobrego zespołu odpowiedzialnego za sprzedaż czasu reklamowego. Pamiętając o wysokich kompetencjach zespołów pracujących dla nadawców obecnych już na polskim rynku i tym samym o bardzo dużej konkurencyjności zespołów sprzedażowych, bariera wejścia dla nowych graczy jest dość trudna do pokonania w krótkim czasie.

Organem regulującym działalność polskiego rynku nadawców telewizyjnych jest Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji (KRRiT), której kompetencje obejmują udzielanie koncesji na nadawanie oraz bieżące monitorowanie działań aktywnych nadawców (m.in. sprawdzanie przestrzegania warunków koncesji dla konkretnych stacji).

#### **Rynek reklamy telewizyjnej w Polsce**

Według szacunków domu mediowego ZenithOptimedia, w 2012 roku Polska była trzecim krajem w Europie Środkowo-Wschodniej (za Rosją i Turcją) z całkowitymi wydatkami na reklamę przekraczającymi 6,7 mld złotych (po rabatach), z 5,5% spadkiem względem 2011 roku. Wielkość rynku reklamy telewizyjnej wyniosła blisko 3,5 mld złotych (6,3% mniej niż w 2011

roku). ZenithOptimedia prognozuje, że rynek reklamy telewizyjnej w 2013 zmniejszy się o 5,7%. Spadek w kolejnych latach będzie coraz mniejszy. Odpowiednio: 2014 spadek o 1,7% a w 2015 spadek o 0,6%.

W 2012 roku, telewizja pozostawała dominującym medium reklamowym, mającym udział w całkowitych wydatkach na reklamę na poziomie 52%. Zdaniem ZenithOptimedia, udział ten pozostanie na zbliżonym poziomie w kolejnych latach. Znaczący wzrost udziału Internetu nie wpływa tutaj na pozycję reklamy telewizyjnej, z racji spadków wydatków w mediach drukowanych.

Struktura wydatków na reklamę w latach 2008-2015

	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013P</b>	<b>2014P</b>	<b>2015P</b>
TV .....	52%	52%	53%	52%	52%	52%	51%	51%
Prasa .....	22%	20%	18%	16%	14%	12%	10%	9%
Reklama zewnętrzna .....	9%	9%	8%	8%	7%	7%	7%	7%
Radio .....	7%	7%	7%	7%	7%	7%	7%	7%
Internet .....	10%	12%	14%	16%	18%	20%	22%	24%
Kino .....	1%	1%	1%	2%	2%	2%	2%	2%

Źródło: ZenithOptimedia, *Advertising Expenditure Forecasts - December 2012*

Cechą charakterystyczną polskiego rynku reklamy jest wysoka konsumpcja telewizji. W 2012 roku średni czas oglądania telewizji w całej badanej populacji wyniósł 245 minut, względem roku 2011 wzrósł o 3 minuty. Tak wysoka konsumpcja telewizji pozwala zakładać, że rynek ten będzie w najbliższych latach lepiej znosił spadki przychodów reklamowych niż inne media tradycyjne.

W oparciu o estymacje wielkości rynku reklamy wykonane przez Starlink, szacujemy, że w 2012 roku Grupa Polsat miała 23,2% udziałów w rynku wartym 3,7 mld złotych. Wskaźnik power ratio wyniósł w 2012 roku 1,26 (liczony jako stosunek udziałów w rynku reklamy do udziałów w widowni w grupie wszyscy 4+).

Według szacunków ZenithOptimedia, rok 2013 przyniesie spadek wielkości polskiego rynku reklamy TV netto o 5,7%. W oparciu o dane ZenithOptimedia, szacujemy, że w latach 2012-2015 wartość rynku reklamy TV będzie malała średnio o 2,7% (CAGR). Ten ostrożny szacunek opiera się na założeniu, że gospodarka polska będzie notowała nieznaczne wzrosty PKB rok do roku, przy nienajlepszej kondycji wiodących gospodarek światowych. Jesteśmy przekonani, że reklama telewizyjna jest bardzo efektywną formą komunikacji z klientem. Ponadto, patrząc na relacje między wartością rynku reklamy w Polsce, a wartością PKB, widzimy ciągle duży potencjał wzrostu. Jeśli spojrzymy na relację między tymi wskaźnikami na innych rynkach europejskich, widać, że polski wskaźnik (0,41%) jest wyraźnie niższy niż ma to miejsce w Wielkiej Brytanii (0,77%), w Niemczech (0,66%) czy w Czechach (0,66%). Podobnie, jeśli patrzymy na wydatki reklamowe w przeliczeniu na osobę, na bazie danych ZenithOptimedia, dla roku 2012 Polska osiągnęła wartość tego wskaźnika 59,8 USD, gdy dla Wielkiej Brytanii wynosił on 310,6 USD, dla Niemiec 312,4 USD, a dla Czech 139,3 USD.

### Główne stacje telewizyjne

Polski rynek telewizyjny jest zdominowany przez cztery największe stacje nadające naziemnie (analogowo i cyfrowo): TVP1, TVP2, TVN i POLSAT, które, w 2012 roku, gromadziły łącznie 53% udziałów w widowni w grupie komercyjnej. W roku 2012, w związku z rozwojem naziemnej telewizji cyfrowej (DTT) obserwowaliśmy wyraźny postęp fragmentaryzacji rynku telewizyjnego. Mniejsze stacje dostępne w multipleksach zyskiwały na znaczeniu, przede wszystkim kosztem wspomnianych czterech największych kanałów dostępnych do tej pory w analogowej telewizji naziemnej.

W roku 2012 POLSAT, główny kanał Grupy, uzyskał 15,7% udziału w widowni w całej dobie, co było najlepszym wynikiem na rynku. Średnioroczny zasięg techniczny stacji wyniósł ponad 98%. Kanały tematyczne Grupy miały 4,8% udziału w widowni. Na kanały tematyczne Grupy Polsat składa się 18 stacji konkurujących w różnych segmentach rynku (m.in. sport, kanały kobiece, męskie, informacyjne), są to stacje dostępne w dystrybucji kablowo-satelitarnej oraz jeden kanał dostępny drogą naziemną (MUX-2). POLSAT, główna stacja Grupy, konkuruje z kanałami o zasięgu ogólnopolskim, TVN, TVP1, TVP2 oraz mniejszymi kanałami dostępnymi w naziemnej telewizji cyfrowej.

W 2012 roku, główny konkurent POLSATU, stacja TVN, miała 14,8% udziału w widowni w całej dobie. Średnioroczny zasięg techniczny stacji wynosił blisko 94%. Stacja TVN wystartowała w 1997 roku, należy do Grupy TVN i jest kontrolowana przez Grupę ITI. Kanały tematyczne Grupy TVN uzyskały w całym 2012 roku 7,2% udziału w widowni w całej dobie.

W skład Grupy TVP wchodzi dziewięć stacji, w tym dwie ogólnopolskie, TVP1 i TVP2. Grupa ta jest jednym z głównych graczy na polskim rynku reklamy. W 2012 roku, główne stacje Grupy TVP uzyskały 12,1% (TVP1) i 10,8% (TVP2) udziałów w widowni w całej dobie. Zasięg techniczny obu stacji wynosi niemal 100% telewizyjnych gospodarstw domowych. Kanały tematyczne TVP zyskały 4,4% udziałów w widowni, wliczając w to TVP Info (dawniej TVP3), której udział wyniósł 2%. TVP, jako nadawca publiczny, poza opłatami za emisję reklam, zyskuje dodatkowe przychody z abonamentu, płaconego przez użytkowników telewizji na podstawie Ustawy z dnia 21 kwietnia 2005 roku o opłatach abonamentowych (Dz.U. 2005, Nr. 85, poz. 728). Mimo ograniczenia, jakim dla TVP jest zakaz przerywania programów blokami reklamowymi, co istotnie wpływa na ograniczenie zasobów stacji, przychody z opłat abonamentowych stanowiły tylko 12% całkowitych przychodów w roku 2011.

Według danych Nielsen Audience Measurement (NAM), poza czterema największymi stacjami, wszystkie pozostałe uzyskały w 2012 roku udziały w widowni mniejsze niż 3%.

### **Cyfrowa telewizja naziemna (DTT)**

Polska jest w trakcie przechodzenia z analogowego nadawania programów telewizyjnych, na cyfrowe nadawanie naziemne, w technologii Digital Video Broadcasting-Terrestrial (DVB-T). Zmiana technologii umożliwi transmisję większej liczby kanałów, poprawę jakości obrazu i dźwięku oraz wyeliminuje zakłócenia sygnału, które towarzyszą nadawaniu analogowemu. Technologia telewizji cyfrowej oferuje także dostęp do elektronicznego przewodnika po programach, który umożliwi każdemu widzowi zbudowanie własnych definicji ulubionych programów czy też zaprogramowanie kontroli rodzicielskiej. Nowa technologia umożliwi też nadawcom oferowanie dodatkowych usług, takich jak dogrywanie do programów dodatkowych ścieżek dźwiękowych (np. dodatkowej narracji programu), czy też wybór napisów z listy dostępnych wersji językowych. Nową funkcją dla odbiorcy DVB-T będzie możliwość nagrywania programów (PVR).

Transmisja cyfrowa różni się od analogowej w wymaganiach co do używanych częstotliwości. DTT wymaga telewizorów z odpowiednim tunerem, lub użycia specjalnej przystawki do starszych odbiorników. Używając standardu nadawania DVB-T z kompresją i szyfrowaniem w standardzie MPEG-4, na jednym multipleksie dostępnych będzie do siedmiu lub ośmiu kanałów.

Proces wyłączenia emisji analogowej został podzielony na etapy. Całkowite przejście z emisji analogowej na cyfrową zaplanowano na koniec lipca 2013 roku. Pod koniec roku 2012 miały miejsca pierwsze wyłączenia sygnału telewizji analogowej. 7 listopada wyłączono nadajniki w województwie lubuskim, a do 28 listopada nadajniki w województwach pomorskim i wielkopolskim. Obecnie usługa telewizji cyfrowej oferowana jest w trzech multipleksach bezpłatnych oraz jednym płatnym, skierowanym do odbioru telewizji w urządzeniach mobilnych. Szacuje się, że docelowo może funkcjonować sześć multipleksów. Termin multiplex (MUX) oznacza pakiet programów telewizyjnych i radiowych, czasem wzbogacony o dodatkowe usługi, transmitowany cyfrowo na jednym kanale częstotliwości.

Pierwszy multiplex, MUX-1 zawiera programy telewizji publicznej (TVP1, TVP2, TVP Info) oraz cztery programy komercyjne. Zasięg MUX-1 był poszerzany do końca września 2012 roku i dociera obecnie do 95% populacji Polski. MUX-2 zarezerwowany jest dla nadawców komercyjnych, w tym TV Polsat. Regularna transmisja POLSATU w ramach cyfrowej telewizji naziemnej rozpoczęła się 30 września 2010 roku. Na koniec roku 2012 MUX-2 był dostępny dla 94% populacji Polski. Ostatni etap poszerzania zasięgu jest planowany na koniec 2013 roku. MUX-3 jest przeznaczony tylko dla nadawców publicznych. MUX-3 ma obecnie dużo niższy zasięg co wynika z faktu, że ma on w znacznym stopniu wykorzystywać częstotliwości wykorzystywane obecnie do nadawania analogowego sygnału telewizyjnego. Ostatni etap jego rozszerzania ma nastąpić do końca kwietnia 2014 roku. MUX-4 jest zarezerwowany dla firmy INFO-TV-FM (należącej do Cyfrowego Polsatu), która uruchomiła na nim emisję telewizji na urządzenia mobilne. Kolejne multipleksy: MUX-5 i MUX-6 są na etapie koncepcyjnym, bez żadnych planów co do ich zawartości.

#### **Punkt 4.6.2. Oferta**

##### **Punkt 4.6.2.1. Kanały**

Jesteśmy przekonani, że nasze portfolio kanałów jest skierowane do istotnych segmentów widzów a także, że utrzymamy pozycję lidera w segmencie programów sportowych oraz że umocnimy się w segmencie telewizji informacyjnej. Oferta Grupy Polsat jest skierowana do całej rodziny.

## Portfolio kanałów Grupy Polsat

Kanał	Początek nadawania	Kategoria	Dystrybucja sygnału	Dostępność	Zasięg techniczny <sup>(1)</sup>
POLSAT .....	05-12-1992	ogólnotematyczny	naziemna/DTT/kabel/satelita	FTA	98,5%
Polsat Sport.....	11-08-2000	sportowy	kabel/satelita	non-FTA	44,0%
Polsat Sport Extra	15-10-2005	sportowy	kabel/satelita	non-FTA	30,7%
Polsat Futbol <sup>(2)</sup> .....	17-09-2009	sportowy	kabel/satelita	non-FTA	15,0%
Polsat Film .....	02-10-2009	filmowy	kabel/satelita	non-FTA	37,3%
Polsat Café.....	06-10-2008	lifestyle	kabel/satelita	non-FTA	48,7%
Polsat Play .....	06-10-2008	lifestyle	kabel/satelita	non-FTA	39,0%
Polsat2 .....	01-03-1997	ogólnotematyczny	kabel/satelita	non-FTA	58,0%
Polsat News .....	07-06-2008	informacyjny	kabel/satelita	non-FTA	49,7%
Polsat Biznes <sup>(3)</sup> .....	08-02-2007	biznesowy	kabel/satelita	non-FTA	52,4 %
Polsat Jim Jam .....	02-08-2010	dziecięcy	kabel/satelita	non-FTA	37,4%
Polsat Sport News	01-06-2011	sportowy	DTT/kabel/satelita	FTA	43,4%
Polsat Crime & Investigation <sup>(4)</sup>	24-11-2011	kryminalny	kabel/satelita	non-FTA	31,2%
Polsat Food <sup>(5)</sup>	22-11-2012	lifestyle	kabel/satelita	non-FTA	19,3%
Polsat Viasat Explorer <sup>(6)</sup>	01-03-2013	lifestyle	kabel/satelita	non-FTA	10,1%
Polsat Viasat Nature <sup>(6)(7)</sup>	01-03-2013	przyrodniczy	kabel/satelita	non-FTA	9,8%
Polsat Viasat History <sup>(6)</sup>	01-03-2013	historyczny	kabel/satelita	non-FTA	17,6%

- (1) NAM, odsetek telewizyjnych gospodarstw domowych, które mają możliwość odbioru danego kanału; średnia arytmetyczna zasięgów miesięcznych w 2012r.  
(2) Polsat Futbol nadawał do maja 2012  
(3) do lutego 2013 kanał nadawał pod nazwą TV Biznes  
(4) kanał w portfolio Grupy Polsat od listopada 2011 r.  
(5) kanał w portfolio Grupy Polsat od listopada 2012 r.  
(6) kanał w portfolio Grupy Polsat od marca 2013 r.; dane dotyczące początku nadawania odnoszą się do rozpoczęcia nadawania stacji pod marką „Polsat”, natomiast dane dotyczące zasięgu technicznego odnoszą się do okresu przed rozpoczęciem współpracy z Telewizją Polsat  
(7) Viasat Nature – dane nt zasięgu technicznego od sierpnia 2012 r.

## POLSAT

POLSAT, nasz główny kanał, jest największym kanałem w kategoriach udziałów w widowni w grupie komercyjnej, mieszczącej się w przedziale wiekowym 16-49 lat, który w całym 2012 roku wyniósł 15,7%. Stacja pozostała liderem pomimo silnej oferty konkurencji, w tym relacji z mistrzostw Europy w piłce nożnej oraz igrzysk olimpijskich. Stacja emituje program codziennie, przez całą dobę. Kanał znajduje się w ofercie cyfrowej telewizji naziemnej na drugim multipleksie(MUX-2), który na koniec 2012 obejmował 94% populacji Polski. Kanał cały czas jest również dostępny w naziemnej telewizji analogowej. Poza dystrybucją sygnału naziemnego, POLSAT jest dostępny w jakości SD i HD w większości sieci kablowych oraz na platformach satelitarnych. Analizując cały 2012 roku, 29% widzów POLSATU oglądało kanał wykorzystując naziemny sygnał analogowy, około 59% z wykorzystaniem telewizji płatnej (kablowej lub satelitarnej) oraz 12% z wykorzystaniem naziemnej telewizji cyfrowej. Patrząc na sam grudzień, udziały poszczególnych sposobów odbioru sygnału kształtowały się odpowiednio 18%, 59%, 23%. Stacja oferuje bardzo szeroką gamę filmów fabularnych, seriali, tak polskich jak i zagranicznych, a także realizowane na podstawie umów licencyjnych, programy typu *talent show*. Na antenie istotne miejsce zajmuje również oferta sportowa. W grupie komercyjnej stacja zanotowała najwyższe udziały w widowni w 2012 roku, wśród stacji ogólnopolskich.

Najsilniejsza oferta programowa emitowana jest wiosną, między marcem a majem oraz jesienią, między wrześniem a listopadem, w prime time (między godzinami 18:30 a 23:00). Jest to okres najsilniejszej aktywności reklamowej w roku. Wtedy emisje mają premiery seriali, talent show i nowości filmowych (głównie produkcji takich wytwórni jak Sony Pictures Television International czy 20th Century Fox). Poza prime time stacja emituje seriale, para dokumenty, filmy oraz relacje z wydarzeń sportowych.

## Kanały tematyczne Grupy

Kanał	grupa docelowa	udział w widowni w grupie docelowej stacji w 2012 roku	zawartość programowa	informacje dodatkowe
Polsat Sport .....	mężczyźni 16-59 lat	0,9%	Pierwszy kanał sportowy w ofercie Grupy. Oferuje relacje sportowe, jak również audycje tematyczne. Najważniejsze dla stacji dyscypliny to: (i) siatkówka (Mistrzostwa Świata, Liga Światowa, World Grand Prix, Plus Liga), (ii) lekkoatletyka (np. Diamond League), (iii) piłka nożna, (iv) piłka ręczna, (v) boks (vi) zawody MMA.	Najpopularniejszy kanał sportowy w 2012 roku, tak w grupie komercyjnej, jak i w swojej grupie docelowej. Kanał dostępny jest w jakości SD i HD.
Polsat Sport Extra..	mężczyźni 16-44 lat	0,3%	Prezentuje ciekawe wydarzenia sportowe, w tym relacje z wyścigów Formuły 1 (pełen przebieg, łącznie z treningami), relacje z najważniejszych turniej tenisowych (np. Wimbledon) czy Liga Mistrzów piłki ręcznej	Piąty kanał sportowy. w Polsce w grupie mężczyźni 16-44, a także w grupie komercyjnej. Kanał dostępny jest w jakości SD i HD.
Polsat Sport News.....	mężczyźni 16-44	0,4%	Jest to kanał FTA nadawany w technologii DTT. Na ramówkę stacji składają się aktualności sportowe, a także relacje z wydarzeń sportowych oraz formaty publicystyczne.	Kanał nadaje od maja 2011, dane nt oglądalności dostępne od listopada 2012.
Polsat Film.....	16-49 użytkowników telewizji kablowej i satelitarnej	0,5%	Szeroka oferta filmów. Światowe hity, filmy z czołówki box-office ale także produkcje kina niezależnego. Oferta oparta w znacznym stopniu na produkcjach wytwórni Sony Pictures Television International oraz 20th Century Fox TV.	Kanał dostępny jest w jakości SD i HD.
Polsat Café.....	kobiety 16-44 lat	0,5%	Oferta programów lifestylowych, o modzie, urodzie i stylu życia, w ofercie znajdują się także zagraniczne edycje różnych formatów (Moment prawdy, You Can Dance).	
Polsat Play.....	mężczyźni 16-44 lat	0,5%	Programy poświęcone różnorodnym męskim hobby, np. wędkarstwo, motoryzacja, a także prezentacja modnych gadżetów.	
Polsat2.....	wszyscy 16-49 lat	1,5%	Powtórki programów, które miały premierę na innych kanałach Grupy.	Dziewiąty w rankingu najczęściej wybieranych kanałów w Polsce. Kanał jest dostępny również, za pośrednictwem satelity, w innych krajach (np. USA).
Polsat News.....	wszyscy 16-49 lat	0,7%	24-godzinny kanał informacyjny, w znacznej części realizowany na żywo, poświęcony wydarzeniom w Polsce i na świecie.	
Polsat Biznes.....	Top management	0,05%	Najświeższe informacje i komentarze do istotnych wydarzeń na rynku.	Kanał nabyty przez Grupę Polsat w lutym 2007 roku. Do lutego 2013 roku kanał nadawał pod nazwą TV Biznes.
Polsat Jim Jam .....	dzieci w wieku 4-6 lat	4,4%	Oferta dziecięcych programów rozrywkowych.	Nadawany w oparciu o umowę joint venture między Grupą Polsat a ChelloZone.

Sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat S.A.  
za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2012 roku  
(wszystkie dane liczbowe przedstawiono w tysiącach złotych, chyba że zaznaczono inaczej)

Polsat Crime & Investigation Network....	16-49 użytkownicy telewizji kablowej i satelitarnej	0,15%	Programy kryminalne, oparte na faktach. Dokumenty prezentujące pracę policji, detektywów, czy laboratoriów kryminalistycznych.	Wspólny projekt Grupy Polsat i A+E Networks UK. Kanał nadaje od końca listopada 2011 roku.
Polsat Food.....	kobiety 16-49	0,13%	Kanał kulinarny. Oparty na programach z oferty Food Network.	Wspólny projekt Grupy Polsat i Scripps Networks Interactive. Kanał nadaje od 22 listopada 2012.
Polsat Viasat Explorer <sup>(1)</sup> ...	mężczyźni 16-49	b.d.	Kanał dedykowany mężczyznom, oferuje programy prezentujące ekstremalne zawody, sporty, wyprawy do trudno dostępnych miejsc.	Wspólny projekt Grupy Polsat i Viasat Broadcasting.
Polsat Viasat Nature <sup>(1)</sup> ....	wszyscy 16-49 lat	b.d.	Oferuje programy przyrodnicze dla całej rodziny, tak dotyczące dzikich zwierząt jak i zwierząt domowych	Wspólny projekt Grupy Polsat i Viasat Broadcasting.
Polsat Viasat History <sup>(1)</sup> ....	wszyscy 16-49 lat	b.d.	Oferuje różnorodne programy związane z historią różnych okresów.	Wspólny projekt Grupy Polsat i Viasat Broadcasting.

(1) kanały dostępne w badaniu od stycznia 2013 r.

#### Udziały w widowni kanałów Grupy Polsat w latach 2010-2012:

Kanał	udział w widowni (SHR%)		
	2010	2011	2012
POLSAT	16,03	16,45	15,71
Polsat2	0,97	1,45	1,49
Polsat News	0,52	0,66	0,74
Polsat Sport	0,56	0,65	0,67
Polsat Film	0,29	0,39	0,42
Polsat Play	0,23	0,33	0,39
Polsat JimJam [JimJam]	0,21	0,30	0,38
Polsat Cafe	0,22	0,33	0,36
Polsat Sport Extra	0,18	0,17	0,17
Polsat Crime & Investigation Network <sup>(1)</sup>			0,12
Polsat Sport News <sup>(2)</sup>			0,28
Polsat Biznes <sup>(3)</sup>	0,04	0,02	0,02
Polsat Futbol <sup>(4)</sup>	0,02	0,03	0,01

Źródło: NAM, grupa docelowa: wszyscy 16-49, cała doba.

(1) kanał w badaniu od stycznia 2012 r.

(2) kanał w badaniu telemetrycznym od listopada 2012 r. (dane za ten okres)

(3) do lutego 2013 r. kanał nadawał pod nazwą TV Biznes

(4) Kanał nadawał do końca maja 2012 r. (w roku 2012 dane za ten okres)

#### Punkt 4.6.2.2. Ramówka

Dobór programów oraz ich planowanie w konkretnych pasmach, opiera się na budowaniu widowni w grupie, która ze względu na swoje cechy demograficzne, jest najbardziej atrakcyjna dla reklamodawców. W procesie planowania, wnikliwej analizie poddawane są dane dotyczące udziałów w widowni, aby właściwie określić, które pozycje przyciągają widzów, aby przewidzieć trendy rynkowe i dzięki temu mieć pewność, że oferta programowa Grupy jest najlepszą odpowiedzią na oczekiwania widzów oraz reklamodawców.

Planowanie oferty programowej uwzględnia dwa, kluczowe ze względów komercyjnych (przychody reklamowe), okresy: wiosnę (marzec-maj) i jesień (wrzesień – listopad). Wtedy mają miejsce emisje premierowe. W miesiącach letnich i zimowych, oferta stacji składa się w znacznej mierze z powtórek programów, których premierowe emisje miały miejsce w sezonie.

Przy budowie układu programów, kluczowe jest utrzymanie lojalności widza, tak by atrakcyjność kolejnych programów wpływała pozytywnie na dalsze oglądanie danego kanału. Jest to szczególnie istotne w pasmach między wczesnym popołudniem a prime time. Realizacji tego celu służy umieszczenie programów o stałej długości, w kolejne dni tygodnia (poniedziałek – piątek), tak aby widz mógł łatwiej zapamiętać schemat programowy stacji. Strategia ta ma miejsce między godziną 15 a 20. Od godziny 20 stacja oferuje silną ofertę w postaci filmów (m.in. poniedziałek, wtorek), talent - show (piątek, niedziela) czy popularnych seriali (czwartek).

## **Źródła pozyskiwania programów**

### ***Oferta programów polskich***

Dążymy do różnicowania źródeł pozyskiwania programów, co ma na celu zagwarantowanie efektywnego zarządzania kosztami produkcji. Dzięki temu możemy wybierać z szerokiego wachlarza ofert te, które są zarówno atrakcyjne jak i efektywne kosztowo, aby zapewnić gwarantującą sukces konstrukcję ramówki. W przypadku produkcji własnych organizujemy przetargi umożliwiające wybranie producentów oferujących najwyższą jakość i atrakcyjną cenę. Produkcje polskie są najczęściej kierowane do wykonawców zewnętrznych, jednak część z nich powstaje z wykorzystaniem zasobów własnych Grupy. Produkcje polskie stanowią około 56% emitowanych treści programowych (dane dla kanałów: Polsat, Polsat HD, Polsat2, Polsat Play, Polsat Cafe, Polsat Film, Polsat News, Polsat Sport, Polsat Sport Extra, Polsat Sport HD, Polsat Sport News).

Programy zlecone są kierowane do zewnętrznych producentów, aby zapewnić przy ich realizacji dodatkowe wsparcie, gdy jest to konieczne. Praktyka ta pozwala uniknąć wzrostu kosztów (tak osobowych i sprzętowych) działania Grupy. Lista zewnętrznych producentów z usług których korzystamy obejmuje około 20 podmiotów, tak polskich jak i zagranicznych. Są wśród nich ATM Grupa, Bogota Film, Intergalactic, Akson Studio, PAISA FILM, Tako Media, Constantin Entertainment Polska, Bongo Media Sp. z o.o. oraz Jake Vision Sp. z o. o. Aby zapewnić treści programowe kanałom Polsat Play i Polsat Cafe, korzystamy z mniejszych, lokalnych firm producenckich. Polsat News jest produkowany głównie siłami własnymi Grupy Polsat. Kanały sportowe opierają się przede wszystkim na realizacji transmisji z wydarzeń sportowych, do których zakupiliśmy prawa, a ich realizacja opiera się na zasobach własnych Grupy.

W przypadku większości produkcji opieramy się na wystandaryzowanych kontraktach producenckich. Kiedy produkcja programów jest zlecana producentom zewnętrznym, kontrakty zawierają z zasady przeniesienie praw własności do dzieła na TV Polsat. Na koszty producenckie składają się, poza samymi kosztami związanymi z wyprodukowaniem programu, koszty transferu praw autorskich i własności intelektualnej programu (lub, alternatywnie, koszty opłat licencyjnych) oraz koszty udzielonych zezwoleń i autoryzacji. Wszystkie umowy producenckie mają określone ramy czasowe, standardowo obejmujące czas produkcji danego programu, z możliwością rozszerzenia na kolejne edycje programu.

Programy produkowane środkami własnymi TV Polsat obejmują programy sportowe, informacyjne, dziennikarskie i specjalne eventy.

### ***Oferta programów zagranicznych***

Zagraniczne licencje programowe, które kupujemy, w dużej części dotyczą zakupu praw do emisji filmów, seriali oraz wydarzeń sportowych.

Naszymi kluczowymi partnerami przy kupowaniu filmów i seriali są największe amerykańskie studia filmowe. Znajdują się wśród nich Sony Pictures TV International oraz 20th Century Fox TV. Zazwyczaj są to kontrakty dwu, lub trzyletnie a ich wartość wyrażona jest w dolarach amerykańskich lub euro. Zazwyczaj kupujemy prawa do emisji programów w oparciu o jeden z trzech schematów: (i) output contracts, nabycie praw do emisji wszystkich aktualnych i przyszłych produkcji danego studia filmowego, (ii) volume contracts czyli zakup określonej ilości filmów bądź seriali, (iii) spot contracts, ten rodzaj kontraktów dotyczy zakupu praw do konkretnych filmów lub seriali.

### ***Zakup praw do transmisji sportowych***

Najistotniejsze licencje sportowe kupowane przez Grupę dotyczą praw do transmisji Formuły 1 oraz rozgrywek siatkarskich FIVB (Liga Światowa, World Grand Prix, Puchar Świata). Długość tych kontraktów jest zazwyczaj związana z długością cyklu danego wydarzenia i są zawierane na trzy do pięciu lat. Najczęściej są to kontrakty denominowane w euro. Po uzyskaniu praw do relacjonowania danego wydarzenia sportowego, oferujemy widzom program komentowany przez polskich dziennikarzy, w ramach oprawy pojawia się również studio dedykowane danym relacjom. W roku 2012 kupiliśmy prawa

transmisji meczów reprezentacji Polski związanych z eliminacjami do mistrzostw świata w Brazylii w 2014 roku oraz meczów towarzyskich reprezentacji.

#### **Punkt 4.6.2.3. Sprzedaż reklam i sponsoring**

##### **Rodzaje reklamy**

W przypadku reklamy telewizyjnej funkcjonują dwa podstawowe rodzaje komunikacji: (a) spoty reklamowe sprzedawane w blokach reklamowych oraz (b) sponsoring programów reklamowych w formie prezentowanych plansz sponsorskich umieszczanych przy zwiastunach programu, przed i po sponsorowanym programie oraz, w przerwach reklamowych sponsorowanych programów.

##### ***Spoty reklamowe***

Nadawcy oferują sprzedaż spotów w dwóch formach: (i) sprzedaż punktów GRP oraz (ii) sprzedaż według cennika na dany miesiąc.

Sprzedaż punktów GRP polega na dostarczeniu reklamodawcy określonej widowni w oparciu o wyniki oglądalności. Wycena świadczenia opiera się na ustalonym koszcie jednego punktu ratingowego.

Sprzedaż według cennika opiera się na cenniku ustalonym przez nadawcę dla poszczególnych bloków reklamowych. Reklamodawca wybiera określone bloki reklamowe i płaci za nie zgodnie z cennikiem.

Warunki współpracy z domami mediowymi i klientami kupującymi bezpośrednio obejmują negocjacje cen za punkt GRP (dla poszczególnych miesięcy) i przysługujące rabaty do cen cennikowych, a także deklaracje co do poziomu minimalnych wydatków. Ceny i rabaty są uzależnione od deklaracji poziomu wydatków w skali roku.

##### ***Sponsoring***

Projekty sponsorskie są sprzedawane przez cały rok i opierają się na poszczególnych projektach tworzonych wspólnie z klientem. Ceny i rabaty są negocjowane indywidualnie z każdym klientem i każdą kampanią sponsoringową.

##### **Wycena**

##### ***Wycena reklam***

Wycena reklam polega na maksymalizowaniu przychodów w oparciu o dostępny, na podstawie zapisów prawnych, czas reklamowy oraz szacunkach atrakcyjności poszczególnych pozycji programowych, przy których lokowane są poszczególne bloki reklamowe. Szacunki wielkości widowni bloków reklamowych są przygotowywane dla każdego miesiąca kalendarzowego i opierają się na wielkości całości widowni telewizyjnej, udziału stacji w oglądalności oraz sezonowości (najwyższe ceny reklam mają miejsce w październiku i listopadzie, przed okresem świątecznym, najniższe w styczniu i lutym oraz od lipca do sierpnia).

Aby zapewnić elastyczną ofertę klientom, oferujemy wycenę reklam (i) według cennika oraz (ii) według kosztu punktu GRP.

Cenniki reklam są publikowane każdego miesiąca przez zespół biura reklamy Polsat Media. Reklamodawcy wybierają bloki reklamowe kierując się oceną, które programy najlepiej korespondują z grupą docelową do której chcą trafić ze swoim przekazem reklamowym (profil kanału jako całości może dość znacząco różnić się od profilu poszczególnych programów tam emitowanych).

Ceny GRP są ustalane przez zespół biura reklamy Polsat Media na każdy miesiąc dla poszczególnych stacji lub grup kanałów. W przypadku umów na pakiety GRP, biuro reklamy gwarantuje cenę dostarczenia umówionej wielkości widowni. Reklamy sprzedane w systemie punktów ratingowych są rezerwowane w wybranych blokach reklamowych na bazie zasobów jakie zostają po zarezerwowaniu reklam kupionych wg cen cennikowych. Zdaniem zarządzających polityką handlową biura, taki system sprzedaży jest najbardziej optymalny jeśli chodzi o maksymalizację przychodów. W roku 2012 sprzedaż reklam na bazie cenników stanowiła 38,9% sprzedaży w głównym kanale Grupy, stacji POLSAT.

### **Wycena sponsoringu**

Wycena sponsoringu poszczególnych programów ma na celu maksymalizowanie przychodów jakie Grupa jest w stanie osiągnąć uwzględniając ofertę programową oraz regulacje prawne definiujące limity sponsoringu. Wyceny opierają się na relacji między zawartością poszczególnych programów a grupą docelową klientów, jakością programów, rozpoznawalnością marek oraz atrakcyjnością pasm programowych, w których umieszczony jest dany program. Aby zapewnić klientom elastyczne podejście, każdy kontrakt sponsorski jest negocjowany oddzielnie z uwzględnieniem wszystkich wymienionych powyżej kryteriów.

Przychody ze sponsoringu zależą od jakości oferty programowej oraz atrakcyjności marketingowej produktów i ich grup docelowych. Tak więc przychody sponsoringowe nie są tak wprost zależne od sytuacji ekonomicznej jak ma to miejsce w przypadku przychodów reklamowych.

### **Punkt 4.6.3. Sprzedaż**

W naszym Segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej, kluczowe źródło przychodów (około 80% w 2012 roku) stanowią wpływy ze sprzedaży reklamy i sponsoringu. Niemal wszystkie przychody reklamowe są pozyskiwane przez należące do Grupy Telewizji Polsat biuro reklamy Polsat Media, które funkcjonuje na rynku jako agent reklamowy Grupy (dom sprzedaży) na bazie umowy o współpracy podpisanej 27 grudnia 2003 roku. Polsat Media jest odpowiedzialny za sprzedaż wszystkich form reklamy: spotów reklamowych, sponsoringu oraz kontraktów od nich pochodnych. Polsat Media zajmuje się obsługą reklamową wszystkich kanałów należących do Grupy (jedynym wyjątkiem jest Polsat Jim Jam).

W 2012 roku Polsat Media zajmowało się sprzedażą reklam w dwunastu kanałach Grupy Polsat jak również czterema stacjami należącymi do podmiotów spoza Grupy. Głównymi kontrahentami Polsat Media są międzynarodowe domy mediowe, które funkcjonują jako pośrednicy, negocjujący warunki a następnie realizują kampanie dla swoich klientów. Sprzedaż czasu reklamowego odbywa się zarówno na mocy całorocznych kontraktów z domami mediowymi jak i na bazie bezpośrednich zleceń od klientów. W roku 2012 dziesięć największych domów mediowych wygenerowało 79,0% przychodów reklamowych i sponsoringowych, podczas gdy żaden z indywidualnych klientów Polsat Media nie przyniósł więcej niż 1,0% przychodów reklamowych i sponsoringowych. Tak jak ma to miejsce w przypadku innych nadawców w Polsce, Polsat Media ma dość stabilną grupę reklamodawców, z którymi współpracuje.

Według raportu branżowego magazynu Media & Marketing Polska, w 2012 roku Polsat Media był najwyżej ocenianym biurem reklamy oferującym stacje o zasięgu ogólnopolskim. Podobne noty biuro reklamy zyskało również w latach 2009 i 2010. Biuro reklamy Polsatu doceniane jest za standardy obsługi oraz relacje biznesowe z partnerami, które oceniono na najwyższym poziomie.

Drugim, po przychodach reklamowych i sponsoringowych, źródłem przychodów w naszym segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej, jest sprzedaż praw do emisji programów Grupy w sieciach kablowych i satelitarnych. W roku 2012 to źródło przychodów stanowiło 16% przychodów tego segmentu. Umowy na dystrybucję kanałów Grupy w sieciach kablowych i satelitarnych nie są z zasady umowami na wyłączność. Standardowe umowy na dystrybucję polegają na ustaleniu miesięcznej stawki za dostarczanie abonentom danej sieci sygnału kanałów Grupy i są zależne od ilości abonentów, do których trafiają nasze programy.

### **Dystrybucja treści za pośrednictwem Internetu**

Jednym ze źródeł przychodów Grupy Telewizji Polsat jest również dystrybucja naszych programów w Internecie. Partnerem Grupy Polsat w tym obszarze jest spółka zależna Cyfrowego Polsatu Redefine Sp. z o.o. operator telewizji internetowej ipla, będącej liderem rynku wideo online w Polsce zarówno w zakresie dostępności na różnych urządzeniach (komputery/laptopy, tablety, smartfony, telewizory z dostępem do Internetu, dekodery, konsole do gier) jak i pod względem oferowanego kontentu. Emisja programów w sieci oparta jest na dwóch modelach rozliczeń. Pierwszy model polega na stałej kwocie miesięcznej za prawo do emisji danego programu; drugi model polega na procentowym udziale w przychodach reklamowych generowanych przez reklamy umieszczone w okolicy emitowanego materiału.

W przypadku przychodów serwisu ipla ok. 85% całkowitych przychodów generowanych jest przez sprzedaż reklam, a ok. 15% pochodzi z transakcji zakupu treści przez użytkowników.

## Zespół sprzedaży

Polsat Media odpowiada za sprzedaż reklam, sprzedaż pakietów sponsorskich, planowanie kampanii, analizę po-sprzedażową, badania rynkowe i analizy, rozwój nowych produktów oraz, co bardzo ważne, podnoszenie jakości relacji z obecnymi i potencjalnymi reklamodawcami. Dodatkowo, aby zagwarantować odpowiedni poziom wsparcia w planowaniu kampanii reklamowych w stacjach Grupy, zespół Polsat Media współpracuje ściśle z klientami i domami mediowymi w projektowaniu działań niestandardowych, jak kampanie sponsorskie i inne pochodne działania cross-promocyjne. Wspólnie z działem planowania programowego, zespół Polsat Media otrzymuje codziennie informację o dziennych wynikach oglądalności kanałów, według panelu telemetrycznego NAM. Dane te są wnikliwie analizowane w porównaniu z wynikami stacji konkurencyjnych, aby w ten sposób zapewnić najbardziej odpowiednie rozmieszczenie przerw reklamowych pod kątem zapewnienia reklamodawcom najbardziej efektywnego kosztowo dotarcia do ich grup docelowych. Biuro reklamy jest odpowiedzialne także za rozmieszczenie spotów reklamowych, zgodnie z oczekiwaniami klientów co do kontekstu programowego i pory emisji poszczególnych kampanii.

W roku 2009 Polsat Media wdrożył nowy system informatyczny dedykowany sprzedaży reklam, PROVYS Sales. Wdrożone rozwiązania informatyczne są w pełni kompatybilne z PROVYS Office, zintegrowanym systemem klasy ERP, wykorzystywanym przez Grupę do zarządzania m.in. emisją programów. PROVYS Sales pozwala na równoczesne sprzedawanie reklam w 24 kanałach obsługiwanych obecnie przez Polsat Media, automatyczną emisję reklam jak i na analizę po-sprzedażową wyemitowanych kampanii na bazie uzupełnianych każdego dnia danych o oglądalności (NAM).

Biuro reklamy Polsat Media zajmuje się także różnorodnymi analizami rynkowymi bazując na zewnętrznych niezależnych raportach branżowych takich firm jak Starlink, ZenithOptimedia, czy Informa. W analizach Polsat Media korzysta także z badania konsumenckiego TGI realizowanego przez polski oddział sieci badawczej Millward Brown, które jest standardem na polskim rynku. Polsat Media należy do organizacji EGTA (międzynarodowe stowarzyszenie telewizyjnych i radiowych biur sprzedaży reklam), co daje nam unikalną sposobność współpracy z biurami reklamy z całej Europy.

### Punkt 4.6.4. Technologia i infrastruktura

#### Nadawanie programów telewizyjnych

Kanały telewizyjne nadajemy poprzez telewizję naziemną, cyfrową i analogową, sieci kablowe oraz poprzez cyfrowe platformy satelitarne. Naziemne nadawanie analogowe zostanie zakończone do końca lipca 2013 r.

##### *Transmisja naziemna*

POLSAT, nasz główny kanał i kanał Polsat Sport News są nadawane w ogólnopolskiej sieci cyfrowych nadajników naziemnych w ramach MUX 2 obsługiwanej przez Emitel (podmiot niezależny). Z Emitel mamy umowy na: (i) transmisję, dosył i multipleksowanie obu kanałów w sieci cyfrowej, (ii) transmisję analogową kanału POLSAT z obiektów Emitel, obsługę stacji nadawczych i satelitarnych stacji odbiorczych pracujących z nimi, wykorzystywanych do analogowej transmisji naziemnej Polsatu. Część sieci analogowej obsługiwana jest przez RSTV (naszą spółkę zależną), z którą mamy umowy na: (i) analogową transmisję kanału POLSAT z obiektów RSTV, (ii) dzierżawę sprzętu TV i świadczenie kompleksowych usług technicznych dla urzędów pracujących w obiektach nadawczych Emitel.

Nasze pozostałe kanały nadawane są wyłącznie za pośrednictwem sieci telewizji kablowej i telewizji satelitarnej.

##### *Przekaz satelitarny*

Zawarliśmy kilka umów na korzystanie z satelitarnych transponderów do dystrybucji naszych kanałów. Są to: (i) dwie 5-letnie umowy zawarte w 2012 roku, umożliwiające nam korzystanie z dwóch pasm na satelicie Eutelsat 12 West A (AB 1), (ii) 5-letnia umowa zawarta w 2012 na korzystanie z pasma na satelicie Eutelsat 33A (iii) jedna siedmioletnia umowa, z roku 2010, z Eutelsat, dająca nam prawo do korzystania z transpondera na satelicie Eutelsat HB 13C do końca 2017 roku, z możliwością przedłużenia umowy o kolejne siedem lat. Ponadto, za pośrednictwem Cyfrowego Polsatu, Telewizja Polsat ma dostęp do czterech innych transponderów Eutelsat.

#### Technologia i infrastruktura

Na podstawową infrastrukturę techniczną składają się: (i) cztery cyfrowe studia telewizyjne - studio używane przez kanał Polsat News i główny program informacyjny "Wydarzenia", studio HD dla programów sportowych, studio Polsat Biznes i studio wirtualne przeznaczone do produkcji krótkich form telewizyjnych (wszystkie wyposażone są w nowoczesny, nowy lub

niedawno zmodernizowany sprzęt w pełni zgodny z HD); (ii) pięć cyfrowych wozów transmisyjnych, w tym trzy nowoczesne HD, jeden modernizowany do HD i mały wóz SD do szybkiej produkcji krótkich programów; (iii) 13 cyfrowych wozów satelitarnych do przesyłania sygnałów telewizyjnych z dowolnej lokalizacji, z których pięć jest HD, a reszta działa w SD; (iv) system multiplexera zapewniający efektywną transmisję dla jedenastu naszych kanałów; (v) stały nadajnik satelitarny dla naszych kanałów cyfrowych, który został przeniesiony do Cyfrowego Polsatu w 2012 roku; (vi) wielokanałowy automatyczny system emisji; (vii) cyfrowe systemy routingu sygnałów telewizyjnych ośrodka; (viii) sieci IT przeznaczone do obsługi zadań technologicznych; (ix) systemy montażowe pracujące w sieci technologicznej IT; (x) ponad 80 kamer SD i HD; (xi) archiwum programowe (obecnie jest digitalizowane), oraz (xii) systemy technologiczne do wymiany sygnałów w ośrodku i z biurami regionalnymi, w tym system optyczny, (xiii) śmigłowiec EC-135 wykorzystywany na potrzeby stacji Polsat News i POLSAT (dwusilnikowy śmigłowiec wielozadaniowy dopuszczony do lotów IFR (instrument flight rules) – lot tylko na przyrządach, przy zerowej widoczności, wyposażony w specjalistyczny sprzęt audio-wizyjny, posiada również możliwość przesyłu sygnału w jakości HD do 100 km i sygnału SD do 200 km).

W 2013 roku wdrożymy beztaśmowy system produkcji i emisji oparty na centralnym archiwum cyfrowym. Celem jest stworzenie szybkiej wymiany danych pomiędzy jednostkami produkcyjnymi i firmami współpracującymi oraz realizacja długoterminowego przechowywania treści audio-wideo w postaci plików cyfrowych, co zapewni skrócenie czasu produkcji i większą jej elastyczność.

#### **Punkt 4.7. Perspektywy rozwoju**

##### **Punkt 4.7.1. Perspektywy rozwoju segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym**

Uważamy, że polski rynek płatnej telewizji wciąż posiada pewien potencjał wzrostu, wynikający obecnie głównie z transformacji telewizji analogowej na cyfrową i idącą za tym potrzebą wyposażenia gospodarstw domowych w odpowiedni sprzęt odbiorczy. Dzięki nadawaniu sygnału drogą satelitarną, jak i naziemną oraz świadczeniu usług telefonii komórkowej i dostępu do szerokopasmowego Internetu w oparciu o infrastrukturę mobilną, jesteśmy w stanie dotrzeć do obszarów wiejskich i terenów mało zaludnionych po znacznie niższym koszcie niż operatorzy dostarczający sygnał telewizyjny i dostęp do Internetu drogą kablową. Ponadto, nasze pakiety programowe charakteryzują się najbardziej atrakcyjnym odniesieniem jakości do ceny na polskim rynku DTH. Wierzymy, że daje nam to możliwość przyciągnięcia dużej części potencjalnych nowych klientów do naszej platformy.

Wierzymy również, że możemy znacząco poszerzyć rynek płatnej telewizji, odpowiednio reagując na zmiany w zachowaniach i oczekiwaniach konsumentów i kierując dostosowaną ofertą do nowych grup docelowych. Wraz z rozwojem rynku i technologii, znacznie poszerzył się wybór urządzeń, na które można produkować i dystrybuować treści telewizyjne. W szybkim tempie rośnie liczba posiadanych przez konsumentów urządzeń mobilnych: laptopów, tabletów i smartfonów. W tej grupie upatrujemy perspektywiczny, między innymi dla usług telewizyjnych, segment rynku. Możliwość rozwoju rynku widzimy także w dużej grupie polskich gospodarstw domowych posiadających więcej niż jeden odbiornik telewizyjny, a także w segmencie klientów z niskim ARPU.

Według nas kluczem do wzrostu w przyszłości jest umiejętne połączenie tradycyjnej telewizji z usługami VOD, PPV, serwisami on-line wideo i telewizją mobilną. Uważamy, że możemy w znacznym stopniu zagospodarować potencjał rozszerzenia rynku poprzez rozwój naszej oferty płatnej telewizji wzbogaconej o nowe komplementarne produkty i usługi.

Dzięki nabytej w 2012 roku telewizji internetowej ipla i muzycznemu serwisowi muzo coraz mocniej wchodzimy na rynek usług dystrybucji treści w Internecie. Rozwijając te usługi będziemy dalej realizować naszą strategię mającą na celu jak najszerszą dystrybucję kontentu przy wykorzystaniu najnowocześniejszych urządzeń i technologii. Ipla będąca liderem rynku wideo online wzmacnia naszą pozycję rynkową, jako agregatora i dystrybutora treści. Dzięki muzo wkraczamy na kolejny segment rynku cyfrowej rozrywki. Rozwijanie serwisów ipla i muzo będzie źródłem synergii w obszarach kosztowym i przychodowym. Synergie kosztowe będą wynikać ze wspólnie realizowanych zakupów treści programowych i inwestycji w rozwój technologii, podejmowanych działań marketingowych, wykorzystania tej samej infrastruktury oraz optymalizacji zasobów w działach wspierających (back-office). Synergie przychodowe będą pochodzić z oferowania usług łączonych (cross-selling), zwiększenia atrakcyjności obecnych produktów i wprowadzania nowych usług, które będą miały wpływ na wzrost satysfakcji naszych abonentów.

Nasza usługa „TV Mobilna” daje widzom możliwość dostępu do kanałów telewizyjnych na urządzeniach przenośnych, wpisując się w trendy rozwoju rynku i oczekiwania konsumentów. Uważamy, że usługi mobilne mają w Polsce duży potencjał wzrostu. Rosnąca dostępność smartfonów i tabletów LTE oraz coraz szybsze i bardziej niezawodne technologie bezprzewodowego dostępu do Internetu, jak na przykład LTE, będą miały istotny wpływ na rozwój tego segmentu rynku, a my chcemy brać w tym procesie aktywny udział. Usługa „TV Mobilna” jest świadczona w technologii DVB-T w ramach

multipleksu dedykowanego mobilnej naziemnej telewizji cyfrowej. Zaletą tej technologii jest jej niski koszt dla użytkownika, wymaga bowiem wyłącznie posiadania tunera DVB-T, a nie generuje transferu danych.

Ponadto, wierzymy, że dzięki usługom w technologii DVB-T, oferowanym w atrakcyjnych cenach, uda nam się przyciągnąć te gospodarstwa domowe, które dziś korzystają z darmowego sygnału analogowego i w miarę postępującego wyłączenia sygnału analogowego muszą podejmować decyzję dotyczącą inwestycji w sprzęt niezbędny do odbioru sygnału telewizyjnego w technologii cyfrowej. Czynnikiem, który według nas przyciąga klientów do naszej oferty jest, poza pakietem dodatkowych kanałów, oferta produkowanych przez nas w kraju wysokiej jakości dekodery.

Oferowany przez nas Internet LTE uważany jest za przyszłość bezprzewodowego szerokopasmowego dostępu do Internetu i następcę powszechnie obecnie używanego standardu UMTS. Internet LTE, dzięki swoim właściwościom technicznym oraz parametrom jakościowym, może docelowo z powodzeniem zastąpić Internet stacjonarny, będąc jednocześnie odpowiedzią na coraz wyższe wymagania konsumentów i rosnące możliwości oferowane przez sieć. Dodatkowo posiada atut mobilności, który staje się coraz bardziej oczekiwany przez konsumentów. Mocno wierzymy, że w dłuższej perspektywie, wraz z rozwojem infrastruktury radiowej oraz urządzeń przenośnych przystosowanych do jego odbioru, Internet LTE zrewolucjonizuje nie tylko rynek usług dostępu do Internetu, ale także dystrybucji treści programowych. Uważamy, że usługa dostępu do Internetu LTE zapewnia nam znaczącą przewagę nad konkurencją i pozwoli na dalszy wzrost bazy abonentów zarówno niezależnej usługi jak i bazy abonentów usług zintegrowanych. Zasięg sieci LTE systematycznie rośnie, a wraz z jego rozszerzaniem możemy oczekiwać wzrostu liczby abonentów naszej usługi.

#### **Punkt 4.7.2. Perspektywy rozwoju segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej**

Na polskim rynku nadawców telewizyjnych jesteśmy jedną z dwóch wiodących prywatnych grup telewizyjnych i trzecim co do wielkości nadawcą w Polsce, pod względem udziału w oglądalności, przychodów i udziału w rynku reklamy. Na podstawie danych Starlink szacujemy, że w 2012 roku zdobyliśmy 23,2% (wzrost r/r o 0,6 pkt%) w warty blisko około 3,7 miliarda złotych polskim rynku reklamy telewizyjnej.

Jako, że udział w oglądalności kanałów tematycznych stale wzrasta wraz z dalszym procesem fragmentaryzacji polskiego rynku telewizyjnego zdecydowaliśmy się na wejście w ten segment rynku w celu utrzymania naszego łącznego udziału w oglądalności i zapewnienia wzrostu przychodów reklamowych. Uważamy, że możemy wykorzystać to rozdrobnienie poprzez wzmocnienie naszej szerokiej oferty kanałów dla całej rodziny, poszerzenie i umocnienie sieci dystrybucji na platformach operatorów kablowych i satelitarnych w tym również poprzez nasz segment usług świadczonych klientom indywidualnym, w ramach, którego zarządzamy największą platformą DTH w Polsce. Uważamy, że obecność na wszystkich znaczących platformach satelitarnych i dystrybucja poprzez sieci telewizji kablowych przyczyni się do dalszego wzrostu udziału w oglądalności naszych kanałów tematycznych, a tym samym da nam szansę na rozwój co najmniej zgodny z tempem rynku reklamy telewizyjnej oraz wzrost przychodów abonamentowych. Obecnie nasze portfolio kanałów tematycznych składa się z 18 stacji (13 nowych kanałów w Grupie w ciągu ostatnich pięciu lat), których oglądalność jest w trendzie wzrostowym.

Podążając za globalnymi trendami zmian w konsumpcji mediów, dynamicznego rozwoju i coraz bardziej powszechnego dostępu urządzeń mobilnych, realizujemy naszą strategię mającą na celu jak najszerzą dystrybucję treści przy wykorzystaniu najnowocześniejszych urządzeń i technologii. Dlatego też chcemy monetyzować nasz контент również poprzez dystrybucję w naszej telewizji internetowej ipla, będącej liderem rynku wideo online w Polsce zarówno w zakresie dostępności na różnych urządzeniach (komputery/laptopy, tablety, smartfony, telewizory z dostępem do Internetu, dekodery, konsole do gier) jak i pod względem oferowanego kontentu. Ipla jest również wiodącą platformą pod względem ilości użytkowników oraz czasu spędzonego przez jednego użytkownika na oglądaniu kontentu wideo.

Uważamy również, że dzięki możliwym synergiami w ramach największej w Polsce zintegrowanej grupy medialnej takich jak np. zakup kontentu, dystrybucja, sprzedaż, marketing, jesteśmy w stanie wzmocnić naszą pozycję na rynku nadawania i produkcji telewizyjnej.

#### **Punkt 4.8. Rynki zbytu i uzależnienie od odbiorcy lub dostawcy**

Wszystkie nasze usługi oferowane są na terytorium Polski. Udział żadnego z naszych dostawców lub odbiorców nie przekracza 10% naszych przychodów operacyjnych.

#### **Punkt 4.9. Inne aspekty naszej działalności**

##### **Badania, rozwój i systemy IT**

W ramach naszych działań badawczo-rozwojowych podejmujemy intensywne wysiłki mające na celu opracowanie systemów informatycznych. W segmencie operacyjnym klientów indywidualnych stworzyliśmy kilka systemów IT, które pozwalają nam skutecznie i wydajnie zarządzać naszą bazą abonentów. Systemy te obejmują, między innymi, system zarządzania relacjami z klientami, system obsługi sprzedaży, Internetowe centrum obsługi klienta oraz system obsługi transakcji wykorzystujący technologię wielowarstwową. Jesteśmy właścicielem wszystkich powyższych systemów i związanych z nimi praw własności intelektualnej. Używamy również systemów na licencji firm zewnętrznych, takich jak nasz system dostępu warunkowego. Prowadzimy także prace rozwojowe w zakresie budowy dekoderów, które produkujemy we własnej fabryce.

W działalności segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej korzystamy z szeregu systemów informatycznych wspierających zarządzanie produkcją programów, przechowywanie danych, tworzenie nadawanych grafik, prowadzenie biblioteki naszych programów oraz zarządzanie licencjami. Wszystkie systemy wykorzystywane w tym zakresie pochodzą od dostawców zewnętrznych.

##### **Znaki towarowe**

Nasz segment klientów indywidualnych posiada szereg znaków towarowych, które zostały zarejestrowane lub po złożeniu wniosków oczekują na rejestrację, przez właściwe organy administracji w celu zabezpieczenia naszych praw do tych znaków. Wierzymy, że najważniejszym znakiem towarowym w naszej działalności biznesowej jest znak słowno-graficzny Cyfrowego Polsatu, do którego również posiadamy autorskie prawa majątkowe.

W ramach segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej posiadamy prawa ochronne dla 19 znaków towarowych (w tym dla znaku słowno-graficznego „POLSAT”). Ponadto prowadzone są obecnie postępowania rejestracyjne w odniesieniu do kilku dodatkowych znaków towarowych.

##### **Koncesja na bezprzewodowe rozprowadzanie kanałów telewizyjnych i radiowych**

W segmencie klientów indywidualnych posiadamy koncesję na bezprzewodowe rozprowadzanie programów telewizyjnych i radiowych drogą satelitarną (za pośrednictwem satelity Eutelsat Hot Bird 8 i 9). W dniu 22 października 2003 roku Cyfrowy Polsat uzyskał od KRRiT koncesję na bezprzewodową transmisję drogą satelitarną (za pośrednictwem satelity Eutelsat Hot Bird) następujących kanałów telewizyjnych i radiowych: (i) POLSAT – rozprowadzany przez TV Polsat; (ii) TV4 – rozprowadzana przez Polskie Media; (iii) Telewizja Niepokalanów PLUS – rozprowadzana przez Zakon Franciszkanów; (iv) Tele 5 – rozprowadzane przez „ANTEL”; oraz (v) RMF FM – rozprowadzane przez „Radio Muzyka Fakty”. Koncesja na nadawanie jest ważna do 21 października 2013 roku. Ponadto jesteśmy zobowiązani posiadać stosowną zgodę nadawcy na bezprzewodowe rozprowadzanie każdego z wyżej wymienionych kanałów, obowiązującą od daty rozpoczęcia dystrybucji przez cały okres ważności koncesji nadawczej.

Istniały wątpliwości natury prawnej, czy od dostawców telewizji satelitarnej faktycznie wymaga się posiadania koncesji na rozprowadzanie programów telewizyjnych. Pomimo tych wątpliwości, uzyskaliśmy koncesję na rozprowadzanie programów TV drogą satelitarną. Zgodnie z ostatnią nowelizacją Ustawy o radiofonii i telewizji, rozprowadzanie programów telewizyjnych przez dostawców DTH wymaga jedynie rejestracji przez Przewodniczącego KRRiT oraz nie wymaga posiadania koncesji na rozprowadzanie.

##### **Koncesje nadawcze**

W ramach naszego segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej posiadamy aktualnie 19 koncesji nadawczych, w tym 3 koncesje uniwersalne i 16 koncesji na nadawanie tematycznych kanałów telewizyjnych. Dwie koncesje zostały uzyskane na nadawanie telewizji naziemnej (tj. dla kanałów POLSAT i Polsat Sport News), natomiast pozostałe 17 koncesji nadawczych dotyczy transmisji satelitarnej. Posiadane przez nas koncesje nadawcze zostały przyznane przez KRRiT i Ofcom.

Obecnie jesteśmy w trakcie zmiany technologii nadawania naszych kanałów niekodowanych (FTA), POLSAT i Polsat Sport News, z analogowej transmisji naziemnej i satelitarnej na cyfrową transmisję naziemną, w związku z procesem cyfryzacji telewizji naziemnej w Polsce. Na mocy decyzji podjętych przez Przewodniczącego KRRiT w 2010 roku, nasze koncesje na nadawanie kanałów POLSAT i Polsat Sport News zostały rozszerzone poprzez dodanie prawa do emisji tych kanałów drogą naziemnej transmisji cyfrowej poprzez MUX-2.

Harmonogram uruchomienia stacji nadawczych, a następnie transmisji kanałów w Polsce, został uzgodniony w umowie z operatorem MUX-2, firmą Emitel. Proces cyfryzacji musi zostać ukończony do końca lipca 2013 roku.

W poniższej tabeli przedstawiono licencje, jakie obecnie posiada Grupa:

Kanał	Właściciel licencji	Rodzaj licencji	Organ przyznający licencję	Data wygaśnięcia <sup>(1)</sup>
POLSAT	TV Polsat	Licencja na nadawanie naziemne (analogowe/cyfrowe)	KRRiT	2 marca 2014
Polsat Sport News	TV Polsat	Licencja na nadawanie satelitarne /Licencja na nadawanie naziemne (cyfrowe)	KRRiT	29 sierpnia 2020
Polsat2	TV Polsat	Licencja na nadawanie satelitarne	KRRiT	18 stycznia 2014
Polsat Sport	TV Polsat	Licencja na nadawanie satelitarne	KRRiT	18 stycznia 2014
Polsat Café	TV Polsat	Licencja na nadawanie satelitarne	KRRiT	28 lipca 2014
Polsat Sport Extra	TV Polsat	Licencja na nadawanie satelitarne	KRRiT	26 października 2015
Polsat Play	TV Polsat	Licencja na nadawanie satelitarne	KRRiT	15 listopada 2015
Polsat HD	TV Polsat	Licencja na nadawanie satelitarne	KRRiT	18 maja 2018
Polsat Sport HD	TV Polsat	Licencja na nadawanie satelitarne	KRRiT	18 maja 2018
Polsat News	TV Polsat	Licencja na nadawanie satelitarne	KRRiT	18 maja 2018
Polsat Film	TV Polsat	Licencja na nadawanie satelitarne	KRRiT	4 czerwca 2019
Polsat Biznes <sup>(2)</sup>	Media-Biznes	Licencja na nadawanie satelitarne	KRRiT	5 października 2014
Polsat Futbol	Polsat Futbol	Licencja na nadawanie satelitarne	Ofcom	Nie określona
Polsat Futbol 2	Polsat Futbol	Licencja na nadawanie satelitarne	Ofcom	Nie określona
Polsat Futbol 3	Polsat Futbol	Licencja na nadawanie satelitarne	Ofcom	Nie określona
Polsat Futbol 4	Polsat Futbol	Licencja na nadawanie satelitarne	Ofcom	Nie określona
Polsat Futbol 5	Polsat Futbol	Licencja na nadawanie satelitarne	Ofcom	Nie określona
Polsat Jim Jam	Polsat Jim Jam	Licencja na nadawanie satelitarne	Ofcom	Nie określona

Źródło: TV Polsat i Cyfrowy Polsat

<sup>(1)</sup> Zgodnie z przepisami Ustawy o radiofonii i telewizji, jesteśmy uprawnieni do odnowienia naszych koncesji nadawczych wydanych przez KRRiT, pod warunkiem złożenia do KRRiT wniosku o odnowienie koncesji nie później niż na 12 miesięcy przed odpowiednią datą ich wygaśnięcia. KRRiT może odrzucić nasz wniosek o odnowienie koncesji z kilku określonych przyczyn, w tym: (i) jeśli dopuścimy się rażącego naruszenia warunków naszych obecnych koncesji; (ii) jeśli nadawanie będzie zagrażało interesom kultury narodowej lub bezpieczeństwu państwa; lub (iii) jeśli nastąpi zmiana kontroli nad naszą spółką (z wyjątkiem przejęcia).

<sup>(2)</sup> Do lutego 2013 roku kanał nadawał pod nazwą TV Biznes.

## Ograniczenia w zakresie treści programowych i reklamy

Oprócz regulacji dotyczących czasu nadawania oraz treści programowych przekazywanych przez nadawców telewizyjnych w Polsce, Ustawa o radiofonii i telewizji nakłada pewne ograniczenia odnośnie emisji reklam. Wszystkie tego typu ograniczenia są zazwyczaj szczegółowo opisane w koncesjach nadawczych przyznawanych przez KRRiT. Każda z naszych koncesji nadawczych podlega ograniczeniom określającym:

- minimalny dzienny czas nadawania programów TV;
- minimalny udział procentowy poszczególnych rodzajów programów w miesięcznym i dziennym czasie nadawania;
- minimalne wymagania dotyczące emisji treści programowych stworzonych pierwotnie w języku polskim i treści programowych pochodzenia Europejskiego, oraz obowiązek zapewnienia, że co najmniej 10% treści programowych jest pozyskiwane od niezależnych producentów;
- maksymalny udział procentowy, w dziennym i tygodniowym czasie nadawania, programów rozrywkowych oraz innych programów stworzonych wyłącznie przez nadawcę lub zamówionych od niezależnych producentów; oraz
- obowiązek zapewnienia, aby nieletni widzowie nie mieli dostępu do programów zawierających akty przemocy, obowiązek szyfrowania programów nadawanych o określonym czasie oraz zapewnienia, aby zwiastuny programów zawierających treści erotyczne nie były transmitowane w określonych godzinach.

Ponadto nowelizacja ustawy nakłada na nas następujące restrykcyjne wymagania odnośnie emisji reklam:

- reklama telewizyjna i telesprzedaż muszą być łatwo rozpoznawalne i odróżniać się od materiału redakcyjnego;
- czas nadawania spotów reklamowych i telesprzedażowych nie powinien przekraczać 12 minut w godzinie zegarowej, jednakże limit ten nie ma zastosowania do ogłoszeń nadawcy w związku z jego własnymi audycjami lub produktami towarzyszącymi wywodzącymi się bezpośrednio z tych audycji (takie ogłoszenia nie mogą trwać dłużej niż 2 minuty w godzinie zegarowej), jak również do ogłoszeń wymaganych przepisami prawa (w szczególności, do ogłoszeń sponsorowanych);

- spoty reklamowe i telesprzedażowe należy emitować pomiędzy programami, jednakże emisja filmów wyprodukowanych dla telewizji (z wyłączeniem serii, seriali i filmów dokumentalnych) oraz utworów kinematograficznych może być przerywana reklamą telewizyjną lub telesprzedażą tylko jeden raz w ciągu każdego pełnych 45 minut programu i pod warunkiem, że pomiędzy kolejnymi przerwami w nadawanym programie telewizyjnym upłynęło co najmniej 20 minut; w odniesieniu do transmisji wydarzeń sportowych, w których z natury występują przerwy, spoty reklamowe i telesprzedażowe mogą być emitowane tylko w trakcie takich naturalnych przerw; natomiast wiadomości i programy publicystyczne, programy o treściach religijnych, komentarze i filmy dokumentalne oraz programy przeznaczone dla dzieci trwające krócej niż 30 minut nie mogą być przerywane spotami reklamowymi;
- bloki telesprzedaży muszą być wyraźnie oznaczone w sposób wizualny i dźwiękowy i nadawane w sposób nieprzerwany przez co najmniej 15 minut; oraz
- ograniczenia dotyczące emisji reklam konkretnych produktów, w tym:
  - napojów alkoholowych, których reklamowanie jest ogólnie zabronione, z wyjątkiem piwa, które może być reklamowane w godzinach od 20:00 do 6:00;
  - wyrobów tytoniowych i hazardu, których reklama jest surowo zabroniona w każdym czasie;
  - produktów leczniczych, których reklama musi spełniać pewne ściśle określone wymagania (w szczególności nie może wprowadzać odbiorców w błąd i musi ich informować o rozsądnym korzystaniu z produktu leczniczego);
  - usług medycznych, których reklama nie może zabiegać o odbiorców, lecz powinna być podawana w formie informacji;
  - substancji psychotropowych i/lub środków odurzających, jak również środków spożywczych i innych produktów, w zakresie uregulowanym ustawą z dnia 29 lipca 2005 r. o przeciwdziałaniu narkomanii (Dz. U. Nr 179, poz. 1485, z późniejszymi zmianami) („Ustawa o przeciwdziałaniu narkomanii”).

Ponadto nowelizacja ustawy nakłada na nadawców obowiązek zapewnienia dostępności ich usług medialnych dla osób z niepełnosprawnością wzroku lub słuchu, w szczególności poprzez wprowadzanie odpowiednich udogodnień (np. audiodeskrypcja, napisy dla niesłyszących, lub tłumaczenie w języku migowym), tak aby co najmniej 5% kwartalnego czasu nadawania programu (z wyłączeniem reklam i telesprzedaży) zawierało takie udogodnienia.

### **Działalność telekomunikacyjna**

Uzyskaliśmy od Prezesa UKE wszystkie niezbędne decyzje wymagane na mocy stosownych rozporządzeń do świadczenia usług jako operator wirtualnej sieci telefonii komórkowej (MVNO) oraz do nadawania i rozprowadzania programów, włączając uzyskanie rezerwacji częstotliwości i pozwoleń radiowych na wykorzystanie urządzeń radiowych w naziemnych stacjach satelitarnych oraz do transmisji sygnału telewizyjnego.

### **Nieruchomości**

W ramach naszego segmentu klientów indywidualnych jesteśmy właścicielem ogromnej większości nieruchomości, w których zlokalizowana jest infrastruktura naszej telewizji satelitarnej, biura oraz obiekty magazynowe. Wszystkie posiadane przez nas nieruchomości znajdują się w Polsce, są zadbane i utrzymywane w dobrym stanie. Na dzień 31 grudnia 2012 roku na wszystkich posiadanych przez nas nieruchomościach była ustanowiona hipoteka będąca zabezpieczeniem Umów Kredytowych (SFA) oraz Obligacji. Nieznaczna część naszych nieruchomości jest obciążana typowymi prawami służebności w zakresie ułożenia kabli energetycznych. Wielu nieruchomości używamy na zasadach dzierżawy od osób trzecich, nie mają one jednak istotnego znaczenia dla naszej działalności.

Główne działania w ramach naszego segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej są prowadzone w dzierżawionych pomieszczeniach w budynku biurowo-przemysłowym zlokalizowanym przy ul. Ostrobramskiej 77 w Warszawie, należącym do firmy Inwestycje Polskie.

### **Zagadnienia ochrony środowiska**

Wierzimy, że prowadzona przez nas działalność nie narusza przepisów prawnych dotyczących ochrony środowiska naturalnego obowiązujących w Polsce. Regularnie monitorujemy zgodność naszych działań z ustawami i rozporządzeniami obowiązującymi w zakresie ochrony środowiska oraz ze wszelkimi innymi wymogami środowiskowymi, którym możemy podlegać. W razie potrzeby kontaktujemy się z odpowiednimi władzami i współpracujemy z nimi przy monitorowaniu naszej

zgodności z obowiązującymi przepisami ustawowymi i wykonawczymi. Nie posiadamy żadnych informacji na temat jakichkolwiek istotnych postępowań, trwających lub zagrażających, które mogłyby zostać wszczęte przeciwko nam w odniesieniu do naszej zgodności z przepisami środowiskowymi.

## **Ubezpieczenia**

Wierzmy, że posiadane przez nas polisy ubezpieczeniowe odpowiednio zabezpieczają naszą działalność i majątek. Takie polisy ubezpieczeniowe są stosowane zwyczajowo w branży dostawców płatnej telewizji i nadawców telewizyjnych w Polsce. Grupa posiada polisy ubezpieczeniowe od odpowiedzialności cywilnej, od poniesionych szkód, ubezpieczenia komunikacyjne, ubezpieczenia na nieruchomości i sprzęt elektroniczny, ubezpieczenie od wszelkiego ryzyka, jak również ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej z tytułu prowadzenia działalności gospodarczej oraz ubezpieczenie od odpowiedzialności zawodowej z tytułu działalności nadawczej. Ponadto utrzymujemy ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej członków władz spółki.

## **Punkt 5. Istotne umowy**

### **Zakup usług transmisji danych od Mobyland Sp. z o.o.**

W dniu 23 stycznia 2012 roku Spółka złożyła do Mobyland Sp. z o.o. ("Mobyland") zamówienie dotyczące zakupu usług transmisji danych. Zamówienie zostało złożone w oparciu o postanowienia umowy zawartej w dniu 15 grudnia 2010 roku. W ramach tej umowy Mobyland zapewnia dostęp do usługi bezprzewodowej transmisji danych, realizowanej w Paśmie 1800 MHz oraz Paśmie 900 MHz odpowiednio w technologii LTE i HSPA+.

Zamówienie było zamówieniem drugim i obejmowało zakup usług transmisji 13 milionów GB z gwarantowanym okresem ważności pakietu do dnia 31 grudnia 2015 roku, przy czym strony dopuściły w umowie możliwość wydłużenia tego okresu. Cena 1MB/netto wynosiła 0,00774 złotych (nie w tysiącach).

W dniu 28 września 2012 roku zawarliśmy z Mobyland porozumienie dotyczące posiadanej umowy o świadczenie usług transmisji danych, które określa sposób rozliczenia niewykorzystanych pakietów z dwóch pierwszych zamówień na poczet nowego, trzeciego zamówienia. W konsekwencji wszystkie pakiety dotychczas zakupione i niewykorzystane są rozliczane po nowej, niższej stawce w wysokości 0,00645 zł netto (nie w tysiącach) za 1 MB.

Nowy pakiet 31 mln GB składa się z niewykorzystanych przez nas pakietów z zamówienia nr 1 i nr 2 oraz dodatkowych 10,4 mln GB. Uważamy, że jest to optymalna wielkość pakietu danych w optymalnej cenie, gwarantująca możliwość realizacji naszych średnioterminowych celów biznesowych.

Złożenie zamówienia nr 3 umożliwia nam realizację celów biznesowych w średnim terminie, a niższa stawka za 1 MB pozwala nam tworzyć jeszcze atrakcyjniejsze oferty dla naszych klientów, co w przyszłości może przełożyć się na szybsze tempo pozyskiwania abonentów usługi internetowej lub wyższą rentowność świadczonych usług telekomunikacyjnych.

### **Finalizacja nabycia INFO-TV-FM Sp. z o.o.**

W dniu 30 stycznia 2012 roku nastąpiło przeniesienie 100% udziałów w spółce INFO-TV-FM Sp. z o.o. (INFO-TV-FM), w wyniku spełnienia się warunków zawieszających zawartych w umowie zakupu z dnia 28 października 2011 roku z Narodowym Funduszem Inwestycyjnym Magna Polonia S.A. oraz ze spółką Evotec Management Limited. Wartość godziwa ceny nabycia wyniosła 29.313.202,19 złotych (nie w tysiącach).

Umowa na zakup udziałów w spółce INFO-TV-FM została zawarta z myślą o dalszej realizacji strategii Grupy mającej na celu możliwie szeroką dystrybucję treści programowych przy wykorzystaniu wszystkich nowoczesnych technologii. Wraz z nabyciem INFO-TV-FM, Spółka przejęła częstotliwości z zakresu 470-790 MHz oraz związane z nimi decyzje rezerwacyjne. W oparciu o te aktywa rozszerzyliśmy naszą działalność o usługi telewizji mobilnej i płatny Pakiet Ekstra oferowany w ramach cyfrowej telewizji naziemnej, co wpisuje się zarówno w nasze plany biznesowe, trendy rozwoju rynku jak i oczekiwania konsumentów.

### **Nabycie telewizji internetowej ipla**

W dniu 12 marca 2012 roku Spółka zawarła z Bithell Holdings Ltd. umowy nabycia udziałów w spółkach tworzących serwis ipla, lidera rynku dystrybucji treści programowych (video) w Internecie w Polsce. Umowy dotyczyły następujących udziałów:

1. 100% udziałów w Redefine Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie;
2. 100% udziałów w Gery.pl Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie;
3. 100% udziałów w Frazpc.pl Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie;
4. 100% udziałów w Netshare Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie.

Cena za wyżej wymienione udziały oraz kwota niezbędna na spłatę bieżących zobowiązań bankowych i handlowych będących w posiadaniu ipla wyniosła 150 mln zł (nie w tysiącach); cena nabycia udziałów wyniosła 43 mln zł (nie w tysiącach). Przeniesienie tytułu prawnego do nabywanych udziałów nastąpiło w dniu 2 kwietnia 2012 roku.

Nabyte spółki tworzą serwis ipla, będący liderem rynku "online wideo" w Polsce w trzech obszarach: dostępności na różnych urządzeniach - komputerach i laptopach, tabletach, smartfonach, telewizorach z dostępem do Internetu, konsolach do gier, kinach domowych, dekoderach cyfrowych; pod względem ilości oferowanego kontentu, dzięki posiadaniu umów programowych m.in. z Telewizją Polsat, TVP i wieloma studiami filmowymi, np. Warner Bros, Disney, Best Film, Kino Świat, Epelpol Entertainment; pod względem ilości użytkowników oraz czasu przeznaczanego przez jednego widza na konsumpcję kontentu wideo.

Nabycie serwisu ipla jest dopełnieniem strategii Cyfrowego Polsatu, której kluczowym elementem był zakup Telewizji Polsat, mającej na celu jak najszerszą dystrybucję treści programowych przy wykorzystaniu najnowocześniejszych urządzeń oraz technologii. Ipla będąca liderem rynku "online wideo" wzmacnia pozycję rynkową Cyfrowego Polsatu jako agregatora i dystrybutora kontentu oraz zapewnia przewagę konkurencyjną w rozwijającym się segmencie rynku.

#### **Rozpoczęcie współpracy z Polkomtel Sp. z o.o.**

Spółka nawiązała współpracę ze spółką Polkomtel Sp. z o.o., wiodącą firmą telekomunikacyjną będącą operatorem sieci Plus, w zakresie wprowadzenia oferty usług łączonych oraz wzajemnej sprzedaży swoich standardowych produktów. Umowa obowiązuje począwszy od kwietnia 2012 roku.

W wyniku podjętej współpracy Cyfrowy Polsat zaczął oferować swoim abonentom specjalną ofertę usług telefonii komórkowej firmy Polkomtel, a klienci Polkomtela mogą korzystać z dedykowanej im oferty usług telewizyjnych największej w Polsce platformy satelitarnej. Klienci niekorzystający dotychczas z usług żadnej z firm mogą nabyć ofertę łączoną, otrzymując dodatkowe korzyści dla każdej z usług. Jednocześnie standardowe oferty Polkomtela i Cyfrowego Polsatu zostały wprowadzone do obydwu sieci sprzedaży.

Wzajemna sprzedaż na koniec 2012 roku obejmowała prawie 800 punktów sprzedaży sieci Polkomtel i ponad 700 punktów sprzedaży naszej sieci, natomiast dodatkowe korzyści dla klientów zarówno telewizji satelitarnej Cyfrowego Polsatu, jak i telefonii w ofertach Plusa, oferowane są w całych sieciach sprzedaży obydwu spółek.

Współpraca Cyfrowego Polsatu i Polkomtela oznacza uatrakcyjnienie ofert obu firm, dodatkowe korzyści dla użytkowników kupujących usługi obu operatorów, wzrost potencjału sprzedaży w wyniku dotarcia z atrakcyjnym produktem do abonentów partnera, zwiększenie dostępności usług obydwu operatorów poprzez wzajemną sprzedaż i obsługę klienta w punktach sprzedaży oraz w konsekwencji zwiększenie satysfakcji i lojalności klientów.

Dzięki nawiązanej współpracy możemy połączyć potencjał zakupowy około 14 milionów klientów Polkomtela, którzy otrzymają dostęp do usług telewizyjnych, i ponad 11 milionów osób w ponad 3,5 milionach polskich gospodarstw domowych korzystających obecnie z usług Cyfrowego Polsatu.

#### **Podpisanie listu intencyjnego z Polkomtel Sp. z o.o.**

W sierpniu 2012 roku podpisaliśmy ze spółką Polkomtel list intencyjny, na mocy którego rozpoczęliśmy świadczenie usługi dostępu do Internetu w sieciach radiowych 3G i 2G operatora na częstotliwościach 2100 MHz i 900 MHz w technologiach HSPA i EDGE/GPRS, która posiada ogólnopolski zasięg. Dnia 31 stycznia 2013 roku zostało podpisane porozumienie trójstronne, na podstawie, którego Mobyland Sp. z o.o. przejął prawa i obowiązki Polkomtela wynikające z listu intencyjnego. Od tej pory korzystanie z sieci telekomunikacyjnej Polkomtela odbywa się za pośrednictwem spółki Mobyland Sp. z o.o.

#### **Porozumienie dotyczące rozprowadzania programów z Vectra S.A.**

W dniu 29 maja 2012 roku podpisaliśmy porozumienie dotyczące rozprowadzania programów Telewizji Polsat z operatorem telewizji kablowej Vectra S.A. ("Vectra").

Na mocy podpisanego porozumienia, począwszy od 1 października 2012 roku, 10 kanałów Telewizji Polsat: Polsat HD, Polsat2, Polsat News, Polsat Sport News, Polsat Sport, Polsat Sport HD, Polsat Sport Extra, Polsat Sport Extra HD, Polsat Cafe oraz Polsat Film jest rozprowadzanych w sieci Vectra.

Podpisane porozumienie stanowi element realizacji strategii Grupy Polsat, zakładającej zapewnienie kanałom Telewizji Polsat jak najszerzej dystrybucji wśród operatorów kablowo-satelitarnych, zwiększając tym samym ich zasięg techniczny, co może mieć pozytywny wpływ na przyszłe wyniki oglądalności.

#### **Nawiązanie współpracy z BBC Worldwide Channels**

Na początku listopada, podpisaliśmy z BBC Worldwide Channels umowę dotyczącą dystrybucji kanałów Grupy BBC Worldwide Channels na platformie Cyfrowy Polsat oraz sprzedaży czasu reklamowego w tych kanałach przez Biuro Reklamy Polsat Media. Nasza oferta została wzbogacona o cztery nowe kanały BBC: BBC Entertainment, BBC Knowledge, BBC Lifestyle i CBeebies. Współpraca BBC Worldwide Channels z Polsat Media rozpoczęła się w styczniu 2013 roku.

#### **Nawiązanie współpracy z Viasat Broadcasting**

W listopadzie rozpoczęliśmy współpracę z grupą Viasat Broadcasting należącą do międzynarodowego koncernu medialnego – Modern Times Group. Dzięki temu nasza oferta została poszerzona o trzy nowe kanały: Viasat Explorer, Viasat History i Viasat Nature, które od marca 2013 roku działają pod marką Polsat, rozszerzając portfolio kanałów Polsatu do 20 stacji. Od początku 2013 roku sprzedaż czasu reklamowego w tych kanałach prowadzi Biuro Reklamy Polsat Media.

#### **Umowy ubezpieczenia**

W 2012 roku Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat zawarła poniżej opisane umowy ubezpieczeniowe.

W zakresie ubezpieczeń majątkowych z PZU S.A. w koasekuracji z STU Ergo Hestia S.A.: ubezpieczenie mienia od wszystkich ryzyk, ubezpieczenie sprzętu elektronicznego, ubezpieczenie maszyn od uszkodzeń, ubezpieczenie utraty zysku, ubezpieczenie mienia w transporcie krajowym, ubezpieczenie mienia w transporcie międzynarodowym.

W zakresie ubezpieczeń odpowiedzialności cywilnej: ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej, w tym OC zawodowe z PZU S.A. w koasekuracji z STU Ergo Hestia S.A., ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej z tytułu prowadzenia ksiąg rachunkowych z PZU S.A., OC Dyrektorów i Członków Zarządu z AIG Europe Limited Sp. z o.o. Oddział w Polsce (dawny Chartis Europe S.A.).

W 2012 r. Grupa Kapitałowa Cyfrowego Polsatu zawarła ubezpieczenie komunikacyjne floty pojazdów z STU Ergo Hestia S.A. oraz ubezpieczenie assistance z Europ Assistance Polska Sp. z o.o.

W dalszym ciągu trwały zawarte w 2008 roku na 6 lat z AIG Europe Limited Sp. z o.o. Oddział w Polsce (dawniej: Chartis Europe S.A. i AIG Europe S.A. Oddział w Polsce) ubezpieczenie w zakresie OC z tytułu oferty sprzedaży papierów wartościowych.

Ponadto została zawarta polisa ubezpieczenia kosztów leczenia w zagranicznych podróżach służbowych z ACE European Group Limited Sp. z o.o. Oddział w Polsce.

## **Punkt 6. Omówienie wyników operacyjnych i finansowych**

### **Punkt 6.1. Źródła przychodów ze sprzedaży usług, towarów, materiałów i produktów**

Nasze przychody pochodzą z (i) opłat od klientów indywidualnych, (ii) reklamy i sponsoringu, (iii) opłat od operatorów kablowych i satelitarnych, (iv) sprzedaży sprzętu oraz (v) innych źródeł.

#### ***Przychody od klientów indywidualnych***

Przychody od klientów indywidualnych składają się przede wszystkim z (i) miesięcznych opłat abonamentowych od abonentów pakietów programowych płatnej telewizji cyfrowej, (ii) opłat za wynajem dekodery, (iii) opłat aktywacyjnych, (iv) kar umownych z tytułu rozwiązania umów, (v) miesięcznych opłat i innych przychodów od użytkowników usług dostępu do

Internetu i telefonii komórkowej, oraz (vi) opłat za usługi dodatkowe, takie jak nVoD. Całkowity przychód z opłat abonamentowych za usługi płatnej telewizji cyfrowej zależy od liczby abonentów i wysokości opłat za nasze pakiety programowe. Opłaty aktywacyjne naliczane są z góry i rozliczane w okresie trwania umowy. Ponadto w tej grupie przychodów prezentowane są przychody niereklamowe konsolidowanych od 2 kwietnia 2012 roku spółek z Grupy Redefine Sp. z o.o. (przede wszystkim z tytułu subskrypcji serwisów ipla i muzo oraz przychody z usługi typu pay-per-view w serwisie ipla).

### **Przychody z reklamy i sponsoringu**

Na nasze przychody z reklamy i sponsoringu składają się przede wszystkim przychody Grupy Telewizji Polsat (około 98%), resztę stanowią przychody ze sprzedaży usług marketingowych i reklamowych Spółki oraz konsolidowane od 2 kwartału 2012 roku przychody z reklamy spółek z Grupy Redefine Sp. z o.o., oraz Netshare Sp. z o.o., Frazpc.pl Sp. z o.o. i Gery.pl Sp. z o.o. Reklamy na naszych kanałach są sprzedawane w oparciu o cennik, który uwzględnia czas nadawania i trwania spotu reklamowego, lub na podstawie kosztu za punkt ratingowy (Gross Rating Point). GRP jest definiowany jako liczba widzów oglądających daną emisję spotu reklamowego. W przeciwieństwie do udziału w oglądalności, który wylicza się jako liczbę osób oglądających dany program w danym momencie wyrażoną w procentach ogólnej liczby osób oglądających telewizję, GRP jest wyliczany jako procentowy udział w grupie docelowej. Nasz cennik jest ustalany i publikowany w każdym miesiącu. Stawki cennikowe są zazwyczaj wyższe od cen określonych według GRP, ponieważ reklamodawcy mają możliwość wyboru konkretnych przerw reklamowych, które ich zdaniem najlepiej pasują do ich celów marketingowych. Spoty reklamowe sprzedawane na podstawie GRP są rozmieszczane przez nas w oparciu o dostępność czasu antenowego, po dokonaniu rezerwacji na reklamy zakupione według cennika, a reklamodawcy płacą tylko za rzeczywistą liczbę punktów ratingowych dostarczanych w odpowiednich przerwach reklamowych.

### **Przychody od operatorów kablowych i satelitarnych**

Przychody od operatorów kablowych i satelitarnych dotyczą przede wszystkim przychodów generowanych przez Grupę Telewizji Polsat i obejmują opłaty od operatorów platform satelitarnych oraz operatorów sieci kablowych za nadawanie naszych kanałów.

### **Przychody ze sprzedaży sprzętu**

Sprzedaż sprzętu składa się przede wszystkim z przychodów ze sprzedaży dekodерów, dysków do dekodерów, anten, modemów Internetowych, tabletek, laptopów, routerów i telefonów naszym abonentom w momencie zawarcia umowy na świadczenie usług programowych, usług dostępu do Internetu i usług telefonii komórkowej. Cena sprzedaży sprzętu zależy od modelu, taryfy w ramach usług Internetowych oraz telekomunikacyjnych zakupionych przez abonenta oraz od długości obowiązywania umowy.

### **Pozostałe przychody ze sprzedaży**

Na pozostałe przychody składają się przede wszystkim:

- (i) przychody ze sprzedaży usług emisji i transmisji sygnału;
- (ii) przychody z tytułu wynajmu lokali i urządzeń;
- (iii) przychody ze sprzedaży licencji, sublicencji i praw majątkowych;
- (iv) przychody z połączeń biura obsługi klienta; oraz
- (v) inne przychody ze sprzedaży.

### **Punkt 6.2. Źródła pozostałych przychodów operacyjnych**

Na nasze pozostałe przychody operacyjne składają się:

- (i) odszkodowania z tytułu spisanych kaucji za dekodery oraz za uszkodzenia bądź utraty sprzętu przez klientów i dystrybutorów,
- (ii) inne przychody operacyjne, które nie zostały uzyskane w toku zwykłej działalności Grupy.

### **Punkt 6.3. Źródła kosztów operacyjnych**

Na koszty operacyjne składają się:

- (i) koszty licencji programowych,
- (ii) koszty produkcji telewizyjnej własnej i zewnętrznej oraz amortyzacja praw sportowych,
- (iii) koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta,
- (iv) amortyzacja i utrata wartości,
- (v) wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników,
- (vi) koszty przesyłu sygnału,
- (vii) amortyzacja licencji filmowych,
- (viii) koszty zrealizowanego ruchu i opłat międzyoperatorskich,
- (ix) koszty windykacji, utworzenie odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności,
- (x) koszt własny sprzedanego sprzętu oraz
- (xi) inne koszty.

#### ***Koszty licencji programowych***

Koszty licencji programowych składają się z:

- (i) miesięcznych opłat licencyjnych na rzecz dostawców programów telewizyjnych;
- (ii) opłat za prawa autorskie na rzecz organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi i Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej.

#### ***Koszty produkcji telewizyjnej własnej i zewnętrznej oraz amortyzacja praw sportowych***

Koszty te obejmują koszty produkcji programów telewizyjnych wyprodukowanych specjalnie przez nas lub dla nas, zarówno na podstawie licencji obcych jak i naszych własnych licencji. Koszty te zawierają także amortyzację praw do transmisji sportowych. Wysokość odpisów amortyzacyjnych od aktywów programowych zależy od szacunkowej liczby emisji programu oraz rodzaju treści programowych. Amortyzacja praw sportowych rozpoznawana jest w 100% w momencie pierwszej edycji, lub metodą liniową przez czas trwania sezonu lub cyku zawodów.

#### ***Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta***

Na koszty dystrybucji składają się: (i) prowizje dla dystrybutorów stanowiące kwoty należne dystrybutorom i za ich pośrednictwem współpracującym z nimi autoryzowanym punktem sprzedaży tytułem wynagrodzenia za doprowadzenie do zawarcia umów o świadczenie usług płatnej cyfrowej telewizji, usług dostępu do Internetu oraz usług telefonii komórkowej, oraz (ii) koszty usług kurierskich, transportu zestawów odbiorczych oraz koszty związane z usługami naszych przedstawicieli regionalnych. Koszty marketingu obejmują wydatki na reklamę telewizyjną, radiową, w prasie i Internecie, koszty działań i materiałów promocyjnych, a także pozostałe wydatki ponoszone w celu zwiększenia sprzedaży oraz rozpoznawalności marki. Koszty obsługi i utrzymania klienta obejmują koszty mailingu, *call center* oraz pozostałe koszty obsługi klienta.

#### ***Amortyzacja i utrata wartości***

Na wartość amortyzacji i utraty wartości składają się głównie: amortyzacja dekoderych udostępnionych naszym abonentom, amortyzacja urządzeń technicznych i maszyn, sprzętu telewizyjnego i nadawczego oraz wyposażenia telekomunikacyjnego związanego ze świadczonymi przez nas usługami telefonii komórkowej oraz amortyzacja wartości niematerialnych, a także utrata wartości aktywów trwałych.

#### ***Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników***

Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników obejmują koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników zatrudnionych na podstawie umowy o pracę (z wyjątkiem wynagrodzeń pracowników zaangażowanych w produkcję zestawów odbiorczych, które są wliczone w koszty produkcji zestawów odbiorczych oraz wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników zaangażowanych w produkcję telewizyjną, które są ujęte w kosztach własnej produkcji telewizyjnej), umowy

menedżerskie i umowy zlecenia, koszty wynagrodzeń członków Rady Nadzorczej, ubezpieczenia społeczne oraz inne świadczenia pracownicze.

### ***Koszty przesyłu sygnału***

Koszty przesyłu sygnału stanowią sumę:

- (i) kosztów najmu pojemności transpondera;
- (ii) opłat za system warunkowego dostępu obliczanych na podstawie liczby aktywnych kart;
- (iii) kosztów nadawania telewizyjnego (analogowy i cyfrowy przekaz naziemny)
- (iv) kosztów związanych z rozprowadzaniem sygnału DVB-T oraz
- (v) innych kosztów przesyłu sygnału.

### ***Amortyzacja licencji filmowych***

Koszty te obejmują amortyzację praw do treści programowych TV wyprodukowanych przez osoby trzecie, na które uzyskaliśmy licencje. Wysokość odpisów amortyzacyjnych zależy od szacunkowej liczby emisji programu oraz rodzaju treści programowych.

### ***Koszty zrealizowanego ruchu i opłat międzyoperatorskich***

Koszty zrealizowanego ruchu i opłat międzyoperatorskich odnoszą się do kosztów związanych ze świadczeniem usług MVNO – koszty roamingu krajowego i zagranicznego oraz InterConnect (zależne od ilości zrealizowanych połączeń, wiadomości tekstowych i MMSów) a także kosztów związanych ze świadczeniem usług internetowych – koszty usługi transmisji danych.

### ***Koszty windykacji, utworzenie odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności***

W tej grupie kosztów prezentujemy:

- (i) koszty windykacji, wcześniej ujmowane w kosztach dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta,
- (ii) utworzenie odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności, wcześniej ujmowane w pozostałych kosztach operacyjnych.

### ***Koszt własny sprzedanego sprzętu***

Koszt własny sprzedanego sprzętu odnosi się przede wszystkim do kosztów dekodерów, dysków do dekodерów, anten, modemów Internetowych, routerów, tabletów, laptopów i telefonów sprzedawanych naszym klientom.

### ***Inne koszty operacyjne***

Na inne koszty operacyjne składają się:

- (i) koszt wynajmu infrastruktury i utrzymania sieci;
- (ii) koszt wydanych kart SMART i SIM;
- (iii) koszty usług informatycznych;
- (iv) koszt utrzymania nieruchomości;
- (v) koszt serwisu gwarancyjnego;
- (vi) koszty usług prawnych, doradczych i konsultingowych;
- (vii) podatki i opłaty;
- (viii) wartość sprzedanych licencji i pozostałych aktywów obrotowych;
- (ix) koszty techniczne i produkcyjne, takie jak koszty kostiumów, scenografii, usług związanych z inscenizacją, inne koszty, których nie można bezpośrednio przypisać do produkcji;
- (x) koszty zakupu powierzchni reklamowych spółek z Grupy Redefine Sp. z o.o., oraz Netshare Sp. z o.o., Frazpc.pl Sp. z o.o. i Gery.pl Sp. z o.o. oraz

- (xi) pozostałe koszty.

#### **Punkt 6.4. Źródła pozostałych kosztów operacyjnych**

Na pozostałe koszty operacyjne składają się:

- (i) utworzenie odpisów aktualizujących wartość zapasów; oraz
- (ii) inne pozostałe koszty operacyjne, które nie wynikają ze zwykłej działalności Grupy.

#### **Punkt 6.5. Czynniki i zdarzenia mające znaczący wpływ na naszą działalność i osiągnięte wyniki w 2012 roku**

##### ***Otoczenie makroekonomiczne***

W 2012 roku polska gospodarka, pomimo nieco wolniejszego wzrostu gospodarczego niż w dwóch ostatnich latach, wciąż utrzymywała jedną z najwyższych stóp wzrostu produktu krajowego brutto w Unii Europejskiej wykazując się stabilnością wobec negatywnych wydarzeń na świecie i w Europie, jakim była destabilizacja gospodarcza wielu krajów, w tym również kryzys w strefie euro. Według wstępnych szacunków GUS w 2012 roku PKB Polski wzrósł o 2%, podczas gdy wzrost PKB w 27 krajach Unii Europejskiej był ujemny i wyniósł średnio -0,3% (Eurostat). Ponadto mieliśmy do czynienia z dalszym wzrostem konsumpcji gospodarstw domowych i wynagrodzeń (choć już znacznie wolniejszym zwłaszcza w drugiej połowie roku), co spowodowało, że nasi klienci w dalszym ciągu chętnie korzystali z dodatkowych pakietów i usług oferowanych przez nasz segment usług świadczonych klientom indywidualnym, co też znalazło odzwierciedlenie we wzroście wskaźnika ARPU.

Mimo relatywnie dobrej kondycji polskiej gospodarki, zła koniunktura na rynkach światowych przyniosła niekorzystny wpływ na poziom wydatków na reklamę w Polsce, w tym także reklamę telewizyjną.

##### ***Wahania kursów walut***

Złoty jest naszą walutą funkcjonalną i sprawozdawczą. Nasze przychody wyrażone są w złotych, natomiast około 35% kosztów operacyjnych (w 2012 roku) ponoszona była w walutach innych niż złoty, w szczególności w dolarach amerykańskich i euro.

Wahania kursów walutowych mają wpływ na nasze koszty i zyski i straty z działalności inwestycyjnej poprzez koszty licencji programowych, koszty przesyłu sygnału, płatności wynikające z umów z międzynarodowymi wytwórcami filmowymi i federacjami sportowymi dotyczących kontentu programowego, zobowiązania handlowe i inne zobowiązania denominowane w walutach obcych. Dodatkowo, wyemitowane przez nas Obligacje są denominowane w euro, co w znacznym stopniu zwiększa naszą ekspozycję na ryzyko walutowe, jako że wahania kursu euro w stosunku do złotego mogą zwiększyć sumę środków pieniężnych wyrażoną w złotych, niezbędną do spłaty kapitału i odsetek wynikających z Obligacji.

W 2012 roku złoty osłabił się wobec dolara amerykańskiego o 10% i wobec euro o 2% (na podstawie średnich rocznych kursów podanych przez NBP).

Nie mamy żadnego wpływu na kształtowanie się kursów walut w przyszłości, a co za tym idzie zmiany kursów walut będą miały wpływ (pozytywny lub negatywny) na nasze koszty.

Mając na względzie otwartą ekspozycję na ryzyko kursowe, Grupa zaimplementowała politykę zarządzania ryzykiem rynkowym i wykorzystuje m.in. hedging naturalny oraz transakcje zabezpieczające.

##### ***Konkurencja na rynku DTH***

Rynek na którym działamy jest bardzo dynamiczny i konkurencyjny. W 2012 roku na rynku działały trzy największe podmioty będące operatorami płatnych platform cyfrowych: Canal+ Cyfrowy Sp. z o.o., będący operatorem platformy pod nazwą Cyfra+, ITI Neovision Sp. z o.o. (wchodzący w skład Grupy TVN) obsługujący platformę 'n', Cyfrowy Polsat S.A. obsługujący platformę Cyfrowy Polsat. Pod koniec 2011 roku rozpoczął się proces zmian własnościowych związany z połączeniem platform telewizji satelitarnej Cyfra+ i platformy 'n' pod nową nazwą 'nc+'. Sfinalizowanie umów o strategicznym partnerstwie nastąpiło pod koniec listopada 2012 roku. Według oczekiwań wprowadzenie wspólnej oferty nastąpi w 2013 roku.

Zaostrzona konkurencja oraz zmieniające się otoczenie rynkowe (w tym również zachodzące procesy konsolidacyjne na rynku telewizji satelitarnej i kablowej) mają wpływ na oferty promocyjne przedstawiane naszym nowo pozyskiwanym

abonentom. Przygotowując ofertę świąteczną, w czwartym kwartale wprowadziliśmy dodatkowe atrakcyjne oferty promocyjne i usługi obejmujące m.in.: 20 nowych kanałów od największych międzynarodowych i polskich nadawców, w tym 4 HD; nowy bardzo atrakcyjny pakiet dla całej rodziny Familijny Max HD za 49,90 zł (w wersji na dwóch telewizorach tylko 59,90 zł); nowy podział pakietów dodatkowych w cenie już od 10 zł; nowe usługi: HBO GO i ipla; atrakcyjną promocję Premium – pełną ofertę telewizyjną z dekoderni HD za 1 zł oraz HBO GO i ipla Mix nawet na 6 miesięcy w prezencie.

W związku z dużą konkurencją na rynku stale inwestujemy w programy utrzymaniowe i budowanie lojalności klientów. Mimo, że powoduje to wzrost naszych kosztów, wierzymy, że nasze pro aktywne podejście do utrzymania klientów jest w dłuższej perspektywie bardziej efektywne kosztowo i przyczynia się do obniżenia wskaźnika odpływu abonentów.

### **Sytuacja na rynku reklamy telewizyjnej**

Większość wpływów naszego segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej (około 80% w 2012 roku) pochodzi ze sprzedaży czasu antenowego na reklamy i pasma sponsoringowe w kanałach telewizyjnych.

Popyt na emisję reklam uzależniony jest w dużym stopniu od ogólnych warunków gospodarczych. Jednak w 2012 roku pomimo relatywnie dobrej kondycji polskiej gospodarki, zła koniunktura na rynkach światowych i problemy niektórych państw w Unii Europejskiej odbiły się niekorzystnie na poziomie wydatków reklamowych w Polsce przede wszystkim w wyniku globalnych cięć budżetów reklamowych przez koncerny międzynarodowe. Dodatkowo nastąpiła weryfikacja oczekiwań związanych z piłkarskimi mistrzostwami Euro 2012. Wbrew przewidywaniom, rozgrywki piłkarskie nie dały polskiemu rynkowi reklamy zastrzyku w postaci dodatkowych budżetów, a wręcz spowodowały zamrożenie wydatków reklamowych części dużych firm. Reklamodawców odstraszyły wysokie ceny oraz obawy co do niskiej efektywności reklamy emitowanej podczas rozgrywek z uwagi na duże nasycenie reklamowe. Niezrealizowane w czerwcu budżety, wbrew późniejszym oczekiwaniom, nie zostały przesunięte na kolejne miesiące. W efekcie tych czynników, według szacunków domu mediowego Starlink, całkowite wydatki netto na reklamę telewizyjną odnotowały w 2012 roku spadek na poziomie 5,6%. W tym samym czasie nasze wpływy z reklamy i sponsoringu zanotowały 3% spadku, dzięki czemu udział Grupy Telewizji Polsat w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł o 0,6 pkt% do poziomu 23,2%.

### **Rozszerzanie zasięgu technicznego kanałów Telewizji Polsat**

Wysokość przychodów Telewizji Polsat z tytułu opłat wnoszonych przez operatorów telewizji kablowych i satelitarnych jest uzależniona od liczby abonentów, stawek wynegocjowanych z powyższymi operatorami oraz liczby dystrybuowanych kanałów. W maju 2012 roku podpisaliśmy porozumienie dotyczące rozprowadzania programów Telewizji Polsat z operatorem telewizji kablowej Vectra S.A. Na mocy podpisanego porozumienia, począwszy od 1 października 2012 roku, 10 kanałów Telewizji Polsat (Polsat HD, Polsat2, Polsat News, Polsat Sport News, Polsat Sport SD, Polsat Sport HD, Polsat Sport Extra SD, Polsat Sport Extra HD, Polsat Cafe oraz Polsat Film) jest rozprowadzanych w sieci Vectra, która według danych operatora na koniec 2012 roku posiadała w sumie 777 tys. abonentów telewizji cyfrowej i analogowej, z czego abonenci posiadający usługę cyfrową stanowili 60%.

### **Rozwój naziemnej telewizji cyfrowej**

Prowadzony w Polsce projekt zastąpienia nadawania analogowego naziemnym sygnałem cyfrowym zmusza widzów naziemnej telewizji, którzy posiadają stare odbiorniki telewizyjne, do dostosowania się do nowych wymagań sprzętowych. Widząc w tym szansę rozwoju naszego biznesu, postanowiliśmy przyciągnąć te osoby do naszej oferty. W 2012 roku rozpoczęliśmy własną produkcję i sprzedaż dekoderni do odbioru naziemnej telewizji cyfrowej. Klientów zachęcamy nie tylko dobrej jakości sprzętem, ale także pakietem dodatkowych kanałów w bardzo atrakcyjnej cenie. W czerwcu 2012 roku, naszą ofertę wzbogaciliśmy również o nową usługę „TV Mobilna” świadczoną w technologii DVB-T, w ramach której klient zyskuje dostęp do naziemnej telewizji cyfrowej na urządzeniach przenośnych.

W ramach segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej, w związku z cyfryzacją telewizji naziemnej, ponosimy podwójne koszty nadawania naszego kanału głównego (analogowe i cyfrowe). W listopadzie 2012 roku rozpoczęto proces wyłączania sygnału analogowego, który będzie obejmował kolejne województwa, aż do planowanego całkowitego wyłączenia pod koniec lipca 2013 roku. Koszty nadawania cyfrowego rosły w 2012 roku wraz z poszerzaniem zasięgu naziemnych multipleksów (dotyczyły naszych dwóch kanałów rozprowadzanych drogą naziemną – POLSAT i Polsat Sport News).

### **Konsolidacja wyników Grupy Telewizji Polsat i koszty finansowania jej nabycia**

W dniu 20 kwietnia 2011 roku, Cyfrowy Polsat sfinalizował transakcję nabycia Telewizji Polsat. W wyniku przejęcia spółki, wyniki Cyfrowego Polsatu i Grupy Telewizji Polsat są konsolidowane począwszy od 20 kwietnia 2011 roku. W konsekwencji, wyniki finansowe Grupy w 2012 roku nie są w pełni porównywalne z analogicznymi okresami 2011 roku.

Zakup Telewizji Polsat został w dużej części sfinansowany ze środków z zaciągniętego Kredytu Terminowego oraz Kredytu Pomostowego, który został spłacony ze środków uzyskanych z emisji Obligacji. W związku z finansowaniem dłużnym ponosimy znaczące koszty odsetkowe. Wpływ na nasze wyniki finansowe miała ponadto wycena Obligacji, które zostały wyemitowane w euro.

### **Zmniejszenie zadłużenia**

W dniu 29 sierpnia 2012 roku dokonaliśmy wcześniejszej spłaty części Kredytu Terminowego, zaciągniętego w 2011 roku na zakup Telewizji Polsat. Kwota nadpłaconego kredytu wyniosła 200 mln złotych (nie w tysiącach), obniżając tym samym znacząco całkowite zadłużenie Grupy. Dzięki wcześniejszemu uregulowaniu części zobowiązania, od 3 kwartału 2012 roku zmniejszeniu uległy zarówno raty kapitałowe, jak i naliczane odsetki.

### **Nabycie i konsolidacja INFO-TV-FM Sp. z o.o.**

W dniu 30 stycznia 2012 roku Cyfrowy Polsat sfinalizował umowę nabycia udziałów w spółce INFO-TV-FM Sp. z o.o. (INFO-TV-FM). Łączna cena zakupu wyniosła 29 mln PLN (nie w tysiącach).

Umowa na zakup udziałów w spółce INFO-TV-FM została zawarta z myślą o dalszej realizacji strategii Grupy mającej na celu możliwie szeroką dystrybucję treści programowych przy wykorzystaniu wszystkich nowoczesnych technologii. Wraz z nabyciem INFO-TV-FM, Spółka przejęła częstotliwości z zakresu 470-790 MHz oraz związane z nimi decyzje rezerwacyjne. W oparciu o te aktywa w czerwcu 2012 roku rozszerzyliśmy naszą działalność o usługi płatnej telewizji na urządzenia mobilne, co wpisuje się zarówno w nasze plany biznesowe, trendy rozwoju rynku jak i oczekiwania konsumentów.

W wyniku nabycia nowej spółki wyniki Cyfrowego Polsatu i INFO-TV-FM są konsolidowane począwszy od 30 stycznia 2012 roku a w konsekwencji, wyniki finansowe Grupy w 2012 roku nie są w pełni porównywalne z analogicznymi okresami 2011 roku.

### **Zakup i konsolidacja telewizji internetowej ipla**

W dniu 12 marca 2012 roku Spółka zawarła umowy nabycia udziałów w spółkach tworzących serwis ipla, lidera rynku dystrybucji treści programowych wideo w Internecie w Polsce. Cena za udziały oraz kwota niezbędna na spłatę bieżących zobowiązań bankowych i handlowych będących w posiadaniu ipla wyniosła 150 mln PLN (nie w tysiącach).

Nabycie serwisu ipla jest dopełnieniem strategii Cyfrowego Polsatu, której kluczowym elementem był zakup Telewizji Polsat, mającej na celu jak najszerszą dystrybucję treści programowych przy wykorzystaniu najnowocześniejszych urządzeń oraz technologii. Ipla będąca liderem rynku wideo online wzmacnia pozycję rynkową Cyfrowego Polsatu jako agregatora i dystrybutora kontentu oraz zapewnia istotną przewagę konkurencyjną w ważnym segmencie rynku.

Zakup serwisu ipla daje nam również możliwość osiągnięcia synergii, które już w części zostały zrealizowane w 2012 roku, w obszarach kosztowym i przychodowym. Synergie kosztowe wynikają ze wspólnie realizowanych zakupów treści programowych i inwestycji w rozwój technologii, podejmowanych działań marketingowych, wykorzystania tych samych systemów billingowych oraz optymalizacji zasobów back-office'owych. Synergie przychodowe pochodzą z oferowania usług łączonych (cross-selling), zwiększenia atrakcyjności obecnych i wprowadzania nowych produktów, mających wpływ na wzrost satysfakcji klientów.

W związku z nabyciem spółek wyniki Cyfrowego Polsatu i spółek tworzących serwis ipla konsolidowane są począwszy od 2 kwietnia 2012 roku a w konsekwencji, wyniki finansowe Grupy w 2012 roku nie są w pełni porównywalne z analogicznymi okresami 2011 roku.

### **Zwiększenie zasięgu Internetu HSPA+ oraz LTE**

W wyniku rozbudowy sieci naszych partnerów, od końca 2011 roku do końca 2012 roku, zasięg sieci LTE wzrósł z 21% do około 48% mieszkańców Polski, natomiast HSPA/HSPA+ z 69% do 91%.

Ponadto w sierpniu 2012 roku podpisaliśmy ze spółką Polkomtel list intencyjny, na mocy którego rozpoczęliśmy świadczenie usługi dostępu do Internetu w sieciach radiowych 3G i 2G operatora na częstotliwościach 2100 MHz i 900 MHz w technologiach HSPA i EDGE/GPRS, która posiada ogólnopolski zasięg. Obecnie z sieci Polkomtela korzystamy za pośrednictwem spółki Mobyland Sp. z o.o. (na podstawie porozumienia trójstronnego, które zastąpiło list intencyjny).

Wzrost zasięgu naszej usługi dostępu do Internetu miał pozytywny wpływ na liczbę abonentów, co przełożyło się na znaczący wzrost przychodów z usług telekomunikacyjnych.

#### **Rozpoczęcie współpracy z Polkomtel Sp. z o.o.**

Nawiązaliśmy współpracę ze spółką Polkomtel Sp. z o.o., wiodącą firmą telekomunikacyjną będącą operatorem sieci Plus, w zakresie wprowadzenia oferty usług łączonych oraz wzajemnej sprzedaży swoich standardowych produktów.

W wyniku podjętej współpracy począwszy od kwietnia 2012 roku, Cyfrowy Polsat zaczął oferować swoim abonentom specjalną ofertę usług telefonii komórkowej firmy Polkomtel, a klienci Polkomtela mogą korzystać z dedykowanej im oferty usług telewizyjnych największej w Polsce platformy satelitarnej. Klienci niekorzystający dotychczas z usług żadnej z firm mogą nabyć ofertę łączoną, otrzymując dodatkowe korzyści dla każdej z usług. Jednocześnie standardowe oferty Polkomtela i Cyfrowego Polsatu zostały wprowadzone do obydwu sieci sprzedaży. Dzięki temu nasza standardowa oferta na koniec 2012 roku była dostępna dodatkowo w prawie 800 punktach sieci sprzedaży spółki Polkomtel Sp. z o.o. Ponadto dzięki nawiązanej współpracy możemy połączyć potencjał zakupowy około 14 milionów klientów Polkomtela, którzy otrzymali dostęp do usług telewizyjnych, i ponad 11 milionów osób w ponad 3,5 miliona polskich gospodarstw domowych korzystających obecnie z usług Cyfrowego Polsatu.

#### **Punkt 6.6. Informacje o trendach**

Głównymi znanymi Zarządowi Cyfrowego Polsatu trendami, które będą wywierały wpływ na nasze przychody i rentowność są:

1. Rozwój rynku płatnej telewizji (konsolidacja rynku, rosnące zainteresowanie usługami OTT).
2. Rozwój naziemnej telewizji cyfrowej (poszerzanie zasięgu, stopniowe wyłączenie sygnału analogowego).
3. Rozwój rynku usług Internetowych (rosnące zapotrzebowanie na transmisję danych i szybkie łącza internetowe, wyższa dynamika wzrostu usług mobilnych vs łącza kablowych).
4. Rosnąca liczba użytkowników urządzeń mobilnych (w tym laptopów, smartphonów i tabletów).
5. Wzrost sprzedaży telewizorów z dostępem do Internetu.
6. Pakietyzacja usług (łączenie usług telewizyjnych i telekomunikacyjnych).
7. Spadek wydatków na reklamę telewizyjną (wolniejszy niż w roku 2012).
8. Wzrost wydatków na reklamę wideo w Internecie.

#### **Punkt 6.7. Najważniejsze inwestycje**

##### **Finalizacja nabycia INFO-TV-FM Sp. z o.o.**

W dniu 30 stycznia 2012 roku nastąpiło przeniesienie 100% udziałów w spółce INFO-TV-FM Sp. z o.o. (INFO-TV-FM), w wyniku spełnienia się warunków zawieszających zawartych w umowie zakupu z dnia 28 października 2011 roku z Narodowym Funduszem Inwestycyjnym Magna Polonia S.A. oraz ze spółką Evotec Management Limited. Wartość godziwa ceny nabycia wyniosła 29.313.202,19 złotych (nie w tysiącach).

##### **Nabycie telewizji internetowej ipla**

W dniu 12 marca 2012 roku Spółka zawarła z Bithell Holdings Ltd. umowy nabycia udziałów w spółkach tworzących serwis ipla, lidera rynku dystrybucji treści programowych (wideo) w Internecie w Polsce. Umowy dotyczyły następujących udziałów:

1. 100% udziałów w Redefine Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie;
2. 100% udziałów w Gery.pl Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie;
3. 100% udziałów w Frazpc.pl Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie;

4. 100% udziałów w Netshare Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie.

Cena za wyżej wymienione udziały oraz kwota niezbędna na spłatę bieżących zobowiązań bankowych i handlowych będących w posiadaniu ipla wyniosła 150 mln zł (nie w tysiącach); cena nabycia udziałów wyniosła 43 mln zł (nie w tysiącach). Przeniesienie tytułu prawnego do nabywanych udziałów nastąpiła w dniu 2 kwietnia 2012 roku.

**Punkt 6.8. Przegląd sytuacji operacyjnej i finansowej**

**Punkt 6.8.1. Przegląd sytuacji operacyjnej**

**Segment usług świadczonych klientom indywidualnym**

Przy analizie i ocenie naszej działalności w segmencie usług świadczonych klientom indywidualnych, bierzemy pod uwagę liczbę abonentów, wskaźnik odpływu abonentów oraz średni miesięczny przychód na abonenta. Poniższa tabela przedstawia te kluczowe wskaźniki dla odpowiednich okresów, wskaźniki są szczegółowo omówione poniżej.

	3 miesiące zakończone 31 grudnia			12 miesięcy zakończonych 31 grudnia		
	2012	2011	Zmiana	2012	2011	Zmiana
<b>Liczba abonentów na koniec okresu, z czego:</b>	<b>3.566.144</b>	<b>3.551.671</b>	<b>0,4%</b>	<b>3.566.144</b>	<b>3.551.671</b>	<b>0,4%</b>
Pakiet Familijny	2.761.248	2.785.016	-0,9%	2.761.248	2.785.016	-0,9%
Pakiet Mini	804.896	766.655	5,0%	804.896	766.655	5,0%
<b>Średnia liczba abonentów<sup>1</sup>, z czego:</b>	<b>3.526.068</b>	<b>3.523.203</b>	<b>0,1%</b>	<b>3.537.603</b>	<b>3.488.784</b>	<b>1,4%</b>
Pakiet Familijny	2.742.889	2.757.194	-0,5%	2.763.276	2.734.951	1,0%
Pakiet Mini	783.180	766.009	2,2%	774.327	753.834	2,7%
<b>Wskaźnik odpływu abonentów, z czego:</b>	<b>8,6%</b>	<b>9,8%</b>	<b>-1,2 p.p.</b>	<b>8,6%</b>	<b>9,8%</b>	<b>-1,2 p.p.</b>
Pakiet Familijny	9,0%	10,6%	-1,6 p.p.	9,0%	10,6%	-1,6 p.p.
Pakiet Mini	7,1%	7,0%	0,1 p.p.	7,1%	7,0%	0,1 p.p.
<b>Średni miesięczny przychód na abonenta<sup>2</sup> (ARPU) (PLN), z czego:</b>	<b>40,4</b>	<b>38,3</b>	<b>5,5%</b>	<b>39,3</b>	<b>37,3</b>	<b>5,4%</b>
Pakiet Familijny (PLN)	48,2	45,2	6,6%	46,6	44,2	5,4%
Pakiet Mini (PLN)	13,4	13,9	-3,6%	13,4	12,7	5,5%

<sup>1</sup> liczona jako suma średniej liczby abonentów w każdym miesiącu okresu podzielona przez liczbę miesięcy w okresie; średnia liczba abonentów w miesiącu wyznaczana jest jako średnia z liczby abonentów na pierwszy i na ostatni dzień roboczy danego miesiąca,

<sup>2</sup> Zgodnie z zapisami MSR 18, Grupa od początku 2012 roku rozpoznaje niższe przychody z kar umownych od klientów z tytułu rozwiązania umów na podstawie zmiany szacunków księgowych dotyczących rozpoznawania i odzyskiwalności tych przychodów. Niniejsza zmiana szacunków nie ma istotnego przełożenia na wyniki Grupy, ponieważ równocześnie Grupa zakłada odpowiednio niższy odpis aktualizujący wartość należności, powoduje natomiast niewielki spadek wskaźnika ARPU, zachowując jednak jego stabilny trend wzrostowy. W opinii Zarządu, takie podejście precyzyjniej oddaje stan i kondycję biznesu i jest bardziej transparentne dla otoczenia rynkowego.

*Abonenci*

Jako abonenta definiujemy osobę, która zawarła z nami umowę na świadczenie usług płatnej telewizji cyfrowej zobowiązującą do wnoszenia opłat za dostęp do pakietu lub pakietów programów telewizyjnych i radiowych, lub która korzysta z tych pakietów w ramach usług płatnej telewizji cyfrowej, po uprzednim wniesieniu miesięcznej opłaty bez zawarcia takiej umowy. Nasza liczba abonentów wzrosła o 0,4% do około 3.566,1 tysięcy abonentów na 31 grudnia 2012 roku z około 3.551,7 tysięcy abonentów na 31 grudnia 2011 roku. Abonenci pakietu Familijnego stanowili 77,4% i 78,4% całej bazy odpowiednio na 31 grudnia 2012 i 2011 roku.

*Wskaźnik odpływu abonentów*

Wskaźnik odpływu abonentów definiujemy, jako stosunek liczby umów rozwiązanych w okresie 12 miesięcy do średniorocznej liczby umów w tym 12 miesięcznym okresie. Liczba rozwiązanych umów jest pomniejszona o liczbę abonentów, którzy zawarli z nami ponownie umowę nie później niż z końcem tego 12 miesięcznego okresu oraz o liczbę

abonentów, którzy posiadali więcej niż jedną umowę i dokonali rozwiązania jednej z nich, w zamian zobowiązując się do korzystania z usługi Multiroom. Nasz wskaźnik odpływu abonentów spadł z 9,8% do 8,6% w 12 miesięcznych okresach zakończonych odpowiednio 31 grudnia 2011 roku i 31 grudnia 2012 roku, przy czym wskaźnik odpływu abonentów dla Pakietu Familijnego spadł o 1,6 p.p., a wskaźnik odpływu abonentów dla Pakietu Mini wzrósł o 0,1 p.p. Obniżenie wskaźnika odpływu abonentów osiągnęliśmy dzięki skutecznym programom utrzymaniowym i dbałości o wysoki poziom satysfakcji klientów.

#### Średni miesięczny przychód na abonenta (ARPU)

ARPU definiujemy, jako średni przychód netto na abonenta, któremu świadczyliśmy usługi, obliczany poprzez podzielenie sumy przychodów netto, generowanych przez naszych abonentów na oferowane przez nas usługi płatnej telewizji cyfrowej w danym okresie przez średnią liczbę abonentów, którym świadczyliśmy usługi w danym okresie. Średni miesięczny przychód na abonenta wzrósł o 5,5% do 40,4 zł w czwartym kwartale 2012 roku z 38,3 zł w czwartym kwartale 2011 roku. Wzrost osiągnęliśmy dzięki wyższej liczbie abonentów wyższych pakietów programowych oraz przychodom z usług dodatkowych, w tym Multiroom i PPV. ARPU Pakietu Familijnego wzrosło o 6,6%, do 48,2 zł w czwartym kwartale 2012 roku z 45,2 zł w czwartym kwartale 2011 roku. ARPU Pakietu Mini spadło o 3,6%, do 13,4 zł w czwartym kwartale 2012 roku z 13,9 zł w czwartym kwartale 2011 roku.

Średni miesięczny przychód na abonenta wzrósł o 5,4% do 39,3 zł w 2012 roku z 37,3 zł w 2011 roku. ARPU Pakietu Familijnego wzrosło o 5,4%, do 46,6 zł w 2012 roku z 44,2 zł w 2011 roku. ARPU Pakietu Mini wzrosło o 5,5%, do 13,4 zł w 2012 roku z 12,7 zł w 2011 roku. Wzrost ARPU osiągnęliśmy głównie dzięki rosnącej liczbie klientów wyższych pakietów oraz przychodom z usług dodatkowych (np. Multiroom).

#### Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

Analizując i oceniając działalność naszego segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej bierzemy pod uwagę udział w oglądalności poszczególnych kanałów, udział w rynku reklamy TV oraz zasięg techniczny. Kluczowe wskaźniki dla odpowiednich okresów zostały przedstawione w poniższych tabelach, a następnie każdy z nich został szczegółowo opisany.

	3 miesiące zakończone 31 grudnia			12 miesięcy zakończone 31 grudnia		
	2012	2011	Zmiana / %	2012	2011	Zmiana / %
<b>Udział w oglądalności<sup>(1)</sup>, w tym:</b>	<b>20,84%</b>	<b>21,33%</b>	<b>-2,30%</b>	<b>20,54%</b>	<b>20,80%</b>	<b>-1,25%</b>
<b>POLSAT (kanał główny)</b>	<b>15,57%</b>	<b>17,01%</b>	<b>-8,47%</b>	<b>15,71%</b>	<b>16,45%</b>	<b>-4,50%</b>
<b>Kanały tematyczne</b>	<b>5,27%</b>	<b>4,32%</b>	<b>21,99%</b>	<b>4,83%</b>	<b>4,35%</b>	<b>11,03%</b>
Polsat2	1,71%	1,44%	18,75%	1,49%	1,45%	2,76%
Polsat News	0,69%	0,62%	11,29%	0,74%	0,66%	12,12%
Polsat Sport	0,69%	0,67%	2,99%	0,67%	0,65%	3,08%
Polsat Sport Extra	0,21%	0,16%	31,25%	0,17%	0,17%	0,00%
Polsat Sport News <sup>(2)</sup>	0,28%		--	0,28%		--
Polsat Film	0,45%	0,37%	21,62%	0,42%	0,39%	7,69%
Polsat JimJam [JimJam]	0,37%	0,33%	12,12%	0,38%	0,30%	26,67%
Polsat Cafe	0,36%	0,30%	20,00%	0,36%	0,33%	9,09%
Polsat Play	0,47%	0,37%	27,03%	0,39%	0,33%	18,18%
Polsat Crime & Investigation Network <sup>(3)</sup>	0,10%		--	0,12%		--
Polsat Biznes <sup>(4)</sup>	0,02%	0,02%	0,00%	0,02%	0,02%	0,00%
Polsat Futbol <sup>(5)</sup>		0,03%	-100,00%	0,01%	0,03%	-66,67%
<b>Udział w rynku reklamy<sup>(6)</sup></b>	<b>23,4%</b>	<b>22,9%</b>	<b>2,3%</b>	<b>23,2%</b>	<b>22,6%</b>	<b>2,8%</b>

<sup>(1)</sup> NAM, udział w oglądalności w grupie wszyscy 16-49 lat, cała doba

<sup>(2)</sup> kanał w monitoringu od listopada 2012, dane obejmują okres listopad-grudzień 2012

<sup>(3)</sup> kanał w monitoringu od stycznia 2012

<sup>(4)</sup> do lutego 2013 kanał nadawał pod nazwą TV Biznes

<sup>(5)</sup> kanał nadawał do końca maja 2012, dane za ten okres

<sup>(6)</sup> Szacunki własne na podstawie danych Starlink

### Kanały Polsatu; zasięg techniczny<sup>1</sup>

	3 miesiące zakończone 31 grudnia			12 miesięcy zakończone 31 grudnia		
	2012	2011	Zmiana / %	2012	2011	Zmiana / %
Polsat	98,6	97,8	0,8%	98,5	97,5	1,0%
Polsat2	61,5	57,6	6,7%	58,0	55,8	4,0%
Polsat Biznes <sup>2</sup>	53,4	51,0	4,7%	52,4	49,9	4,8%
Polsat News	52,1	48,9	6,6%	49,7	46,3	7,3%
Polsat Cafe	50,9	47,6	6,9%	48,7	45,8	6,3%
Polsat Sport	46,9	43,7	7,3%	44,0	42,4	3,7%
Polsat Play	39,6	38,3	3,5%	39,0	36,6	6,5%
Polsat JimJam	38,1	36,7	3,9%	37,4	35,4	5,7%
Polsat Film	40,7	35,8	13,8%	37,3	34,4	8,5%
Polsat Sport News <sup>3</sup>	57,8	27,3	111,6%	43,4	19,4	124,4%
Polsat Sport Extra <sup>4</sup>	31,6	30,8	2,4%	30,7	30,0	2,4%
Polsat Crime & Investigation Network <sup>5</sup>	32,5	19,2	69,2%	31,2	10,2	206,6%
Polsat Futbol <sup>6</sup>	n/d	15,8	-100,0%	15,0	15,2	-1,1%
Polsat Sport HD <sup>7</sup>	n/d	4,7	-100,0%	5,7	3,6	59,8%
Polsat Food <sup>8</sup>	19,3	n/d	--	19,3	n/d	--

<sup>1</sup> NAM, odsetek telewizyjnych gospodarstw domowych, które mają możliwość odbioru danego kanału; średnia arytmetyczna zasięgów miesięcznych

<sup>2</sup> do lutego 2013 kanał nadawał pod nazwą TV Biznes

<sup>3</sup> Dane od czerwca 2011 r. (wcześniej nie monitorowano)

<sup>4</sup> Od czerwca 2012 r. zasięg łączny z Polsat Sport Extra HD (nowy kanał)

<sup>5</sup> Polsat Crime & Investigation Network, na mocy współpracy firm Telewizja Polsat oraz A+E Networks UK, nadaje od listopada 2011 r. (wcześniejsze dane odnoszą się do zasięgu stacji przed rozpoczęciem współpracy z Telewizją Polsat)

<sup>6</sup> Dane do maja 2012 r. (kanał zamknięty)

<sup>7</sup> Dane od lutego 2011 r. (wcześniej nie monitorowano) do czerwca 2012 r. (przed ujednoczeniem ramówki z Polsat Sport)

<sup>8</sup> Dane od listopada 2012

### Udział w oglądalności

Wydarzeniami w 2012 roku, których wpływ na wyniki oglądalności warto odnotować, były transmitowane w drugim i trzecim kwartale rozgrywki Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej oraz Igrzyska Olimpijskie w Londynie. Emitowane zmagania drużyn piłkarskich cieszyły się znacznie większą popularnością niż olimpijczyków w Wielkiej Brytanii. Jednocześnie rzutowało to na znaczne obniżenie wyników oglądalności pozostałych stacji ogólnopolskich i tematycznych. Warto również zaznaczyć, że w porównaniu z drugą dużą stacją komercyjną, TVN, wyniki lipca i sierpnia dla stacji POLSAT pokazują mniejsze straty udziałów, a w całym roku 2012, POLSAT zachował pozycję lidera w udziałach w widowni w grupie komercyjnej z wynikiem 15,7%.

W ofercie naszego kanału głównego zainteresowaniem widzów cieszyły się stałe pozycje ramówki, jak poniedziałkowy cykl *Mega Hit*, gromadzący w 2012 roku średnio 1,4 miliona widzów dając stacji 23% udziału w widowni, czy też analogiczne pasmo wtorkowe gromadzące prawie 1,1 miliona widzów (17,3% udziału w widowni). W ramówce wiosennej i jesiennej największą widownię gromadził talent show *Must be the Music – Tylko muzyka*, który gromadził średnio 1,8 miliona widzów (24,7% udziału w widowni). Kolejny talent show *Got to Dance – Tylko taniec*, gromadził średnio 1,2 miliona widzów (19,7% udziałów w oglądalności). Emitowane w sezonie odcinki *Pierwszej miłości* gromadziły średnio 1,2 miliona widzów (27,7% udziałów w widowni). Sukcesem w okresie wiosennym była kolejna edycja festiwalu *Top Trendy* oglądana średnio przez 1,3 miliona widzów co dawało stacji 26,9% udziału w widowni. Jesienią udany debiut zanotował nowy serial – *Przyjaciółki* (1,2 miliona widzów, 22,8% udziału). Niezmiernie wysokimi udziałami w widowni cieszyły się programy typu docu-soap: *Dlaczego ja?*, *Trudne sprawy* oraz *Malanowski i partnerzy*. Hitem lipca była transmisja półfinału i finału Ligi Światowej siatkarki (1,1 miliona widzów, 24,2% udziału). Poza sezonem sporym powodzeniem cieszyły się powtórkowe emisje programów typu docu-soap.

W czwartym kwartale 2012 roku pozycjami, na których wyniki warto wskazać, było poniedziałkowe pasmo *Mega Hit* gromadzące średnio 1,5 miliona widzów, co dawało stacji 23,4% udziałów w widowni, oraz wtorkowe pasmo filmowe gromadzące 1,1 miliona widzów (16,7% udziałów w widowni). Transmisja kolejnej, 21. *Konfrontacji Sztuk Walki* zgromadziła 1,4 miliona widzów (22,7% udziałów w widowni). Gala z okazji 20-lecia Telewizji Polsat zgromadziła średnio 1,3 miliona

widzów (22,6% udziałów w oglądalności). Niezmiennie od lat, liczne grono widzów żegnało stary rok z naszą główną anteną. Transmisja *Sylwestrowej mocy przebojów* zgromadziła średnio 1,4 miliona widzów co dało stacji 27,1% udziałów w widowni. 6 grudnia 2012, kolejna edycja *Mikołajowego bloku reklamowego* uzyskała rekordowy wynik oglądalności. Zasięg bloku wyniósł ponad 8,8 miliona widzów w całej badanej populacji (wszyscy w wieku cztery i więcej lat). W grupie komercyjnej (16-49 lat) *Mikołajkowy blok reklamowy* miał ponad 54% udział w widowni. Dzięki tej akcji charytatywnej, na potrzeby Fundacji Polsat reklamodawcy biorący w niej udział przekazali ponad 2 miliony złotych.

Spśród stacji tematycznych Grupy, w 2012 roku największe udziały w widowni miały stacje Polsat2, Polsat News i Polsat Sport. Wzrosły udziały Polsat Sport oraz stabilne wyniki Polsat Sport Extra w roku dwóch dużych wydarzeń sportowych emitowanych na konkurencyjnych antenach, świadczą o wysokiej jakości naszej oferty programowej. Kanałami tematycznymi o największej dynamice wzrostu udziałów w widowni były Polsat JimJam, Polsat Play i Polsat News. Wyniki oglądalności Grupy Polsat obejmują również widownię uruchomionego w listopadzie 2011 roku nowego kanału Polsat Crime & Investigation Network, którego udział w oglądalności w 2012 roku wyniósł 0,12%. Kolejną nowość, to kanał Polsat Sport News, który w monitorowanym przez NAM okresie (listopad-grudzień) osiągnął 0,28% udziału w oglądalności.

Analizując wyniki kanałów tematycznych w czwartym kwartale 2012, stacjami o najwyższym udziale w oglądalności były Polsat2, Polsat News oraz Polsat Sport. Wysoką dynamikę wzrostu udziałów w oglądalności zanotował kanał Polsat Sport Extra. Na wynik ten wpływ miały bardzo dobre udziały ostatnich w 2012 roku transmisji z eliminacji Formuły 1, transmisje meczów tenisowych, piłki nożnej oraz piłki siatkowej.

#### *Udział w rynku reklamy i sponsoringu*

Według szacunków domu mediowego Starlink, wydatki na reklamę i sponsoring w telewizji w czwartym kwartale 2012 roku wyniosły 1,1 mld zł (nie w tysiącach) i spadły rok do roku o 5,9%. Opierając się na tych estymacjach, szacujemy, że nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej w czwartym kwartale 2012 roku wzrósł rok do roku do 23,4% z 22,9% udziału w czwartym kwartale 2011 roku. W sumie w czwartym kwartale 2012 roku wygenerowaliśmy o 4,6% mniej GRP niż w analogicznym okresie roku ubiegłego.

Wydatki na reklamę i sponsoring w telewizji w 2012 roku, dom mediowy Starlink szacuje na 3,7 mld zł (nie w tysiącach) i jest to mniej o 5,6% w porównaniu rokiem 2011. W oparciu o te estymacje, nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej w 2012 roku wzrósł rok do roku do 23,2% z 22,6% udziału w 2011 roku. W sumie, w 2012 roku wygenerowaliśmy o 1,8% więcej GRP niż w analogicznym okresie ubiegłego roku.

#### *Dystrybucja i zasięg techniczny*

Stacje tematyczne Grupy Polsat dostępne są obecnie we wszystkich znaczących sieciach telewizji kablowej i satelitarnej. Od października 2012 roku pojawiły się również w ofercie Vectry, trzeciego pod względem liczby abonentów operatora kablowego w Polsce. Porównując dane za cały 2012 rok, największy wzrost miał miejsce w przypadku nowej stacji Polsat Sport News. Wpływ na ten wynik miał m.in. wzrost dystrybucji naziemnej telewizji cyfrowej. W przypadku Polsat Crime & Investigation Network, dane za rok 2011 odnoszą się do zasięgu stacji przed rozpoczęciem współpracy z Telewizją Polsat. Na wzrost zasięgów technicznych rok do roku w 2012 roku miało również wpływ włączenie części kanałów Grupy Polsat do oferty platformy 'n' w maju 2011 roku. Porównując dane za czwarty kwartał 2012 i 2011 roku, największy wzrost zasięgów technicznych również miał miejsce w przypadku nowych kanałów w naszej ofercie: Polsat Crime & Investigation Network oraz Polsat Sport News.

#### **Punkt 6.8.2. Omówienie różnic pomiędzy osiągniętymi wynikami finansowymi a wcześniej publikowanymi prognozami**

Grupa nie publikowała prognoz wyników na rok 2012.

#### **Punkt 6.8.3. Przegląd sytuacji finansowej**

Omówienie wyników finansowych za okres trzech miesięcy zakończony 31 grudnia 2012 roku zostało dokonane na podstawie skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego za okres 3 i 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2012 roku sporządzonego zgodnie z Międzynarodowym Standardem Sprawozdawczości Finansowej 34 oraz analiz własnych.

Omówienie wyników finansowych za okres dwunastu miesięcy zakończony 31 grudnia 2012 roku zostało dokonane na podstawie skonsolidowanego sprawozdania finansowego za okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2012 roku sporządzonego zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej oraz analiz własnych.

Wszystkie dane finansowe zaprezentowane zostały w tysiącach złotych.

Jako że w 2011 roku wyniki Grupy Telewizji Polsat były konsolidowane od 20 kwietnia, a w 2012 roku zaczęliśmy konsolidować wyniki nowo nabytych spółek, t.j. INFO-TV-FM Sp. z o.o., Grupy Redefine Sp. z o.o., Netshare Sp. z o.o., Frazpc.pl Sp. z o.o. i Gery.pl Sp. z o.o. (dalej zwane „nowo nabyte spółki”), nasze wyniki w 2012 roku nie są w pełni porównywalne z wynikami za analogiczne okresy 2011 roku. Dla zachowania porównywalności danych, w poniższych porównaniach wyników za okresy trzech i dwunastu miesięcy zakończone 31 grudnia 2012 roku z wynikami za analogiczne okresy 2011 roku, eliminujemy wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, a w przypadku wyników za dwanaście miesięcy również wpływ konsolidacji Grupy Telewizji Polsat.

## **Porównanie wyników za trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2012 roku z wynikami za analogiczny okres 2011 roku**

### **Przychody**

Nasze całkowite przychody ze sprzedaży towarów, produktów i materiałów wzrosły o 31.387 zł, czyli o 4,4%, do 750.616 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku z 719.229 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, nasze całkowite przychody wzrosły o 25.801 zł, czyli o 3,6%, do 745.030 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku. Wzrost przychodów wynikał z czynników opisanych poniżej.

#### **Przychody od klientów indywidualnych**

Przychody od klientów indywidualnych wzrosły o 31.827 zł, czyli o 7,7% do 447.350 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku z 415.523 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, przychody od klientów indywidualnych wzrosły o 31.147 zł, czyli o 7,5%, do 446.670 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku. Wzrost ten w głównej mierze zawdzięczamy wzrostowi przychodów z opłat abonamentowych za usługi DTH (wynikającemu ze wzrostu ARPU) oraz wzrostowi przychodów z usług telekomunikacyjnych.

#### **Przychody z reklamy i sponsoringu**

Przychody z reklamy i sponsoringu spadły o 6.625 zł, czyli o 2,6%, do 249.800 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku z 256.425 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, przychody z reklamy i sponsoringu spadły o 13.766 zł, czyli o 5,4%, do 242.659 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku. Spadek wynikał przede wszystkim z niższych przychodów z reklam i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat, związanych z gorszą koniunkturą na rynku reklamy.

#### **Przychody od operatorów kablowych i satelitarnych**

Przychody od operatorów kablowych i satelitarnych wyniosły 22.980 zł w czwartym kwartale 2012 roku i pozostały na praktycznie niezmiennym poziomie w porównaniu do analogicznego okresu 2011 roku (wzrost o 0,4%). Konsolidacja nowo nabytych spółek nie miała wpływu na te przychody.

#### **Przychody ze sprzedaży sprzętu**

Przychody ze sprzedaży sprzętu wzrosły o 2.595 zł, czyli o 55,6%, do 7.263 zł w czwartym kwartale 2012 roku z 4.668 zł w czwartym kwartale 2011 roku. Wzrost ten był przede wszystkim związany ze sprzedażą dekoderek do odbioru naziemnej telewizji cyfrowej. Konsolidacja wyników nowo nabytych spółek nie miała wpływu na przychody ze sprzedaży sprzętu.

### Pozostałe przychody ze sprzedaży

Pozostałe przychody ze sprzedaży wzrosły o 3.495 zł, czyli o 17,7%, do 23.223 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku z 19.728 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji wyników nowo nabytych spółek, pozostałe przychody ze sprzedaży wzrosły o 5.548 zł, czyli o 28,1%, do 25.276 zł w czwartym kwartale 2012 roku. Wzrost wynikał przede wszystkim z wyższych przychodów ze sprzedaży usług emisji i transmisji sygnału.

### Koszty operacyjne

	Za okres 3 miesięcy zakończony 31 grudnia		
	2012	2011	Zmiana / %
Koszty licencji programowych	85.730	109.366	-21,6%
Koszty produkcji telewizyjnej własnej i zewnętrznej oraz amortyzacja praw sportowych	101.953	113.201	-9,9%
Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta	95.730	91.706	4,4%
Amortyzacja i utrata wartości	71.711	53.531	34,0%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	58.595	51.293	14,2%
Koszty przesyłu sygnału	40.407	34.433	17,3%
Amortyzacja licencji filmowych	31.350	36.700	-14,6%
Koszty zrealizowanego ruchu i opłat międzyoperatorskich*	11.272	8.473	33,0%
Koszt własny sprzedanego sprzętu	16.103	8.838	82,2%
Koszty windykacji, utworzenie odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności**	7.789	22.011	-64,6%
Inne koszty***	41.879	42.263	-0,9%
<b>Razem koszty operacyjne wg rodzaju</b>	<b>562.519</b>	<b>571.815</b>	<b>-1,6%</b>

\* Od pierwszego kwartału 2012 roku, Koszty zrealizowanego ruchu i opłat międzyoperatorskich (wcześniej prezentowane w pozycji Inne koszty) prezentujemy w osobnej linii. Dla porównywalności danych ujednoliciliśmy prezentację dla czwartego kwartału 2011 roku.

\*\* Od drugiego kwartału 2012 roku, koszty windykacji (wcześniej prezentowane w pozycji Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta) oraz utworzenie odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności (wcześniej prezentowane w Pozostałych kosztach operacyjnych) prezentujemy łącznie w osobnej linii w Kosztach operacyjnych. Dla porównywalności danych ujednoliciliśmy prezentację dla czwartego kwartału 2011 roku.

\*\*\* W związku z powyżej opisanymi zmianami prezentacji, dla porównywalności danych ujednoliciliśmy prezentację dla czwartego kwartału 2011 roku.

Nasze koszty operacyjne spadły o 9.296 zł, czyli o 1,6% do 562.519 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku z 571.815 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, nasze całkowite koszty operacyjne spadły o 19.596 zł, czyli o 3,4%, do 552.219 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku. Spadek kosztów wynikał z czynników opisanych poniżej.

### Koszty licencji programowych

Koszty licencji programowych spadły o 23.636 zł, czyli o 21,6%, do 85.730 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku z 109.366 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, koszty licencji programowych spadły o 21.204 zł, czyli o 19,4%, do 88.162 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku. Spadek ten jest efektem wynegocjowania lepszych stawek nabycia kontentu, a także zawarcia porozumienia z organizacjami zbiorowego zarządzania prawami autorskimi (spadek kosztów), oraz wpływu wahań kursowych, pomimo wzrostu średniej liczby abonentów, na podstawie której naliczane są licencje.

### Koszty produkcji telewizyjnej własnej i zewnętrznej oraz amortyzacja praw sportowych

Koszty produkcji telewizyjnej własnej i zewnętrznej oraz amortyzacja praw sportowych spadły o 11.248 zł, czyli o 9,9%, do

101.953 zł w czwartym kwartale 2012 roku z 113.201 zł w czwartym kwartale 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, koszty te spadły o 11.420 zł, czyli o 10,1%, do 101.781 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku. Spadek wynikał przede wszystkim z niższych kosztów amortyzacji praw sportowych (m.in. w wyniku rezygnacji z kontraktu na Ligę Europejską i Ligę Mistrzów UEFA, transmisji w 2011 roku Mistrzostw Europy w siatkówce kobiet i mężczyzn, które odbywają się co dwa lata, oraz transmisji w 2011 roku Pucharu Świata w siatkówce kobiet i mężczyzn, które odbywają się co cztery lata) oraz niższych kosztów produkcji własnej, dotyczących przede wszystkim audycji realizowanych na potrzeby kanału głównego POLSAT.

#### **Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta**

Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta wzrosły o 4.024 zł, czyli o 4,4%, do 95.730 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku z 91.706 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, koszty te wyniosły 95.113 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku i wzrosły o 3.407 zł, czyli o 3,7%, w porównaniu do analogicznego okresu w 2011 roku.

#### **Amortyzacja i utrata wartości**

Koszty amortyzacji i utraty wartości wzrosły o 18.180 zł, czyli o 34,0%, do 71.711 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku z 53.531 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, koszty te wzrosły o 16.704 zł, czyli o 31,2%, do 70.235 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku. Wzrost kosztów amortyzacji i utraty wartości był przede wszystkim spowodowany dynamicznym wzrostem liczby dekodowników, modemów, dysków do dekodowników i routerów udostępnionych abonentom (ujmowanych jako środki trwałe).

#### **Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników**

Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników wzrosły o 7.302 zł, czyli o 14,2%, do 58.595 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku z 51.293 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, koszty te wzrosły o 5.269 zł, czyli o 10,3%, do 56.562 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku, głównie na skutek nagród jubileuszowych wypłaconych pracownikom Grupy Telewizji Polsat.

#### **Koszty przesyłu sygnału**

Koszty przesyłu sygnału wzrosły o 5.974 zł, czyli o 17,3%, do 40.407 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku z 34.433 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, koszty przesyłu sygnału wzrosły o 2.390 zł, czyli o 6,9%, do 36.823 zł w czwartym kwartale 2012 roku, przede wszystkim w efekcie wzrostu kosztów naziemnego nadawania cyfrowego kanałów Polsat i Polsat Sport News w związku z rozszerzeniem zasięgu cyfrowej telewizji naziemnej oraz najmu dodatkowych pojemności transponderów od Eutelsat (od maja i sierpnia 2012 roku).

#### **Amortyzacja licencji filmowych**

Koszty amortyzacji licencji filmowych spadły o 5.350 zł, czyli o 14,6%, do 31.350 zł w czwartym kwartale 2012 roku z 36.700 zł w czwartym kwartale 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, koszty amortyzacji licencji filmowych spadły o 5.884 zł, czyli o 16,0%, do 30.816 zł w czwartym kwartale 2012 roku. Spadek jest przede wszystkim wynikiem spadku odpisów aktualizujących wartość licencji.

#### **Koszty zrealizowanego ruchu i opłat międzyoperatorskich**

Koszty zrealizowanego ruchu i opłat międzyoperatorskich wzrosły o 2.799 zł, czyli o 33,0%, do 11.272 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku z 8.473 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2011 roku. Wzrost kosztów wynika przede wszystkim ze wzrostu bazy klientów usługi dostępu do Internetu oraz wzrostu średniego zużycia pakietów danych. Konsolidacja wyników nowo nabytych spółek nie miała wpływu na koszty zrealizowanego ruchu i opłat międzyoperatorskich.

### **Koszt własny sprzedanego sprzętu**

Koszt własny sprzedanego sprzętu wzrósł o 7.265 zł, czyli o 82,2%, do 16.103 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku z 8.838 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2011 roku. Wzrost ten był wynikiem netto szeregu czynników, z których najbardziej istotne to: (i) rozpoznanie w czwartym kwartale 2012 roku kosztów z tytułu sprzedaży urządzeń do odbioru telewizji naziemnej, laptopów i tabletów (brak takich pozycji w okresie porównawczym) (ii) spadek kosztu sprzedanych modemów. Konsolidacja wyników nowo nabytych spółek nie miała wpływu na koszt własny sprzedanego sprzętu.

### **Koszty windykacji, utworzenie odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności**

Koszty windykacji, utworzenie odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności spadły o 14.222 zł, czyli o 64,6%, do 7.789 zł w czwartym kwartale 2012 roku z 22.011 zł w czwartym kwartale 2011 roku. Spadek wynikał przede wszystkim z niższych odpisów aktualizujących i spisanych należności. Konsolidacja nowo nabytych spółek nie miała istotnego wpływu na poziom tych kosztów.

### **Inne koszty**

Inne koszty spadły o 384 zł, czyli o 0,9%, do 41.879 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku z 42.263 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, inne koszty spadły o 4.717 zł, czyli o 11,2%, do 37.546 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku. Spadek wynikał przede wszystkim z niższych kosztów wydanych kart SMART i SIM oraz niższych kosztów usług informatycznych i kosztów utrzymania nieruchomości.

### **Pozostałe przychody / koszty operacyjne**

Pozostałe przychody i koszty operacyjne netto wyniosły -12.648 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku w porównaniu do -3.833 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, pozostałe przychody i koszty operacyjne netto wyniosły -12.913 zł w czwartym kwartale 2012 roku.

### **Zyski i straty z działalności inwestycyjnej**

Zyski i straty z działalności inwestycyjnej wzrosły o 10.729 zł do 5.033 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku z -5.696 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, zyski i straty z działalności inwestycyjnej wzrosły o 12.153 zł, do 6.457 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku. Wzrost był przede wszystkim efektem rozpoznania w czwartym kwartale 2012 roku przychodów z tytułu pozostałych różnic kursowych (koszty z tego tytułu w czwartym kwartale 2011 roku).

### **Koszty finansowe**

Koszty finansowe spadły o 18.423 zł, czyli o 29,9%, do 43.130 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku z 61.553 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, koszty finansowe spadły o 18.466 zł, czyli o 30,0%, do 43.087 zł w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku. Spadek był przede wszystkim efektem (i) rozpoznania w czwartym kwartale 2011 roku ujemnych różnic kursowych z tytułu wyceny Obligacji (dodatkowo różnice kursowe w czwartym kwartale 2012 roku) oraz (ii) niższych kosztów odsetek od kredytu SFA, na co wpływ miał niższy nominalu kredytu zgodnie z harmonogramem oraz przedterminowa spłata 200.000 zł.

### **Zysk netto**

Zysk netto w czwartym kwartale 2012 roku wzrósł o 45.327 zł, czyli o 59,4%, do 121.624 zł z 76.297 zł w czwartym kwartale 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek zysk netto wzrósł o 50.474 zł i wyniósł 126.771 zł.

## **Pozostałe informacje**

### **EBITDA i marża EBITDA**

Zysk EBITDA wzrósł o 50.048 zł, czyli o 25,4%, do 247.160 zł w czwartym kwartale 2012 roku z 197.112 zł w czwartym kwartale 2011 roku. Marża EBITDA wzrosła do 32,9% w czwartym kwartale 2012 roku z 27,4% w czwartym kwartale 2011 roku. Eliminując wpływ opisanego powyżej jednorazowego spadku kosztów ponoszonych przez Telewizję Polsat na rzecz organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi, EBITDA w czwartym kwartale wyniosłaby 235.643 zł, a marża EBITDA 31,4%.

Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, zysk EBITDA wzrósł o 53.021 zł, czyli o 26,9%, do 250.133 zł w czwartym kwartale 2012 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, marża EBITDA wzrosła do 33,6% w czwartym kwartale 2012 roku.

### **Zatrudnienie**

Średnie zatrudnienie w Grupie Cyfrowy Polsat wyniosło 1.452 osób w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku w porównaniu do przeciętnego zatrudnienia w analogicznym okresie 2011 roku na poziomie 1.430 osób. Wzrost zatrudnienia jest efektem netto wzrostu wynikającego głównie z nabycia spółek Grupy Redefine Sp. z o.o. i Netshare Sp. z o.o oraz redukcji zatrudnienia w Telewizji Polsat.

## **Porównanie wyników za 2012 rok z wynikami za 2011 rok**

### **Przychody**

Nasze całkowite przychody ze sprzedaży towarów, produktów i materiałów wzrosły o 412.290 zł, czyli o 17,4%, do 2.778.215 zł w 2012 roku z 2.365.925 zł w okresie 2011 roku. Do wzrostu skonsolidowanych przychodów znacznie przyczyniły się: fakt, iż w wyniku Grupy Telewizji Polsat w 2011 roku konsolidowane były od dnia 20 kwietnia 2011 roku, natomiast w 2012 roku konsolidacji podlegały wyniki pełnych dwunastu miesięcy, oraz konsolidacja wyników nowo nabytych spółek od 2012 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji Grupy Telewizji Polsat i nowo nabytych spółek, nasze całkowite przychody wzrosły o 146.007 zł, czyli o 8,9%, do 1.788.514 zł w okresie 2012 roku z 1.642.507 zł w 2011 roku. Wzrost przychodów wynikał z czynników opisanych poniżej.

#### **Przychody od klientów indywidualnych**

Przychody od klientów indywidualnych wzrosły o 139.926 zł, czyli o 8,8% do 1.734.798 zł w 2012 roku z 1.594.872 zł w 2011 roku. Konsolidacja Grupy Telewizji Polsat nie miała wpływu na poziom przychodów od klientów indywidualnych, natomiast wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, przychody od klientów indywidualnych wzrosły o 137.905 zł, czyli o 8,6%, do 1.732.777 zł w 2012 roku. Wzrost ten w głównej mierze zawdzięczamy wzrostowi przychodów z opłat abonamentowych za usługi DTH (wynikającemu ze wzrostu ARPU oraz z wyższej średniej liczby abonentów w 2012 roku w porównaniu do 2011 roku) oraz wzrostowi przychodów z usług telekomunikacyjnych.

#### **Przychody z reklamy i sponsoringu**

Przychody z reklamy i sponsoringu wzrosły o 218.376 zł, czyli o 34,4%, do 852.580 zł w 2012 roku z 634.204 zł w 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji Grupy Telewizji Polsat i nowo nabytych spółek, przychody z reklamy i sponsoringu spadły o 1.087 zł, czyli o 25,0%, do 3.254 zł w 2012 roku z 4.341 zł w 2011 roku.

#### **Przychody od operatorów kablowych i satelitarnych**

Przychody od operatorów kablowych i satelitarnych wzrosły o 32.571 zł, czyli o 53,3%, do 93.660 zł w 2012 roku z 61.089 zł w 2011 roku. Wzrost wynikał przede wszystkim z faktu, iż w 2012 roku konsolidacji podlegały przychody Telewizji Polsat za pełne dwanaście miesięcy, w porównaniu do konsolidacji niespełna dziewięć miesięcy w analogicznym okresie 2011 roku (konsolidacja od 20 kwietnia 2011 roku). Do wzrostu przychodów przyczyniło się również m.in. rozszerzenie dystrybucji kanałów Telewizji Polsat o platformę „n” w maju 2011 roku.

### Przychody ze sprzedaży sprzętu

Przychody ze sprzedaży sprzętu wzrosły o 2.224 zł, czyli o 13,4%, do 18.770 zł w 2012 roku z 16.546 zł w 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji wyników Grupy Telewizji Polsat oraz nowo nabytych spółek, przychody ze sprzedaży sprzętu wzrosły o 2.545 zł, czyli o 15,2%, do 19.240 zł w 2012 roku z 16.695 zł w 2011 roku. Wzrost ten był efektem netto szeregu czynników, z których najbardziej istotne to: (i) sprzedaż dekodek do odbioru naziemnej telewizji cyfrowej, (ii) zmiana prezentacji przychodów i kosztów CPT z tytułu sprzedaży komponentów do produkcji dekodek własnych oraz modemów do zewnętrznych podmiotów (obecnie, przychody i koszty są netowane, a sprzedaż odbywa się bez naliczania marży), oraz (iii) spadek przychodów ze sprzedaży anten DTH.

### Pozostałe przychody ze sprzedaży

Pozostałe przychody ze sprzedaży wzrosły o 19.193 zł, czyli o 32,4%, do 78.407 zł w 2012 roku z 59.214 zł w 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji wyników Grupy Telewizji Polsat (przede wszystkim przychody ze sprzedaży usług emisji i transmisji sygnału oraz ze sprzedaży licencji, sublicencji i praw własności) oraz nowo nabytych spółek, pozostałe przychody ze sprzedaży wzrosły o 6.018 zł, czyli o 22,6%, do 32.618 zł w 2012 roku z 26.600 zł w 2011 roku, przede wszystkim w wyniku wzrostu przychodów ze sprzedaży usług emisji i transmisji sygnału.

### Koszty operacyjne

	Za rok zakończony 31 grudnia		
	2012	2011	Zmiana / %
Koszty licencji programowych	360.311	414.742	-13,1%
Koszty produkcji telewizyjnej własnej i zewnętrznej oraz amortyzacja praw sportowych	351.489	270.567	29,9%
Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta	312.723	312.018	0,2%
Amortyzacja i utrata wartości	243.066	174.880	39,0%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	178.373	148.811	19,9%
Koszty przesyłu sygnału	149.731	114.736	30,5%
Amortyzacja licencji filmowych	112.107	93.226	20,3%
Koszty zrealizowanego ruchu i opłat międzyoperatorskich*	44.110	25.374	73,8%
Koszt własny sprzedanego sprzętu	36.152	33.548	7,8%
Koszty windykacji, utworzenie odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności**	27.457	74.254	-63,0%
Inne koszty***	156.144	137.465	13,6%
<b>Razem koszty operacyjne wg rodzaju</b>	<b>1.971.663</b>	<b>1.799.621</b>	<b>9,6%</b>

\* Od pierwszego kwartału 2012 roku, Koszty zrealizowanego ruchu i opłat międzyoperatorskich (wcześniej prezentowane w pozycji *Inne koszty*) prezentujemy w osobnej linii. Dla porównywalności danych ujednoliciliśmy prezentację dla 2011 roku.

\*\* Od pierwszego półrocza 2012 roku, koszty windykacji (wcześniej prezentowane w pozycji *Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta*) oraz utworzenie odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności (wcześniej prezentowane w *Pozostałych kosztach operacyjnych*) prezentujemy łącznie w osobnej linii w Kosztach operacyjnych. Dla porównywalności danych ujednoliciliśmy prezentację dla 2011 roku.

\*\*\* W związku z powyżej opisanymi zmianami prezentacji, dla porównywalności danych ujednoliciliśmy prezentację dla 2011 roku.

Nasze koszty operacyjne wzrosły o 172.042 zł, czyli o 9,6% do 1.971.663 zł w 2012 roku z 1.799.621 zł w 2011 roku. Do wzrostu skonsolidowanych kosztów znacznie przyczyniły się: fakt, iż wyniki Grupy Telewizji Polsat w 2011 roku konsolidowane były od dnia 20 kwietnia, natomiast w 2012 roku konsolidacji podlegały wyniki pełnych dwunastu miesięcy, oraz konsolidacja nowo nabytych spółek. Wyłączając wpływ konsolidacji Grupy Telewizji Polsat i nowo nabytych spółek, nasze całkowite koszty operacyjne wzrosły o 28.229 zł, czyli o 2,2%, do 1.323.202 zł w 2012 roku z 1.294.973 zł w 2011 roku. Wzrost kosztów wynikał z czynników opisanych poniżej.

### **Koszty licencji programowych**

Koszty licencji programowych spadły o 54.431 zł, czyli o 13,1%, do 360.311 zł w 2012 roku z 414.742 zł w 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji Grupy Telewizji Polsat i nowo nabytych spółek, koszty licencji programowych spadły o 9.430 zł, czyli o 2,2%, do 425.050 zł w 2012 roku z 434.480 zł w 2011 roku. Spadek był głównie efektem wynegocjowania lepszych stawek nabycia kontentu, pomimo negatywnego wpływu wahań kursowych oraz wzrostu średniej liczby abonentów, na podstawie której naliczane są licencje.

### **Koszty produkcji telewizyjnej własnej i zewnętrznej oraz amortyzacja praw sportowych**

Koszty produkcji telewizyjnej własnej i zewnętrznej oraz amortyzacja praw sportowych wzrosły o 80.922 zł, czyli o 29,9%, do 351.489 zł w 2012 roku z 270.567 zł w 2011 roku. Wzrost jest przede wszystkim wynikiem konsolidacji wyników Telewizji Polsat za okres pełnych dwunastu miesięcy w 2012 roku.

### **Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta**

Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta wyniosły 312.723 zł w 2012 roku i pozostały na niemalże niezmiennym poziomie w porównaniu z 312.018 zł w 2011 roku (wzrost o 0,2%). Wyłączając wpływ konsolidacji Grupy Telewizji Polsat i nowo nabytych spółek, koszty te wyniosły 312.400 zł w 2012 roku i wzrosły o 5.239 zł, czyli o 1,7%, w porównaniu do 307.161 zł w 2011 roku.

### **Amortyzacja i utrata wartości**

Koszty amortyzacji i utraty wartości wzrosły o 68.186 zł, czyli o 39,0%, do 243.066 zł w 2012 roku z 174.880 zł w 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji Grupy Telewizji Polsat i nowo nabytych spółek, koszty te wzrosły o 57.914 zł, czyli o 41,6%, do 197.089 zł w 2012 roku z 139.175 zł w 2011 roku. Wzrost kosztów amortyzacji i utraty wartości był przede wszystkim spowodowany dynamicznym wzrostem liczby dekoderek, modemów, dysków do dekoderek i routerów udostępnionych abonentom (ujmowanych jako środki trwałe).

### **Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników**

Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników wzrosły o 29.562 zł, czyli o 19,9%, do 178.373 zł w 2012 roku z 148.811 zł w 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji Grupy Telewizji Polsat i nowo nabytych spółek, koszty te wyniosły 102.783 zł w 2012 roku i wzrosły o 3.030 zł, czyli o 3,0%, w porównaniu do 99.753 zł w 2011 roku głównie w wyniku wzrostu średniego zatrudnienia w 2012 roku.

### **Koszty przesyłu sygnału**

Koszty przesyłu sygnału wzrosły o 34.995 zł, czyli o 30,5%, do 149.731 zł w 2012 roku z 114.736 zł w 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji Grupy Telewizji Polsat i nowo nabytych spółek, koszty przesyłu sygnału wzrosły o 5.036 zł, czyli o 5,8%, do 91.772 zł w 2012 roku z 86.736 zł w 2011 roku, przede wszystkim w wyniku negatywnego wpływu wahań kursowych oraz w związku z najmem dodatkowych pojemności transponderów od Eutelsat (od maja i sierpnia 2012 roku).

### **Amortyzacja licencji filmowych**

Koszty amortyzacji licencji filmowych wzrosły o 18.881 zł, czyli o 20,3%, do 112.107 zł w 2012 roku z 93.226 zł w 2011 roku. Wzrost jest przede wszystkim wynikiem konsolidacji wyników Telewizji Polsat za okres pełnych dwunastu miesięcy w 2012 roku w porównaniu do konsolidacji od 20 kwietnia w 2011 roku.

### **Koszty zrealizowanego ruchu i opłat międzyoperatorskich**

Koszty zrealizowanego ruchu i opłat międzyoperatorskich wzrosły o 18.736 zł, czyli o 73,8%, do 44.110 zł w 2012 roku z 25.374 zł w 2011 roku. Wzrost kosztów wynika przede wszystkim ze wzrostu bazy klientów usługi dostępu do Internetu oraz wzrostu średniego zużycia pakietów danych. Konsolidacja wyników Grupy Telewizji Polsat oraz nowo nabytych spółek nie miała wpływu na koszty zrealizowanego ruchu i opłat międzyoperatorskich.

### **Koszt własny sprzedanego sprzętu**

Koszt własny sprzedanego sprzętu wzrósł o 2.604 zł, czyli o 7,8%, do 36.152 zł w 2012 roku z 33.548 zł w 2011 roku. Wyłączając wpływ Konsolidacji Grupy Telewizji Polsat, koszty te wzrosły o 2.975 zł, czyli o 8,8%, do 36.669 zł w 2012 roku z 33.694 zł w 2011 roku. Wzrost ten był wynikiem netto szeregu czynników, z których najbardziej istotne to: (i) rozpoznanie w 2012 roku kosztów z tytułu sprzedaży urządzeń do odbioru telewizji naziemnej, laptopów i tabletów (brak takich pozycji w okresie porównawczym), (ii) spadek kosztów sprzedaży dysków do dekoderek, spowodowany faktem, że w 2012 roku dyski były przede wszystkim udostępniane abonentom, (iii) zmiana prezentacji przychodów i kosztów CPT z tytułu sprzedaży komponentów do produkcji dekoderek własnych oraz modemów do zewnętrznych podmiotów (obecnie przychody i koszty są netowane), (iv) spadek sprzedaży anten DTH, oraz (v) obniżenie jednostkowego kosztu sprzedanych modemów.

### **Koszty windykacji, utworzenie odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności**

Koszty windykacji, utworzenie odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności spadły o 46.797 zł, czyli o 63,0%, do 27.457 zł w 2012 roku z 74.254 zł w 2011 roku. Wyłączając wpływ Konsolidacji Grupy Telewizji Polsat, koszty te spadły o 43.795 zł, czyli o 61,6%, do 27.315 zł w 2012 roku z 71.110 zł w 2011 roku. Spadek wynikał przede wszystkim z niższych odpisów aktualizujących i spisanych należności. Konsolidacja nowo nabytych spółek, nie miała istotnego wpływu na poziom tych kosztów.

### **Inne koszty**

Inne koszty wzrosły o 18.679 zł, czyli o 13,6%, do 156.144 zł w 2012 roku z 137.465 zł w 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji Grupy Telewizji Polsat i nowo nabytych spółek, inne koszty spadły o 11.829 zł, czyli o 12,1%, do 85.661 zł w 2012 roku z 97.490 zł w 2011 roku. Spadek wynikał przede wszystkim z niższych kosztów usług prawnych, doradczych i konsultingowych, kosztów utrzymania nieruchomości i kosztów wydanych kart SMART i SIM.

### **Pozostałe przychody / koszty operacyjne**

Pozostałe przychody i koszty operacyjne netto wyniosły -17.373 zł w 2012 roku w porównaniu do -6.004 zł w 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji Grupy Telewizji Polsat i nowo nabytych spółek, pozostałe przychody i koszty operacyjne netto wyniosły -15.980 zł w 2012 roku w porównaniu do -4.743 zł w 2011 roku.

### **Zyski i straty z działalności inwestycyjnej**

Zyski i straty z działalności inwestycyjnej wzrosły o 29.359 zł do 14.353 zł w 2012 roku z -15.006 zł w 2011 roku. Wzrost był efektem netto głównie: (i) wyższych przychodów odsetkowych w 2012 roku (ii) rozpoznania w 2012 roku przychodów z tytułu pozostałych różnic kursowych (koszty z tego tytułu w 2011 roku). Wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek na zyski i straty z działalności inwestycyjnej wyniósł -3.717 zł.

### **Koszty finansowe**

Koszty finansowe spadły o 244.610 zł, czyli o 68,8%, do 110.782 zł w 2012 roku z 355.392 zł w 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji Grupy Telewizji Polsat i nowo nabytych spółek, koszty finansowe spadły o 244.032 zł, czyli o 68,0%, do 114.613 zł w 2012 roku z 358.645 zł w 2011 roku. Spadek był efektem netto kilku czynników, w tym przede wszystkim: (i) strata z tytułu różnic kursowych z tytułu wyceny Obligacji rozpoznana w 2011 roku vs. przychód z tego tytułu rozpoznany w 2012 roku, oraz (ii) wzrost kosztów odsetek z tytułu Obligacji Senior Notes, wynikający z faktu, iż koszty odsetek w 2012 roku naliczone były za pełne dwanaście miesięcy, w porównaniu do znacznie krótszego okresu w 2011 roku (od 20 maja 2011 roku).

### **Zysk netto**

Zysk netto w 2012 roku wzrósł o 438.108 zł, czyli o 273,5%, do 598.298 zł z 160.190 zł w 2011 roku.

## Pozostałe informacje

### **EBITDA i marża EBITDA**

Zysk EBITDA wzrósł o 297.065 zł, czyli o 40,4%, do 1.032.245 zł w 2012 roku z 735.180 zł w 2011 roku. Marża EBITDA wzrosła do 37,2% w 2012 roku z 31,1% w 2011 roku. Eliminując wpływ jednorazowego spadku kosztów ponoszonych przez Telewizję Polsat na rzecz organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi, EBITDA w 2012 roku wyniosłaby 1.006.852 zł, a marża EBITDA 36,2%.

Wyłączając wpływ konsolidacji Grupy Telewizji Polsat i nowo nabytych spółek, zysk EBITDA wzrósł o 164.454 zł, czyli o 34,1%, do 646.421 zł w 2012 z 481.967 zł w 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji Grupy Telewizji Polsat i nowo nabytych spółek, marża EBITDA wzrosła do 36,1% w 2012 roku z 29,3% w 2011 roku.

### **Zatrudnienie**

Średnie zatrudnienie w Grupie Cyfrowy Polsat wyniosło 1.454 osób w okresie dwunastu miesięcy zakończonym 31 grudnia 2012 roku w porównaniu do przeciętnego zatrudnienia w analogicznym okresie 2011 roku na poziomie 1.267 osób. Wzrost zatrudnienia spowodowany jest głównie nabyciem Telewizji Polsat (pracowników Grupy Telewizji Polsat wliczamy od dnia zakończenia transakcji, czyli od 20 kwietnia 2011 roku) oraz nabyciem spółek Grupy Redefine Sp. z o.o. i Netshare Sp. z o.o.

### **Wyniki w podziale na segmenty działalności**

Grupa prowadzi działalność w dwóch segmentach:

- 1) w segmencie usług świadczonych klientom indywidualnym obejmujące usługi telewizji cyfrowej, usługi telefonii komórkowej, usługi dostępu do Internetu, usługi telewizji mobilnej, usługi telewizji internetowej oraz produkcję dekodków, oraz
- 2) w segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej.

Grupa prowadzi działalność operacyjną głównie na terytorium Polski.

Działalność Grupy Kapitałowej grupuje się według kryterium branżowego, tj. według dającego się wyodrębnić obszaru działalności, w ramach którego następuje świadczenie usług i dostarczanie towarów w określonym środowisku gospodarczym.

Działalność poszczególnych segmentów charakteryzuje się różnym ryzykiem i poziomem zwrotu z poniesionych nakładów inwestycyjnych.

Segment usług świadczonych klientom indywidualnym obejmuje:

- usługi cyfrowej płatnej telewizji dotyczącej głównie bezpośredniej dystrybucji technologicznie zaawansowanych usług płatnej telewizji a przychody pochodzą głównie z opłat abonamentowych
- usługi telefonii komórkowej w ofercie abonamentowej (postpaid), które generują przychody głównie z rozliczeń międzyoperatorskich, zrealizowanego ruchu i opłat abonamentowych
- usługi dostępu do szerokopasmowego Internetu, które generują przychody głównie ze zrealizowanego ruchu i opłat abonamentowych
- usługi telewizji internetowej (IPLA) oraz serwisu muzycznego (MUZO) dostępne na komputerach, smartfonach, tabletach, telewizorach typu SmartTV, konsolach do gier i urządzeniach telewizyjnych a przychody pochodzą głównie z opłat abonamentowych oraz przychodów z emisji reklam w Internecie
- produkcję dekodków.

Segment nadawania i produkcji telewizyjnej obejmuje głównie produkcję, zakup i emisję audycji informacyjnych i rozrywkowych oraz seriali i filmów fabularnych nadawanych w kanałach telewizyjnych w Polsce. Przychody segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej pochodzą głównie z emisji reklam, sponsoringu oraz przychodów od operatorów sieci kablowych i platform cyfrowych.

Sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat S.A.  
za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2012 roku  
(wszystkie dane liczbowe przedstawiono w tysiącach złotych, chyba że zaznaczono inaczej)

Poniższa tabela prezentuje podział przychodów i kosztów Grupy według segmentów działalności za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2012 roku:

Rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2012	Usługi dla klientów indywidualnych	Nadawanie i produkcja telewizyjna	Wyłączenia i korekty konsolidacyjne	Razem
Sprzedaż do stron trzecich	1.787.309	990.906	-	2.778.215
Sprzedaż pomiędzy segmentami	16.390	98.957	(115.347)	-
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>1.803.699</b>	<b>1.089.863</b>	<b>(115.347)</b>	<b>2.778.215</b>
<b>EBITDA</b>	<b>631.995</b>	<b>400.248</b>	<b>2</b>	<b>1.032.245</b>
<b>Zysk/(strata) z działalności operacyjnej</b>	<b>431.392</b>	<b>361.057</b>	<b>(3.270)</b>	<b>789.179</b>
Nabycie rzeczowych aktywów trwałych, zestawów odbiorczych i innych wartości niematerialnych	235.176*	25.579	-	260.755
Amortyzacja	183.795	37.721	3.272	224.788
Utrata wartości	16.808	1.470	-	18.278
Na dzień 31 grudnia 2012				
Aktywa segmentu, w tym:	1.602.992	4.015.663**	(57.310)	5.561.345
Inwestycje w jednostkach współzależnych	-	2.722	-	2.722

\* Pozycja ta obejmuje także nabycie zestawów odbiorczych w leasingu operacyjnym.

\*\* Pozycja ta obejmuje także aktywa trwale zlokalizowane poza granicami Polski w wysokości 54,5 milionów złotych (nie w tysiącach)

Należy zwrócić uwagę iż dane za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2012 roku nie są w pełni porównywalne do danych za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2011 roku ze względu na nabycie Telewizji Polsat Sp. z o.o. w dniu 20 kwietnia 2011 roku, nabycie INFO-TV-FM w dniu 30 stycznia 2012 roku oraz nabycie spółek tworzących serwis ipla w dniu 2 kwietnia 2012 roku.

Praktycznie wszystkie przychody generowane są w Polsce.

Poniższa tabela prezentuje podział przychodów i kosztów Grupy według segmentów działalności za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2011 roku:

Rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2011	Usługi dla klientów indywidualnych	Nadawanie i produkcja telewizyjna	Wyłączenia i korekty konsolidacyjne	Razem
Sprzedaż do stron trzecich	1.640.252	725.673	-	2.365.925
Sprzedaż pomiędzy segmentami	2.255	69.217	(71.472)	-
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>1.642.507</b>	<b>794.890</b>	<b>(71.472)</b>	<b>2.365.925</b>
<b>EBITDA</b>	<b>481.967</b>	<b>253.213</b>	<b>-</b>	<b>735.180</b>
<b>Zysk/(strata) z działalności operacyjnej</b>	<b>342.792</b>	<b>221.162</b>	<b>(3.654)</b>	<b>560.300</b>
Nabycie rzeczowych aktywów trwałych, zestawów odbiorczych i innych wartości niematerialnych	282.795*	14.855	-	297.650
Amortyzacja	131.023	32.051	3.654	166.728
Utrata wartości	8.152	-	-	8.152
Na dzień 31 grudnia 2011				
Aktywa segmentu, w tym:	1.279.725	4.056.562**	(11.119)	5.325.168
Inwestycje w jednostkach współzależnych	-	2.531	-	2.531

\* Pozycja ta obejmuje także nabycie zestawów odbiorczych w leasingu operacyjnym.

\*\* Pozycja ta obejmuje także aktywa trwale zlokalizowane poza granicami Polski w wysokości 97 milionów złotych (nie w tysiącach)

Uzgodnienie EBITDA do zysku netto za okres:

	rok zakończony	
	31 grudnia 2012	31 grudnia 2011
<b>EBITDA</b>	<b>1.032.245</b>	<b>735.180</b>
Amortyzacja i utrata wartości	(243.066)	(174.880)
<b>Zysk z działalności operacyjnej</b>	<b>789.179</b>	<b>560.300</b>
Różnice kursowe netto	999	(18.615)
Przychody z tytułu odsetek	18.006	10.715
Zysk z udziału w jednostce wspólnie kontrolowanej wycenianej metodą praw własności	2.897	2.164
Koszty odsetkowe	(223.143)	(183.497)
Różnice kursowe z wyceny obligacji <i>Senior Notes</i>	112.143	(169.376)
Wynik z wyceny i realizacji opcji walutowych	-	(3.125)
Pozostałe	(4.434)	(6.500)
<b>Zysk brutto za okres</b>	<b>695.647</b>	<b>192.066</b>
Podatek dochodowy	(97.349)	(31.876)
<b>Zysk netto za okres</b>	<b>598.298</b>	<b>160.190</b>

#### **Porównanie sytuacji finansowej na dzień 31 grudnia 2012 roku i 2011 roku**

Na dzień 31 grudnia 2012 roku i 31 grudnia 2011 roku nasza suma bilansowa wynosiła odpowiednio 5.561.345 zł i 5.348.548 zł. Wylączając wpływ konsolidacji spółek nabytych w 2012 roku (tj. INFO-TV-FM Sp. z o.o., Grupy Redefine Sp. z o.o., Netshare Sp. z o.o., Frazpc.pl Sp. z o.o. oraz Gery.pl Sp. z o.o., zwane dalej: „nowo nabyte spółki”) na dzień 31 grudnia 2012 roku nasza suma bilansowa wynosiła 5.574.015 zł.

Na dzień 31 grudnia 2012 roku i 31 grudnia 2011 roku nasze aktywa trwałe wynosiły odpowiednio 4.476.148 zł i 4.278.148 zł i stanowiły odpowiednio 80,5% i 80,0% całości aktywów. Wylączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, na dzień 31 grudnia 2012 roku nasze aktywa trwałe wynosiły 4.360.557 zł i stanowiły 78,2% całości aktywów.

Wartość zestawów odbiorczych wzrosła o 11.450 zł, czyli o 2,8% do 420.060 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku z 408.610 zł na dzień 31 grudnia 2011 roku w wyniku wzrostu liczby zestawów do odbioru płatnej telewizji i zestawów internetowych udostępnionych naszym abonentom. Konsolidacja nowo nabytych spółek nie miała wpływu na saldo zestawów odbiorczych.

Wartość innych rzeczowych aktywów trwałych wzrosła o 13.130 zł, czyli o 5,0% do 276.407 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku z 263.277 zł na dzień 31 grudnia 2011 roku. Wylączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, wartość innych rzeczowych aktywów trwałych wzrosła o 8.232 zł, czyli o 3,1%, do 271.509 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku. Wzrost związany był z efektem netto kilku czynników, w tym przede wszystkim wzrostu stanu środków trwałych w budowie, nabycia urządzeń do produkcji dekodów, nakładów na budynki i budowlę oraz naliczonej w okresie amortyzacji.

Wartość firmy wzrosła o 155.748 zł, czyli o 6,5%, do 2.568.033 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku z 2.412.285 zł na dzień 31 grudnia 2011 roku. Wzrost wynika z wstępnego oszacowania wartości firmy z tytułu nabycia spółki INFO-TV-FM, spółek z Grupy Redefine Sp. z o.o. oraz Netshare Sp. z o.o., Frazpc.pl Sp. z o.o. i Gery Sp. z o.o.

Na dzień 31 grudnia 2012 roku wartość marki wynosiła 847.800 zł i wzrosła o 7.800 zł w porównaniu do 840.000 zł na dzień 31 grudnia 2011 roku. Wzrost nastąpił w wyniku rozpoznania wartości marki ipla.

Saldo innych wartości niematerialnych wzrosło o 27.186 zł, czyli o 50,2% do 81.380 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku z 54.194 zł na dzień 31 grudnia 2011 roku. Wylączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, saldo innych wartości niematerialnych wzrosło o 10.487 zł, czyli o 19,4%, i wynosiło 64.681 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku przede wszystkim w wyniku rozbudowy systemów i prac rozwojowych.

Wartość długo i krótkoterminowych aktywów programowych spadła o 28.930 zł, czyli o 10,8%, do 239.640 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku z 268.570 zł na dzień 31 grudnia 2011 roku. Spadek był efektem netto kilku czynników w tym przede wszystkim nabycia licencji filmowych i praw sportowych oraz naliczonej amortyzacji. Konsolidacja nowo nabytych spółek nie miała istotnego wpływu na to saldo.

Wartość nieruchomości inwestycyjnych wyniosła 8.357 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku i pozostała na praktycznie niezmiennym poziomie (spadek o 1,0%) w porównaniu do salda na dzień 31 grudnia 2011 roku. Saldo w całości dotyczy Grupy Kapitałowej Telewizji Polsat i obejmuje grunty i budynki pod wynajem.

Wartość długoterminowych prowizji dla dystrybutorów rozliczanych w czasie wyniosła 35.125 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku i pozostała na praktycznie niezmiennym poziomie w porównaniu do 35.028 zł na dzień 31 grudnia 2011 roku. Natomiast wartość krótkoterminowych prowizji dla dystrybutorów rozliczanych w czasie spadła o 2.265 zł, czyli o 3,8%, do 57.096 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku z 59.361 zł na dzień 31 grudnia 2011 roku. Konsolidacja nowo nabytych spółek nie miała wpływu na te salda.

Wartość innych aktywów długoterminowych wyniosła 109.642 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku i wzrosła o 40.195 zł, czyli o 57,9%, w porównaniu do 69.447 zł na dzień 31 grudnia 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, wartość innych aktywów długoterminowych wzrosła o 112.102 zł, czyli o 161,6%, do 181.649 na dzień 31 grudnia 2012 roku. Wzrost ten wynika głównie ze zwiększenia się długoterminowych rozliczeń międzyokresowych (przede wszystkim wynikających ze złożenia drugiego i trzeciego zamówienia na usługi transmisji danych do Mobyland).

Na dzień 31 grudnia 2012 roku i 31 grudnia 2011 roku nasze aktywa obrotowe wynosiły odpowiednio 1.085.197 zł i 1.070.400 zł i stanowiły w odpowiednio 19,5% i 20,0% całości aktywów. Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, na dzień 31 grudnia 2012 roku nasze aktywa obrotowe wynosiły 1.213.458 zł i stanowiły 21,8% całości aktywów.

Wartość zapasów wyniosła 161.974 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku i spadła o 16.153 zł, czyli o 9,1%, z 178.127 zł na dzień 31 grudnia 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, wartość zapasów wyniosła 161.934 na dzień 31 grudnia 2012 roku. Spadek salda był efektem netto szeregu czynników w tym przede wszystkim: (i) spadek wartości zapasów dekoderek DTH i dysków do dekoderek oraz (ii) rozpoznanie wartości zapasów urządzeń końcowych do odbioru cyfrowej telewizji naziemnej.

Saldo należności z tytułu obligacji na dzień 31 grudnia 2012 roku wyniosło 0 zł w porównaniu do 14.854 zł na dzień 31 grudnia 2011 roku. Saldo na koniec 2011 roku dotyczyło niezabezpieczonych oprocentowanych obligacji o wartości nominalnej 14.000 zł, wyemitowanych przez NFI Magna Polonia S.A.

Wartość należności z tytułu dostaw i usług oraz pozostałych należności wzrosła o 55.117 zł, czyli o 17,2% do 375.659 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku z 320.542 zł na dzień 31 grudnia 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, wartość należności z tytułu dostaw i usług oraz pozostałych należności wzrosła o 56.392 zł i wyniosła na koniec grudnia 2012 roku 376.934 zł. Wzrost wynika głównie ze wzrostu należności handlowych od jednostek niepowiązanych, częściowo zrekompensowanego przede wszystkim przez spadek należności publiczno-prawnych.

Wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów spadła o 7.180 zł, czyli o 2,6% do 270.354 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku z 277.534 zł na dzień 31 grudnia 2011 roku. Wyłączając efekt konsolidacji nowo nabytych spółek, saldo środków pieniężnych wzrosło o 119.802 zł, czyli o 43,2%, do 397.336 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku. Wzrost wynika głównie z wygenerowanych środków pieniężnych z działalności operacyjnej. Wzrost został częściowo zniwelowany przede wszystkim spłatą kapitału (w tym dobrowolną przedpłatą w wysokości 200.000 zł) i odsetek od kredytu SFA, spłatą odsetek od Obligacji Senior Notes oraz wydatkami inwestycyjnymi.

Wartość pozostałych aktywów obrotowych wyniosła 71.968 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku i pozostała na podobnym poziomie w porównaniu z 72.467 zł na dzień 31 grudnia 2011 roku. Konsolidacja nowo nabytych spółek nie miała istotnego wpływu na to saldo.

Wartość kapitału własnego wzrosła o 572.360 zł, czyli o 30,2%, do 2.468.403 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku z 1.896.043 zł na 31 grudnia 2011 roku. Wyłączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, wartość kapitału własnego wzrosła o

592.103 zł, czyli o 31,2%, do 2.448.146 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku. Wzrost nastąpił przede wszystkim w wyniku zysku wypracowanego w 2012 roku.

Wartość zobowiązań z tytułu kredytów i pożyczek (krótko i długoterminowych) spadła o 337.574 zł, czyli o 28,0%, do 867.611 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku z 1.205.185 zł na dzień 31 grudnia 2011 roku. Zmiana salda wynika przede wszystkim z dokonania przedpłaty w wysokości 200.000 zł oraz harmonogramowych spłat kapitału Kredytu Terminowego. Konsolidacja nowo nabytych spółek nie miała wpływu na wartość zobowiązań z tytułu kredytów i pożyczek.

Wartość zobowiązań z tytułu obligacji (krótko i długoterminowych) spadła o 108.842 zł, czyli o 7,1%, do 1.413.735 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku z 1.522.577 zł na dzień 31 grudnia 2011 roku, przede wszystkim w wyniku spadku kursu euro, po którym wyceniono wartość bilansową Obligacji. Konsolidacja nowo nabytych spółek nie miała wpływu na wartość zobowiązań z tytułu obligacji.

Saldo długo i krótkoterminowych przychodów przyszłych okresów wyniosło 206.419 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku i pozostało na praktycznie niezmiennym poziomie w porównaniu z 207.013 zł na dzień 31 grudnia 2011 roku. Konsolidacja nowo nabytych spółek nie miała wpływu na saldo przychodów przyszłych okresów.

Wartość innych długoterminowych zobowiązań i rezerw wzrosła o 5.193 zł, czyli o 41,5%, do 17.690 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku z 12.497 zł na dzień 31 grudnia 2011 roku, głównie w wyniku rozpoznania długoterminowych kaucji za wydany sprzęt oraz wzrostu zobowiązań z tytułu instrumentów finansowych. Wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek na saldo innych długoterminowych zobowiązań i rezerw nie był istotny.

Wartość zobowiązań z tytułu dostaw i usług oraz pozostałych zobowiązań wzrosła o 97.139 zł, czyli o 25,9% do 472.094 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku z 374.955 na dzień 31 grudnia 2011 roku. Wylączając wpływ konsolidacji nowo nabytych spółek, wartość zobowiązań z tytułu dostaw i usług oraz pozostałych zobowiązań wzrosła o 91.550 zł, czyli o 24,4%, do 466.505 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku, głównie w wyniku wzrostu zobowiązań z tytułu dostaw i usług oraz z tytułu zakupu aktywów trwałych i wartości niematerialnych. Wzrost został częściowo zniwelowany przede wszystkim przez spadek rezerw krótkoterminowych.

Wartość kaucji otrzymanych za wydany sprzęt wzrosła o 515 zł, czyli o 4,0%, do 13.259 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku z 12.744 zł na dzień 31 grudnia 2011 roku głównie w wyniku wzrostu wartości kaucji otrzymanych od dystrybutorów. Konsolidacja nowo nabytych spółek nie miała wpływu na wartość kaucji otrzymanych za wydany sprzęt.

#### **Punkt 6.9. Płynność i zasoby kapitałowe**

Utrzymujemy zasoby środków pieniężnych i ich ekwiwalentów w celu finansowania potrzeb związanych z naszą bieżącą działalnością. Większość posiadanych przez nas środków pieniężnych denominowana jest w złotych. Do 2011 roku opieraliśmy się głównie na środkach pieniężnych generowanych z działalności operacyjnej oraz kredytach bankowych w celu zapewnienia środków na naszą działalność operacyjną i planowane przejęcia. W 2011 roku skorzystaliśmy z dodatkowego źródła finansowania, jakim jest emisja obligacji. Naszym celem jest zapewnienie efektywnego kosztowo dostępu do różnych źródeł finansowania, w tym kredytów bankowych i innych pożyczek.

Wprawdzie większość środków pieniężnych utrzymujemy w złotych, utrzymujemy również pozycje w innych walutach, których wartość zależy od wielkości planowanych płatności związanych z regulowaniem opłat licencyjnych na rzecz nadawców, kosztów przesyłu sygnału oraz zakupu dekodery, akcesoriów do nich i komponentów używanych do ich produkcji, płatności wynikających z umów z międzynarodowymi wytwórniami filmowymi oraz federacjami sportowymi dotyczących praw i licencji programowych, a także płatności związanych z obsługą Obligacji (Senior Notes) denominowanych w euro.

Nasze zobowiązania długoterminowe wyniosły 2.026.162 zł według stanu na 31 grudnia 2012 roku w porównaniu do 2.484.080 zł na dzień 31 grudnia 2011 roku (spadek o 18,4%). Nasze zobowiązania krótkoterminowe wyniosły 1.066.780 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku w porównaniu do 968.425 zł na dzień 31 grudnia 2011 roku (wzrost o 10,2%).

Na dzień 31 grudnia 2012 roku zobowiązania długo i krótkoterminowe z tytułu kredytów, pożyczek i obligacji wynosiły 2.281.346 zł w porównaniu do 2.727.762 zł na 31 grudnia 2011 roku (spadek o 16,4%).

Na dzień 31 grudnia 2011 roku stan środków pieniężnych w kasie i na rachunkach wynosił 270.354 zł w porównaniu do 277.534 zł na dzień 31 grudnia 2010 roku.

Uważamy, że stan naszych własnych środków pieniężnych, środki generowane z bieżącej działalności oraz środki dostępne w ramach kredytu rewolwingowego (opisanego poniżej) będą wystarczające na sfinansowanie naszych przyszłych potrzeb w zakresie środków finansowych, związanych z bieżącą działalnością, rozwojem świadczonych przez nas usług, obsługą zadłużenia oraz realizacją założeń inwestycyjnych.

W 2012 roku Grupa generowała wysokie przepływy gotówkowe, które były wystarczające zarówno na potrzeby bieżącej działalności, jak i na obsługę zadłużenia (opisanego poniżej), a nawet jego przedpłacanie.

#### **Punkt 6.9.1. Zewnętrzne źródła finansowania**

##### **Kredyty bankowe**

W związku z nabyciem Telewizji Polsat, w dniu 31 marca 2011 roku Grupa zawarła umowę kredytu (ang. Senior Facilities Agreement) z konsorcjum banków polskich i zagranicznych na czele z: Citibank, N.A., London Branch, Bank Handlowy w Warszawie S.A., Crédit Agricole CIB, The Royal Bank of Scotland plc ("Banki Prowadzące").

Umowa kredytu przewidywała udzielenie kredytu terminowego (ang. Term Facility Loan) do maksymalnej kwoty w wysokości 1.400.000.000 złotych (nie w tysiącach) oraz kredytu rewolwingowego (ang. Revolving Facility Loan) do maksymalnej kwoty w wysokości 200.000.000 złotych (nie w tysiącach). Kredyt terminowy i kredyt rewolwingowy są oprocentowane według zmiennej stopy procentowej będącej sumą: stopy WIBOR dla odpowiednich okresów odsetkowych oraz zastosowanej marży. Kredyt terminowy jest spłacany w kwartalnych ratach, o różnej wysokości, począwszy od 30 czerwca 2011 roku. Ostateczną datą spłaty kredytu terminowego i kredytu rewolwingowego będzie 31 grudnia 2015 roku. Na dzień 31 grudnia 2012 roku kredyt rewolwingowy nie był wykorzystywany.

Stosujemy transakcje swap na stopy procentowe w celu zabezpieczenia naszej ekspozycji na wahania płatności odsetkowych w ramach obsługi Kredytu Terminowego. Transakcje IRS zawarte w 2011 roku zostały opisane w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2011 roku (w Nocie nr 32), natomiast transakcje zawarte w 2012 roku zostały opisane w załączonym skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2012 roku (w Nocie nr 30).

W dniu 29 sierpnia 2012 roku dokonaliśmy dobrowolnej spłaty kapitału części kredytu terminowego w wysokości 200.000 zł. Zadłużenie zostało spłacone z wykorzystaniem środków własnych wygenerowanych z działalności Grupy. Dokonana przedpłata będzie miała pozytywny wpływ na nasze wyniki w przyszłości, z uwagi na proporcjonalne obniżenie kolejnych rat kapitałowych oraz wysokość naliczanych odsetek.

##### *Podsumowanie istotnych warunków umów*

##### *Obowiązkowe przedpłaty*

Utrata kontroli nad Spółką przez Pana Zygmunta Solorza-Żaka (lub osoby z nim powiązanej) lub utrata kontroli nad Telewizją Polsat przez Spółkę skutkować będzie anulowaniem finansowania oraz koniecznością natychmiastowej spłaty istniejącego zadłużenia razem z naliczonymi odsetkami. Sprzedaż całości lub znaczącej części Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat lub aktywów Grupy również skutkować będzie koniecznością natychmiastowej spłaty istniejącego zadłużenia.

Obowiązkowa przedpłata zadłużenia wymagana jest w wysokości:

- 65% wygenerowanej nadwyżki przepływów pieniężnych w określonym roku obrotowym (bądź 25%, w przypadku gdy poziom wskaźnika zadłużenie netto/EBITDA spadnie poniżej 2,0),
- wpływów ze zbycia aktywów dla transakcji przekraczających 10 mln złotych (nie w tysiącach) dla pojedynczej transakcji bądź 40 mln złotych (nie w tysiącach) dla wszystkich transakcji razem (do momentu całkowitej spłaty zadłużenia),
- pozyskanych wpływów z emisji lub sprzedaży instrumentów dłużnych oraz udziałowych, w przypadku gdy poziom zadłużenia netto/EBITDA wyniesie powyżej 2,0.

Ponadto, dobrowolna spłata zadłużenia z tytułu Obligacji Senior Notes możliwa jest jedynie przy równoczesnej spłacie zadłużenia z tytułu kredytu terminowego i rewolwingowego.

### Wskaźniki finansowe

Z umowy kredytu wynika zobowiązanie Grupy do utrzymania wskaźników finansowych na określonym poziomie. Wskaźnik pokrycia obsługi zadłużenia (ang. Debt service cover) dla okresu 12 miesięcy zakończonego 31 grudnia 2012 roku powinien wynosić przynajmniej 1,50:1. Wskaźnik pokrycia obsługi odsetek (ang. Interest cover) dla okresu 12 miesięcy zakończonego 31 grudnia 2012 roku powinien wynosić przynajmniej 3,00:1. Poziom zadłużenia (ang. Total leverage) dla okresu 12 miesięcy zakończonego 31 grudnia 2012 roku nie powinien przekraczać 3,50:1. Wskaźniki finansowe analizowane są kwartalnie oraz podlegają raportowaniu przez audytora na koniec roku obrotowego.

Dodatkowo Grupa posiada ograniczenia w dokonywaniu poniższych czynności:

- transakcje fuzji i przejęć oraz inwestycji joint-venture,
- zbywanie aktywów oraz dokonywanie istotnych zmian w przedmiocie działalności,
- zaciąganie dodatkowego zadłużenia oraz emisje akcji,
- dystrybucja środków (m. in. wypłata dywidendy oraz inne sposoby transferu gotówki, spłata zadłużenia i odsetek, wypłata wynagrodzenia z tytułu zarządzania, doradztwa, zaliczek oraz innych płatności do podmiotów powiązanych).

Dodatkowo na Grupie ciążyą między innymi następujące obowiązki:

- obowiązek udostępniania i dostarczania bankom istotnych dokumentów i informacji dotyczących sytuacji finansowej Grupy,
- Grupa zobowiązana jest do zawarcia transakcji zabezpieczających ryzyko stopy procentowej oraz kursu walutowego w stosunku do zadłużenia z tytułu umowy kredytowej oraz emisji Obligacji Senior Notes,
- obowiązek korzystania z usług banków udzielających finansowanie do otwierania i prowadzenia wszystkich rachunków bankowych,
- obowiązek korzystania w procesie badania sprawozdań finansowych wyłącznie z audytorów wskazanych w umowie bądź innych audytorów za zgodą większości banków.

### Obligacje Senior Notes

W dniu 20 maja 2011 roku Spółka oraz jej w pełni zależna spółka: Cyfrowy Polsat Finance AB (publ) ("Emitent"), Bank of New York Mellon, Oddział w Londynie ("Powiernik"), Bank of New York Mellon Luxembourg S.A. oraz Gwarant Pierwotni (zgodnie z definicją poniżej), zawarli umowę dotyczącą warunków emisji Obligacji (ang. Indenture) ("Umowa Dotycząca Warunków Emisji Obligacji") w sprawie emisji przez Emitenta niepodporządkowanych obligacji zabezpieczonych o łącznej wartości nominalnej 350 mln EUR (nie w tysiącach) z terminem zapadalności w 2018 roku. Zamknięcie sprzedaży Obligacji oraz emisja Obligacji nastąpiły w dniu 20 maja 2011 roku ("Data Emisji Obligacji"). Obligacjom zostały przyznane następujące ratingi: Ba2/BB, odpowiednio przez Moody's Investor Service Inc. i Standard & Poor's Rating Services.

Zgodnie z Umową Dotyczącą Warunków Emisji Obligacji, odsetki od Obligacji naliczane są począwszy od dnia 20 maja 2011 roku (włącznie), zgodnie z regułą, że rok jest równy 360 dniom i składa się z 12 miesięcy po 30 dni każdy. Obligacje są oprocentowane na poziomie 7,125% rocznie, z odsetkami płatnymi w półrocznych okresach z dołu, w dniach 20 maja i 20 listopada, począwszy od dnia 20 listopada 2011 roku. Obligacje zostały wyemitowane w minimalnym nominale 100.000 EUR (nie w tysiącach) i całkowitych wielokrotnościach 1.000 EUR (nie w tysiącach) ponad tę kwotę.

Celem zabezpieczenia przyszłych przepływów pieniężnych z tytułu planowanych płatności odsetkowych od Obligacji, Grupa zawarła transakcje swap walutowo-procentowego (cross currency interest rate swap, CIRS). Transakcje CIRS zawarte w 2011 roku zostały opisane w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2011 roku (w Nocie nr 32), natomiast transakcje zawarte w 2012 roku zostały opisane w załączonym skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2012 roku (w Nocie nr 30).

Obligacje stanowią niepodporządkowane zobowiązania Emitenta traktowane z równym prawem pierwszeństwa (pari passu) pod względem zaspokajania z wszelkimi innymi istniejącymi i przyszłymi niepodporządkowanymi zobowiązaniami Emitenta oraz z pierwszeństwem zaspokojenia przed wszystkimi istniejącymi i przyszłymi zobowiązaniami Emitenta, które są wyraźnie podporządkowane Obligacjom.

Umowa Dotycząca Warunków Emisji Obligacji zawiera zobowiązania typowe dla obligacji o wysokiej stopie zwrotu i nakłada finansowe i operacyjne ograniczenia na Spółkę. Zobowiązania te ograniczają m.in. prawo Spółki (i jej podmiotów zależnych

podlegających ograniczeniom) do: (i) zaciągania dodatkowego zadłużenia; (ii) dokonywania pewnych zastrzeżonych płatności; (iii) przenoszenia lub zbywania aktywów; (iv) zawierania transakcji z podmiotami powiązаныmi; (v) ustanawiania pewnych obciążeń; (vi) ustanawiania ograniczeń odnośnie do prawa wypłaty dywidendy i dokonywania innych płatności przez podmioty zależne podlegające ograniczeniom; (vii) udzielania gwarancji długów przez podmioty zależne podlegające ograniczeniom; (viii) fuzji, konsolidacji, scalania lub łączenia z innymi podmiotami; (ix) oznaczania podmiotów zależnych podlegających ograniczeniom jako podmiotów niepodlegających ograniczeniom. Od każdego z zobowiązań istnieją liczne istotne wyjątki i ograniczenia, określone szczegółowo w Umowie Dotyczącej Warunków Emisji Obligacji. Umowa Dotycząca Warunków Emisji Obligacji podlega i powinna być interpretowana zgodnie z przepisami stanu Nowy Jork. Emitent jest spółką celową, w pełni zależną od Spółki, zawiązaną w celu emisji Obligacji.

#### *Opcjonalne umorzenie Obligacji*

W dowolnym momencie przed dniem 20 maja 2014 roku, Emitent może w trybie jednej lub większej liczby operacji umorzyć do 35% łącznej wartości nominalnej Obligacji po cenie umorzenia równej 107,125% ich wartości nominalnej, każdorazowo powiększonej o ewentualne naliczone a niewypłacone odsetki, do dnia umorzenia, korzystając z wpływów netto z jednej lub więcej ofert akcji, pod warunkiem, że: (1) co najmniej 65% łącznej wartości nominalnej Obligacji pozostaje w obrocie bezpośrednio po każdym takim umorzeniu; oraz że (2) umorzenie takie następuje przed upływem 90 dni od daty zamknięcia oferty akcji.

W dowolnym momencie przed dniem 20 maja 2014 roku Emitent może, wedle własnego uznania, umorzyć jednorazowo całość Obligacji lub ich część w trybie większej liczby operacji, po cenie umorzenia równej 100% wartości nominalnej umarzanych Obligacji powiększonej o odpowiednią premię na dzień umorzenia oraz o naliczone, a niewypłacone do tego dnia odsetki (z zastrzeżeniem praw posiadaczy Obligacji, przysługujących im w dniu ustalenia praw (ang. record date), do otrzymania odsetek w odpowiednim dniu wypłaty odsetek).

W dniu 20 maja 2014 roku, lub po tej dacie, Emitent może umorzyć całość lub część Obligacji po cenie umorzenia (wyrażonej jako procent wartości nominalnej) określonej poniżej, powiększonej o naliczone a niewypłacone odsetki od Obligacji umarzanych w odpowiedniej dacie umorzenia, jeżeli umorzenie następuje w trakcie dwunastomiesięcznego okresu rozpoczynającego się w dniu 20 maja wskazanych poniżej lat (z zastrzeżeniem praw posiadaczy Obligacji, przysługujących im w dniu ustalenia praw (ang. record date), do otrzymania odsetek w odpowiednim dniu wypłaty odsetek): (i) w 2014 roku cena umorzenia będzie wynosić 105,344%, (ii) w 2015 roku cena umorzenia będzie wynosić 103,563%, (iii) w 2016 roku cena umorzenia będzie wynosić 101,781%, a (iv) po tych terminach cena umorzenia będzie wynosić 100,000%. Jeżeli Emitent nie naruszy obowiązku zapłaty ceny umorzenia, naliczanie odsetek od Obligacji (lub ich części) podlegających umorzeniu ustaje w odpowiednim dniu umorzenia.

#### *Zmiana kontroli*

W przypadku zmiany kontroli (w rozumieniu Umowy Dotyczącej Warunków Emisji Obligacji) Emitent obowiązany jest złożyć ofertę wykupu wszystkich Obligacji na warunkach określonych w Umowie Dotyczącej Warunków Emisji Obligacji. W razie zmiany kontroli Emitent zaoferuje płatność kwoty pieniężnej w wysokości równej 101% łącznej wartości nominalnej wykupywanych Obligacji powiększonej o należne a niewypłacone odsetki od wykupywanych Obligacji do dnia wykupu (z zastrzeżeniem praw posiadaczy Obligacji, przysługujących im w dniu ustalenia praw (ang. record date), do otrzymania odsetek w odpowiednim dniu wypłaty odsetek).

**Poniższa tabela przedstawia podsumowanie zadłużenia finansowego Grupy na dzień 31 grudnia 2012 roku:**

	<b>31 grudnia 2012 w mln zł</b>	<b>Data zapadalności</b>
Kredyt niepodporządkowany <sup>1</sup>	868	2015
Kredyt rewolwingowy <sup>1</sup>	0	2015
Obligacje	1.414	2018
Leasing	1	2015
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	270	-
<b>Zadłużenie netto</b>	<b>2.012</b>	
EBITDA 12M (za 12 miesięcy)	1.032	
<b>Zadłużenie netto / EBITDA 12M</b>	<b>1,95</b>	

<sup>1</sup> Wartość bilansowa zadłużenia

#### **Punkt 6.9.1.1. Informacje o zawartych i wypowiedzianych umowach dotyczących kredytów i pożyczek**

W 2012 roku, Spółka nie zaciągnęła ani nie wypowiedziała żadnych umów kredytów lub pożyczek.

#### **Punkt 6.9.2. Przepływy pieniężne**

Poniższa tabela prezentuje wybrane dane skonsolidowanych przepływów pieniężnych za okres dwunastu miesięcy zakończony 31 grudnia 2012 roku oraz 31 grudnia 2011 roku.

	Okres dwunastu miesięcy zakończony 31 grudnia	
	2012	2011
Środki pieniężne z działalności operacyjnej	781.367	347.046
Środki pieniężne wykorzystane w działalności inwestycyjnej	(133.431)	(2.426.751)
Środki pieniężne z działalności finansowej	(653.347)	2.327.429
Zmiana netto stanu środków pieniężnych	(5.411)	247.724

##### *Środki pieniężne z działalności operacyjnej*

Wartość przepływów pieniężnych netto z działalności operacyjnej wyniosła 781.367 zł w 2012 roku głównie w wyniku wypracowanego zysku netto w wysokości 598.298 zł skorygowanego przez szereg czynników, z których najważniejsze to: (i) amortyzacja i utrata wartości, koszty odsetek oraz podatek dochodowy, (ii) amortyzacja licencji filmowych i sportowych, (iii) płatności za licencje filmowe i prawa sportowe, (iv) zwiększenie netto wartości zestawów odbiorczych w leasingu operacyjnym, (v) zysk z tytułu różnic kursowych netto, (vi) wzrost stanu należności i innych aktywów, (vii) zmiana stanu zobowiązań, rezerw i przychodów przyszłych okresów. Wartość przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej wyniosła 347.046 zł w 2011 roku głównie w wyniku wypracowanego zysku netto w wysokości 160.190 zł skorygowanego przez szereg czynników, z których najważniejsze to: (i) amortyzacja i utrata wartości, koszty odsetek oraz podatek dochodowy, (ii) zwiększenie wartości zestawów odbiorczych w leasingu operacyjnym, (iii) płatności za licencje filmowe i prawa sportowe, (iv) straty z tytułu różnic kursowych netto, (v) amortyzacja licencji filmowych i sportowych, (vi) wzrost stanu należności i innych aktywów, (vii) zmiana stanu zobowiązań, rezerw i przychodów przyszłych okresów.

##### *Środki pieniężne wykorzystane w działalności inwestycyjnej*

Wartość środków pieniężnych wykorzystanych w działalności inwestycyjnej wyniosła 133.431 zł w 2012 roku i dotyczyła przede wszystkim wydatków na nabycie rzeczowych aktywów trwałych oraz wartości niematerialnych, a także nabycia udziałów w jednostkach zależnych (pomniejszone o przejęte środki pieniężne). Wartość środków pieniężnych wykorzystanych w działalności inwestycyjnej wyniosła 2.426.751 zł w 2011 roku i dotyczyła przede wszystkim nabycia 100% akcji Telewizji Polsat, a także innych wydatków w tym na nabycie rzeczowych aktywów trwałych oraz wartości niematerialnych.

##### *Środki pieniężne z działalności finansowej*

Wartość środków pieniężnych netto wykorzystanych w działalności finansowej wyniosła 653.347 zł w 2012 roku i wynikała głównie z dobrowolnej przedpłaty oraz harmonogramowych spłat raty kapitałowej kredytu bankowego oraz spłaty kredytu przejętego w wyniku nabycia spółek z Grupy Redefine Sp. z o.o. w wysokości 453.324 zł, oraz spłaty odsetek od kredytów, pożyczek, obligacji, leasingu finansowego i zapłaty prowizji w łącznej wysokości 195.934 zł. Wartość środków pieniężnych netto z działalności finansowej wyniosła 2.327.429 zł w 2011 roku i wynikała głównie z zaciągniętego Kredytu Terminowego i Kredytu Pomostowego w łącznej wysokości 2.800.000 zł oraz 1.372.245 zł z wyemitowanych Obligacji, co zostało po części skorygowane spłatą otrzymanych kredytów w wysokości 1.538.844 zł, zapłatą odsetek od kredytów, pożyczek i leasingu finansowego w wysokości 289.899 zł oraz spłatą kredytu w rachunku bieżącym w wysokości 18.041 zł.

#### **Punkt 6.9.3. Wydatki inwestycyjne**

Ponieśliśmy 91.177 zł i 65.674 zł wydatków inwestycyjnych odpowiednio w 2012 i w 2011 roku. Wskaźnik wydatki kapitałowe przez przychody ze sprzedaży wyniósł 3,3% i 2,8% odpowiednio w 2012 i w 2011 roku. Wydatki kapitałowe w 2012 roku dotyczyły przede wszystkim uregulowania zobowiązań związanych z nabyciem rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych wykazanych na dzień 31 grudnia 2011 roku oraz zakupu urządzeń do emisji, sprzętu technicznego,

urządzeń do produkcji dekodерów, sprzętu komputerowego, wyposażenia i rozbudowy systemów informatycznych, a także prac modernizacyjnych i płatności za koncesję do KRRiT za koncesję na nadawanie Polsat Sport News.

#### **Punkt 6.9.4. Zobowiązania umowne**

Poniższa tabela przedstawia zestawienie naszych najistotniejszych zobowiązań umownych (przyszłe przepływy pieniężne) na dzień 31 grudnia 2012 roku:

	<b>Razem</b>	<b>Poniżej 1 roku</b>	<b>1 do 5 lat</b>	<b>Powyżej 5 lat</b>
<b>Zobowiązania umowne</b>				
Kredyty i pożyczki	1.027.081	296.437	730.644	-
Zobowiązania z tytułu Obligacji	1.991.592	101.950	407.797	1.481.845
Zobowiązania umowne z tytułu nabycia aktywów programowych	226.814	157.273	69.541	-
<b>Razem zobowiązania umowne</b>	<b>3.245.487</b>	<b>555.660</b>	<b>1.207.982</b>	<b>1.481.845</b>

Na dzień 31 grudnia 2012 roku, większość naszych zobowiązań umownych miało charakter zobowiązań długoterminowych, z okresem wymagalności powyżej roku.

#### **Punkt 6.9.5. Zobowiązania pozabilansowe**

##### **Zobowiązania umowne z tytułu nabycia aktywów programowych**

Na dzień 31 grudnia 2012 roku Grupa posiadała przyszłe zobowiązania z tytułu nabycia aktywów programowych w wysokości 226.814 zł.

Poniższa tabela przedstawia przyszłe zobowiązania z tytułu nabycia aktywów programowych od jednostek powiązanych nieobjętych skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym:

	<b>31 grudnia 2012</b>	<b>31 grudnia 2011</b>
Do roku	15.913	6.702
<b>Razem</b>	<b>15.913</b>	<b>6.702</b>

##### **Zobowiązania umowne z tytułu zakupu składników majątku trwałego**

Kwota zobowiązań umownych na dzień 31 grudnia 2012 roku z tytułu umów na wytworzenie i zakup sprzętu technicznego wyniosła 4.082 zł (10.613 zł na dzień 31 grudnia 2011). Kwota zobowiązań umownych na dzień 31 grudnia 2012 roku z tytułu modernizacji nieruchomości wyniosła 5.878 zł (3.906 zł na dzień 31 grudnia 2011). Kwota niezafakturowanych dostaw i usług w ramach umów na zakup licencji i oprogramowania wyniosła 405 zł na dzień 31 grudnia 2012 roku (946 zł na dzień 31 grudnia 2011).

#### **Punkt 6.10. Informacje o udzielonych pożyczkach, ze szczególnym uwzględnieniem pożyczek udzielonych jednostkom powiązanym**

Na mocy umowy z dnia 20 marca 2012 roku oraz 2 kwietnia 2012 roku Spółka udzieliła spółce Redefine Sp. z o.o. dwie pożyczki w kwocie 1.100 złotych oraz 600 złotych oprocentowane według stawki WIBOR 3M + 2%. Termin zwrotu pożyczek przypadają na 31 grudnia 2012 roku ale pożyczki zostały spłacone 30 kwietnia 2012 roku razem z naliczonymi odsetkami.

#### **Punkt 6.11. Informacje o udzielonych i otrzymanych poręczeniach i gwarancjach ze szczególnym uwzględnieniem poręczeń i gwarancji udzielonych jednostkom powiązanym**

W dniu 18 kwietnia 2012 roku Spółka zawarła z Citicorp Trustee Company Limited umowy na podstawie których zostały ustanowione dodatkowe zabezpieczenia zabezpieczające spłatę kredytu terminowego i kredytu rewolwingowego,

udzielonych na podstawie Umowy Kredytu z 31 marca 2011 roku (ang. Senior Facilities Agreement), oraz spłaty (wykupu, odkupu) High Yield Notes (tj. Senior Notes), w szczególności:

- (i) zastaw finansowy i rejestrowy na wszystkich udziałach w Gery.pl Sp. z o.o.;
- (ii) zastaw finansowy i rejestrowy na wszystkich udziałach w Frazpc.pl Sp. z o.o.;
- (iii) zastaw finansowy i rejestrowy na wszystkich udziałach w Redefine Sp. z o.o.;
- (iv) zastaw finansowy i rejestrowy na wszystkich udziałach w Netshare Sp. z o.o.

Ponadto, w dniu 10 lipca 2012 roku Telewizja Polsat Sp. z o.o. zawarła z Citicorp Trustee Company Limited umowę zastawu finansowego i zastawu rejestrowego na wszystkich udziałach w spółce Telewizja Polsat Holdings Sp. z o.o.

W dniu 27 listopada 2012 roku spółka Telewizja Polsat Holdings Sp. z o.o., w której 100% udziałów posiada Telewizja Polsat Sp. z o.o., przystąpiła do Umowy Kredytu z dnia 31 marca 2011 roku i w konsekwencji udzieliła zabezpieczeń na rzecz Citicorp Trustee Company Limited w postaci:

- (i) zastawu rejestrowego na zbiorze rzeczy ruchomych i praw majątkowych o zmiennym składzie wchodzących w skład przedsiębiorstwa spółki Telewizja Polsat Holdings Sp. z o.o.;
- (ii) oświadczenia spółki Telewizja Polsat Holdings Sp. z o.o. o poddaniu się egzekucji z aktu notarialnego;
- (iii) ponadto dokonano zmiany zastawcy na udziałach w spółce Media-Biznes Sp. z o.o. po transakcji nabycia w dniu 27 listopada 2012 roku 100% udziałów w tej spółce przez Telewizja Polsat Holdings Sp. z o.o. (nowy zastawca) od spółki Telewizja Polsat Sp. z o.o. (zastawca pierwotny).

**Punkt 6.12. Informacje o istotnych postępowaniach toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej dotyczących Cyfrowego Polsatu S.A. lub spółek zależnych podlegających konsolidacji**

Postępowanie wszczęte przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów („UOKiK”) w sprawie stosowania przez Cyfrowy Polsat S.A. praktyk naruszających interesy zbiorowe konsumentów

Jednostka Dominująca otrzymała w 2009 roku decyzję stwierdzającą, że Prezes UOKiK uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów zapis zastosowany w regulaminie świadczenia usług obowiązującym przed 1 listopada 2009 roku i nałożył karę pieniężną w wysokości 994 zł. Prezes UOKiK jednocześnie stwierdził zaniechanie stosowania tego zapisu w nowym regulaminie.

26 kwietnia 2012 roku Sąd Apelacyjny orzekł zmniejszenie kary nałożonej na Spółkę przez Prezesa UOKiK do 500 zł, którą Spółka zapłaciła 6 czerwca 2012 roku.

24 sierpnia 2012 roku Spółka złożyła skargę kasacyjną od wyroku Sądu Apelacyjnego.

Do dnia zatwierdzenia niniejszego sprawozdania finansowego nie wystąpiły żadne zmiany.

**Punkt 6.13. Informacje o ryzyku rynkowym**

Grupa aktywnie zarządza ryzykiem rynkowym. Celem zarządzania ryzykiem rynkowym jest:

- Ograniczanie wahań zysku/straty brutto
- Zwiększanie prawdopodobieństwa realizacji założeń budżetowych
- Utrzymania dobrej kondycji finansowej, oraz
- Wspieranie procesu podejmowania decyzji strategicznych dotyczących działalności inwestycyjnej, z uwzględnieniem źródeł kapitału.

Wszystkie cele zarządzania ryzykiem rynkowym powinny być traktowane jako całość, a ich realizacja zależy przede wszystkim od sytuacji wewnętrznej i warunków rynkowych.

Grupa stosuje zintegrowane podejście do zarządzania ryzykiem rynkowym, co oznacza kompleksowe podejście do całego spektrum zidentyfikowanych ryzyk rynkowych, a nie do każdego z nich indywidualnie. Grupa stosuje spójne podejście do zarządzania ryzykiem rynkowym. Główną techniką zarządzania ryzykiem rynkowym jest stosowanie w Grupie strategii hedgingowej obejmującej instrumenty pochodne. Poza tym Grupa korzysta z instrumentów wewnętrznych zmierzających do naturalnej redukcji ekspozycji (tzw. hedging naturalny).

Wszystkie potencjalne strategie hedgingowe uwzględniają następujące czynniki: charakter stwierdzonego ryzyka rynkowego, przydatność instrumentu oraz koszt zabezpieczenia, aktualne i prognozowane warunki rynkowe. W celu ograniczenia ryzyka rynkowego Grupa stosuje przede wszystkim instrumenty pochodne. Grupa stosuje tylko te instrumenty pochodne, których wartość jest w stanie oszacować przy użyciu standardowych modeli wyceny dla danego typu instrumentu pochodnego, a także te instrumenty które mogą być przedmiotem obrotu (bez znacznej utraty wartości) z kontrahentem innym niż ten z którym transakcja została początkowo zawarta. Wartość rynkowa danego instrumentu jest określana przez Grupę na podstawie informacji od wiodących banków, brokerów oraz serwisów informacyjnych.

Grupa może stosować następujące instrumenty:

- Swapy
- Kontrakty terminowe typu forward i futures
- Opcje.

### **Ryzyko walutowe**

Do głównych ryzyk, na które narażona jest Grupa, należy zaliczyć ryzyko walutowe związane z wahaniami kursów wymiany walut pomiędzy złotym polskim i innymi walutami. Przychody generowane przez Grupę są wyrażone głównie w złotych, w odróżnieniu od znacznej części kosztów i nakładów kapitałowych, które ponoszone są w walutach obcych. Ryzyko walutowe związane jest przede wszystkim z opłatami licencyjnymi na rzecz nadawców telewizyjnych (USD i EUR), umowami najmu pojemności satelitarnej (EUR), opłatami dotyczącymi systemu dostępu warunkowego (EUR) oraz zakupem zestawów odbiorczych i akcesoriów do zestawów odbiorczych (EUR i USD). Od 2011 roku Grupa była narażona na wyższe ryzyko walutowe z tytułu nowego finansowania pozyskanego w euro na nabycie akcji spółki Telewizja Polsat Sp. z o.o. Po nabyciu akcji tej spółki ekspozycja na ryzyko walutowe wynika także z zakupów zagranicznych licencji programowych (USD).

Zabezpieczanie przed ryzykiem walutowym związanym z umowami licencyjnymi oraz z umowami najmu pojemności satelitarnej odbywa się częściowo poprzez działania zmierzające do naturalnej redukcji ekspozycji dzięki denominowaniu w walutach obcych należności z tytułu usługi emisji sygnału oraz należności za usługi marketingowe.

Grupa nie posiada aktywów przeznaczonych do obrotu denominowanych w walutach obcych.

Tabela poniżej przedstawia ekspozycję Grupy na ryzyko walutowe oparte na kwotach w walutach:

	31 grudnia 2012							
	EUR	USD	CHF	GBP	SEK	NOK	AUD	CAD
Należności z tytułu dostaw i usług	3.236	1.515	-	-	-	-	44	16
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	4.702	6.490	362	38	225	1.146	-	-
Obligacje <i>Senior Notes</i>	(345.809)	-	-	-	-	-	-	-
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	(6.896)	(9.904)	(92)	(2)	-	-	-	-
<b>Ekspozycja brutto</b>	<b>(344.767)</b>	<b>(1.899)</b>	<b>270</b>	<b>36</b>	<b>225</b>	<b>1.146</b>	<b>44</b>	<b>16</b>
CIRS	37.406	-	-	-	-	-	-	-
<b>Ekspozycja netto</b>	<b>(307.361)</b>	<b>(1.899)</b>	<b>270</b>	<b>36</b>	<b>225</b>	<b>1.146</b>	<b>44</b>	<b>16</b>

Sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat S.A.  
za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2012 roku  
(wszystkie dane liczbowe przedstawiono w tysiącach złotych, chyba że zaznaczono inaczej)

	31 grudnia 2011							
	EUR	USD	CHF	GBP	SEK	NOK	AUD	CAD
Należności z tytułu dostaw i usług	1.859	1.251	-	-	-	-	29	15
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	1.583	4.500	486	26	505	1.378	-	-
Obligacje <i>Senior Notes</i>	(344.724)	-	-	-	-	-	-	-
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	(1.835)	(8.150)	(43)	-	-	-	-	-
<b>Ekspozycja brutto</b>	<b>(343.117)</b>	<b>(2.399)</b>	<b>443</b>	<b>26</b>	<b>505</b>	<b>1.378</b>	<b>29</b>	<b>15</b>
CIRS	43.641	-	-	-	-	-	-	-
<b>Ekspozycja netto</b>	<b>(299.476)</b>	<b>(2.399)</b>	<b>443</b>	<b>26</b>	<b>505</b>	<b>1.378</b>	<b>29</b>	<b>15</b>

W prezentowanych okresach miały zastosowanie następujące kursy walut:

w złotych polskich	Kursy średnioroczne		Kursy na dzień bilansowy	
	2012	2011	31 grudnia 2012	31 grudnia 2011
1 EUR	4,1850	4,1198	4,0882	4,4168
1 USD	3,2570	2,9634	3,0996	3,4174
1 GBP	5,1591	4,7470	5,0119	5,2691
1 CHF	3,4722	3,3481	3,3868	3,6333
1 SEK	0,4807	0,4561	0,4757	0,4950
1 NOK	0,5596	0,5284	0,5552	0,5676
1 AUD	3,3711	3,0549	3,2183	3,4670
1 CAD	3,2569	2,9929	3,1172	3,3440

W celu przeprowadzenia analizy wrażliwości Grupy na zmiany kursów walut na dzień 31 grudnia 2012 roku oraz 31 grudnia 2011 roku przyjęto założenie, iż przedział wahań kursów walutowych może kształtować się na poziomie +/- 5%. Analiza zakłada, że wszelkie inne zmienne, w tym zwłaszcza stopy procentowe, pozostają na niezmiennym poziomie. Dla roku 2011 poniższa analiza wrażliwości została wykonana w taki sam sposób.

Sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat S.A.  
za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2012 roku  
(wszystkie dane liczbowe przedstawiono w tysiącach złotych, chyba że zaznaczono inaczej)

	2012					2011				
	Stan na 31 grudnia 2012		Szacowana zmiana kursu w %	Skutki zmiany kursów walut w PLN	Szacowana zmiana w zestawieniu pozostałego zysku całkowitego w PLN	Stan na 31 grudnia 2011		Szacowana zmiana kursu w %	Skutki zmiany kursów walut w PLN	Szacowana zmiana w zestawieniu pozostałego zysku całkowitego w PLN
	w walucie	w PLN				w walucie	w PLN			
Należności z tytułu dostaw i usług										
EUR	3.236	13.228	5%	661	-	1.859	8.211	5%	411	-
USD	1.515	4.697	5%	235	-	1.251	4.276	5%	214	-
GBP	-	2	5%	-	-	-	2	5%	-	-
AUD	44	142	5%	7	-	29	99	5%	5	-
CAD	16	50	5%	3	-	15	50	5%	3	-
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty										
EUR	4.702	19.221	5%	961	-	1.583	6.993	5%	350	-
USD	6.490	20.115	5%	1.006	-	4.500	15.380	5%	769	-
CHF	362	1.225	5%	61	-	486	1.765	5%	88	-
GBP	38	189	5%	9	-	26	137	5%	7	-
SEK	225	107	5%	5	-	505	250	5%	13	-
NOK	1.146	636	5%	32	-	1.378	782	5%	39	-
Obligacje										
EUR	(345.809)	(1.413.735)	5%	(70.687)	-	(344.724)	(1.522.577)	5%	(76.129)	-
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług										
EUR	(6.896)	(28.193)	5%	(1.410)	-	(1.835)	(8.106)	5%	(405)	-
USD	(9.904)	(30.697)	5%	(1.535)	-	(8.150)	(27.853)	5%	(1.393)	-
CHF	(92)	(310)	5%	(16)	-	(43)	(157)	5%	(8)	-
GBP	(2)	(9)	5%	-	-	-	-	5%	-	-
<b>Razem wpływ na wynik operacyjny okresu</b>				<b>(70.668)</b>	<b>-</b>				<b>(76.036)</b>	<b>-</b>
CIRS										
EUR	37.406	152.923	5%	581	6.841	43.641	192.754	5%	612	8.861
Podatek dochodowy				13.317	(1.300)				14.331	(1.684)
<b>Razem wpływ na wynik netto okresu</b>				<b>(56.770)</b>	<b>5.541</b>				<b>(61.093)</b>	<b>7.177</b>

Sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat S.A.  
za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2012 roku  
(wszystkie dane liczbowe przedstawiono w tysiącach złotych, chyba że zaznaczono inaczej)

	2012					2011				
	Stan na 31 grudnia 2012		Szacowa- na zmiana kursu w %	Skutki zmiany kursów walut w PLN	Szacowana zmiana w zestawieniu pozostałego zysku całkowitego w PLN	Stan na 31 grudnia 2011		Szacowa- na zmiana kursu w %	Skutki zmiany kursów walut w PLN	Szacowana zmiana w zestawieniu pozostałego zysku całkowitego w PLN
	w walucie	w PLN				w walucie	w PLN			
Należności z tytułu dostaw i usług										
EUR	3.236	13.228	-5%	(661)	-	1.859	8.211	-5%	(411)	-
USD	1.515	4.697	-5%	(235)	-	1.251	4.276	-5%	(214)	-
GBP	-	2	-5%	-	-	-	2	-5%	-	-
AUD	44	142	-5%	(7)	-	29	99	-5%	(5)	-
CAD	16	50	-5%	(3)	-	15	50	-5%	(3)	-
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty										
EUR	4.702	19.221	-5%	(961)	-	1.583	6.993	-5%	(350)	-
USD	6.490	20.115	-5%	(1.006)	-	4.500	15.380	-5%	(769)	-
CHF	362	1.225	-5%	(61)	-	486	1.765	-5%	(88)	-
GBP	38	189	-5%	(9)	-	26	137	-5%	(7)	-
SEK	225	107	-5%	(5)	-	505	250	-5%	(13)	-
NOK	1.146	636	-5%	(32)	-	1.378	782	-5%	(39)	-
Obligacje										
EUR	(345.80 9)	(1.413.73 5)	-5%	70.687	-	(344.724)	(1.522.57 7)	-5%	76.129	-
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług										
EUR	(6.896)	(28.193)	-5%	1.410	-	(1.835)	(8.106)	-5%	405	-
USD	(9.904)	(30.697)	-5%	1.535	-	(8.150)	(27.853)	-5%	1.393	-
CHF	(92)	(310)	-5%	16	-	(43)	(157)	-5%	8	-
GBP	(2)	(9)	-5%	-	-	-	-	-5%	-	-
<b>Razem wpływ na wynik operacyjny okresu</b>				<b>70.668</b>	<b>-</b>				<b>76.036</b>	<b>-</b>
CIRS										
EUR	37.406	152.923	-5%	(581)	(6.819)	43.641	192.754	-5%	(612)	(8.853)
Podatek dochodowy				(13.317)	1.296				(14.331)	1.682
<b>Razem wpływ na wynik netto okresu</b>				<b>56.770</b>	<b>(5.523)</b>				<b>61.093</b>	<b>(7.171)</b>

Sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat S.A.  
za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2012 roku  
(wszystkie dane liczbowe przedstawiono w tysiącach złotych, chyba że zaznaczono inaczej)

		2012		2011	
		Szacowana zmiana w rachunku zysków i strat w PLN	Szacowana zmiana w zestawieniu pozostałego zysku całkowitego w PLN	Szacowana zmiana w rachunku zysków i strat w PLN	Szacowana zmiana w zestawieniu pozostałego zysku całkowitego w PLN
<b>Szacowana</b>	<b>zmiana</b>				
<b>kursu o 5%</b>					
	EUR	(56.614)	5.541	(60.881)	7.177
	USD	(238)	-	(332)	-
	CHF	37	-	65	-
	GBP	7	-	6	-
	SEK	4	-	11	-
	CAD	2	-	2	-
	AUD	6	-	4	-
	NOK	26	-	32	-
<b>Szacowana</b>	<b>zmiana</b>				
<b>kursu o 5%</b>					
	EUR	56.614	(5.523)	60.881	(7.171)
	USD	238	-	332	-
	CHF	(37)	-	(65)	-
	GBP	(7)	-	(6)	-
	SEK	(4)	-	(11)	-
	CAD	(2)	-	(2)	-
	AUD	(6)	-	(4)	-
	NOK	(26)	-	(32)	-

Gdyby na dzień 31 grudnia 2012 roku oraz 31 grudnia 2011 roku kurs złotego polskiego w stosunku do koszyka walut był niższy o 5%, wówczas wynik netto Grupy byłby odpowiednio niższy o 56.770 zł oraz niższy o 61.093 zł a pozostały zysk całkowity był odpowiednio wyższy o 5.541 zł w 2012 roku oraz wyższy o 7.177 zł w 2011 roku. Wzmocnienie wartości złotego o 5% spowodowałoby odpowiednio wzrost wyniku netto o 56.770 zł i wzrost o 61.093 zł oraz odpowiednio spadek pozostałego zysku całkowitego o 5.523 zł w 2012 roku oraz spadek o 7.171 zł w 2011 roku. Obowiązuje założenie, że wszelkie inne zmienne pozostają niezmienione. Nie bierze się również pod uwagę szacunków dotyczących przyszłych przychodów i kosztów denominowanych w walutach.

### **Ryzyko stopy procentowej**

Zmiany rynkowych stóp procentowych nie wpływają bezpośrednio na przychody Grupy, wpływają natomiast zarówno na przepływy pieniężne z działalności operacyjnej poprzez wysokość odsetek od rachunków bieżących i lokat overnight, jak i na przepływy pieniężne z działalności finansowej poprzez koszt obsługi posiadanych przez Grupę kredytów bankowych.

Grupa systematycznie analizuje poziom ryzyka zmian stóp procentowych, w tym scenariusze refinansowania i zabezpieczenia przed tym ryzykiem. Na podstawie tych scenariuszy szacowany jest wpływ określonych zmian stóp procentowych na wynik finansowy.

W celu zmniejszenia ekspozycji na ryzyko stopy procentowej wynikającej z płatności odsetek ze zmienną stopą procentową Spółka zawarła transakcje IRS.

Poniższa tabela przedstawia profil ryzyka stopy procentowej na dzień bilansowy dla instrumentów finansowych posiadających stopy procentowe.

	Wartość na dzień	
	31 grudnia 2012	31 grudnia 2011
<b>Instrumenty oparte na stałej stopie procentowej</b>		
Aktywa finansowe	134	124
Zobowiązania finansowe	(1.430.870)	(1.545.880)
<b>Instrumenty wrażliwe na zmianę stopy procentowej</b>		
Aktywa finansowe	270.040	292.058
Zobowiązania finansowe	(923.348)	(1.281.000)
<b>Ekspozycja netto</b>	<b>(653.308)</b>	<b>(988.942)</b>

Analiza wrażliwości przepływów pieniężnych na instrumenty o zmiennej stopie procentowej (przed opodatkowaniem):

	Zestawienie pozostałego					
	Rachunek zysków i strat		skonsolidowanego zysku całkowitego		Kapitał własny	
	Wzrost o 100 pb	Spadek o 100 pb	Wzrost o 100 pb	Spadek o 100 pb	Wzrost o 100 pb	Spadek o 100 pb
<b>Na dzień 31 grudnia 2012</b>						
Instrumenty finansowe o zmiennej stopie procentowej*	(6.533)	6.533	7.787	(7.787)	1.254	(1.254)
Wrażliwość przepływów pieniężnych (netto)	<b>(6.533)</b>	<b>6.533</b>	<b>7.787</b>	<b>(7.787)</b>	<b>1.254</b>	<b>(1.254)</b>
<b>Na dzień 31 grudnia 2011</b>						
Instrumenty finansowe o zmiennej stopie procentowej*	(9.889)	9.889	11.160	(11.160)	1.271	(1.271)
Wrażliwość przepływów pieniężnych (netto)	<b>(9.889)</b>	<b>9.889</b>	<b>11.160</b>	<b>(11.160)</b>	<b>1.271</b>	<b>(1.271)</b>

\* obejmuje wrażliwość na zmiany wartości godziwej instrumentów zabezpieczających (IRS) wynikające ze zmian stóp procentowych

Grupa stosuje model zabezpieczenia przepływów pieniężnych zgodnie z MSR 39 dla ekspozycji na ryzyko stopy procentowej, które wynika z płatności odsetek w złotych ze zmienną stopą procentową zabezpieczonych transakcjami IRS.

## Punkt 7. Transakcje z podmiotami powiązanymi

Informacje o istotnych transakcjach zawartych przez nas lub jednostkę od nas zależną z podmiotami powiązanymi zawarte zostały w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2012 roku w Nocie 43 *Transakcje z jednostkami powiązanymi*.

## **Punkt 8. Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń**

### **Ryzyko związane z działalnością**

***Skutki regionalnego lub globalnego spowolnienia gospodarczego odczuwalne na rynku reklamy lub wydatkach konsumpcyjnych w Polsce mogą mieć negatywny wpływ na naszą działalność.***

Przychody Grupy pochodzą prawie w całości od reklamodawców telewizyjnych i abonentów płatnej telewizji na terenie Polski. Spadek wydatków na reklamę w Polsce może w istotny sposób zaszkodzić poziomowi przychodów oraz perspektywom rozwoju naszej działalności w zakresie produkcji i nadawania programów telewizyjnych. W Polsce spadek tempa wzrostu PKB zazwyczaj skutkuje znacznym obniżeniem wydatków na reklamę. Ponieważ wśród klientów naszego segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej znajduje się wiele firm globalnych, globalne spowolnienie gospodarcze, nawet niemające bezpośredniego lub tak istotnego wpływu na Polskę jak na inne kraje, może spowodować ograniczenie przez klientów swoich budżetów reklamowych w Polsce. Ponadto, jeśli tacy klienci dostrzegą słabość polskiej gospodarki, może nastąpić spadek popytu na usługi reklamowe w Polsce. Spadek naszych przychodów z reklamy może skutkować obniżeniem jakości nadawanych programów lub zmusić nas do ograniczenia liczby programów udostępnianych w wyniku bezpośredniego wytworzenia lub nabycia. Wszelkie ograniczenia jakościowe lub ilościowe naszej oferty programowej mogą powodować utratę udziału w oglądalności na rzecz zarówno naszych konkurentów jak i alternatywnych form rozrywki i rekreacji, co obniżyłoby naszą atrakcyjność dla potencjalnych reklamodawców i sponsorów.

Natomiast w segmencie usług świadczonych klientom indywidualnym, wszelkie redukcje lub przesunięcia wydatków przez polskich konsumentów mogą wpływać negatywnie na poziom naszej bazy abonentów lub dynamikę jej poszerzania, czy też na kwoty wydatkowane przez abonentów na nasze usługi. Wysokość przychodów osiąganych w segmencie usług świadczonych klientom indywidualnym jest uzależniona od wielkości środków, które obecni i potencjalni abonenci są w stanie przeznaczyć na rozrywkę, rekreację i usługi telekomunikacyjne. Jeśli koniunktura gospodarcza w Polsce ulegnie pogorszeniu, konsumenci będą prawdopodobnie przeznaczali mniej środków na rozrywkę, rekreację i usługi telekomunikacyjne. Spadek wydatków konsumpcyjnych spowodowany spowolnieniem gospodarczym może również doprowadzić istniejących i potencjalnych abonentów do wyboru naszych tańszych pakietów, co wywarłoby negatywny wpływ na poziom naszych przychodów i perspektywy rozwoju.

***Jesteśmy narażeni na ryzyko walutowe, które może zaszkodzić wynikom naszej działalności.***

Nasza działalność jest narażona na ryzyko związane z wahaniami kursów walut. Podczas gdy przychody ze sprzedaży są denominowane głównie w złotych, około 35% naszych kosztów operacyjnych (w 2012 roku) jest denominowanych w innych walutach. Posiadamy należności i zobowiązania handlowe (obejmujące zobowiązania z tytułu zakupu dostępu do kanałów i programów telewizyjnych z oferty wiodących studiów i innych dostawców treści programowych, zakupu dekodek, innego sprzętu technicznego i oprogramowania, oraz zobowiązania z tytułu najmu pojemności transponderów), które są denominowane w walutach obcych, głównie w euro i dolarach amerykańskich. Nie jesteśmy w stanie wpływać na wahania kursów walut, a wszelkie niekorzystne zmiany kursów walut obcych w stosunku do złotego mogą powodować znaczące zwiększenie naszych kosztów po przeliczeniu na złote, co z kolei może mieć istotny negatywny wpływ na naszą działalność, sytuację finansową, osiągnięte wyniki i perspektywy rozwoju. Ponadto, wyemitowane Obligacje Senior Notes o oprocentowaniu na poziomie 7,125% są denominowane w euro, co znacznie zwiększa naszą ekspozycję na wahania kursów walut, ponieważ zmiany kursu euro względem złotego mogą powodować zwiększenie środków pieniężnych w złotych niezbędnych do obsługi spłaty kapitału i odsetek od Obligacji.

***Nasz sukces zależy od zadowolenia klientów, akceptacji naszych programów przez widzów, jak również od naszej zdolności do rentownego wytwarzania lub pozyskiwania praw do emisji takich programów.***

Prowadzimy działalność na rynkach, gdzie sukces handlowy zależy przede wszystkim od zadowolenia klientów i akceptacji treści programowych, które są często trudne do przewidzenia. Nasza zdolność do generowania przychodów z reklamy jest prawie całkowicie uzależniona od zapotrzebowania odbiorców na nadawane przez nas programy telewizyjne. Oglądalność nadawanych programów wpływa bezpośrednio zarówno na atrakcyjność naszych kanałów dla obecnych i potencjalnych reklamodawców, jak również na wysokość opłat, które możemy pobierać za czas emisji reklam. Staramy się przyciągnąć i utrzymać abonentów płatnej telewizji zapewniając im dostęp do szerokiego wachlarza kanałów, obejmującego kanały sportowe, muzyczne, rozrywkowe, informacyjne, dla dzieci, edukacyjne, filmowe oraz wszystkie główne stacje naziemne dostępne w Polsce, jak również kanały nadawane w wysokiej rozdzielczości oraz niekodowane kanały telewizyjne i radiowe. Zadowolenie abonentów z naszej oferty programowej ma zasadnicze znaczenie dla możliwości przyciągania i utrzymania klientów, jak również generowania i zwiększania przychodów uzyskiwanych od abonentów. W ramach naszego segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej osiągamy również przychody z wytwarzania i sprzedaży programów telewizyjnych dla

osób trzecich, działających w Polsce oraz w mniejszym stopniu, na arenie międzynarodowej. Cena, jaką jesteśmy w stanie uzyskać od potencjalnych nabywców za programy wytwarzane we własnym zakresie, jest skorelowana bezpośrednio z oglądalnością tych programów, ponieważ nabywcy zewnętrzni, mając na celu generowanie przychodów z reklam, kierują się wynikami oglądalności treści programowych.

Popyt na programy telewizyjne oraz preferencje programowe podlegają częstym zmianom, niezależnie od mediów, za pośrednictwem których takie programy są dostarczane. Nieustannym wyzwaniem dla nas jest przewidzenie, jakie programy i formaty odniosą sukces i w jakich godzinach. Możemy nie być w stanie przyciągać ani utrzymać abonentów naszych usług płatnej telewizji, jeżeli nie zdołamy skutecznie przewidzieć zapotrzebowania na programy lub zmiany gustów odnośnie treści programowych, lub gdy naszym konkurentom uda się przewidzieć takie zapotrzebowanie lub zmiany gustów bardziej efektywnie niż nam. Taka sytuacja spowodowałaby zwiększenie współczynnika odpływu abonentów, a nasz segment nadawania i produkcji telewizyjnej borykałby się z trudnościami w przyciąganiu reklamodawców.

Nasza rentowność zależy częściowo od naszej zdolności do produkowania lub pozyskiwania praw do emisji najbardziej atrakcyjnych programów przy zachowaniu efektywności ponoszonych kosztów. Chociaż produkcja lokalnych treści telewizyjnych jest zazwyczaj droższa od nabywania programów ze źródeł zewnętrznych, wierzymy, że większa liczba polskich programów nadawanych na naszych kanałach wpłynie na zwiększenie zapotrzebowania odbiorców, a w rezultacie na wzrost popytu ze strony reklamodawców. Jednakże nie możemy zagwarantować, że nakłady inwestycyjne, jakie już ponieśliśmy lub poniesiemy w przyszłości, na wytworzenie lokalnych treści programowych zostaną w pełni odzyskane, ani też, że będziemy w stanie wygenerować wystarczające przychody w celu zrekompensowania powyższych kosztów.

***Możemy nie być w stanie przyciągać ani utrzymać abonentów i reklamodawców, jeśli nie zdołamy zawrzeć lub przedłużyć umów licencyjnych dających nam prawo do dystrybucji kluczowych programów.***

Wyniki naszej działalności są uzależnione od umiejętności pozyskania atrakcyjnych programów telewizyjnych. W segmencie usług świadczonych klientom indywidualnym, w celu zapewnienia abonentom dostępu do kanałów telewizyjnych polegamy wyłącznie na licencjach od nadawców telewizyjnych. W segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej niektóre programy telewizyjne produkujemy samodzielnie, natomiast pozostałe programy i treści telewizyjne są nadawane na podstawie umów licencyjnych. Nasze umowy licencyjne są zawierane zazwyczaj na czas określony, na ogół od dwóch do trzech lat w przypadku filmów i seriali oraz od trzech do pięciu lat na programy sportowe. W pewnych okolicznościach licencjodawca może rozwiązać umowę licencyjną przed upływem okresu obowiązywania bez naszej zgody, w szczególności jeśli nie wywiążemy się z naszych zobowiązań, w tym z obowiązku zapłaty odpowiednich opłat licencyjnych. Posiadanie w ofercie atrakcyjnych programów telewizyjnych jest niezbędne w celu pozyskiwania i zatrzymywania abonentów i reklamodawców. Nie możemy zagwarantować, że nasze istniejące umowy licencyjne zostaną przedłużone na warunkach równie korzystnych jak obecnie obowiązujące, że zostaną one w ogóle przedłużone z chwilą ich wygaśnięcia, ani też że licencjodawcy nie dokonają rozwiązania znaczących umów licencyjnych przed ich wygaśnięciem. Niemożność zawarcia lub przedłużenia ważnych licencji na treści programowe utrudniłaby nam dostarczanie i wprowadzanie nowych atrakcyjnych kanałów i programów. Utrata zdolności do przyciągania i utrzymania abonentów i reklamodawców miałaby istotny negatywny wpływ na naszą działalność, sytuację finansową i osiągnięte wyniki.

***Wyniki operacyjne naszego segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej są uzależnione od znaczenia telewizji jako nośnika reklamy.***

Większość przychodów generowanych przez nasz segment nadawania i produkcji telewizyjnej pochodzi ze sprzedaży czasu antenowego na reklamy i pasm sponsoringowych w kanałach telewizyjnych. Na polskim rynku reklamowym telewizja konkuruje z różnymi innymi nośnikami reklamy, takimi jak Internet, gazety, czasopisma, radio i reklama zewnętrzna. Nie jesteśmy w stanie zapewnić, że reklama telewizyjna utrzyma swoją dotychczasową pozycję na polskim rynku reklamy, ani że zmiany w otoczeniu regulacyjnym nie będą faworyzowały innych mediów reklamowych lub innych nadawców telewizyjnych. Dalsze nasilenie konkurencji wśród mediów reklamowych wynikające ze wzrostu znaczenia reklamy internetowej w Polsce, znaczny wzrost wydatków w kanały tematyczne oraz rozwój nowych form reklamy może mieć negatywny wpływ na poziom przychodów reklamowych osiąganych przez nasz segment nadawania i produkcji telewizyjnej, a w konsekwencji na naszą działalność, sytuację finansową, osiągnięte wyniki i przepływy pieniężne.

Nasze możliwości generowania przychodów z reklamy zależą między innymi od popytu na czas reklamowy oraz cen jego sprzedaży. Nie możemy zapewnić, że będziemy w stanie skutecznie reagować na zmiany w preferencjach odbiorców, w konsekwencji czego możemy tracić udział w rynku oglądalności, co skutkowałoby obniżeniem popytu na nasze bloki reklamowe oraz miałoby niekorzystny wpływ na nasze przychody z reklam. Spadek atrakcyjności telewizji ogółem, a w szczególności naszych kanałów, czy to wskutek wzrostu akceptacji dla innych form rozrywki lub wskutek spadku

oddziaływania telewizji jako medium reklamowego, może mieć negatywny wpływ na naszą działalność, sytuację finansową, osiągnięte wyniki i przepływy pieniężne.

***Silna konkurencja panuje we wszystkich segmentach rynku, w których prowadzimy działalność, dlatego też nie możemy zagwarantować, że w przyszłości abonenci i reklamodawcy zdecydują się na zakup lub będą kontynuowali zakupy usług oferowanych przez nas, a nie wybiorą usług oferowanych przez naszą konkurencję.***

Polski rynek telewizyjny charakteryzuje się silną konkurencją, w związku z czym nie jesteśmy w stanie zagwarantować, że w przyszłości będziemy generowali satysfakcjonujące przychody z abonamentu płatnej telewizji i reklamy telewizyjnej. Nasi obecni i potencjalni przyszli konkurenci mogą dysponować większymi zasobami finansowymi i marketingowymi, które umożliwią im skuteczniejsze przechwytywanie abonentów i reklamodawców na swoje usługi. Naszymi głównymi konkurentami na rynku telewizji satelitarnej są platforma Cyfra+ i platforma „n” (które pod koniec 2012 roku ogłosiły sfinalizowanie umów o strategicznym partnerstwie i przystąpiły do połączenia swoich platform). Oprócz bezpośrednich konkurentów DTH, mamy do czynienia z konkurencją ze strony nadawców korzystających z innych technologii transmisji, takich jak telewizja naziemna, telewizja kablowa i telewizja Internetowa (IPTV). Spodziewamy się również rosnącej konkurencji ze strony spółek joint venture i aliansów strategicznych zawieranych przez dostawców telewizji satelitarnej, telewizji kablowej i operatorów telekomunikacyjnych. Prawdopodobnie będziemy musieli rywalizować również z konkurencją zagraniczną wchodzącą na polski rynek.

Naszymi głównymi konkurentami na rynku reklamy telewizyjnej są inni nadawcy, tacy jak TVN i TVP. TVN jest wiodącym nadawcą komercyjnym w Polsce. Natomiast TVP jest nadawcą państwowym, finansowanym częściowo ze środków publicznych, który wypełnia misję telewizji publicznej. W związku z pełnieniem powyższej misji, TVP nie może przerywać poszczególnych programów spotami reklamowymi. Wszelkie zmiany nałożonego na TVP ograniczenia w zakresie transmisji reklam mogą nasilić konkurencję ze strony TVP oraz ograniczyć nasze wpływy z reklam. Ponadto, będziemy konkurować z obecnymi nadawcami TV i potencjalnymi nowymi uczestnikami rynku o przyznanie koncesji na naziemne i satelitarne nadawanie telewizji w Polsce. Wśród tych konkurentów może znajdować się wiele większych nadawców, posiadających lepszą rozpoznawalność marki oraz większe zasoby, zwłaszcza firmy pochodzące z innych państw członkowskich Unii Europejskiej. Polski rynek TV może być atrakcyjny dla nowych uczestników z kilku powodów, obejmujących zmiany w ustawach i rozporządzeniach. Na przykład, zmiana Ustawy o radiofonii i telewizji umożliwia zamieszczanie większej ilości reklam w programach TV i filmach nadawanych w Polsce, jak również rozszerza zakres innych dozwolonych działań reklamowych. Proponowane zmiany regulacyjne mogą przyciągnąć kolejnych nadawców na polski rynek telewizyjny. Wreszcie, coraz większe sukcesy odnoszone w Polsce przez dostawców telewizji satelitarnej, kablowej i naziemnej doprowadzą prawdopodobnie do rozproszenia struktury telewidzów, w wyniku czego będzie nam trudniej przekonywać reklamodawców do zakupu czasu antenowego na naszych kanałach. Utrata abonentów i reklamodawców małoby istotny negatywny wpływ na naszą działalność, sytuację finansową i osiągnięte wyniki.

***Możliwości zwiększenia sprzedaży naszej płatnej telewizji i szerokopasmowego Internetu zależą od utrzymania efektywnej działalności naszej sieci sprzedaży.***

Posiadamy zorganizowaną i wyspecjalizowaną sieć sprzedaży obejmującą swoim zasięgiem teren całego kraju, której zadaniem jest dystrybucja naszych usług płatnej telewizji i szerokopasmowego Internetu. Ze względu na nasilającą się konkurencję z innymi dostawcami usług płatnej telewizji, możemy zostać zmuszeni do podniesienia wysokości prowizji wypłacanych naszym dystrybutorom dążąc do rozszerzenia sieci sprzedaży i dystrybucji oraz zmiany kanałów dystrybucji, które wykorzystujemy obecnie do dystrybucji naszych usług płatnej telewizji i Internetu szerokopasmowego. Ewentualny wzrost prowizji wypłacanych dystrybutorom działającym w naszej sieci sprzedażowo-dystrybucyjnej będzie skutkował zwiększeniem ponoszonych kosztów operacyjnych oraz prawdopodobnie spadkiem zysku netto osiąganego przez nasz segment usług świadczonych klientom indywidualnym. Wszelkie niepowodzenia w zakresie utrzymania, rozszerzenia lub modyfikacji naszej sieci sprzedaży i dystrybucji mogą nam znacznie utrudnić pozyskiwanie i utrzymanie abonentów płatnej telewizji, szerokopasmowego Internetu i telefonii komórkowej, co może mieć zdecydowanie niekorzystny wpływ na poziom naszych całkowitych przychodów. Ponadto, jeśli stwierdzimy, że nasza sieć dystrybucji wymaga znaczącej reorganizacji lub przebudowy, możemy zostać zmuszeni do poniesienia znaczących nakładów inwestycyjnych.

***Prowadzimy działalność korzystając ze wsparcia dostawców zewnętrznych, zatem wszelkie opóźnienia lub brak dostarczenia przez nich usług, infrastruktury lub sprzętu mogą powodować opóźnienia lub przerwy w świadczeniu przez nas usług, a w konsekwencji mogą szkodzić naszemu wizerunkowi i skutkować utratą klientów.***

Dostawcy zewnętrzni udzielają wsparcia oraz dostarczają sprzęt i infrastrukturę do prowadzenia naszej działalności. Posiadamy znikomy wpływ na sposób i czas wykonania przez takich kontrahentów ich zobowiązań wobec nas. Współpracujemy z podmiotami zewnętrznymi przy świadczeniu naszych usług płatnej telewizji, Internetu szerokopasmowego

i telefonii komórkowej. Dostarczanie usług płatnej telewizji do naszych abonentów jest uzależnione od prawidłowego funkcjonowania infrastruktury i urządzeń u naszych kooperantów. Podobnie, udostępniając szerokopasmowy Internet lub usługi telefonii komórkowej, polegamy na jakości infrastruktury szerokopasmowego dostępu do Internetu lub sieci komórkowych operatorów zewnętrznych. Również przy świadczeniu usług nadawczych korzystamy z pomocy wielu kooperantów. Ponadto, zlecamy na zewnątrz wykonanie szeregu czynności niezwiązanych z naszą działalnością nadawczą, w tym niektóre funkcje administracyjne, finansowe i informatyczne. Te i inne usługi obce mają często kluczowe znaczenie dla wielu naszych działań operacyjnych.

Możemy doświadczyć zakłóceń lub przerw w dostarczaniu naszych produktów i usług w przypadku, gdy którykolwiek z naszych kontrahentów nie będzie w stanie lub odmówi nam świadczenia usług lub udostępniania infrastruktury lub sprzętu w sposób terminowy, na racjonalnych warunkach handlowych lub całkowicie. Nie możemy zagwarantować, że powyższe lub inne zagrożenia dla reputacji marek „Cyfrowy Polsat” i „Telewizja Polsat” oraz związanej z nimi wartości, nigdy się nie zmaterializują. Uszczerbek na reputacji oraz obniżenie wartości związanej z naszymi markami mogą mieć istotny negatywny wpływ na naszą działalność, sytuację finansową, osiągnięte wyniki i perspektywy rozwoju.

***Technologie wykorzystywane na rynkach, na których działamy podlegają ciągłym zmianom, a nieprzewidzenie lub brak dostosowania się do takich zmian, czy też brak wprowadzenia nowych produktów i usług może sprawić, że nasza oferta stanie się nieodpowiednia lub przestarzała.***

Technologie stosowane na rynkach płatnej telewizji, nadawania telewizji, udostępniania Internetu szerokopasmowego oraz usług telefonii komórkowej rozwijają się bardzo dynamicznie, dlatego też nie możemy zapewnić, że będziemy w stanie wystarczająco i skutecznie dostosować nasze usługi, aby nadażyć za tak szybkim tempem rozwoju. Działamy w warunkach nieustannej presji na aktualizowanie naszej technologii telewizji satelitarnej oraz na dostarczanie naszym abonentom najnowocześniejszych opcji usług telefonii komórkowej i Internetu szerokopasmowego. Systemy kompresji, kodowania i zarządzania abonentami niezbędne do prawidłowego funkcjonowania naszego satelitarnego centrum nadawczego, dekodery produkowane w naszej fabryce, jak również inne oprogramowanie i technologie wykorzystywane przez nas i naszych dostawców, muszą być stale aktualizowane i zastępowane wraz z postępem technologicznym. Jeżeli nie sprostamy wymogowi wymiany przestarzałej technologii, możemy doświadczyć zakłóceń w oferowanych przez nas usługach płatnej telewizji, co może doprowadzić do utraty abonentów na rzecz konkurentów, którzy dokonali aktualizacji stosowanej technologii. Ponieważ w dalszym ciągu rozwijamy oferowane usługi szerokopasmowego dostępu do Internetu, w tym naszą ofertę usług zintegrowanych, możemy napotkać trudności natury technicznej i logistycznej. Ponadto, obecnie zamierzamy wykorzystać fakt braku rozwiniętej infrastruktury Internetowej w całym kraju, zwłaszcza na terenach podmiejskich i wiejskich, poprzez promowanie i sprzedaż naszych usług zintegrowanych i usług płatnej telewizji. Rozwój sieci stacjonarnego dostępu do Internetu w Polsce może doprowadzić do utraty naszej przewagi konkurencyjnej, którą obecnie zawdzięczamy przede wszystkim stosowaniu technologii bezprzewodowej.

Stoimy w obliczu nieustannej potrzeby dostosowywania naszych sposobów dystrybucji i prezentacji treści programowych do zmian zachodzących na rynku. Nowe technologie, w tym nowe formaty wideo, IPTV, możliwości strumieniowej transmisji i pobierania danych przez Internet, telewizja na życzenie (VoD), telewizja mobilna, dekodery umożliwiające nagrywanie oraz inne urządzenia i technologie poszerzają listę wyboru mediów i rozrywki dostępnych dla publiczności i zmieniają sposób, w jaki widzowie odbierają treści. Niektóre z tych urządzeń i technologii, pozwalają użytkownikom na oglądanie telewizji z dala od domu lub w późniejszym czasie oraz dają możliwość pomijania reklamy i układania programu. Technologie te zyskują na popularności i są coraz łatwiejsze w użytkowaniu, lecz wynikające z ich stosowania rozproszenie telewidzów może doprowadzić do ogólnego spadku przychodów z reklamy TV. Musimy określić sposoby utrzymania popytu widzów i reklamodawców na nadawane przez nas kanały. Brak dostosowania naszej oferty do zmian stylu życia i preferencji naszych odbiorców docelowych lub brak wykorzystania postępu technologicznego w naszej działalności nadawczej mógłby mieć istotny negatywny wpływ na naszą działalność, sytuację finansową, osiągnięte wyniki i perspektywy rozwoju.

***Inicjatywy podejmowane w celu rozszerzenia naszej oferty usług mogą spowodować szybszy przyrost kosztów niż przychodów, co może tymczasowo lub trwale zmniejszyć poziom osiągniętych marż zysku.***

Jesteśmy przekonani, że należy stale rozwijać naszą ofertę usług, lecz inicjatywy podejmowane w tym zakresie mogą się okazać bardzo kosztowne. Sądzimy, że nasza dalsza ekspansja na rynku usług szerokopasmowego Internetu może znacznie zwiększyć nasz średni koszt pozyskania abonenta. Do wzrostu powyższego średniego kosztu mogą się również przyczynić nasze wysiłki podejmowane w celu zwiększenia penetracji na rynku płatnej telewizji. Ponadto nasz średni koszt pozyskania abonenta może wzrosnąć w przypadku podniesienia wysokości prowizji wypłacanych naszym dystrybutorom. Nie możemy zagwarantować, że nakłady inwestycyjne, jakie już ponieśliśmy lub poniesiemy w przyszłości, na rozszerzenie naszej oferty usług zostaną w pełni odzyskane, ani też, że będziemy w stanie wygenerować wystarczające przychody w celu zrekompensowania powyższych kosztów ekspansji.

***Awarie systemów informatycznych i telekomunikacyjnych, w tym naszego satelitarnego centrum nadawczego, mogą wymagać znacznych nakładów inwestycyjnych w celu przywrócenia ich sprawności oraz mogą zaszkodzić naszej działalności i perspektywom rozwoju.***

Nasza działalność w dużym stopniu zależy od sprawności wykorzystywanych przez nas systemów IT i telekomunikacyjnych, a awaria jednego lub wielu z powyższych systemów mogłaby w znaczący sposób zaszkodzić naszym wynikom operacyjnym i perspektywom rozwoju. Wykorzystywane przez nas systemy informatyczne są podatne na skutki klęsk żywiołowych (np. trzęsienia ziemi, powodzie, huragany, nawałnice i inne zjawiska), utraty zasilania, utraty bądź przerwy w usługach telekomunikacyjnych, wady oprogramowania sieciowego, uszkodzenia transponderów lub satelitów, działania terrorystyczne, sabotaż, zamieszki, niepokoje społeczne, strajki, inne spory zbiorowe i katastrofy. W segmencie usług świadczonych klientom indywidualnym wykorzystujemy głównie nasze centrum nadawcze, jak również system zarządzania abonentami, systemy raportowania, system obsługi sprzedaży oraz system zarządzania relacjami z klientami. Każda awaria poszczególnych komponentów naszego satelitarnego centrum nadawczego, w tym awaria transponderów satelitarnych lub jakiegokolwiek ogniwa pośredniego, może skutkować poważnymi zakłóceniami lub nawet zawieszeniem naszej działalności na dłuższy okres. Natomiast w segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej systemy informatyczne wykorzystuje się w szczególności do zarządzania czasem antenowym emisji reklam, nadawaniem programów, oraz relacjami z naszymi reklamodawcami. Wystąpienie awarii któregośkolwiek z naszych systemów IT może uniemożliwić nam skuteczne prowadzenie działalności, a także może wymagać poniesienia znacznych nakładów inwestycyjnych w celu przywrócenia sprawności tych systemów. Ponadto, reklamodawcy i abonenci mogą od nas żądać odszkodowania z tytułu zakłóceń lub zawieszenia świadczenia usług spowodowanego awariami naszych systemów informatycznych.

***Utrata lub niemożność utrzymania przez nas historycznej reputacji oraz wartości marek Cyfrowego Polsatu i Telewizji Polsat miałyby negatywny wpływ na naszą działalność.***

Marki „Cyfrowy Polsat” i „Telewizja Polsat” stanowią istotną część składową wartości Grupy. Utrzymanie przez nas dobrej reputacji, jak również wartości związanej z markami „Cyfrowy Polsat” i „Telewizja Polsat” ma podstawowe znaczenie dla przyciągania i utrzymania abonentów i reklamodawców. Nasza reputacja może ucierpieć, jeśli powstaną trudności w dostarczaniu istniejących produktów i usług, lub w zakresie wdrażania nowych produktów i usług, w szczególności takich jak telewizja wysokiej rozdzielczości HD, usługi telefonii komórkowej (jako MVNO), usługi szerokopasmowego dostępu do Internetu oraz VoD Domowa Wypożyczalnia Filmowa, czy to ze względu na usterki techniczne, brak niezbędnych urządzeń lub inne czynniki i okoliczności, które uniemożliwią spełnienie lub przewyższenie oczekiwań naszych obecnych i potencjalnych abonentów. Ponadto, jakość oferowanych przez nas produktów i usług będzie uzależniona od jakości infrastruktury udostępnianej oraz usług świadczonych na naszą rzecz przez dostawców zewnętrznych, na których nasz wpływ jest znikomy. Jeśli tacy kontrahenci nie będą spełniali naszych norm wykonania lub będą dostarczali technicznie wadliwe produkty lub usługi, wtedy jakość naszych produktów i usług oraz nasza reputacja zostaną narażone na uszczerbek. Nie możemy zagwarantować, że powyższe lub inne zagrożenia dla reputacji marek „Cyfrowy Polsat” i „Telewizja Polsat” oraz związanej z nimi wartości, nigdy się nie zmaterializują. Uszczerbek na reputacji oraz obniżenie wartości związanej z naszymi markami mogą mieć istotny negatywny wpływ na naszą działalność, sytuację finansową, osiągnięte wyniki i perspektywy rozwoju.

***Nasze zobowiązania dotyczące obsługi długu z tytułu Obligacji, Umowy Kredytowej (SFA) oraz innego zadłużenia mogą ograniczać naszą zdolność do finansowania naszej działalności.***

Nasza Spółka jest w wysokim stopniu lewarowana i posiada zobowiązania obsługi długu z tytułu Umowy Kredytowej (SFA) oraz Obligacji Senior Notes.

Znaczny poziom naszego zadłużenia może mieć istotne konsekwencje, na przykład może:

- utrudnić nam wywiązywanie się ze zobowiązań z tytułu Obligacji, Umowy Kredytowej (SFA) oraz innego zadłużenia;
- wymagać od nas poświęcenia znacznej części naszych przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej na spłatę naszego zadłużenia, co ograniczy dostępność środków pieniężnych na finansowanie wydatków inwestycyjnych, kapitału pracującego oraz innych potrzeb Spółki i możliwości biznesowych;
- obniżyć naszą konkurencyjność w stosunku do naszych konkurentów, którzy posiadają niższe zadłużenie;
- zwiększać naszą podatność oraz ograniczać naszą elastyczność planowania działań lub reagowania na ogólne lub konkretne niekorzystne warunki gospodarcze występujące w naszej branży; oraz
- ograniczać nasze możliwości pożyczania dodatkowych funduszy, powodować wzrost kosztu takich pożyczek i/lub ograniczać naszą zdolność do finansowania kapitałem.

W przyszłości możemy mieć potrzebę zaciągnięcia znacznych kwot dodatkowego długu. Warunki Umowy Obligacji i Umowy Kredytowej (SFA) ograniczają nasze możliwości, lecz nie zabraniają nam, zaciągania dalszego zadłużenia lub innych zobowiązań nie stanowiących zadłużenia. Gdybyśmy zaciągnęli dodatkowe zadłużenie, związane z tym ryzyko będzie się nasilać.

***Polegamy na doświadczeniu i zdolnościach naszego kierownictwa oraz kwalifikacjach naszych pracowników, dlatego też utrata tych osób może zaszkodzić naszej działalności.***

Pomyślne prowadzenie naszej działalności jak również skuteczna realizacja naszej strategii zależą od doświadczenia naszej kadry zarządzającej oraz zaangażowania naszych kluczowych pracowników. Odnoszenie przyszłych sukcesów będzie częściowo uzależnione od zatrzymania członków zarządu, którzy mieli znaczący wpływ na rozwój naszej firmy, jak również od umiejętnego przyciągania i utrzymania wykwalifikowanych pracowników, którzy zapewnią skuteczne działanie obu naszych segmentów biznesowych. W branży telewizyjnej, telefonii komórkowej i Internetowej, zarówno w Polsce jak i na świecie, istnieje duża konkurencja w pozyskiwaniu wysoko wykwalifikowanych pracowników. Dlatego też nie jesteśmy w stanie zagwarantować, że w przyszłości będziemy w stanie przyciągnąć i utrzymać takich członków zarządu lub wykwalifikowanych pracowników. Utrata naszych kluczowych menedżerów lub niemożność przyciągnięcia, odpowiedniego wyszkolenia, zmotywowania i utrzymania wykwalifikowanych pracowników, lub opóźnienia w tym zakresie, mogą mieć istotny niekorzystny wpływ na naszą działalność, wyniki finansowe, wyniki operacyjne i perspektywy rozwoju.

***Zmiana technologii nadawania telewizji naziemnej w Polsce z analogowej na cyfrową prowadząca do wzrostu liczby ogólnodostępnych kanałów niekodowanych (FTA) może skutkować obniżeniem popytu na nasze usługi DTH, a zarazem zmniejszeniem naszego udziału w oglądalności oraz zwiększeniem współczynnika odpływu abonentów.***

Wymagane przejście z analogowego na cyfrowe nadawanie telewizji naziemnej w Polsce może znacznie zwiększyć liczbę konkurencyjnych dostawców telewizji. Możliwe jest również, że obecne limity dotyczące przyznawania koncesji na częstotliwości nadawania naziemnej telewizji cyfrowej zostaną zniesione. Prawdopodobnie spowodowałyby to wzrost liczby kanałów cyfrowych dostępnych na polskim rynku telewizyjnym, co mogłoby doprowadzić do odpowiedniego zmniejszenia naszego udziału w oglądalności. Sądzymy, że w wyniku przejścia z analogowego na cyfrowe nadawanie telewizji naziemnej, liczba naziemnych kanałów FTA w Polsce może się znacznie zwiększyć oraz może zostać uatrakcyjniona ich oferta programowa, co mogłoby doprowadzić do obniżenia popytu na nasze usługi DTH i odpływu istniejących abonentów, oraz wywarłoby istotny niekorzystny wpływ na naszą działalność, wyniki finansowe, wyniki operacyjne i perspektywy rozwoju.

***Zakłócenia w naszej wewnętrznej produkcji dekoderek dla naszych abonentów płatnej telewizji mogłyby zaszkodzić naszej reputacji i zwiększyć współczynnik odpływu abonentów.***

W celu ograniczenia kosztów pozyskania zestawów do odbioru telewizji satelitarnej oraz oferowania naszym abonentom płatnej telewizji zakupu lub dzierżawy dekoderek po niższych cenach, w listopadzie 2007 roku rozpoczęliśmy produkcję dekoderek SD, a w kwietniu 2010 roku produkcję dekoderek HD. W 2012 roku dekodery produkowane w naszej fabryce stanowiły ponad 85% wszystkich dekoderek sprzedanych lub udostępnionych naszym abonentom płatnej telewizji. Jeśli jakkolwiek partia naszych wewnętrznie produkowanych dekoderek okazałaby się wadliwa i została wycofana, prawdopodobnie bylibyśmy zobowiązani do pokrycia kosztów wymiany lub napraw takiego sprzętu, które mogłyby być znaczące. Ponadto, takie wycofanie zestawów odbiorczych mogłoby zaszkodzić naszej reputacji. Obecnie nasze moce produkcyjne są wykorzystywane prawie w całości. Ewentualne problemy z produkcją dekoderek we własnej fabryce zmusiłyby nas do pozyskiwania większej ilości oferowanych dekoderek ze źródeł zewnętrznych. Istnieje ryzyko, że nie bylibyśmy w stanie nabyć wymaganej ilości dekoderek od dostawców zewnętrznych w odpowiednim czasie. Ponadto, w przypadku ogromnej większości oferowanych przez nas dekoderek, koszty ich nabycia ze źródeł zewnętrznych byłyby zdecydowanie wyższe od naszego własnego kosztu wytworzenia. Jeśli nie udało się pozyskać dekoderek od dostawców zewnętrznych na zadowalających warunkach cenowych, moglibyśmy zostać zmuszeni do podniesienia cen pobieranych od naszych abonentów, jako że wzrósłby nasz koszt amortyzacji. Ponadto, jeśli uzyskane dostawy dekoderek byłyby niewystarczające do zaspokojenia popytu ze strony abonentów, nasza reputacja wśród obecnych i potencjalnych abonentów doznałaby uszczerbku. Trudności z wytwarzaniem większości oferowanych przez nas dekoderek we własnej fabryce mogłyby doprowadzić do utraty obecnych abonentów lub ograniczyć naszą zdolność do pozyskiwania nowych abonentów na nasze usługi płatnej telewizji. Uszczerbek na reputacji oraz obniżenie wartości związanej z naszymi markami mogą mieć istotny negatywny wpływ na naszą działalność, sytuację finansową, osiągnięte wyniki i perspektywy rozwoju.

***Problemy z pracownikami lub wzrost kosztów pracy mogą wpływać niekorzystnie na naszą działalność.***

Chociaż wierzymy, że utrzymujemy poprawne relacje z pracownikami, zawsze istnieje ryzyko wystąpienia pewnych zakłóceń w pracy, strajków, lub znacznego wzrostu kosztów pracy w jednym lub wielu z naszych zakładów. Każde z powyższych

zdarzeń mogłoby uniemożliwić nam zaspokajanie potrzeb klientów lub spowodować wzrost kosztów, zmniejszając tym samym naszą rentowność. Dodatkowo, problemy z pracownikami występujące u naszych zewnętrznych dostawców usług lub technologii mogą wpływać niekorzystnie również na nas, jeżeli problemy te będą nam przeszkadzały w uzyskaniu wymaganych usług lub technologii w odpowiednim czasie. Wszelkie tego typu zakłócenia mogą mieć istotny negatywny wpływ na naszą działalność operacyjną, sytuację finansową i osiągnięte wyniki.

***Roszczenia zgłaszane przez organizacje zbiorowego zarządzania prawami autorskimi mogą mieć negatywny wpływ na naszą działalność.***

Zgodnie z polskim prawem autorskim jesteśmy zobowiązani do wnoszenia opłat do organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi, które pobierają tantiemy na rzecz twórców utworów chronionych prawami autorskimi, które są nadawane lub dystrybuowane w ramach naszej działalności. Powyższe opłaty są pobierane zgodnie z umowami licencyjnymi zawartymi z takimi organizacjami. Mimo, że zawarliśmy stosowne umowy z kilkoma organizacjami zbiorowego zarządzania prawami autorskimi, istnieje ryzyko wniesienia roszczeń przeciwko nam przez inne tego typu organizacje. W chwili obecnej łączna kwota takich ewentualnych roszczeń jest niemożliwa do oszacowania. Niemniej jednak, ostateczna kwota płatności wymaganych od nas za korzystanie z praw autorskich, czy też kwota zaległych tantiem, do których zapłaty możemy zostać zobowiązani, może wywrzeć istotny niekorzystny wpływ na naszą działalność, sytuację finansową, wyniki operacyjne i perspektywy rozwoju.

***W przypadku, gdy osoby trzecie zgłoszą wobec nas roszczenia z tytułu naruszenia ich praw własności intelektualnej, możemy zostać zmuszeni do poniesienia znaczących wydatków w celu obrony przed takimi roszczeniami, uzyskania praw licencyjnych do technologii osób trzecich, lub w celu określenia sposobów prowadzenia naszej działalności bez dalszego naruszania powyższych praw.***

Sukces naszej działalności zależy w znacznym stopniu od wykorzystania praw własności intelektualnej, a w szczególności praw do zaawansowanych rozwiązań technicznych, oprogramowania oraz treści programowych. Nie możemy zagwarantować, że prawa własności intelektualnej osób trzecich nie były przez nas naruszane w przeszłości, ani że nie dopuścimy się takiego naruszenia w przyszłości. Wszelkie domniemane naruszenia mogą narazić nas na roszczenia odszkodowawcze ze strony osób trzecich. Ponadto, możemy zostać zobligowani do uzyskania licencji lub nabycia nowych rozwiązań umożliwiających prowadzenie naszej działalności w sposób nie powodujący naruszenia takich praw osób trzecich, jak również możemy zostać zmuszeni do poświęcenia znacznych ilości czasu, zasobów i środków pieniężnych w celu obrony przed powyższymi zarzutami. Utrata czasu i zasobów kadry zarządzającej oraz poniesienie potencjalnie wysokich kosztów może mieć istotny negatywny wpływ na naszą działalność operacyjną, wyniki finansowe i perspektywy rozwoju.

***Nasze prawa własności intelektualnej oraz inne środki zabezpieczające mogą niewystarczająco chronić naszą działalność, a nieskuteczna ochrona naszych treści programowych, technologii i know-how może spowodować utratę klientów na rzecz konkurencji oraz obniżenie naszych zysków.***

Nasze produkty w dużej mierze składają się z własnych autorskich lub licencjonowanych treści, które są dostarczane za pośrednictwem nadawania programów, interaktywnych usług telewizyjnych i płatnej telewizji. W celu ustanowienia i ochrony naszych praw własności do rozpowszechnianych treści opieramy się na znakach towarowych, prawach autorskich i innych prawach własności intelektualnej. Jednak nie możemy być pewni, że nasze prawa własności intelektualnej nie zostaną zakwestionowane, zniesione lub pominięte. Ponadto, nie możemy zagwarantować sobie przedłużania praw własności do zawartości programowej po upływie okresu ochrony znaków towarowych lub praw autorskich.

Nawet jeśli nasze prawa własności intelektualnej zachowają pełną moc, nie możemy zapewnić, że środki zabezpieczające oraz zapobiegające piractwu ochronią nas przed nieuprawnionym dostępem do naszych usług i kradzieżą naszych treści programowych. Ponadto, nieuprawnione osoby mogą zdobyć dostęp i kopiować, lub w inny sposób korzystać z udostępnianych przez nas autorskich lub licencjonowanych treści programów. Ryzyko piractwa jest szczególnie dotkliwe dla działalności naszego segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej. Zjawisko piractwa w mediach występuje w wielu częściach świata, w tym również w Polsce, a sprzyja mu postęp technologiczny oraz konwersja treści multimedialnych do formatów cyfrowych, co ułatwia tworzenie, przekazywanie i udostępnianie, na kasetach wideo i płytach DVD, wysokiej jakości nieautoryzowanych kopii programów dostarczanych w systemie pay-per-view przez dekodery, nielicencjonowane i niekodowane transmisje w telewizji, lub poprzez Internet. Ponadto, brak przepisów regulujących naruszanie praw autorskich i znaków towarowych w Internecie, stawia przed nami dodatkowe wyzwanie w zakresie ochrony naszych praw własności intelektualnej w cyberprzestrzeni. Nieuprawnione wykorzystanie naszej własności intelektualnej może wpłynąć negatywnie na naszą działalność, szkodząc naszej reputacji oraz ograniczając zaufanie naszych partnerów biznesowych w nasze możliwości ochrony własnych oraz licencjonowanych treści.

**Nasza działalność jest uregulowana ustawami i rozporządzeniami w zakresie dystrybucji telewizji satelitarnej, nadawania telewizji, reklamy i sponsoringu, które podlegają okresowym rewizjom. Naruszenie takich przepisów prawa mogłoby zaszkodzić naszej działalności, reputacji oraz wynikom finansowym.**

Jesteśmy zobowiązani do przestrzegania przepisów prawa Polski i Unii Europejskiej, które ograniczają sposób prowadzenia naszego biznesu. Nasza działalność obwarowana jest wieloma przepisami ustanowionymi przez władze państwowe oraz regulatorów rynku, zwłaszcza przez Urząd Komunikacji Elektronicznej (UKE) oraz Krajową Radę Radiofonii i Telewizji (KRRiT), którzy pilnują, abyśmy przestrzegali przepisów Ustawy o radiofonii i telewizji oraz warunków naszych koncesji na nadawanie. Decyzje Przewodniczącego KRRiT, UKE lub innych regulatorów mogą ograniczać sposób prowadzenia naszej działalności.

UKE reguluje oba nasze segmenty biznesowe. W ramach naszego segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym prowadzimy działalność operatora wirtualnej sieci telefonii komórkowej. Operatorzy MVNO działający w Polsce podlegają licznym obowiązkom o charakterze prawnym i administracyjnym, określającym na przykład maksymalne stawki za usługi telekomunikacyjne. Z kolei działalność segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej jest regularnie monitorowana przez UKE w celu upewnienia się, że postępujemy zgodnie z warunkami koncesji radiowych i rezerwacji częstotliwości przyznanych nam przez UKE w celu świadczenia usług nadawania telewizji. Nie możemy zapewnić, że będziemy w stanie spełnić liczne wymogi nałożone na nas przez polskie Prawo telekomunikacyjne, w szczególności przez przepisy regulujące działalność MVNO oraz dotyczące wykorzystywanych przez nas koncesji. W przypadku naruszenia przez nas przepisów ustawy Prawo telekomunikacyjne, UKE może na nas nałożyć karę pieniężną w wysokości do 3% przychodu osiągniętego przez nas w roku poprzedzającym nałożenie kary, oraz może nam zakazać dalszego wykonywania działalności telekomunikacyjnej w Polsce.

Regulacje KRRiT dotyczą również obu naszych segmentów biznesowych, lecz mają większy wpływ na działalność segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej. Jako nadawca telewizyjny działający w Polsce podlegamy licznym obowiązkom o charakterze prawnym i administracyjnym, dotyczącym między innymi czasu nadawania, zawartości programów oraz emisji reklam. Ponadto KRRiT regularnie monitoruje zgodność naszych działań z warunkami posiadanych przez nas koncesji nadawczych, przepisami Ustawy o radiofonii i telewizji oraz z wewnętrznymi wytycznymi KRRiT. Nie możemy zapewnić, że będziemy w stanie spełnić liczne wymogi nałożone na działalność naszego segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej poprzez nasze koncesje nadawcze, Ustawę o radiofonii i telewizji oraz inne przepisy, w szczególności te regulujące zawartość programów. W przypadku naruszenia przez nas obowiązujących przepisów, KRRiT może na nas nałożyć karę pieniężną w wysokości do 50% rocznej opłaty za korzystanie z danej częstotliwości.

Przepisy regulujące działalność nadawczą podlegają okresowym i bieżącym rewizjom przez uprawnione organy, dlatego też nie możemy zagwarantować, że przyszłe zmiany polskich przepisów nie wpłyną negatywnie na naszą ofertę programową lub na sposób prowadzenia naszej działalności. Na przykład, nasze przychody ze sponsoringu mogą się obniżyć w wyniku wprowadzenia nowych ograniczeń odnośnie czasu trwania i treści spotów sponsorskich, które weszły w życie w kwietniu 2011 roku. Takie nowe ograniczenia mogą obniżyć atrakcyjność spotów sponsorskich dla reklamodawców w Polsce, a w rezultacie spowodować spadek przychodów, które uzyskujemy z działalności sponsorskiej.

Nasza działalność DTH może w przyszłości podlegać regulacjom dotyczącym zagospodarowania przestrzennego, środowiska naturalnego lub innych dziedzin, które ograniczą swobodę rozmieszczania anten satelitarnych. Możemy także napotykać na presję ze strony mieszkańców kraju odnośnie miejsc umieszczenia naszych anten satelitarnych. Wszelkie ograniczenia prawne lub tarcia społeczne związane z umiejscowieniem anten satelitarnych mogą obniżyć atrakcyjność naszych usług DTH oraz doprowadzić do utraty abonentów.

Jesteśmy również zobowiązani do przestrzegania przepisów prawa Wielkiej Brytanii, które ograniczają sposób prowadzenia naszej działalności. Zadaniem Ofcom jest dopilnować, abyśmy spełniali liczne wymogi o charakterze prawnym i administracyjnym, w szczególności te określone w brytyjskiej Ustawie o mediach i telekomunikacji z 2003 roku (UK Communications Act). Za naruszenie warunków koncesji, Ofcom może nałożyć na koncesjonariusza sankcje, w tym wymogi dotyczące treści usług objętych koncesją. Sankcje stosowane przez Ofcom mogą obejmować wyemitowanie wyników ustaleń Ofcom, nałożenie kary pieniężnej na koncesjonariusza, lub cofnięcie koncesji na nadawanie.

Postępowanie niezgodne z obowiązującymi nas przepisami ustaw lub rozporządzeń może mieć istotny negatywny wpływ na naszą działalność operacyjną, sytuację finansową i osiągnięte wyniki.

**Nasze koncesje na nadawanie telewizji mogą zostać cofnięte lub mogą nie zostać przedłużone po ich wygaśnięciu.**

Prowadzenie naszej działalności wymaga uzyskania koncesji wydawanych przez Ofcom lub KRRiT, a takie koncesje mogą zostać cofnięte lub mogą nie zostać przedłużone po ich wygaśnięciu. Jeśli chodzi o nasz segment operacyjny usług

świadczonej klientom indywidualnym, istnieją wątpliwości, czy prowadzenie takiej działalności wymaga posiadania stosownej koncesji. Pomimo tego uzyskaliśmy koncesję na rozprowadzanie niektórych programów TV, które obecnie oferujemy naszym abonentom drogą satelitarną. Nasza koncesja na rozprowadzanie programów wygaśnie w 2013 roku. Posiadamy również dwie koncesje na nadawanie naziemne oraz kilka koncesji na nadawanie satelitarne. Wszystkie koncesje na nadawanie telewizji są udzielane przez KRRiT na czas ograniczony. Nasza koncesja na nadawanie analogowej telewizji naziemnej wygaśnie w 2014 roku, natomiast nasze koncesje na nadawanie drogą satelitarną wygasną w różnych okresach w latach 2014 - 2020.

W celu utrzymania naszych koncesji na nadawanie telewizji, musimy przestrzegać odpowiednich przepisów ustawowych i wykonawczych ustanowionych przez KRRiT i Ofcom, jak również warunków określonych w tych koncesjach. Niezastosowanie się do przepisów obowiązującego prawa lub naruszenie warunków koncesji nadawczej, w szczególności w odniesieniu do ram czasowych rozpoczęcia nadawania kanału, może skutkować cofnięciem danej koncesji lub nałożeniem kar. Posiadane przez nas koncesje na nadawanie mogą zostać cofnięte również w przypadku, gdy będziemy wykonywali działalność w sposób sprzeczny z odpowiednimi przepisami prawa lub warunkami naszych koncesji, oraz gdy nie zdołamy usunąć takiego stanu sprzeczności w stosownym okresie karencji. W szczególności istnieje ryzyko, że KRRiT uzna, iż jesteśmy faktycznie zobowiązani do uzyskania koncesji na działalność prowadzoną przez nasz segment usług świadczonych klientom indywidualnym, oraz że posiadana przez nas koncesja na rozprowadzanie programów jest niewystarczająca, gdyż nie wyszczególnia wielu z kanałów telewizyjnych, które obecnie oferujemy. Ofcom może cofnąć koncesję z wielu powodów, takich jak naruszenie warunków koncesji, nieprzestrzeganie instrukcji, czy nałożenie sankcji.

Oprócz możliwości cofnięcia koncesji, istnieje ryzyko, że koncesje udzielone nam przez KRRiT nie zostaną przedłużone przed lub w momencie ich wygaśnięcia. Ustawa o radiofonii i telewizji nie precyzuje, czy koncesje nadawcze ulegają automatycznemu przedłużeniu po upływie okresu ich ważności. Nie możemy zapewnić, że będziemy w stanie przedłużyć ważność posiadanych przez nas koncesji na nadawanie na tych samych warunkach lub w ogóle.

Cofnięcie którejkolwiek z posiadanych przez nas koncesji lub jej nieprzedłużenie może spowodować konieczność wstrzymania lub całkowitego zaprzestania naszej działalności w zakresie objętym daną koncesją.

***Przejście POLSATU z analogowej technologii nadawania na cyfrową może nie zostać ukończone na czas lub w ogóle, a to może skutkować utratą koncesji na nadawanie telewizji lub dużymi karami pieniężnymi.***

Jesteśmy zobowiązani do zmiany technologii nadawania naszego głównego kanału – POLSAT – z naziemnej analogowej na cyfrową poprzez MUX-2. Rozpoczęliśmy już pokrywanie poszczególnych obszarów Polski w terminach określonych w naszej koncesji (wrzesień 2010), lecz uzgodniony z operatorem MUX-2 harmonogram techniczny zakończenia tego procesu nie jest obecnie w pełni skorelowany z harmonogramem ustalonym w decyzjach regulacyjnych. Mimo, że organy regulacyjne są świadome powyższego opóźnienia, a problem niezgodności harmonogramów ustalonych w koncesjach nadawczych oraz umowie z operatorem MUX-2 dotyczy wszystkich prywatnych nadawców korzystających z MUX-2, jeśli nie uda się nam zmienić technologii nadawania w wymaganym terminie, KRRiT ma prawo do cofnięcia naszej koncesji telewizyjnej. Nie posiadając takiej licencji byłibyśmy zmuszeni do wstrzymania nadawania kanału POLSAT. Nawet jeśli KRRiT nie cofnie naszej koncesji, brak terminowego przejścia z technologii analogowej na cyfrową mógłby narazić nas na karę pieniężną w wysokości do 50% rocznej opłaty za korzystanie z koncesji na nadawanie kanału.

***Nie możemy wykluczyć, że w przyszłości Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) uzna, że stosowane przez nas praktyki ograniczają konkurencję lub naruszają polskie przepisy ochrony konsumentów.***

Nasze działania są często monitorowane przez organy ochrony konkurencji pod kątem przestrzegania polskich przepisów zakazujących stosowania praktyk ograniczających konkurencję lub naruszających zbiorowe interesy konsumentów, tak jak podawanie nieścisłych informacji, nieuczciwe praktyki rynkowe i stosowanie zakazanych klauzul umownych. Ponadto UOKiK, a także osoby fizyczne, mogą rozpocząć przeciwko nam postępowanie sądowe w celu wyjaśnienia czy nasza standardowa umowa abonencka nie zawiera prawnie zabronionych zapisów. Jeżeli decyzją sądu nasze praktyki lub warunki umowy zostaną uznane za wprowadzające w błąd lub za sprzeczne z polskim prawem ochrony konsumentów, możemy zostać ukarani karą pieniężną oraz może ucierpieć na tym nasza reputacja.

W przypadku stwierdzenia przez Prezesa UOKiK, że stosowane przez nas praktyki ograniczają konkurencję lub naruszają prawa ochrony konsumentów, Prezes UOKiK może nam nakazać zaniechanie ich stosowania. Ponadto Prezes UOKiK może nałożyć na nas karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego przez nas w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary.

***Utrata wartości firmy i utrata wartości marki w segmentach usług dla klientów indywidualnych oraz nadawania i produkcji telewizyjnej może mieć negatywny wpływ na naszą działalność***

W wyniku przejęcia mPunkt, Telewizji Polsat, INFO-TV-FM oraz spółek z Grupy Redefine Sp. z o.o., Netshare Sp. z o.o., Frazpc.pl Sp. z o.o. i Gery.pl Sp. z o.o. utrzymujemy w bilansie znaczne wartości firmy oraz wartość marki. Co roku testujemy, czy wartości firmy i marka przypisane do segmentów nie wykazały utraty wartości, szacując możliwą do odzyskania wartość ośrodka wypracowującego środki pieniężne w oparciu o wartość użytkową. Jeżeli którekolwiek z kluczowych założeń, jakie wykorzystujemy w testach na utratę wartości, ulegną niekorzystnym zmianom, może to mieć negatywny wpływ na naszą działalność, sytuację finansową i osiągnięte wyniki finansowe.

***Częste zmiany i nieściśłości w polskich przepisach podatkowych mogą wpływać niekorzystnie na naszą działalność***

Polski system podatkowy charakteryzuje się niskim poziomem stabilności. Przepisy podatkowe często ulegają zmianom, zwykle na niekorzyść podatników, mogą one również wymagać zmian w celu wdrożenia nowej legislacji europejskiej.

Rozliczenia podatkowe oraz inne obszary działalności podlegające regulacjom (na przykład sprawy celne czy dewizowe) mogą być przedmiotem kontroli organów administracyjnych, które uprawnione są do nakładania wysokich kar i sankcji. Brak odniesienia do utrwalonych regulacji prawnych w Polsce powoduje występowanie w obowiązujących przepisach niejasności i niespójności. Często występujące różnice w opiniach, co do interpretacji prawnej przepisów podatkowych zarówno wewnątrz organów państwowych, jak i pomiędzy organami państwowymi i przedsiębiorstwami, powodują powstawanie obszarów niepewności i konfliktów. Zjawiska te powodują, że ryzyko podatkowe w Polsce jest znacząco wyższe niż istniejące zwykle w krajach o bardziej rozwiniętym systemie podatkowym. Rozliczenia podatkowe mogą być przedmiotem kontroli przez okres pięciu lat, począwszy od końca roku, w którym nastąpiła zapłata podatku.

Wyżej wymienione czynniki mogą mieć istotny negatywny wpływ na naszą działalność, sytuację finansową, osiągnięte wyniki i przepływy pieniężne.

***Ryzyko związane z Obligacjami Senior Notes o oprocentowaniu 7,125% oraz z Umową Kredytową (SFA)***

***Emitentem Obligacji jest finansująca spółka celowa nieprowadząca własnej działalności operacyjnej. Emitent spłaca Obligacje z płatności uzyskiwanych od nas w ramach spłaty Pożyczki Finansowanej Obligacjami (ang. Notes Proceeds Loan), natomiast my spłacamy Pożyczkę Finansowaną Obligacjami z wpłat uzyskiwanych od naszych podmiotów zależnych. Dokonywanie takich wpłat przez nasze spółki zależne może podlegać różnym ograniczeniom.***

Znaczna część naszej działalności jest prowadzona poprzez spółki zależne bezpośrednio lub pośrednio, a Emitent będzie spłacał Obligacje wyłącznie z płatności uzyskiwanych od nas w ramach spłaty Pożyczki Finansowanej Obligacjami. Natomiast nasze spłaty Pożyczki Finansowanej Obligacjami, Obligacji oraz innych zobowiązań są obsługiwane z płatności otrzymywanych od naszych podmiotów zależnych. Obsługa naszych zobowiązań, w tym z tytułu Obligacji oraz Umowy Kredytowej (SFA), jest uzależniona od otrzymywania dywidend oraz innych płatności od naszych spółek zależnych bezpośrednio lub pośrednio. Wyплаты dywidend, udzielanie pożyczek lub dokonywanie przedpłat na naszą rzecz przez spółki zależne może podlegać różnym ograniczeniom lub zostać uniemożliwione z powodu istniejącego jak i przyszłego zadłużenia niektórych z tych spółek, w tym również z tytułu naszej Umowy Kredytowej (SFA). Ponadto, możliwości wypłaty dywidend, udzielania pożyczek lub dokonywania przedpłat na naszą rzecz przez spółki zależne mogą być ograniczone przepisami prawa jurysdykcji, w których takie spółki zostały założone lub mają swoją siedzibę. Każda z powyżej opisanych sytuacji może utrudnić Gwarantowi obsługę jego zobowiązań, a w rezultacie wpływać niekorzystnie na naszą zdolność do obsługi naszych zobowiązań z tytułu Obligacji. W przypadku braku płatności ze strony naszych spółek zależnych, możemy nie znaleźć innych źródeł finansowania, które pozwoliłyby nam na dokonywanie płatności w ramach spłaty Pożyczki Finansowanej Obligacjami lub Obligacji.

***Obsługa naszego zadłużenia wymaga znacznych ilości środków pieniężnych. Nasza zdolność do generowania wystarczających środków pieniężnych zależy od wielu czynników, z których wiele jest poza naszą kontrolą.***

Nasze możliwości obsługi lub spłaty zadłużenia będą zależały od naszych przyszłych wyników operacyjnych oraz zdolności do generowania przepływów gotówkowych wystarczających na dokonywanie takich płatności oraz zaspokojenie naszych pozostałych zobowiązań. Zależy to, w znacznym stopniu, od ogólnej sytuacji gospodarczej, warunków finansowych, konkurencji na rynku, przepisów ustawowych i wykonawczych, jak również od wielu innych czynników omówionych w tym rozdziale, na które często nie mamy wpływu.

W przeszłości obsługa naszego zadłużenia oraz inne potrzeby gotówkowe były finansowane przepływami środków pieniężnych z działalności operacyjnej oraz kredytami odnawialnymi. W rezultacie nabycia Telewizji Polsat, oraz powiązanych transakcji finansowych, nastąpił znaczny wzrost naszych zobowiązań z tytułu obsługi zadłużenia. Nie możemy zagwarantować, że w przyszłości będziemy generować wystarczające przepływy pieniężne z działalności operacyjnej, ani też że uzyskamy dostęp do finansowania dłużnego i kapitałowego w kwotach, które umożliwią nam terminową spłatę zadłużenia lub zaspokojenie innych potrzeb finansowych.

Jeśli nasze przyszłe przepływy pieniężne z działalności operacyjnej oraz inne zasoby kapitałowe okażą się niewystarczające do spłaty naszych zobowiązań w terminie ich wymagalności lub do pokrycia naszych potrzeb płynnościowych, możemy zostać zmuszeni do:

- ograniczenia lub odroczenia pewnych działań biznesowych oraz nakładów inwestycyjnych;
- sprzedaży aktywów;
- zaciągnięcia dodatkowego zadłużenia lub pozyskania kapitału; lub
- restrukturyzacji lub refinansowania całości lub części naszego zadłużenia, w tym Obligacji w terminie ich wymagalności lub wcześniej.

Poza tym warunki emisji Obligacji oraz nasza Umowa Kredytowa (SFA) ograniczają naszą zdolność do podejmowania takich alternatywnych działań i, jeśli zajdzie taka potrzeba, być może nie uda się nam przeprowadzić powyższych działań na warunkach ekonomicznie uzasadnionych, lub w ogóle nie uda nam się ich przeprowadzić. Refinansowanie naszego zadłużenia mogłoby wymagać przyjęcia wyższych stóp procentowych lub spełnienia bardziej uciążliwych kowenantów, które mogłyby dodatkowo ograniczać naszą działalność. Gdybyśmy uzyskali dodatkowe finansowanie poprzez zadłużenie, związane z tym ryzyko będzie wyższe.

Ponadto, poważne zmiany sytuacji płynnościowej rynków powodujące zaostrzenia na rynkach kredytowych oraz ograniczenie dostępności finansowania zadłużeniem lub kapitałem mogą wpływać na nasz dostęp do finansowania i powiązane koszty finansowania, co może mieć istotny niekorzystny wpływ na naszą zdolność do uzyskania i zarządzania płynnością, uzyskania dodatkowego kapitału, czy też restrukturyzacji lub refinansowania naszego obecnego zadłużenia.

Jeśli nie będziemy regulowali płatności zgodnie z warunkami dotyczącymi naszego zadłużenia, zadłużenie to wraz z długami zaciągniętymi na podstawie innych umów lub instrumentów dłużnych, zawierających klauzule wzajemnego niewykonania (*cross-default*) lub wzajemnej wcześniejszej spłaty (*cross-acceleration*), mogą zostać postawione w stan wymagalności na żądanie, a my możemy nie mieć wystarczających środków na spłatę wszystkich naszych zobowiązań, w tym Obligacji. Niezdolność do generowania przepływów pieniężnych wystarczających na zaspokojenie zobowiązań obsługi zadłużenia, lub brak możliwości restrukturyzacji lub refinansowania naszego zadłużenia na warunkach ekonomicznie uzasadnionych lub w ogóle brak możliwości restrukturyzacji lub refinansowania naszego zadłużenia, miałyby potencjalnie poważny negatywny wpływ na naszą działalność, sytuację finansową i osiągnięte wyniki, jak również na naszą zdolność do wypełnienia naszych zobowiązań z tytułu Obligacji.

***Możemy nie być w stanie zapewnić refinansowania naszego obecnego zadłużenia lub uzyskać korzystnych warunków refinansowania, ani też pozyskać finansowania dla nowych projektów.***

Jesteśmy narażeni na zwyczajne ryzyko związane z pozyskiwaniem finansowania poprzez zadłużenie, w tym również na ryzyko, że takie zadłużenie nie zostanie przedłużone, spłacone lub refinansowane w terminie wymagalności, lub że warunki uzyskania przedłużenia lub refinansowania zadłużenia będą mniej korzystne. W przyszłości możemy mieć również potrzebę podniesienia kapitału zakładowego, jeśli nasze przepływy pieniężne z działalności operacyjnej będą niewystarczające do zapewnienia płynności finansowej lub realizacji nowych projektów. W zależności od naszych potrzeb kapitałowych, warunków rynkowych i innych czynników, możemy być zmuszeni do pozyskania dodatkowego finansowania poprzez instrumenty dłużne lub oferty akcji. Jeżeli nie będziemy w stanie refinansować zadłużenia na akceptowalnych warunkach, lub w ogóle, możemy być zmuszeni do zbycia aktywów na niekorzystnych warunkach, lub do ograniczenia lub zawieszenia pewnych działań, co miałoby istotny niekorzystny wpływ na naszą sytuację finansową i wyniki działalności. Jeżeli nie zdołamy pozyskać finansowania dla nowych projektów, będziemy zmuszeni ich zaniechać, co może mieć niekorzystny wpływ na naszą spółkę oraz jej konkurencyjność.

**Obligacje i Gwarancje naszych spółek zależnych niepełniących roli gwaranta będą strukturalnie podporządkowane zadłużeniu i akjom uprzywilejowanym, jeśli takie wystąpią.**

Nie wszystkie nasze spółki zależne będą gwarantowały spłatę Obligacji. W przypadku, gdy wobec spółki zależnej nie pełniącej roli gwaranta będzie prowadzone postępowanie przejęcia obciążonych aktywów, rozwiązania, likwidacji, reorganizacji, ustanowienia zarządu przymusowego lub inne postępowanie związane z upadłością lub niewypłacalnością:

- wierzyciele Emitenta i Gwarantów (w tym posiadacze Obligacji) nie będą mieli prawa egzekucji z aktywów takiej spółki zależnej; oraz
- wierzyciele takiej spółki zależnej nie pełniącej roli gwaranta, w tym wierzyciele handlowi i akcjonariusze uprzywilejowani (jeśli występują) będą uprawnieni do otrzymania pełnej płatności ze środków uzyskanych ze sprzedaży lub innego zbycia aktywów takiej spółki zależnej przed jakimikolwiek Gwarantami, jako że bezpośredni lub pośredni akcjonariusz będzie uprawniony do otrzymania wszelkich wypłat z takiej spółki zależnej.

Kowenanty określone w Umowach regulujących Obligacje i Kredyty (SFA) nakładają na nas znaczące ograniczenia operacyjne i finansowe oraz mogą ograniczać naszą zdolność do prowadzenia działalności, a w konsekwencji do spłaty Obligacji. Niespełnienie powyższych kowenantów, nawet tych, na które nie mamy wpływu, może skutkować niewywiązaniem się z umów, co może mieć znaczący negatywny wpływ na naszą sytuację finansową i osiągnięte wyniki.

Warunki emisji Obligacji zawierają, a inne przyszłe ustalenia finansowe mogą zawierać, kowenanty ograniczające naszą zdolność do finansowania przyszłej działalności operacyjnej lub ograniczające nasze potrzeby kapitałowe, lub ograniczające możliwość wykorzystania korzyści biznesowych. Kowenanty te ograniczają naszą możliwość między innymi:

- zaciągania lub gwarantowania dodatkowego zadłużenia;
- dokonywania określonych zastrzeżonych płatności lub inwestycji;
- sprzedaży, dzierżawy lub przenoszenia własności pewnych aktywów, w tym akcji zastrzeżonych spółek zależnych Cyfrowego Polsatu;
- zawierania pewnych transakcji z podmiotami powiązanymi;
- ustanawiania lub utrzymywania określonych zastawów;
- nakładania ograniczeń na zdolność zastrzeżonych spółek zależnych do wypłaty dywidend lub dokonywania innych płatności, udzielania pożyczek lub wypłaty zaliczek, lub przenoszenia aktywów na rzecz Cyfrowego Polsatu i jego zastrzeżonych spółek zależnych;
- osłabienia zabezpieczeń wiarygodności ustanowionych na rzecz Obligatariuszy;
- przeprowadzania fuzji, konsolidacji, lub łączenia się z innymi podmiotami; oraz
- określania zastrzeżonych spółek zależnych jako niezastawione spółki zależne.

Nasza Umowa Kredytowa (SFA) zawiera kowenanty, ograniczające naszą zdolność między innymi do:

- dokonywania przejęć lub inwestycji;
- udzielania pożyczek lub innego finansowania innym podmiotom;
- zaciągania zadłużenia lub udzielania gwarancji;
- ustanawiania zabezpieczeń;
- sprzedaży, dzierżawy, przenoszenia własności lub zbywania aktywów;
- przeprowadzania fuzji lub konsolidacji z innymi spółkami;
- istotnej zmiany ogólnego charakteru naszej działalności;
- wypłaty dywidend, wykupu akcji własnych, spłaty zadłużenia wewnątrzgrupowego, lub wykupu lub zmniejszenia zadłużenia podporządkowanego;
- spłaty kapitału niektórych instrumentów dłużnych, w tym Obligacji;
- emitowania akcji;
- zawierania transakcji joint venture;

- dokonywania wypłat na rzecz pewnych inwestorów lub wierzycieli;
- zawierania transakcji na określonych instrumentach pochodnych;
- zawierania transakcji na warunkach innych niż rynkowe;
- zawierania transakcji sprzedaży lub leasingu zwrotnego; oraz
- zmiany niektórych umów, w tym umów dotyczących Obligacji.

Ponadto Umowa Kredytowa (SFA) zobowiązuje nas do przestrzegania pewnych kowenantów nakazujących oraz określonych kowenantów finansowych, które wymagają utrzymania wskaźnika dźwigni finansowej (liczonego jako stosunek całkowitego zadłużenia netto w ostatnim dniu stosownego okresu do skonsolidowanego EBITDA) poniżej ustalonego poziomu. Ponadto wskaźnik pokrycia odsetek (liczony jako stosunek skonsolidowanego EBITDA do obciążeń finansowych netto) oraz wskaźnik pokrycia przepływami pieniężnymi (liczony jako stosunek skonsolidowanych przepływów pieniężnych do kosztów obsługi zadłużenia) muszą osiągać uzgodnione poziomy.

Obostrzenia zawarte w Umowie Kredytowej (SFA) oraz w Umowie Obligacji mogą ograniczać naszą zdolność do prowadzenia działalności lub reagowania na zmieniające się warunki rynkowe, lub do wykorzystywania nadarzających się okazji biznesowych. Na przykład takie ograniczenia mogą wpływać niekorzystnie na nasze możliwości w zakresie finansowania działalności, dokonywania strategicznych przejęć, inwestycji lub zawierania sojuszy, restrukturyzacji naszej firmy, lub finansowania naszych potrzeb kapitałowych. Dodatkowo, możliwość spełniania powyższych kowenantów i ograniczeń może zależeć od wydarzeń, na które nie mamy wpływu, takich jak warunki utrzymujące się w gospodarce, na rynkach finansowych lub w naszej branży. Naruszenie któregośkolwiek z powyższych kowenantów lub ograniczeń może zostać uznane za niedotrzymanie Umowy Kredytowej (SFA), Umowy Obligacji, lub innych umów dotyczących naszego zadłużenia.

W przypadku niewywiązania się z umów dotyczących naszych instrumentów dłużnych (jeżeli nie nastąpi zrzeczenie się praw z tytułu takiego naruszenia przez wierzycieli lub naruszenie nie zostanie zniesione) nasi wierzyciele mogą dokonać wypowiedzenia swoich wierzytelności określonych w umowach instrumentów dłużnych oraz postawić wszystkie niespłacone kwoty takiego zadłużenia w stan natychmiastowej wymagalności, co mogłoby doprowadzić do automatycznego naruszenia umów innych instrumentów dłużnych, w tym Obligacji. Możliwość terminowej spłaty kapitału i płatności odsetek od naszego zadłużenia, w tym Obligacji i Kredytów (SFA), oraz finansowania naszej bieżącej działalności będzie zależała od naszych przyszłych wyników finansowych oraz zdolności do generowania środków pieniężnych, które będą w pewnym stopniu uzależnione od ogólnej sytuacji gospodarczej, warunków finansowych, konkurencji na rynku, regulacji prawnych, jak również od wielu innych czynników, w tym od czynników omówionych w tym rozdziale, na które często nie mamy wpływu. Podjęcie wyżej wymienionych działań mogłoby doprowadzić do bankructwa lub likwidacji naszej spółki, co mogłoby oznaczać, że nie będziemy w stanie uregulować naszych zobowiązań wynikających z Obligacji.

***Gwarancje i zabezpieczenia udzielone w celu zabezpieczenia Obligacji mogą być ograniczane przez obowiązujące przepisy prawa lub podlegać innym ograniczeniom i mechanizmom, które mogą wpływać niekorzystnie na ich ważność lub wykonalność.***

Obowiązki Gwarantów mających siedzibę w Polsce, Szwajcarii, Norwegii i Wielkiej Brytanii, jak również egzekwowanie gwarancji lub innych zabezpieczeń udzielonych przez takich Gwarantów, będą ograniczone do maksymalnej kwoty, jaka może zostać zagwarantowana przez danego Gwaranta zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa każdej jurysdykcji, w zakresie, w jakim: udzielenie takiej gwarancji jest sprzeczne z interesem danego Gwaranta; lub obciążenia wynikające z takiej gwarancji przewyższają korzyści danego Gwaranta; lub udzielenie takiej gwarancji stanowiłoby naruszenie zasad pomocy finansowej lub przepisów o niedostatecznej kapitalizacji lub jakichkolwiek innych przepisów ustawowych oraz powodowałoby naruszenie obowiązków powierniczych przez dyrektorów danego Gwaranta skutkujące odpowiedzialnością cywilną lub karną. Zatem, egzekwowanie tego typu gwarancji lub zabezpieczeń od danego Gwaranta podlegałoby pewnym mechanizmom ochronnym dostępnym gwarantom lub, w niektórych przypadkach, ograniczeniom zawartym w warunkach takich gwarancji lub odpowiednich Dokumentach Zabezpieczeń mających na celu zapewnienie zgodności z wymogami ustawowymi obowiązującymi danego Gwaranta. W rezultacie zobowiązania Gwaranta z tytułu udzielonej gwarancji lub zabezpieczenia mogą zostać znacząco zredukowane lub wyeliminowane całkowicie, w zależności od prawa obowiązującego Gwaranta. Możliwe jest, że Gwarant, lub wierzyciel Gwaranta, lub syndyk masy upadłościowej w przypadku upadłości Gwaranta, zakwestionuje ważność i wykonalność gwarancji lub zabezpieczenia udzielonego przez Gwaranta na podstawie któregośkolwiek z powyższych powodów, oraz że właściwy sąd orzeknie o ograniczeniu lub anulowaniu takiej gwarancji lub zabezpieczenia. W stopniu, w jakim mają zastosowanie uzgodnione ograniczenia zobowiązań z tytułu gwarancji lub zabezpieczenia, Obligacje zostaną skutecznie podporządkowane wszystkim zobowiązaniom danego Gwaranta, w tym

zobowiązaniom handlowym Gwaranta, lub zobowiązania z tytułu gwarancji zostaną uznane za niewykonalne. Gwarancje lub zabezpieczenia udzielone w przyszłości mogą podlegać analogicznemu ograniczeniu.

***Przepisy dotyczące nielegalnego transferu majątku, prawo upadłościowe oraz inne ograniczenia nałożone na Gwarancje i zabezpieczenia Obligacji mogą mieć istotny niekorzystny wpływ na ważność i wykonalność Gwarancji, oraz mogą być mniej korzystne dla wierzycieli niż przepisy obowiązujące w innych krajach.***

Gwaranci udzielają gwarancji spłaty Obligacji z zachowaniem pierwszeństwa zabezpieczenia. Gwaranci są podmiotami prawa Polski, Szwajcarii, Norwegii oraz Wielkiej Brytanii. Pomimo różnic w przepisach prawnych poszczególnych jurysdykcji, sąd, opierając się na przepisach o nielegalnym transferze majątku oraz innych przepisach prawa, może na ogół podporządkować lub unieważnić gwarancję oraz, jeśli dokonano już płatności z tytułu danej gwarancji, żądać zwrotu takiej płatności na rzecz gwaranta, w przypadku gdy sąd stwierdzi, że:

- rzeczywistym zamiarem udzielenia gwarancji było utrudnienie i opóźnienie spłaty lub oszukanie wierzycieli lub akcjonariuszy gwaranta, a w niektórych jurysdykcjach wystarczy, że beneficjent był świadomy niewypłacalności gwaranta w momencie wystawiania gwarancji;
- Gwarant nie otrzymał godziwego wynagrodzenia lub odpowiedniej równowartości w zamian za udzielenie gwarancji, lub że Gwarant: (i) był niewypłacalny lub został uznany za niewypłacalnego wskutek udzielenia gwarancji, (ii) był niedokapitalizowany lub stał się niedokapitalizowany wskutek udzielenia gwarancji, lub (iii) zamierzał lub miał nadzieję zaciągnąć zadłużenie, którego nie byłby w stanie spłacić w terminie wymagalności;
- udzielenie gwarancji nie leżało w interesie gwaranta, ani nie przyniosło żadnych korzyści korporacyjnych; lub
- łączna kwota płatności lub zobowiązań z tytułu gwarancji była wyższa od maksymalnej kwoty dozwolonej obowiązującymi przepisami prawa.

Przepisy poszczególnych państw dotyczące nielegalnego transferu majątku odnoszą się do różnych miar niewypłacalności. Niemniej jednak na ogół, Gwarant zostanie uznany za niewypłacalnego, jeżeli nie będzie w stanie spłacać swoich długów w terminie wymagalności, nie będzie miał dostępu do nowych kredytów i/lub jeżeli jego zobowiązania przewyższą aktywa. Jeśli sąd zadecyduje, że udzielenie danej Gwarancji było nielegalnym transferem majątku oraz unieważni taką Gwarancję, lub uzna ją za niewykonalną z jakiegokolwiek innego powodu, wtedy Obligatariusze utracą swoje roszczenia względem danego Gwaranta i od tego momentu będą wierzycielami wyłącznie Emitenta oraz pozostałych Gwarantów.

***Ustanowione Zabezpieczenie może być niewystarczające do pokrycia zobowiązań wynikających z Obligacji.***

Obligacje i Gwarancje zostaną zabezpieczone prawami do Zabezpieczenia, które będzie służyło również do zabezpieczenia zobowiązań wynikających z Kredytów (SFA). Powyższe Zabezpieczenie może również zabezpieczać dodatkowe zadłużenie w zakresie w jakim jest dozwolone przez Umowę Obligacji i Umowy pomiędzy Kredytodawcami. Prawa Obligatariuszy do Zabezpieczenia mogą zostać rozwodnione poprzez wzrost zadłużenia priorytetowego objętego Zabezpieczeniem, lub poprzez zmniejszenie Zabezpieczenia udzielonego dla Obligacji.

Wartość Zabezpieczenia oraz kwota możliwa do uzyskania z egzekucji Zabezpieczenia będą uzależnione od wielu czynników, takich jak m.in. możliwość sprzedaży Zabezpieczenia w zwykłej transakcji sprzedaży, sytuacja gospodarcza, oraz istnienie nabywców. Wartość księgowa Zabezpieczenia nie powinna być uznawana za wyznacznik wartości możliwej do uzyskania ze sprzedaży aktywów. Zabezpieczenie może być w całości lub w części niepłynne, a jego wartość rynkowa może być trudna do ustalenia. Podobnie, nie możemy zapewnić, że znajdzie się rynek sprzedaży Zabezpieczenia, lub że likwidacja Zabezpieczenia odbędzie się bez znaczącego opóźnienia nawet jeśli taki rynek istnieje. Ponadto, zastawione akcje spółek mogą okazać się bezwartościowe, jeśli wobec danej jednostki toczy się postępowanie upadłościowe lub postępowanie związane z niewypłacalnością. Aktywa objęte Zabezpieczeniem są zlokalizowane w wielu krajach, dlatego też ewentualne zajęcie obciążonych aktywów musiałoby być prowadzone w wielu jurysdykcjach, co mogłoby ograniczyć cenę możliwą do uzyskania z ich sprzedaży. Na przykład, przepisy prawa dotyczące upadłości, niewypłacalności, ustanowienia zarządu przymusowego oraz inne ustawy obowiązujące w różnych krajach mogą się istotnie różnić a nawet być ze sobą sprzeczne, w tym w zakresie praw wierzycieli, pierwszeństwa realizacji zobowiązań wobec państwa lub innych wierzycieli, możliwości otrzymania odsetek po złożeniu pozwu, jak również czasu trwania postępowania.

***W każdej jurysdykcji nadzór nad Zabezpieczeniem sprawuje Agent ds. Zabezpieczeń. Zgodnie z prawem angielskim, Agent ds. Zabezpieczeń sprawuje zarząd powierniczy nad wszystkimi zabezpieczeniami w imieniu każdej z Zabezpieczonych Stron, w tym Powiernika Obligacji i każdego z Obligatariuszy. Na korzyść Agenta ds. Zabezpieczeń ustanowiono również bezpośrednie zobowiązanie do zapłaty, lub "dług równoległy", przez każdego dłużnika będącego stroną Umowy pomiędzy Kredytodawcami, włączając wszystkich gwarantów i strony udzielające zabezpieczeń Obligacji. Zdolność Agenta ds. Zabezpieczeń do egzekwowania zabezpieczenia może być ograniczona przez prawo krajowe.***

Zdolność Agenta ds. Zabezpieczeń do egzekwowania zabezpieczenia podlega bezwzględnie obowiązującym przepisom prawa każdej z jurysdykcji, w której ustanowiono zabezpieczenie. Istnieją pewne wątpliwości na gruncie prawa niektórych jurysdykcji, w tym Polski, Norwegii i Szwajcarii, co do zasadności uznawania oraz możliwości wykorzystania trustów, w tym także zarządu powierniczego nad zabezpieczeniem utworzonym na mocy Umowy pomiędzy Kredytodawcami. W celu rozwiązania wątpliwości, w ramach Umowy pomiędzy Kredytodawcami każdy z dłużników (włączając wszystkich gwarantów i strony udzielające zabezpieczeń Obligacji) przyjął na siebie bezpośrednie zobowiązanie do dokonania zapłaty ("Dług Równoległy") na rzecz Agenta ds. Zabezpieczeń. Postanowienia umowne odnośnie Długu Równoległego zezwalają Agentowi ds. Zabezpieczeń na podejmowanie działań we własnym imieniu w charakterze wierzyciela. Zgodnie z zapisami Umowy pomiędzy Kredytodawcami, Dług Równoległy jest zobowiązaniem do zapłaty Agentowi ds. Zabezpieczeń wszelkich kwot, które dłużnik będzie od czasu do czasu zobowiązany zapłacić na rzecz zabezpieczonych stron na podstawie dokumentów dłużnych, w tym Obligacji i Umowy Obligacji ("Zobowiązania Podstawowe"). Dług Równoległy stanowi odrębne zobowiązanie każdego z powyższych dłużników wobec Agenta ds. Zabezpieczeń, niezależne od Zobowiązań Podstawowych. Postanowienia umowne odnośnie Długu Równoległego ustanawiają zabezpieczone zobowiązanie w zakresie każdego z Dokumentów Zabezpieczenia zabezpieczającego spłatę Obligacji i innego zadłużenia objętego Umową pomiędzy Kredytodawcami. Dokonanie płatności w ramach spłaty Zobowiązań Podstawowych zwalnia odpowiednią kwotę Długu Równoległego, natomiast dokonanie płatności w ramach spłaty Długu Równoległego zwalnia odpowiednią kwotę Zobowiązań Podstawowych. W związku z przyznaniem Agentowi ds. Zabezpieczeń prawa do zabezpieczenia (w tym również w celu zabezpieczenia spłaty Długu Równoległego), Powiernik Obligacji i Obligatariusze nie będą mieli bezpośredniego zabezpieczenia ani nie będą uprawnieni do podejmowania działań egzekucyjnych w odniesieniu do takiego zabezpieczenia, chyba że za pośrednictwem Agenta ds. Zabezpieczeń. W rezultacie Obligatariusze ponoszą pewne ryzyko związane z funkcjonowaniem zarządu powierniczego i Długu Równoległego. Nie możemy również zapewnić, że taka struktura Długu Równoległego będzie skuteczna przed wszystkimi sądami, ponieważ nie ma (lub istnieje niewiele) wytycznych sądowych lub innych wskazań dotyczących skuteczności stosowania takich rozwiązań w każdej właściwej jurysdykcji.

***Egzekwowanie praw Obligatariuszy lub praw wynikających z Gwarancji lub Zabezpieczenia na terenie wielu krajów może okazać się trudne.***

Spółka Emitenta została utworzona zgodnie z prawem Szwecji; Gwaranci są podmiotami prawa Polski, Szwajcarii, Norwegii oraz Wielkiej Brytanii; Zabezpieczenie obejmuje prawa do zabezpieczenia przyznane zgodnie z prawem powyższych jurysdykcji. W przypadku bankructwa, niewypłacalności, ustanowienia zarządu przymusowego lub podobnych zdarzeń, postępowanie może zostać wszczęte w każdym z powyższych krajów. Prawa Obligatariuszy wynikające z Obligacji, Gwarancji i Zabezpieczenia mogą podlegać prawu upadłościowemu i administracyjnemu w kilku jurysdykcjach i nie ma pewności, że Obligatariusze będą w stanie skutecznie dochodzić swoich praw w tak złożonych postępowaniach. Ponadto konieczność egzekwowania Zabezpieczenia w wielu krajach może ograniczyć cenę możliwą do uzyskania ze sprzedaży Zabezpieczenia.

Przepisy prawa dotyczące niewypłacalności, zarządu przymusowego oraz inne ustawy obowiązujące w krajach rejestracji Emitenta i Gwarantów mogą się istotnie różnić lub być sprzeczne ze sobą nawzajem oraz z przepisami prawa Stanów Zjednoczonych, w tym w zakresie praw wierzycieli, pierwszeństwa realizacji zobowiązań wobec państwa lub innych wierzycieli, możliwości otrzymywania odsetek po złożeniu pozwu, czasu trwania postępowania, jak również okresów preferencji. Zastosowanie tych przepisów prawa, oraz wszelkie konflikty pomiędzy nimi występujące, mogą rodzić wątpliwości, czy i w jakim zakresie prawa konkretnej jurysdykcji powinny być stosowane, co może wpływać niekorzystnie na zdolność Obligatariuszy do egzekwowania swoich praw wynikających z gwarancji i dokumentów zabezpieczenia w tych krajach, lub ograniczyć kwoty, które uda im się uzyskać.

***Emitent i Gwaranci będą sprawowali kontrolę nad Zabezpieczeniem, a prowadzenie działalności lub sprzedaż poszczególnych aktywów mogą zmniejszyć pulę aktywów zabezpieczających Obligacje.***

Dokumenty Zabezpieczenia pozostawiają Zabezpieczenie w posiadaniu Emitenta i Gwarantów oraz zezwalają im na sprawowanie wyłącznej kontroli, swobodne operowanie, oraz otrzymywanie, inwestowanie i dysponowanie przychodami

uzyskiwanymi z Zabezpieczenia. Tak długo, dopóki w wyniku następujących działań nie nastąpi naruszenie Umowy Obligacji, Emitent i Gwarant mogą, z zastrzeżeniem ograniczeń zapisanych w Dokumentach Zabezpieczenia i Umowie Kredytowej (SFA), bez zatwierdzenia czy też zgody wyrażonej przez Powiernika lub Agentą ds. Zabezpieczeń, prowadzić zwykłe działania dotyczące Zabezpieczenia, takie jak sprzedaż, modyfikacja, faktoring, zaniechanie lub inne dysponowanie aktywami objętymi zabezpieczeniem, oraz dokonywanie zwykłych płatności gotówkowych, w tym spłaty zadłużenia. Każde z powyższych działań może wpływać na zmniejszenie wartości Zabezpieczenia, co może skutkować ograniczeniem kwot, jakie Obligatariusze będą w stanie uzyskać ze sprzedaży Zabezpieczenia w przypadku egzekucji praw z Zabezpieczenia.

***Uzyskanie odpowiedniej wartości ze sprzedaży Zabezpieczenia Obligacji może okazać się trudne.***

Na Zabezpieczenie Obligacji będą miały wpływ wszelkie wyjątki, wady, niedoskonałości, obciążenia i inne zastawy dozwolone warunkami Umowy Obligacji i Umowy Kredytowej (SFA). Istnienie takich wyjątków, wad, obciążeń, zastawów i innych niedoskonałości może wpływać niekorzystnie na wartość Zabezpieczenia Obligacji, jak również na zdolność Agentą ds. Zabezpieczeń do sprzedaży lub zajęcia tego Zabezpieczenia. Poza tym status pierwszeństwa praw do zabezpieczenia może zależeć od wielu czynników, w tym m.in. od terminowego spełnienia wymogów warunkujących ich skuteczność, ustanowienia zastawu ustawowego, lub zmiany ich charakterystyki zgodnie z prawem poszczególnych jurysdykcji.

Realizacja przez Agentą ds. Zabezpieczeń praw do zabezpieczenia będzie napotykała na problemy natury praktycznej na ogół związane z egzekwowaniem zabezpieczenia. Na przykład, może być wymagane od Agentą ds. Zabezpieczeń uzyskanie zgody osoby trzeciej na egzekwowanie zabezpieczenia. Nie możemy zapewnić, że Agent ds. Zabezpieczeń będzie w stanie taką zgodę uzyskać. Nie możemy również zapewnić wyrażenia zgody przez jakiegokolwiek osoby trzeciej, gdy zajdzie potrzeba dokonania zajęcia aktywów stanowiących zabezpieczenie. W związku z powyższym Agent ds. Zabezpieczeń może nie mieć możliwości zajęcia takich aktywów, co mogłoby doprowadzić do znacznego spadku wartości Zabezpieczenia.

Ponadto, prowadzenie naszej działalności wymaga posiadania wielu koncesji. Eksploatacja majątku stanowiącego część Zabezpieczenia wymaga zezwoleń i koncesji, a w przypadku ich utraty kontynuowanie takiej działalności może zostać zabronione. Nasza działalność podlega wielu przepisom oraz wymogom warunkującym uzyskanie pozwoleń, w związku z czym działalność mogłaby znacząco ucierpieć, gdybyśmy nie byli w stanie spełnić obowiązujących przepisów lub wymogów, czy też zmian wprowadzanych do takich przepisów lub wymogów. W przypadku zajęcia Zabezpieczenia, przeniesienie takich zezwoleń i koncesji na inne podmioty może być zabronione lub może wymagać od nas poniesienia znaczących kosztów i wydatków. Ponadto, nie możemy zapewnić, że właściwe organy władzy wyrażą zgodę na dokonanie przeniesienia wszystkich takich koncesji. Brak uzyskania zgód wymaganych do dokonania przeniesienia, lub opóźnienie w ich uzyskaniu, może spowodować opóźnienia w przeprowadzeniu zajęcia aktywów, tymczasowe wstrzymanie prowadzonej działalności, oraz znaczący spadek wartości Zabezpieczenia.

Aktywa wchodzące w skład omawianego Zabezpieczenia są również zastawione, na zasadzie równorzędności, na rzecz kredytodawców i wystawców akredytyw w ramach Umowy Kredytowej (SFA) oraz na rzecz stron pewnych instrumentów hedgingowych. Ponadto, Umowa Obligacji i Umowa pomiędzy Kredytodawcami zezwalają nam na zaciąganie w przyszłości pewnego dodatkowego, dozwolonego zadłużenia, które będzie objęte Zabezpieczeniem. Zaciągnięcie dodatkowego zabezpieczonego zadłużenia może zmniejszyć kwoty należne posiadaczom Obligacji ze sprzedaży Zabezpieczenia.

Wartość Zabezpieczenia oraz kwota możliwa do uzyskania ze sprzedaży Zabezpieczenia będą uzależnione od wielu czynników, takich jak m.in. możliwość sprzedaży Zabezpieczenia w ramach zwykłej transakcji sprzedaży, sytuacja gospodarcza oraz istnienie nabywców. Wartość księgowa Zabezpieczenia nie powinna być uznawana za wyznacznik wartości możliwej do uzyskania ze sprzedaży aktywów. Zabezpieczenie może być w całości lub w części nie płynne, a jego wartość rynkowa może być trudna do ustalenia. Podobnie, nie możemy zapewnić, że znajdzie się rynek sprzedaży Zabezpieczenia, lub że likwidacja Zabezpieczenia odbędzie się bez znaczącego opóźnienia nawet jeśli taki rynek istnieje. Ponadto, zastawione akcje spółek mogą okazać się bezwartościowe, jeśli wobec danej jednostki toczy się postępowanie upadłościowe lub postępowania związane z niewypłacalnością. Zabezpieczenie zostanie zwolnione w związku z przeprowadzeniem sprzedaży egzekucyjnej stosownie do postanowień Umowy pomiędzy Kredytodawcami.

***Prawa do Zabezpieczenia mogą znacznie ucierpieć z powodu braku skuteczności.***

Zgodnie z obowiązującym prawem, skuteczność i pierwszeństwo prawa do zabezpieczenia ustanowionego na niektórych środkach trwałych lub wartościach niematerialnych mogą zostać zachowane wyłącznie przy podjęciu pewnych działań przez stronę zabezpieczoną i/lub przez podmiot udzielający zabezpieczenia. Jeśli my lub Agent ds. Zabezpieczeń nie podejmiemy wymaganych działań warunkujących skuteczność zastawów ustanowionych w ramach Zabezpieczenia Obligacji, mogą one okazać się nieskuteczne w celu zgłoszenia roszczeń z tytułu Obligacji. Ponadto, obowiązujące prawo stanowi, że na

niektórych składnikach majątku oraz prawach, takich jak nieruchomości, sprzęty i pewne przychody, zastaw może zostać ustanowiony skutecznie tylko w czasie lub niezwłocznie po czasie ich nabycia i rozpoznania.

Powiernik lub Agent ds. Zabezpieczeń Obligacji mogą nie być w stanie odpowiednio monitorować, a my sami możemy nie zdołać dopełnić naszych obowiązków, aby poinformować Powiernika lub Agent ds. Zabezpieczeń o wszelkich składnikach majątku lub prawach, które w przyszłości nabędziemy, wskutek czego mogą nie zostać podjęte działania warunkujące skuteczność zabezpieczenia ustanowionego na takim majątku lub prawach. Takie zaniechanie może skutkować nieważnością praw do Zabezpieczenia lub wpłynąć negatywnie na uprzywilejowanie Obligacji względem osób trzecich w zakresie pierwszeństwa wykonywania takich praw. Ani Powiernik ani Agent ds. Zabezpieczeń Obligacji nie są zobowiązani do monitorowania nabywania przez nas dodatkowego majątku lub praw, ani do udoskonalania skuteczności wszelkich zabezpieczeń.

***Umowa Kredytowa (SFA) będzie ograniczała naszą zdolność do spłaty Obligacji lub do wprowadzenia pewnych modyfikacji Obligacji.***

Umowa Kredytowa (SFA) oraz Umowa pomiędzy Kredytodawcami zawierają pewne ograniczenia odnośnie naszych praw wynikających z Umowy Obligacji. Powyższe umowy ograniczają naszą zdolność do (i) spłaty, wcześniejszej spłaty, wymiany zabezpieczenia, wykupu lub nabycia kwoty głównej Obligacji (z wyjątkiem sytuacji, gdy powyższe zostaną dokonane z nadwyżki środków pieniężnych nie wymaganych do spłaty Kredytów (SFA) oraz równocześnie zostanie dokonana proporcjonalna spłata takich kredytów), oraz (ii) poprawienia, uchylecia, zmiany lub uzupełnienia warunków Obligacji w sposób niezgodny z Głównymi Warunkami Obligacji Senior Notes (zgodnie z definicją zawartą Umowie pomiędzy Kredytodawcami). Poza tym Umowa Kredytowa (SFA) będzie ograniczała naszą zdolność do refinansowania Obligacji bez uzyskania zgody Kredytodawców Większościowych (w niej zdefiniowanych). Z uwagi na powyższe, Umowa Kredytowa (SFA) oraz Umowa pomiędzy Kredytodawcami mogą uniemożliwić nam skorzystanie z pewnych praw w stosunku do Obligacji, które zazwyczaj są dostępne w ramach Umowy Obligacji.

***Obligatariusze nie będą mieli wpływu na pewne decyzje dotyczące Zabezpieczenia.***

Obligacje zostaną zabezpieczone tym samym Zabezpieczeniem, co zobowiązania wynikające z Kredytu (SFA). Ponadto, zgodnie z warunkami Umowy Obligacji, w przyszłości będziemy mogli zaciągać dodatkowe zadłużenie i inne zobowiązania, które mogą mieć udział w zastawach ustanowionych w ramach zabezpieczenia Obligacji lub naszych innych zabezpieczonych długów.

W wyniku postanowień dotyczących głosowania określonych w Umowie pomiędzy Kredytodawcami, Kredytodawcy działający w ramach Umowy Kredytowej (SFA), wraz ze stronami pewnych zabezpieczonych instrumentów hedgingowych, będą mieli skuteczną kontrolę nad wszystkimi decyzjami dotyczącymi egzekwowania Zabezpieczenia. Umowa pomiędzy Kredytodawcami przewiduje, że Citicorp Trustee Company Limited działająca w charakterze Agent ds. Zabezpieczeń na rzecz stron zabezpieczonych w ramach Umowy Kredytowej (SFA) oraz Umowy Obligacji, będzie (z pewnymi nielicznymi wyjątkami) podejmowała działania dotyczące takiego Zabezpieczenia (włącznie ze zgłaszaniem roszczeń niezbędnych do egzekwowania takiego Zabezpieczenia) tylko i wyłącznie na polecenie większości (66,66%) w stosunku do na ten czas udostępnionego niewykorzystanego i wykorzystywanego niepodporządkowanego zabezpieczonego długu (obejmującego zobowiązania z tytułu pewnych zabezpieczonych instrumentów hedgingowych, z wyłączeniem zobowiązań z tytułu Obligacji Senior Notes i jakichkolwiek dodatkowych obligacji) mające na celu obniżenie łącznej kwoty udostępnionej lub sfinansowanej w ramach takiego niepodporządkowanego zabezpieczonego długu (z wyłączeniem Obligacji Senior Notes i jakichkolwiek dodatkowych obligacji) poniżej poziomu 25% łącznej kwoty kapitału w ramach całkowitego udostępnionego niewykorzystanego i wykorzystywanego niepodporządkowanego zabezpieczonego długu (włącznie z Obligacjami Senior Notes i jakimikolwiek dodatkowymi obligacjami). Następnie wierzyciele posiadający ponad 50% łącznej kwoty udostępnionego niewykorzystanego i wykorzystywanego niepodporządkowanego zabezpieczonego długu (włącznie z Obligacjami Senior Notes i jakimikolwiek dodatkowymi obligacjami) będą w stanie zlecić Agentowi ds. Zabezpieczeń przeprowadzenie egzekucji z Zabezpieczenia. Żadnemu z posiadaczy Obligacji nie przysługuje odrębne prawo do egzekwowania lub żądania egzekwowania Zabezpieczenia. Interesy kredytodawców w ramach Umowy Kredytowej (SFA) mogą być odmienne od interesów posiadaczy Obligacji, w związku z czym kredytodawcy tacy mogą się nie zdecydować na dochodzenie swoich praw wynikających z Dokumentów Zabezpieczenia w sytuacji, w której byłoby to korzystne dla posiadaczy Obligacji.

Ponadto, jeśli w ramach egzekwowania praw do zabezpieczenia zgodnie z Umową pomiędzy Kredytodawcami, Agent ds. Zabezpieczeń dokona sprzedaży akcji naszych spółek zależnych, które zostały zastawione jako Zabezpieczenie, wtedy roszczenia z tytułu gwarancji Obligacji oraz zastawy ustanowione na innych aktywach zabezpieczających Obligacje i Gwarancje mogą zostać zwolnione.

W rezultacie, dopóki suma udostępnionego niewykorzystanego i sfinansowanego niepodporządkowanego zabezpieczonego długu (innego niż z tytułu Obligacji i jakichkolwiek dodatkowych obligacji) nie spadnie poniżej 25% łącznej kwoty udostępnionego niewykorzystanego i sfinansowanego niepodporządkowanego zabezpieczonego długu, dopóty kredytodawcy działający w ramach Umowy Kredytowej (SFA), wspólnie ze stronami pewnych zabezpieczonych instrumentów hedgingowych, będą mieli skuteczną kontrolę nad wszystkimi decyzjami dotyczącymi Zabezpieczenia. Możliwe, że pomiędzy Obligatariuszami a kredytodawcami w ramach Umowy Kredytowej (SFA) dojdzie do sporu odnośnie właściwych środków egzekwowania praw do Zabezpieczenia (jak również w odniesieniu do zgłaszania roszczeń niezbędnych do egzekwowania takiego Zabezpieczenia). W takim przypadku, decyzje grupy posiadającej większość będą wiążące dla posiadaczy Obligacji, co może doprowadzić do podjęcia działań egzekucji Zabezpieczenia, których posiadacze Obligacji nie będą akceptować, lub które mogą być niekorzystne dla takich posiadaczy. Kredytodawcy działający w ramach Umowy Kredytowej (SFA) wspólnie ze stronami instrumentów hedgingowych sprawując skuteczną kontrolę mogą również opóźnić egzekwowanie Zabezpieczenia.

***W przypadku zmiany kontroli nad Spółką możemy nie być w stanie wykupić Obligacji.***

W przypadku dojścia do zmiany kontroli nad naszą Spółką, będziemy zobowiązani do złożenia oferty wykupu wszystkich lub części Obligacji za gotówkę w cenie 101% ich kwoty głównej oraz naliczonych i niezapłaconych odsetek. Jeśli nastąpi zmiana kontroli, nasza zdolność do przeprowadzenia takiego wykupu będzie ograniczona środkami finansowymi, którymi będziemy na ten czas dysponować, w związku z czym nie możemy zapewnić, że takie fundusze będą wystarczające do zapłaty ceny wykupu wyemitowanych Obligacji lub do spłaty zadłużenia z tytułu Umowy Kredytowej (SFA) lub pozostałego zadłużenia. W zasadzie uważamy, że w przypadku zmiany kontroli, w celu złożenia oferty wykupu Obligacji musielibyśmy uzyskać finansowanie zewnętrzne. Nie możemy zapewnić, że będziemy w stanie uzyskać takie finansowanie. Ponadto ograniczenia wynikające z naszych obowiązków umownych, w tym Umowy Kredytowej (SFA), mogą uniemożliwić nam przeprowadzenie takiego wymaganego wykupu w przypadku wystąpienia określonych zdarzeń stanowiących zmianę kontroli. Jeżeli zmiana kontroli nastąpi w czasie, kiedy nie będzie nam wolno wykupić Obligacji, możemy wystąpić do kredytodawców o udzielenie zgody na wykup Obligacji lub próbować refinansować kredyty obwarowane takim zakazem. Jeśli nie uda się nam uzyskać takiej zgody lub spłacić takich kredytów, zakaz spłaty Obligacji przedstawionych do wykupu pozostanie w mocy. Zmiana kontroli może spowodować również niedotrzymanie warunków lub przyspieszenie spłaty zadłużenia w ramach Umowy Kredytowej (SFA) lub innego zadłużenia. Dokonanie wykupu Obligacji na podstawie takiej oferty może skutkować niedotrzymaniem warunków powyższego zadłużenia, nawet jeśli nie nastąpi zmiana kontroli. Brak złożenia przez nas oferty wykupu Obligacji będzie stanowił naruszenie Umowy Obligacji, co z kolei spowoduje niedotrzymanie Umowy Kredytowej (SFA), a w rezultacie ewentualne przyspieszenie spłaty naszego zadłużenia, co może mieć istotny niekorzystny wpływ na naszą działalność.

Postanowienie dotyczące zmiany kontroli zawarte w Umowie Obligacji może nie zapewnić Obligatariuszom właściwej ochrony w razie zaistnienia w Spółce pewnych ważnych zdarzeń, takich jak reorganizacja, restrukturyzacja, połączenie lub inna podobna transakcja z naszym udziałem, które mogą mieć negatywny wpływ na prawa posiadaczy Obligacji, ponieważ zdarzenia takie nie muszą skutkować zmianą udziału w głosach, ani zmianą praw do użytkowania majątku, a nawet jeśli, to i tak mogą nie stanowić "Zmiany Kontroli" w rozumieniu Umowy Obligacji. Poza pewnymi wyjątkami, Umowa Obligacji nie zawiera postanowień zobowiązujących nas do złożenia oferty wykupu Obligacji w przypadku reorganizacji, restrukturyzacji, połączenia, rekaptalizacji lub podobnej transakcji.

Definicja "Zmiany Kontroli" podana w Umowie Obligacji mówi o transferze wszystkich lub zasadniczo wszystkich aktywów Cyfrowego Polsatu i jego Zastrzeżonych Spółek Zależnych traktowanych jako całość do innego podmiotu. Pomimo istnienia pewnej ilości orzecznictwa w przedmiocie interpretacji pojęcia "wszystkie lub zasadniczo wszystkie", pojęcie to nie jest precyzyjnie zdefiniowane w prawie mającym zastosowanie do Umowy Obligacji. Zatem, w pewnych okolicznościach mogą pojawić się wątpliwości, czy dana transakcja obejmuje transfer "wszystkich lub zasadniczo wszystkich" aktywów Cyfrowego Polsatu i jego Zastrzeżonych Spółek Zależnych traktowanych jako całość. W rezultacie może być niejasne, czy doszło do zmiany kontroli i czy Emitent jest zobowiązany do złożenia oferty odkupu Obligacji.

***Egzekwowanie odpowiedzialności cywilnej i wyroków w stosunku do Emitenta, lub naszej Spółki, lub naszych dyrektorów i członków władz może być trudne.***

Emitent jest szwedzką spółką publiczną z ograniczoną odpowiedzialnością, natomiast Cyfrowy Polsat jest spółką akcyjną i TV Polsat jest spółką z ograniczoną odpowiedzialnością. Zasadniczo wszystkie nasze aktywa oraz jednostki operacyjne są zlokalizowane, a nasze przychody są osiągane, poza terytorium Stanów Zjednoczonych Ameryki. Ponadto, żaden z naszych dyrektorów lub członków władz nie jest mieszkańcem Stanów Zjednoczonych Ameryki, a wszystkie lub znaczną część aktywów takich osób są lub prawdopodobnie są zlokalizowane poza USA. Dlatego też inwestorzy mogą nie być w stanie dokonywać takim osobom dorczeń w Stanach Zjednoczonych Ameryki, ani też egzekwować wobec takich osób wyroków

uzyskanych w sądach Stanów Zjednoczonych Ameryki, w tym wyroków opartych na przepisach o odpowiedzialności cywilnej na podstawie amerykańskich federalnych i stanowych przepisów dotyczących papierów wartościowych. Istnieje również niepewność, czy sądy Szwecji lub Polski (i) będą egzekwować orzeczenia sądów Stanów Zjednoczonych Ameryki uzyskane przeciwko naszej Spółce lub powyższym osobom, a oparte na przepisach o odpowiedzialności cywilnej na podstawie amerykańskich federalnych i stanowych przepisów dotyczących papierów wartościowych lub (ii) w ramach oddzielnych pozwów wniesionych w tych krajach, będą egzekwować zobowiązania naszej Spółki lub powyższych osób wynikające z amerykańskich federalnych i stanowych przepisów dotyczących papierów wartościowych.

***Interesy naszego głównego udziałowca mogą kolidować z interesami Obligatariuszy.***

Pola Investments Ltd., kontrolowana przez fundację rodzinną TiVi Foundation, której założycielem jest Zygmunt Solorz-Żak, posiada prawo głosu ze 174.995.671 akcji (stanowiących 50,24% w kapitale zakładowym i uprawniających do 65,99% głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy Cyfrowy Polsat S.A.). W rezultacie, Pola Investments Ltd., poprzez swoje udziały, ma i będzie mieć, moc wpływania na strukturę prawną i kapitałową naszej Spółki, jak również zdolność do wybierania i zmiany naszego zarządu, zatwierdzania innych zmian dotyczących naszej działalności, wpływania na wynik spraw wymagających działań ze strony akcjonariuszy, oraz skutecznego kontrolowania wielu innych ważnych decyzji dotyczących naszej działalności. Interesy Pola Investments Ltd. mogą w różnych okolicznościach kolidować z interesami posiadaczy Obligacji Senior Notes.

***Przenoszenie własności Obligacji będzie podlegało ograniczeniom, co może niekorzystnie wpłynąć na wartość Obligacji.***

Obligacje nie zostały i nie zostaną zarejestrowane na podstawie amerykańskiej Ustawy o Papierach Wartościowych lub stanowych praw dotyczących papierów wartościowych, a ponadto nie zobowiązaliśmy się do przeprowadzenia w przyszłości jakiegokolwiek oferty wymiany Obligacji. Obligacje nie mogą być przedmiotem oferty w Stanach Zjednoczonych Ameryki za wyjątkiem skorzystania ze zwolnienia z obowiązku, lub dokonania transakcji nie podlegającej obowiązkowi rejestracji wymaganej przez amerykańską Ustawę o Papierach Wartościowych lub odpowiednie stanowe prawa dotyczące papierów wartościowych, lub za wyjątkiem przedłożenia skutecznego oświadczenia o rejestracji. Obligacje oraz Umowa Obligacji zawierają postanowienia uniemożliwiające oferowanie, sprzedaż lub inne przenoszenie praw do Obligacji, chyba że na podstawie zwolnień przewidzianych Przepisem 144A i Regulacją S, lub na podstawie innych wyjątków, zgodnie z amerykańską Ustawą o Papierach Wartościowych. Ponadto, nie dokonaliśmy rejestracji Obligacji na podstawie praw dotyczących papierów wartościowych jakichkolwiek innych państw. Obowiązkiem potencjalnych posiadaczy Obligacji jest zapewnienie, aby oferty lub sprzedaż Obligacji dokonywane przez nich na terenie Stanów Zjednoczonych Ameryki lub innych państw były zgodne z obowiązującymi przepisami praw dotyczących papierów wartościowych.

***Jeżeli nie rozwinie się aktywny rynek obrotu Obligacjami, posiadacze Obligacji mogą mieć ograniczone możliwości ich zbycia.***

Obligacje są notowane na Oficjalnej Liście Giełdy Papierów Wartościowych w Luksemburgu oraz są przedmiotem obrotu na Rynku Euro MTF prowadzonym przez tę Giełdę. Nie możemy zagwarantować, że Obligacje pozostaną w obrocie giełdowym. Nie możemy zapewnić płynności na którymkolwiek z rynków obrotu Obligacjami, ani zagwarantować posiadaczom Obligacji możliwości ich odsprzedaży ani ceny ich odsprzedaży. Płynność na rynku obrotu Obligacjami będzie zależała od liczby posiadaczy Obligacji, poziomu stóp procentowych, warunków na rynku podobnych papierów wartościowych oraz innych czynników, w tym od ogólnej sytuacji gospodarczej i naszej sytuacji finansowej, wyników i prognoz, jak również od rekomendacji wydawanych przez analityków papierów wartościowych. Dlatego też nie możemy zapewnić, że aktywny rynek obrotu Obligacjami się rozwinie, lub że zostanie utrzymany jeśli się faktycznie rozwinie. Płynność jak i rynek obrotu Obligacjami mogą również ucierpieć na ogólnych spadkach występujących na rynku wysokodochodowych papierów dłużnych. Taki ogólny spadek może być spowodowany przez wiele czynników, między innymi przez:

- poziom stóp procentowych i oczekiwań inflacyjnych;
- kursy wymiany walut;
- perspektywy poluzowania polityki pieniężnej dotyczącej głównych walut rezerwowych;
- ogólne tendencje w gospodarce i biznesie;
- zmiany regulacyjne w krajach, w których prowadzimy działalność;
- stan branży medialnej w krajach, w których działamy; oraz
- sposób, w jaki inwestorzy i analitycy rynku kapitałowego postrzegają nas i inne porównywalne firmy z branży nadawania telewizyj.

Powyższe czynniki mogą mieć wpływ na płynność i handel Obligacji niezależnie od naszych wyników finansowych i perspektyw.

**Niektóre kowenanty mogą zostać zawieszane w przypadku zmiany naszych ratingów.**

Umowa Obligacji stanowi, że jeśli w dowolnym czasie po Dacie Emisji, Obligacje otrzymają rating Ba3 lub lepszy od agencji Moody's i rating BB- lub lepszy od agencji S&P oraz nie wystąpiło ani nie występuje zdarzenie niewywiązania się z umowy, wtedy, począwszy od daty przyznania Obligacjom powyższego ratingu do czasu jego utraty, niektóre kowenanty nie będą miały zastosowania do Obligacji. Jeśli powyższe kowenanty przestaną obowiązywać, będziemy mogli zaciągać dodatkowe zadłużenie, dokonywać płatności w tym dywidend, oraz przeprowadzać inwestycje, które mogą kolidować z interesami Obligatariuszy. Nie ma żadnej pewności, że Obligacjom zostanie kiedykolwiek przyznany rating inwestycyjny, ani że przyznawanie takiego ratingu będzie kontynuowane.

Obecnie rating Obligacji przyznany przez agencje Moody's i S&P wynosi odpowiednio Ba2 i BB. Agencje podwyższyły przyznane w 2011 roku ratingi Ba3 i BB-, odpowiednio w dniu 23 lipca 2012 roku i 14 czerwca 2012 roku. 26 lutego 2013 roku agencja S&P podwyższyła perspektywę dla Cyfrowego Polsatu ze stabilnej na pozytywną.

## **Punkt 9. Informacje o akcjach i akcjonariacie**

### **Punkt 9.1. Akcje Cyfrowego Polsatu**

Akcje Cyfrowego Polsatu notowane są na Gieldzie Papierów Wartościowych w Warszawie od 6 maja 2008 roku.

Poniższa tabela prezentuje charakterystykę wyemitowanych akcji według stanu na dzień 31 grudnia 2012 roku:

<b>Seria</b>	<b>Liczba akcji</b>	<b>Rodzaj</b>	<b>Liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu</b>	<b>Wartość nominalna /PLN (nie w tysiącach)</b>
A	2.500.000	Uprzywilejowane co do prawa głosu (2 głosy na akcję)	5.000.000	100.000,00
B	2.500.000	Uprzywilejowane co do prawa głosu (2 głosy na akcję)	5.000.000	100.000,00
C	7.500.000	Uprzywilejowane co do prawa głosu (2 głosy na akcję)	15.000.000	300.000,00
D	166.917.501	Uprzywilejowane co do prawa głosu (2 głosy na akcję)	333.835.002	6.676.700,04
D	8.082.499	Zwykłe na okaziciela	8.082.499	323.299,96
E	75.000.000	Zwykłe na okaziciela	75.000.000	3.000.000,00
F	5.825.000	Zwykłe na okaziciela	5.825.000	233.000,00
H	80.027.836	Zwykłe na okaziciela	80.027.836	3.201.113,44
<b>Razem</b>	<b>348.352.836</b>		<b>527.770.337</b>	<b>13.934.113,44</b>
w tym:	179.417.501	Imienne	358.835.002	7.176.700,04
	168.935.335	W obrocie giełdowym	168.935.335	6.757.413,40

Obecnie kapitał zakładowy Spółki wynosi 13.934.113,44 zł (nie w tysiącach) i składa się z 348.352.836 akcji. Całkowita liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki wynosi obecnie 527.770.337.

## Podstawowe dane o akcjach w obrocie giełdowym

Akcje Cyfrowego Polsatu notowane są Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie

data pierwszego notowania	6 maja 2008 r.
składowa indeksów	WIG, mWIG40, WIG-MEDIA
rynek	podstawowy
system notowań	Ciągły
sektor	Media
<hr/>	
International Securities Identification Number (ISIN)	PLCFRPT00013
<hr/>	
Kody identyfikacyjne Cyfrowego Polsatu	
GPW	CPS
Reuters	CYFWF.PK
Bloomberg	CPS:PW

### Punkt 9.2. Struktura akcjonariatu

Poniższa tabela przedstawia akcjonariuszy Spółki Cyfrowy Polsat S.A. posiadających - zgodnie z naszą najlepszą wiedzą - co najmniej 5% głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki na dzień publikacji niniejszego raportu. Informacje w tabeli oparte są o informacje otrzymane od akcjonariuszy zgodnie z artykułem 69 Ustawy z dnia 29 lipca 2005 roku o ofercie publicznej i warunkach wprowadzenia instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych.

Akcjonariusz	Liczba akcji	Udział procentowy w ogólnej liczbie akcji	Liczba głosów	Udział procentowy w ogólnej liczbie głosów
Pola Investments Ltd. <sup>(1)</sup> , w tym:	154.204.296	44,27%	306.709.172*	58,11%*
-akcje imienne uprzywilejowane	152.504.876	43,78%	305.009.752*	57,79%*
-akcje zwykłe na okaziciela	1.699.420	0,49%	1.699.420	0,32%
Sensor Overseas Ltd. <sup>(2)</sup> , w tym:	25.341.272	7,27%	50.382.647	9,55%
-akcje imienne uprzywilejowane	25.041.375	7,19%	50.082.750	9,49%
-akcje zwykłe na okaziciela	299.897	0,09%	299.897	0,06%
Pozostali	168.807.268	48,46%	170.678.518	32,34%
<b>Razem</b>	<b>348.352.836</b>	<b>100,00%</b>	<b>527.770.337</b>	<b>100,00%</b>

<sup>(1)</sup> Pola Investments Ltd. jest kontrolowana przez fundację rodzinną TiVi Foundation.

<sup>(2)</sup> Sensor Overseas Ltd. jest kontrolowana przez Pana Heronima Rutę.

\*W dniu 12 lutego 2013 roku, Spółka została poinformowana, iż spółka Pola Investments Ltd. („Pola”) otrzymała w dniu 7 lutego 2013 roku od spółki Sensor Overseas Ltd. pełnomocnictwo do wykonywania prawa głosu z 20.791.375 akcji imiennych uprzywilejowanych Spółki, które stanowią 5,97% kapitału zakładowego Spółki i uprawniają do 41.582.750 głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, co stanowi 7,88% ogólnej liczby głosów („Pełnomocnictwo”). Po otrzymaniu Pełnomocnictwa Pola posiada i jest uprawniona do wykonywania prawa głosu ze 174.995.671 akcji Spółki, co stanowi 50,24% kapitału zakładowego Spółki. Posiadane przez Pola akcje oraz objęte Pełnomocnictwem uprawniają łącznie do 348.291.922 głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, co stanowi 65,99% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

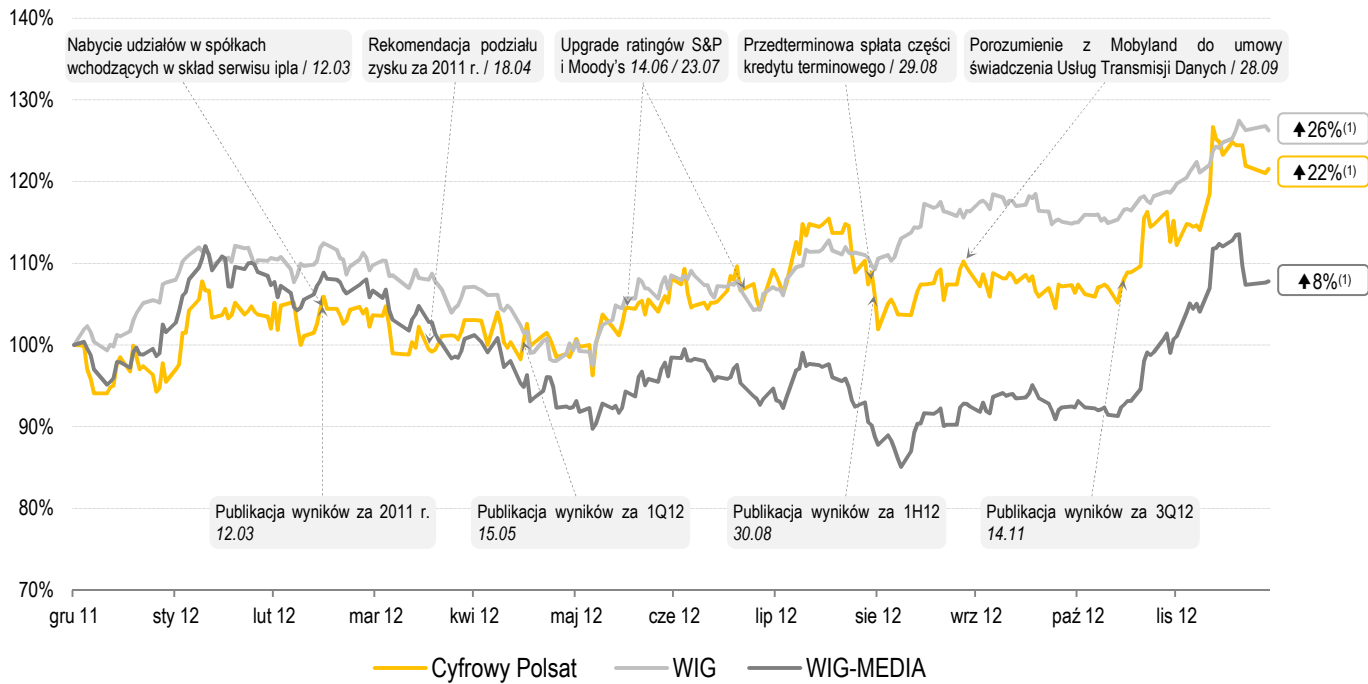
Powyższy pakiet składa się z:

- a) 173.296.251 akcji imiennych uprzywilejowanych, stanowiących 49,75% kapitału zakładowego Spółki, uprawniających do 346.592.502 głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, co stanowi 65,67% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, oraz
- b) 1.699.420 akcji zdematerializowanych, stanowiących 0,49% kapitału zakładowego Spółki, uprawniających do 1.699.420 głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, co stanowi 0,32% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

### Punkt 9.3. Kurs akcji

#### Kurs akcji Cyfrowego Polsatu w 2012 roku

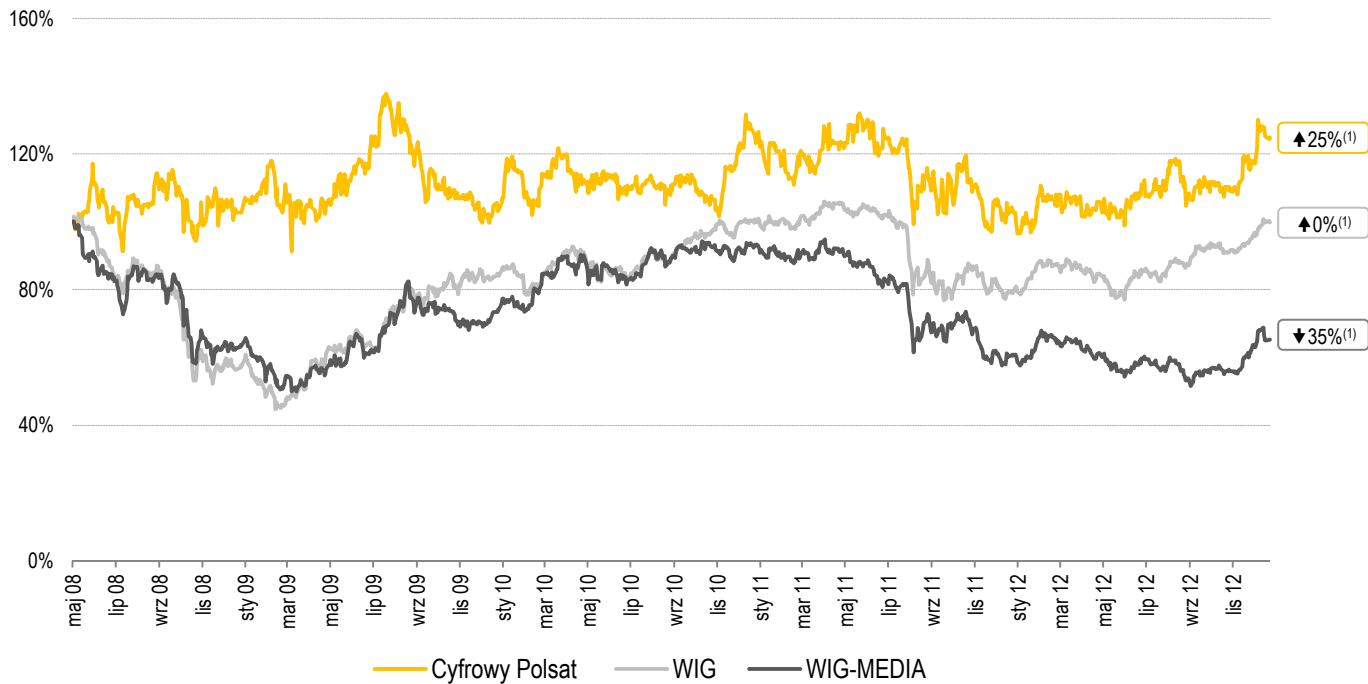
(rebazowany; 100 = zamknięcie sesji 30 grudnia 2011 roku)



<sup>(1)</sup> zmiana 28.12.2012 vs 30.12.2011

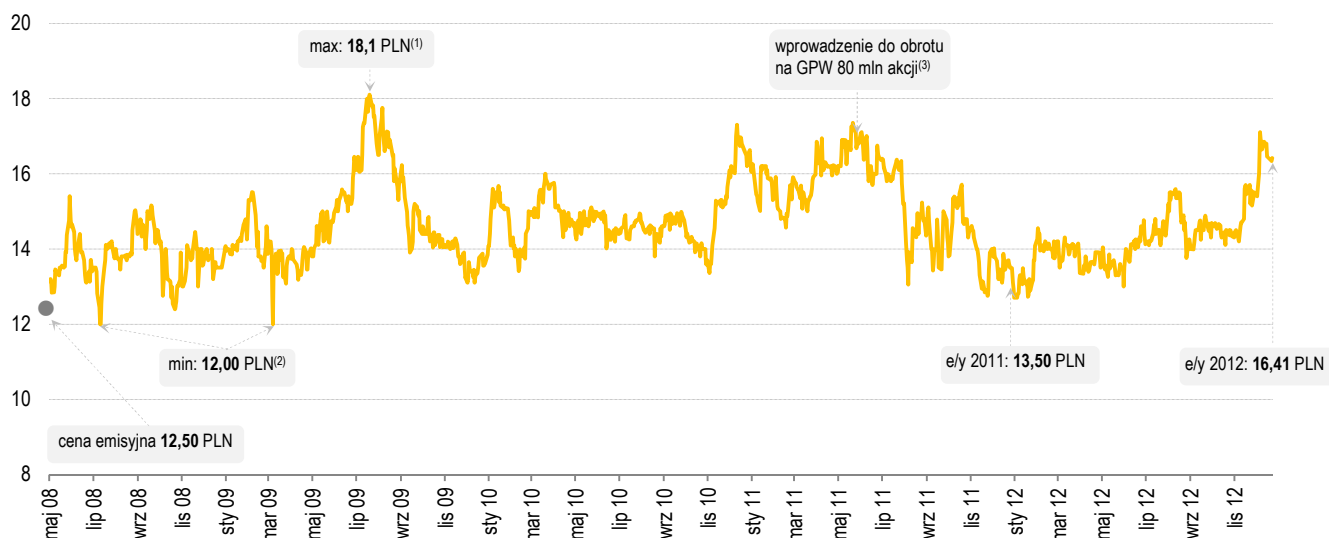
#### Kurs akcji Cyfrowego Polsatu od debiutu na GPW w maju 2008 roku do końca 2012 roku na tle indeksów giełdowych

(rebazowany; 100 = zamknięcie sesji 6 maja 2008 roku)



<sup>(1)</sup> zmiana 28.12.2012 vs 06.05.2008

## Cena akcji Cyfrowego Polsatu od debiutu na GPW (PLN)



(1) kurs z dnia 24.07.2009

(2) kurs z dnia: 15-16.07.2008, 12.03.2009

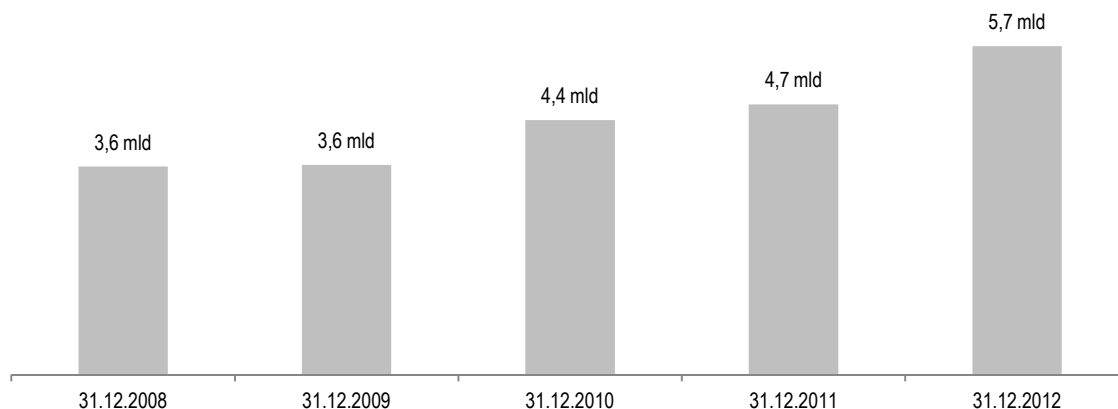
(3) W dniu 20 kwietnia 2011 r. Spółka wyemitowała 80.027.836 akcji zwykłych na okaziciela Serii H o wartości nominalnej cztery grosze (0,04 zł) każda. W dniu 30 maja 2011 r., akcje te zostały zarejestrowane w Krajowym Depozycie Papierów Wartościowych pod kodem ISIN PLCFRPT00013, oraz zostały dopuszczone do obrotu giełdowego na rynku podstawowym w dniu 30 maja 2011 r. zgodnie z uchwałą 666/2011 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.. Emisja akcji serii H posłużyła jako jedno ze źródeł finansowania transakcji nabycia Telewizji Polsat. Wszystkie wyemitowane akcje serii H zostały objęte przez akcjonariuszy Telewizji Polsat.

## Akcje Cyfrowego Polsatu na giełdzie w 2012 roku

		2012	2011
<b>Cena akcji na koniec roku</b>	PLN	16,41	13,50
<b>Najwyższa cena w roku</b>	PLN	17,10	17,35
<b>Najniższa cena w roku</b>	PLN	12,70	12,75
<b>Średnia cena w okresie</b>	PLN	14,29	15,26
<b>Średnia dzienna wartość obrotów</b>	tys. PLN	3.434	5.891
<b>Średni dzienny wolumen obrotów</b>	sztuk	240.021	392.209
<b>Liczba akcji na koniec roku</b>	sztuk	348.352.836	348.352.836
<b>Liczba akcji w obrocie giełdowym</b>	sztuk	168.935.335	168.935.335
<b>Kapitalizacja na koniec roku</b>	tys. PLN	5.716.470	4.702.763

## Kapitalizacja Cyfrowego Polsatu od debiutu na GPW (PLN)

Cyfrowy Polsat pod względem kapitalizacji, która na koniec 2012 roku wyniosła 5,7 mld zł – jest największą spółką mediową notowaną na Gieldzie Papierów Wartościowych w Warszawie.



### Punkt 9.4. Rekomendacje

#### Biura maklerskie pokrywające spółkę:

##### Lokalne

- Dom Inwestycyjny BRE Banku S.A.
- Dom Maklerski AmerBrokers S.A.
- Dom Maklerski BDM S.A.
- Dom Maklerski IDM S.A.
- Dom Maklerski PKO BP S.A.
- IPOPEMA Securities S.A.
- Trigon Dom Maklerski S.A.

##### Zagraniczne

- Banco Espírito Santo de Investimento, S.A.
- Deutsche Bank Securities S.A.
- ERSTE Group Research
- ING Securities S.A.
- KBC Securities N.V
- Raiffeisen Centrobank AG
- Société Générale
- UBS Investment Bank
- UniCredit CAIB Poland S.A.
- Wood & Company Financial Services, a.s.

#### Rekomendacje dla akcji Cyfrowego Polsatu wydane w 2012 roku

Data wydania	Biuro	Cena docelowa	Rekomendacja (PLN)
1 stycznia	DM IDM S.A.	— Trzymaj	14,50
9 stycznia	DM BDM S.A.	▲ Akumuluj	13,44
11 stycznia	Raiffeisen Centrobank AG	— Trzymaj	14,60
18 stycznia	IPOPEMA Securities S.A.	— Trzymaj	15,10
27 stycznia	ING Securities S.A.	▲ Kupuj	17,00
13 lutego	KBC Securities N.V	▲ Kupuj	16,30

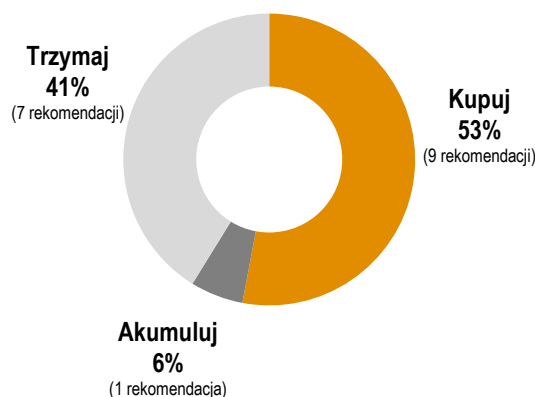
Sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat S.A.  
za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2012 roku  
(wszystkie dane liczbowe przedstawiono w tysiącach złotych, chyba że zaznaczono inaczej)

12 marca	IPOPEMA Securities S.A.	▼	Sprzedaj	12,80
16 marca	UBS Investment Bank	▲	Kupuj	17,00
21 marca	Deutsche Bank Securities S.A.	▲	Kupuj	16,40
22 marca	Raiffeisen Centrobank AG	▲	Kupuj	16,20
13 czerwca	Société Générale	—	Trzymaj	14,58
23 lipca	ING Securities S.A.	▲	Kupuj	18,00
3 sierpnia	Société Générale	—	Trzymaj	15,45
3 sierpnia	DI BRE Banku S.A.	▼	Redukuj	13,20
6 sierpnia	Raiffeisen Centrobank AG	▲	Kupuj	16,80
10 sierpnia	UBS Investment Bank	—	Neutralnie	17,00
20 sierpnia	Banco Espírito Santo de Investimento, S.A.	—	Neutralnie	16,70
3 września	IPOPEMA Securities S.A.	▼	Sprzedaj	13,50
4 września	UniCredit CAIB Poland S.A.	▲	Kupuj	16,60
12 września	UBS Investment Bank	▲	Kupuj	18,00
18 września	KBC Securities N.V	▲	Kupuj	17,40
25 września	DM BDM S.A.	—	Trzymaj	15,15
1 października	Trigon Dom Maklerski S.A.	▲	Kupuj	17,10
2 października	DM IDM S.A.	—	Trzymaj	15,30
22 października	Société Générale	—	Trzymaj	15,70
15 listopada	Société Générale	▲	Kupuj	16,80
16 listopada	Deutsche Bank Securities S.A.	▲	Kupuj	18,50
19 listopada	KBC Securities N.V	▲	Kupuj	18,00
21 listopada	Raiffeisen Centrobank AG	—	Trzymaj	17,50
26 listopada	Banco Espírito Santo de Investimento, S.A.	▲	Kupuj	17,90
10 grudnia	DI BRE Banku S.A.	—	Trzymaj	15,60
12 grudnia	Wood & Company Financial Services, a.s.	▲	Kupuj	19,60
13 grudnia	DM IDM S.A.	—	Trzymaj	16,50
14 grudnia	DM PKO BP S.A.	—	Trzymaj	17,80
27 grudnia	DM AmerBrokres S.A.	—	Trzymaj	17,34

**Rekomendacje wydane w 2013 roku po okresie raportowania**

9 stycznia	IPOPEMA Securities S.A.	—	Trzymaj	17,00
25 stycznia	ING Securities S.A.	—	Trzymaj	19,00
30 stycznia	DM BDM S.A.	▲	Akumuluj	18,70
11 lutego	KBC Securities N.V	▲	Kupuj	18,90
12 lutego	Société Générale	—	Trzymaj	18,20
18 lutego	Raiffeisen Centrobank AG	▲	Kupuj	18,50

### Struktura rekomendacji na dzień 6 marca 2013 roku



### Cena docelowa na 6 marca 2013 roku (PLN)

minimalna	15,60
maksymalna	19,60
<b>średnia</b>	<b>17,90</b>

### Bliski dialog z rynkiem kapitałowym

Celem naszej strategii korporacyjnej jest budowanie trwałej wartości Spółki. Strategię tą wspieramy poprzez regularną i otwartą komunikację ze wszystkimi uczestnikami rynku kapitałowego.

W celu zapewnienia bieżącego dostępu do informacji uczestniczymy w konferencjach z inwestorami, organizujemy liczne spotkania indywidualne, roadshow zarówno w Europie jak i Stanach Zjednoczonych. Ponadto, co kwartał, po publikacji wyników, organizujemy cykliczne spotkania z inwestorami i analitykami sell side oraz telekonferencje z przedstawicielami władz Spółki. Oba wydarzenia mają charakter otwarty.

W 2012 roku odbyliśmy w sumie około 160 spotkań z 200 przedstawicielami rynku kapitałowego.

W komunikacji z rynkiem kapitałowym kierujemy się nadrzędną zasadą transparentności i równego dostępu do informacji. Z tego też powodu wdrożyliśmy zasadę ograniczenia komunikacji przed publikacją wyników finansowych. W myśl tej zasady przedstawiciele Spółki nie prowadzą rozmów i nie uczestniczą w spotkaniach z analitykami i inwestorami na dwa tygodnie przed publikacją wyników kwartalnych. Zasada ta ma na celu zwiększenie przejrzystości i zapewnienie równego dostępu do informacji o Spółce przed publikacją naszych wyników finansowych.

Ponadto w naszej komunikacji korzystamy z takich narzędzi jak dedykowana inwestorom strona Internetowa (<http://www.cyfrowypolsat.pl/inwestor/>), newslettery elektroniczne, cykliczne biuletyny informacyjne na temat zarówno bieżących wydarzeń w Spółce jak i branży (przegląd prasy), a także z przypomnieniem o najważniejszych wydarzeniach w Spółce.

Nasze starania w obszarze działań związanych z relacjami inwestorskimi zostały docenione przez uczestników rynku kapitałowego o czym świadczą nagrody i wyróżnienia przyznane Spółce w 2012 roku:

- 2 miejsce w corocznym rankingu Pulsu Biznesu na giełdową spółkę roku w kategorii najlepsze relacje inwestorskie (najwyższą ocenę analityków w tej kategorii otrzymał Cyfrowy Polsat),

- wyróżnienie za najlepsze sprawozdanie z działalności w VII edycji konkursu „The Best Annual Report 2011” zorganizowanym przez Instytut Rachunkowości i Podatków,
- wyróżnienie w rankingu relacji inwestorskich miesięcznika TREND dotyczącym traktowania przez spółki giełdowe inwestorów indywidualnych.

## Punkt 10. Polityka dywidendy

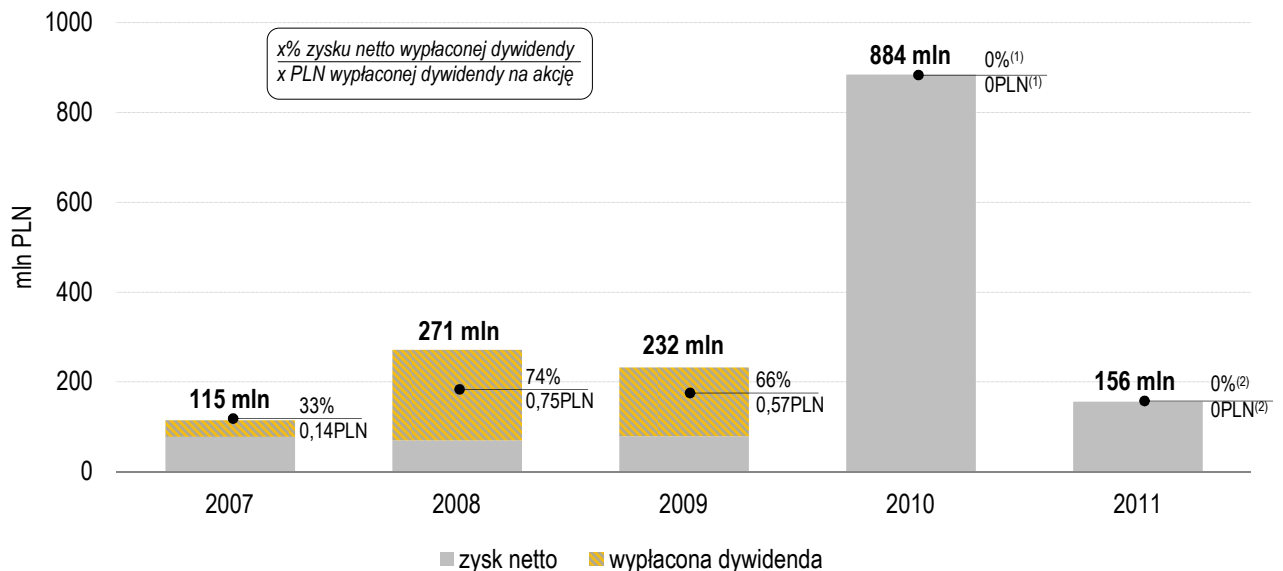
Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy w dniu 4 lipca 2008 roku podjęło uchwałę w sprawie polityki dywidendy, która stanowi, iż naszą intencją jest dystrybuowanie od 33% do 66% naszego rocznego zysku netto w ramach wypłaty dywidendy, co będzie uzależnione od kwoty osiągniętego zysku, sytuacji finansowej, istniejących zobowiązań (w tym ewentualnych ograniczeń wynikających z umów dotyczących zadłużenia), możliwości dysponowania kapitałami rezerwowymi, oceny przez Zarząd i Radę Nadzorczą perspektyw Spółki w określonej sytuacji rynkowej, jak również konieczności wydatkowania środków w związku z realizacją nadrzędnego celu Spółki, jakim jest jej stały rozwój, w szczególności poprzez akwizycje oraz podejmowanie nowych projektów.

Uwzględniając rekomendację Zarządu i sytuację ekonomiczną Spółki, dnia 5 czerwca 2012 roku Walne Zgromadzenie zdecydowało o podziale zysku za rok obrotowy 2011 w wysokości 156.092.789,88 złotych w następujący sposób: 140.979.430,60 złotych na kapitał zapasowy oraz 15.113.359,28 złotych na pokrycie strat z lat ubiegłych stanowiących straty spółek przejętych przez Spółkę tj. M.Punkt Holdings Ltd., mPunkt Polska S.A. oraz mTel Sp. z o.o.

Zarząd uzasadnił swoją rekomendację potrzebą obsługi zadłużenia zaciągniętego przez Spółkę na zakup 100% akcji Telewizji Polsat. Planowane przez Zarząd zmniejszenie zadłużenia Spółki, a tym samym obniżenie wskaźnika dług netto/EBITDA, spowoduje zmniejszenie obciążeń odsetkowych wynikających z podpisanych umów kredytowych, a tym samym będzie miało pozytywny wpływ na kondycję finansową Spółki.

Elementem naszej strategii jest jak najszybsze obniżenie zadłużenia spółki i w związku z tym oraz w zgodzie z zapisami umów kredytowych Zarząd może ponownie rozważyć wypłatę dywidendy po osiągnięciu wskaźnika dług netto/EBITDA poniżej 2x.

### Historia podziału zysku



<sup>(1)</sup> zysk przeznaczony w całości na kapitał zapasowy zgodnie z uchwałą Walnego Zgromadzenia z dn. 19 maja 2011 r. podjętą na podstawie rekomendacji Zarządu, która została uzasadniona potrzebą przyszłej obsługi zadłużenia zaciągniętego przez Spółkę na zakup 100% akcji spółki Telewizja Polsat.

<sup>(2)</sup> zysk przeznaczony w całości na kapitał zapasowy i pokrycie strat z lat ubiegłych zgodnie z uchwałą Walnego Zgromadzenia z dn. 5 czerwca 2012 r.

## **Punkt 11. Akcje Cyfrowego Polsatu będące w posiadaniu członków Zarządu i Rady Nadzorczej**

### **Akcje w posiadaniu członków Zarządu**

Poniższa tabela zawiera zestawienie akcji znajdujących się pośrednio i bezpośrednio w posiadaniu poszczególnych członków Zarządu na dzień publikacji Sprawozdania tj. na 12 marca 2013 roku:

	<b>Liczba akcji</b>	<b>Wartość nominalna udziałów (nie w tysiącach)</b>
Dominik Libicki	1.497	59,88
Dariusz Działkowski	-	-
Aneta Jaskólska	-	-
Tomasz Szelağ	-	-
<b>Razem</b>	<b>1.497</b>	<b>59,88</b>

### **Akcje w posiadaniu członków Rady Nadzorczej**

Poniższa tabela zawiera zestawienie akcji znajdujących się pośrednio i bezpośrednio w posiadaniu poszczególnych członków Rady Nadzorczej na dzień publikacji Sprawozdania tj. 12 marca 2013 roku:

	<b>Liczba akcji</b>	<b>Wartość nominalna udziałów (nie w tysiącach)</b>
Zygmunt Solorz-Żak <sup>(1)</sup>	-	-
Robert Gwiazdowski	-	-
Andrzej Papis	-	-
Leszek Reksa	-	-
Heronim Ruta <sup>(2)</sup>	25.341.272	1.013.650,88
<b>Razem</b>	<b>25.341.272</b>	<b>1.013.650,88</b>

<sup>(1)</sup> W dniu w 18 lutego 2013 r. Spółka otrzymała od Pana Zygmunta Solorza-Żaka zawiadomienie o przeniesieniu na podstawie umowy zawartej w dniu 13 lutego 2013 roku własności udziałów Pola Investments Ltd. z siedzibą w Nikozji, Cypr, podmiotu będącego akcjonariuszem Spółki i zależnego od Pana Zygmunta Solorza-Żaka, na rzecz fundacji rodzinnej TiVi Foundation z siedzibą w Vaduz, Lichtenstein.

<sup>(2)</sup> Heronim Ruta kontroluje pośrednio poprzez Sensor Overseas Ltd. 25.341.272 akcji stanowiących 7,27% udziału w kapitale zakładowym Spółki i reprezentujących 50.382.647 głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki, co stanowi 9,55% ogólnej liczby głosów.

## **Punkt 12. Wynagrodzenia członków Zarządu i Rady Nadzorczej**

Informacje dotyczące wynagrodzenia członków Zarządu i Rady Nadzorczej zostały zawarte w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2012 roku w Nocie nr 46 (członkowie Zarządu) i w Nocie nr 47 (członkowie Rady Nadzorczej).

## **Punkt 13. Umowy zawarte z osobami zarządzającymi przewidujące rekompensatę w wyniku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny**

Umowa menedżerska zawarta przez Cyfrowy Polsat S.A. z **Dominikiem Libickim** pełniącym funkcję Prezesa Zarządu stanowi, że okres wypowiedzenia wynosi 6 miesięcy. Ponadto, umowa ta przewiduje, w zamian za powstrzymanie się od świadczenia usług na rzecz podmiotów konkurencyjnych, wypłatę miesięcznego wynagrodzenia w wysokości 55.000 zł (nie w tysiącach) przez liczbę miesięcy odpowiadającą okresowi zakazu konkurencji. W przypadku wygaśnięcia umowy oraz braku jej

kontynuacji z przyczyn leżących po stronie Spółki lub jej rozwiązania przez Spółkę za wypowiedzeniem, jak również rozwiązania umowy przez Dominika Libickiego z powodu braku wypłaty wynagrodzenia za trzy miesiące, Dominikowi Libickiemu przysługiwać będzie odprawa w wysokości sześciokrotności miesięcznego wynagrodzenia (należnego w miesiącu poprzedzającym wygaśnięcie lub rozwiązanie umowy).

Umowa menedżerska z **Dariuszem Działkowskim** stanowi, że okres wypowiedzenia wynosi 4 miesiące. Ponadto, zawarta z Panem Działkowskim umowa o zakazie konkurencji przewiduje, w zamian za powstrzymanie się od świadczenia usług na rzecz podmiotów konkurencyjnych, wypłatę miesięcznego wynagrodzenia w wysokości 40.000 zł (nie w tysiącach) przez liczbę miesięcy odpowiadającą okresowi zakazu konkurencji.

Umowa Menedżerska z **Tomaszem Szelażem** stanowi, że okres wypowiedzenia wynosi 4 miesiące. Ponadto, zawarta z Panem Szelażem umowa o zakazie konkurencji przewiduje, w zamian za powstrzymanie się od świadczenia usług na rzecz podmiotów konkurencyjnych, wypłatę miesięcznego wynagrodzenia w wysokości 40.000 zł (nie w tysiącach) przez liczbę miesięcy odpowiadającą okresowi zakazu konkurencji.

Umowa Menedżerska z **Anetą Jaskólską** stanowi, że okres wypowiedzenia wynosi 4 miesiące. Ponadto, zawarta z Panią Jaskólską umowa o zakazie konkurencji przewiduje, w zamian za powstrzymanie się od świadczenia usług na rzecz podmiotów konkurencyjnych, wypłatę miesięcznego wynagrodzenia w wysokości 40.000 zł (nie w tysiącach) przez liczbę miesięcy odpowiadającą okresowi zakazu konkurencji.

## **Punkt 14. Umowy z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych**

W dniu 14 grudnia 2012 roku Spółka zawarła z PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przy ulicy Al. Armii Ludowej 14 umowę o przeprowadzenie badania sprawozdania finansowego Spółki za 2012 rok oraz skonsolidowanego sprawozdania Grupy Kapitałowej za okres od 1 stycznia 2012 roku do 31 grudnia 2012 roku.

Poniższe zestawienie zawiera wykaz usług świadczonych przez podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych i wynagrodzenia za te usługi w okresie dwunastu miesięcy zakończonych 31 grudnia 2012 roku oraz 31 grudnia 2011 roku (w 2011 roku usługi świadczyła spółka KPMG Audyt Sp. z ograniczoną odpowiedzialnością s.k.).

	za rok zakończony	
	31 grudnia 2012	31 grudnia 2011
Wynagrodzenie za badanie rocznego sprawozdania finansowego oraz inne usługi poświadczające, w tym przegląd sprawozdań finansowych	970	1.983
Pozostałe usługi	-	2.828
<b>Razem</b>	<b>970</b>	<b>4.811</b>

## **Punkt 15. Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego**

### **Punkt 15.1. Wskazanie zbioru zasad ładu korporacyjnego, któremu podlega Spółka, oraz miejsca, gdzie tekst zbioru zasad jest publicznie dostępny.**

Spółka Cyfrowy Polsat S.A. podlega zbiorowi zasad ładu korporacyjnego zebranemu w dokumencie Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW, będącym załącznikiem do Uchwały Nr 12/1170/2007 Rady Giełdy z dnia 4 lipca 2007 roku, zmienionym następującymi uchwałami Rady Giełdy: nr 17/1249/2010 z dnia 19 maja 2010 roku, nr 15/1282/2011 z dnia 31 sierpnia 2011 roku, nr 20/1287/2011 z dnia 19 października 2011 roku oraz nr 19/1307/2012 z dnia 21 listopada 2012 roku (z tym, że zmiany wprowadzone w 2012 roku weszły w życie z dniem 1 stycznia 2013 roku).

Dokument ten przygotowany został przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie i udostępniony w siedzibie Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie oraz na specjalnej stronie internetowej poświęconej zagadnieniom ładu korporacyjnego pod adresem <http://corp-gov.gpw.pl>.

**Punkt 15.2. Wskazanie postanowień ładu korporacyjnego, od których Spółka odstąpiła oraz wyjaśnienie przyczyn tego odstąpienia.**

Dokładamy wszelkich starań by stosować zasady ładu korporacyjnego określone w wyżej wymienionym dokumencie, starając się na każdym etapie swojego funkcjonowania realizować wszystkie rekomendacje dotyczące dobrych praktyk Spółek Giełdowych oraz zalecenia kierowane do zarządów, rad nadzorczych oraz akcjonariuszy.

W 2012 roku co do zasady stosowaliśmy się do wszystkich obowiązujących zasad zawartych w częściach II, III i IV, dla których stosuje się regułę „comply or explain”.

Niemniej jednak, Spółka naruszyła zasadę określoną w części II punkt 1 podpunkt 5) zalecającą w przypadku, gdy wyboru członków organu spółki dokonuje walne zgromadzenie, zamieszczanie na korporacyjnej stronie internetowej udostępnionych spółce uzasadnień kandydatur zgłaszanych do zarządu i rady nadzorczej wraz z życiorysami zawodowymi, w terminie umożliwiającym zapoznanie się z nimi oraz podjęcie uchwały z należyтым rozważaniem.

Spółka nie zastosowała się do przytoczonej powyżej zasady, przy okazji przeprowadzonych na Walnym Zgromadzeniu dnia 5 czerwca 2012 roku wyborów członków Rady Nadzorczej na nową kadencję. Zgodnie z dotychczasową praktyką i Regulaminem Walnego Zgromadzenia Spółki, kandydatury do Rady Nadzorczej przedstawione zostały bezpośrednio na Walnym Zgromadzeniu. W związku z tym Spółka nie otrzymała wcześniej od akcjonariuszy informacji odnośnie kandydatur i ich uzasadnienia.

Jeśli chodzi o część I i zawarte w niej rekomendacje, komentarza wymagają trzy kwestie.

Rekomendacja I.1. W celu realizacji przejrzystej i efektywnej polityki informacyjnej zapewniamy szybki i bezpieczny dostęp do informacji akcjonariuszom, analitykom i inwestorom, wykorzystując w możliwie najszerszym stopniu zarówno tradycyjne, jak i nowoczesne technologie przekazywania informacji o Spółce. Tym niemniej, odstąpiliśmy od rekomendowanej bezpośredniej transmisji obrad walnych zgromadzeń, rejestrowania ich przebiegu i upubliczniania nagrania na stronie Internetowej, a także zalecanego w rekomendacji I.12. zapewnienia akcjonariuszom możliwości udziału w walnym zgromadzeniu przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej ze względu na to, że wiąże się to z dodatkowymi kosztami, które w naszej opinii nie są efektywne, oraz zważywszy na zastrzeżenia natury prawnej w przypadku umożliwienia wykonywania prawa głosu przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej.

Mimo, iż zawarte dotychczas w części I rekomendacje dotyczące bezpośredniej transmisji i zapewnienia dwustronnej komunikacji oraz publikowania na stronie internetowej zapisu przebiegu walnego zgromadzenia w formie audio lub wideo od stycznia 2013 roku przechodzą do zasad określonych odpowiednio w części IV i II, na chwilę obecną Zarząd nie planuje wprowadzać zmian w sposobie organizacji walnego zgromadzenia. Zarząd priorytetowo traktuje kwestie zapewnienia sprawnego przebiegu obrad oraz prawomocności uchwał podjętych przez walne zgromadzenie, a także optymalizacji kosztów. Wobec niewielkiego rozpowszechnienia praktyki przeprowadzania walnych zgromadzeń przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej oraz niepełnego przygotowania rynku, a co za tym idzie wzmożonego ryzyka wystąpienia problemów natury organizacyjno-technicznej, Zarząd postanowił odłożyć w czasie rozważenie wprowadzenia w życie przedmiotowych zasad.

Rekomendacja I.5. Spółka nie zastosowała się do rekomendacji w zakresie dotyczącym ustalania zasad polityki wynagrodzeń członków organów nadzorujących i zarządzających. Zalecenia Komisji Europejskiej nie stanowiły wzorca dla opracowania systemu wynagrodzeń członków organów nadzorujących i zarządzających w Spółce i nie wszystkie zalecenia są stosowane. Zgodnie z artykułem 24 d) Statutu Spółki ustalanie wysokości wynagrodzenia członków Rady Nadzorczej należy do kompetencji Walnego Zgromadzenia, z wyjątkiem ustalania wysokości wynagrodzenia członków Rady Nadzorczej delegowanych do czasowego wykonywania czynności członka Zarządu na podstawie artykułu 19 2d) Statutu Spółki, kiedy decyzję podejmuje Rada Nadzorcza. Wartość wynagrodzenia uzależniona jest od zakresu zadań i odpowiedzialności wynikającej z pełnionej funkcji, a także odpowiada wielkości Spółki i pozostaje w rozsądnym stosunku do jej wyników ekonomicznych. Wynagrodzenie członków Zarządu ustalone jest decyzją Rady Nadzorczej i odpowiada zakresowi obowiązków i odpowiedzialności im powierzonych.

Rekomendacja I.9. „GPW rekomenduje spółkom publicznym i ich akcjonariuszom, by zapewniały one zrównoważony udział kobiet i mężczyzn w wykonywaniu funkcji zarządu i nadzoru w przedsiębiorstwach, wzmacniając w ten sposób kreatywność i innowacyjność w prowadzonej przez spółki działalności gospodarczej”. W Spółce Cyfrowy Polsat, wyboru osób do Rady Nadzorczej i Zarządu, dokonują odpowiednio Walne Zgromadzenie i Rada Nadzorcza, biorąc pod uwagę kwalifikacje, doświadczenie i kompetencje kandydatów. Czynniki takie jak płeć nie są brane pod uwagę przy wyborze osób do organów

Spółki. Władze Spółki uważają, że takie podejście zapewnia dobór najwłaściwszych osób do wykonania funkcji zarządu i nadzoru.

**Punkt 15.3. Opis głównych cech stosowanych w Grupie Kapitałowej systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych.**

Zarząd jest odpowiedzialny za system kontroli wewnętrznej w Grupie Kapitałowej, jego skuteczność w procesie sporządzania sprawozdań finansowych oraz raportów okresowych przygotowywanych i publikowanych zgodnie z zasadami Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim.

Wykorzystujemy wieloletnie doświadczenia naszych pracowników w zakresie identyfikacji, dokumentowania, ewidencji i kontroli operacji gospodarczych, w tym wiele procedur kontrolnych wspartych nowoczesnymi technologiami informatycznymi stosowanymi do rejestracji, przetwarzania i prezentacji danych operacyjno-finansowych.

W celu zapewnienia prawidłowości i rzetelności prowadzenia ksiąg rachunkowych jednostki dominującej i spółek zależnych, stosujemy Polityki Rachunkowości dla Grupy Cyfrowy Polsat S.A. oraz szereg procedur wewnętrznych w zakresie systemów kontroli transakcji i procesów wynikających z działalności Spółki i Grupy Kapitałowej.

Prowadzimy księgi rachunkowe w systemach informatycznych połączonych/zintegrowanych z systemami źródłowymi i księgami pomocniczymi, przy zapewnieniu bezpieczeństwa danych przez stosowanie uprawnień dostępu ściśle odpowiadających potrzebom uprawnionych użytkowników. Obsługa systemów zapewniona jest przez specjalistów z wieloletnim doświadczeniem w tym obszarze. Dodatkowo, bezpieczeństwo systemu zapewnione jest przez zastosowanie odpowiednich rozwiązań w zakresie fizycznego bezpieczeństwa sprzętu. Posiadamy pełną dokumentację tych systemów informatycznych we wszystkich ich obszarach. Zgodnie z art.10 ustawy z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości dokumentacja naszych informatycznych systemów rachunkowości podlega okresowej weryfikacji i aktualizacji zatwierdzanej każdorazowo przez kierowników jednostek.

Ważnym elementem zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych jest bieżąca wewnętrzna kontrola sprawowana przez Pion Finansów i Kontrolingu oraz Pion Audytu Wewnętrznego.

Audyt Wewnętrzny funkcjonuje w oparciu o Kartę Audytu przyjętą przez Zarząd i Komitet Audytu Rady Nadzorczej. Do jego podstawowych zadań należy badanie i ocena mechanizmów kontrolnych służących wiarygodności i spójności danych finansowych, stanowiących podstawę sporządzenia sprawozdań finansowych i zarządczych.

Kontroling funkcjonuje w oparciu o system kontrolingu finansowego i kontrolingu biznesowego, sprawując kontrolę zarówno nad bieżącymi procesami, jak i realizacją planów finansowych i operacyjnych oraz sporządzaniem sprawozdań finansowych i raportów finansowych.

Ważnym elementem kontroli jakości i poprawności danych jest zastosowanie systemu sprawozdawczości zarządczej na bazie jednostkowej i skonsolidowanej oraz regularna comiesięczna analiza wyników finansowych i operacyjnych, a także podstawowych wskaźników prowadzona przez Zarząd. Comiesięczna analiza wyników prowadzona jest w porównaniu zarówno do obowiązującego planu finansowo-operacyjnego, jak i do wyników poprzednich okresów.

System kontroli budżetowej oparty jest na miesięcznych i rocznych planach finansowo-operacyjnych oraz 6-letnich prognozach biznesowych. Zarówno wyniki finansowe, jak i wyniki operacyjne są regularnie monitorowane w odniesieniu do planów finansowych i operacyjnych. W trakcie roku, jeżeli zachodzi taka potrzeba, dokonujemy dodatkowej rewizji planów finansowych i operacyjnych na dany rok. Plany finansowo-operacyjne podlegają każdorazowo przyjęciu przez Zarząd i zatwierdzeniu przez Radę Nadzorczą.

Jednym z podstawowych elementów kontroli w procesie przygotowywania sprawozdań finansowych Spółki i Grupy jest weryfikacja przeprowadzona przez niezależnych biegłych rewidentów. Wybór biegłego rewidenta dokonywany jest z grupy renomowanych firm audytorskich, gwarantujących wysoki standard usług oraz niezależność. W Spółce wyboru biegłego rewidenta dokonuje Rada Nadzorcza, natomiast w spółkach Grupy – Rada Nadzorcza, Walne Zgromadzenie lub Zgromadzenie Wspólników. Do zadań niezależnego audytora należą w szczególności: przegląd półrocznych jednostkowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych oraz badanie rocznych jednostkowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych. Niezależność biegłego rewidenta jest fundamentalna dla zapewnienia prawidłowości badania ksiąg.

Organem sprawującym nadzór nad procesem raportowania finansowego w Spółce jest Komitet Audytu powołany w ramach Rady Nadzorczej Spółki. Komitet Audytu nadzoruje proces sprawozdawczości finansowej, w celu zapewnienia równowagi, przejrzystości i integralności informacji finansowych. W skład Komitetu Audytu wchodzi m.in. dwóch członków Rady Nadzorczej, spełniających kryteria niezależności wymienione w Dobrych Praktykach Spółek Notowanych na GPW w Rozdziale III punkcie 6, oraz wymogi Ustawy z 7 maja 2009 roku „O biegłych rewidentach i ich samorządzie, podmiotach uprawnionych do badania sprawozdań finansowych oraz o nadzorze publicznym” w art. 86 punkcie 4.

Ponadto na mocy art. 4a ustawy z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości, do obowiązków Rady Nadzorczej należy zapewnienie, aby sprawozdanie finansowe oraz sprawozdanie z działalności spełniały wymagania określone prawem, a Rada Nadzorcza realizuje ten obowiązek, wykorzystując w tym celu kompetencje wynikające z przepisów prawa oraz statutu Spółki. Jest to kolejny poziom kontroli sprawowany przez niezależny organ, zapewniający prawidłowość i rzetelność informacji prezentowanych w jednostkowym i skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym.

#### **Punkt 15.4. Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio znaczące pakiety akcji**

W poniższej tabeli przedstawiono właścicieli akcji Cyfrowy Polsat S.A. na dzień publikacji niniejszego raportu:

<b>Akcjonariusz</b>	<b>Liczba akcji</b>	<b>Udział procentowy w ogólnej liczbie akcji</b>	<b>Liczba głosów</b>	<b>Udział procentowy w ogólnej liczbie głosów</b>
Pola Investments Ltd. <sup>(1)</sup> , w tym:	154.204.296	44,27%	306.709.172*	58,11%*
-akcje imienne uprzywilejowane	152.504.876	43,78%	305.009.752*	57,79%*
-akcje zwykłe na okaziciela	1.699.420	0,49%	1.699.420	0,32%
Sensor Overseas Ltd. <sup>(2)</sup> , w tym:	25.341.272	7,27%	50.382.647	9,55%
-akcje imienne uprzywilejowane	25.041.375	7,19%	50.082.750	9,49%
-akcje zwykłe na okaziciela	299.897	0,09%	299.897	0,06%
Pozostali	168.807.268	48,46%	170.678.518	32,34%
<b>Razem</b>	<b>348.352.836</b>	<b>100,00%</b>	<b>527.770.337</b>	<b>100,00%</b>

<sup>(1)</sup> Pola Investments Ltd. jest kontrolowana przez fundację rodzinną TiVi Foundation.

<sup>(2)</sup> Sensor Overseas Ltd. jest kontrolowana przez Pana Heronima Rutę.

\*W dniu 12 lutego 2013 roku, Spółka została poinformowana, iż spółka Pola Investments Ltd. („Pola”) otrzymała w dniu 7 lutego 2013 roku od spółki Sensor Overseas Ltd. pełnomocnictwo do wykonywania prawa głosu z 20.791.375 akcji imiennych uprzywilejowanych Spółki, które stanowią 5,97% kapitału zakładowego Spółki i uprawniają do 41.582.750 głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, co stanowi 7,88% ogólnej liczby głosów („Pełnomocnictwo”). Po otrzymaniu Pełnomocnictwa Pola posiada i jest uprawniona do wykonywania prawa głosu ze 174.995.671 akcji Spółki, co stanowi 50,24% kapitału zakładowego Spółki. Posiadane przez Pola akcje oraz objęte Pełnomocnictwem uprawniają łącznie do 348.291.922 głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, co stanowi 65,99% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

Powyższy pakiet składa się z:

- a) 173.296.251 akcji imiennych uprzywilejowanych, stanowiących 49,75% kapitału zakładowego Spółki, uprawniających do 346.592.502 głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, co stanowi 65,67% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, oraz
- b) 1.699.420 akcji zdematerializowanych, stanowiących 0,49% kapitału zakładowego Spółki, uprawniających do 1.699.420 głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, co stanowi 0,32% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

#### **Punkt 15.5. Wskazanie posiadaczy wszelkich papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne**

Dotychczasowi akcjonariusze nie posiadają innych praw głosu na Walnym Zgromadzeniu, niż wynikające z posiadania naszych akcji. Na dzień 31 grudnia 2012 roku akcje Serii od „A” do „D” były akcjami uprzywilejowanymi co do prawa głosu, w ten sposób, że:

- Akcje Serii A w liczbie 2.500.000 są uprzywilejowane co do prawa głosu po 2 głosy na jedną akcję;
- Akcje Serii B w liczbie 2.500.000 są uprzywilejowane co do prawa głosu po 2 głosy na jedną akcję;
- Akcje Serii C w liczbie 7.500.000 są uprzywilejowane co do prawa głosu po 2 głosy na jedną akcję;

- Akcje Serii D w liczbie 166.917.501 oznaczone numerami 1-166.917.501 są uprzywilejowane co do prawa głosu po 2 głosy na jedną akcję.

Posiadaczami akcji uprzywilejowanych są: Pola Investments Ltd. (152.504.876 akcji dających prawo do 305.009.752 głosów na Walnym Zgromadzeniu), Sensor Overseas Ltd. (25.041.375 akcji dających prawo do 50.082.750 głosów na Walnym Zgromadzeniu) oraz Koma Fundusz Inwestycyjny Zamknięty (1.871.250 akcji dających prawo do 3.742.500 głosów na Walnym Zgromadzeniu). Na podstawie wyżej omówionego Pełnomocnictwa od Sensor Overseas Ltd., Pola Investments Ltd. łącznie posiada i jest uprawniona do wykonywania prawa głosu ze 173.296.251 akcji uprzywilejowanych, dających prawo do 346.592.502 głosów na Walnym Zgromadzeniu.

Akcje Serii D w liczbie 8.082.499, oznaczonych numerami 166.917.502-175.000.000, Serii E w liczbie 75.000.000, Akcje Serii F w liczbie 5.825.000 oraz Akcje Serii H w liczbie 80.027.836 są akcjami zwykłymi na okaziciela.

#### **Punkt 15.6. Wskazanie wszelkich ograniczeń dotyczących wykonywania prawa głosu z akcji**

W Spółce nie występują jakiegokolwiek ograniczenia dotyczące wykonywania prawa głosu.

#### **Punkt 15.7. Wskazanie wszelkich ograniczeń dotyczących przenoszenia prawa własności papierów wartościowych Spółki**

Z wyjątkiem ograniczeń dotyczących przenoszenia prawa własności akcji Spółki, które wynikają z powszechnie obowiązujących przepisów prawa i które zostały opisane szczegółowo w Prospekcie emisyjnym Spółki opublikowanym w dniu 10 kwietnia 2008 roku, nie istnieją żadne inne ograniczenia, w tym w szczególności ograniczenia umowne, dotyczące przenoszenia własności akcji Spółki.

#### **Punkt 15.8. Opis zasad dotyczących powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz ich uprawnień, w szczególności prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji**

Zgodnie z art. 15 Statutu Spółki, Zarząd składa się z jednego albo większej liczby członków, w tym Prezesa Zarządu wybieranych przez Radę Nadzorczą. Powołując członków Zarządu, Rada Nadzorcza określa ich liczbę. Kadencja Zarządu wynosi trzy lata i jest wspólna. Członkowie Zarządu mogą być w każdej chwili odwołani przez Radę Nadzorczą.

Zgodnie ze Statutem, Zarząd Spółki pod przewodnictwem Prezesa Zarządu prowadzi bieżące sprawy Spółki i reprezentuje ją na zewnątrz. Wszelkie sprawy związane z prowadzeniem przedsiębiorstwa Spółki, niezastrzeżone przepisami prawa albo Statutem do kompetencji Rady Nadzorczej lub Walnego Zgromadzenia należą do zakresu działania Zarządu.

Członkowie Zarządu uczestniczą w obradach każdego Walnego Zgromadzenia oraz udzielają merytorycznych odpowiedzi na pytania zadawane w trakcie Walnego Zgromadzenia. Ponadto, członkowie Zarządu zaproszeni na posiedzenie Rady Nadzorczej przez Przewodniczącego Rady Nadzorczej uczestniczą w tym posiedzeniu z prawem zabierania głosu w kwestiach będących w porządku obrad posiedzenia.

Decyzje dotyczące emisji lub wykupu akcji Spółki należą do kompetencji Walnego Zgromadzenia Spółki. Kompetencje Zarządu w tym zakresie ograniczają się do wykonywania ewentualnych uchwał podjętych przez Walne Zgromadzenie Spółki.

#### **Punkt 15.9. Opis zasad zmiany Statutu Spółki**

Zmiana Statutu wymaga uchwały Walnego Zgromadzenia i wpisu do rejestru. Szczegółowy tryb podejmowania uchwał w przedmiocie zmiany Statutu Spółki określają powszechnie obowiązujące przepisy prawa oraz Regulamin Walnego Zgromadzenia Spółki i Statut Spółki.

Zgodnie z postanowieniami Statutu, z zachowaniem przepisu art. 417 § 4 kodeksu spółek handlowych zmiana Statutu w zakresie przedmiotu działalności może nastąpić bez wykupu akcji.

**Punkt 15.10. Sposób działania Walnego Zgromadzenia i jego zasadnicze uprawnienia oraz opis praw akcjonariuszy i sposobu ich wykonywania, w szczególności zasady wynikające z regulaminu Walnego Zgromadzenia, o ile informacje w tym zakresie nie wynikają wprost z przepisów prawa**

Walne Zgromadzenie działa w oparciu o przepisy kodeksu spółek handlowych, Statutu Spółki oraz Regulaminu Walnego Zgromadzenia przyjętego uchwałą nr 6 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 4 grudnia 2007 roku, zmienionego uchwałą nr 29 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 23 kwietnia 2009 roku.

Walne Zgromadzenie podejmuje uchwały dotyczące w szczególności:

- a. rozpatrywania i zatwierdzania sprawozdania Zarządu i Rady Nadzorczej oraz sprawozdania finansowego za rok ubiegły,
- b. decydowania o podziale zysków lub sposobie pokrycia strat,
- c. udzielania Radzie Nadzorczej i Zarządowi skwitowania z wykonania obowiązków,
- d. wybierania i odwoływania członków Rady Nadzorczej oraz ustalania ich wynagrodzenia,
- e. zmiany statutu Spółki,
- f. zmiany przedmiotu przedsiębiorstwa Spółki,
- g. podwyższenia lub obniżenia kapitału zakładowego,
- h. połączenia lub przekształcenia Spółki,
- i. rozwiązania lub likwidacji Spółki,
- j. emisji obligacji,
- k. zbycia lub wydzierżawienia przedsiębiorstwa oraz ustanowienia na nim prawa użytkowania oraz zbycia nieruchomości fabrycznych Spółki,
- l. wszelkich postanowień dotyczących roszczeń o naprawienie szkody wyrządzonej przy zawiązaniu Spółki lub sprawowaniu zarządu lub nadzoru.

W Walnym Zgromadzeniu mają prawo uczestniczyć osoby będące Akcjonariuszami Spółki na szesnaście dni przed datą Walnego Zgromadzenia (dzień rejestracji uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu). Dzień rejestracji uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu jest jednolity dla uprawnionych z akcji na okaziciela i akcji imiennych. Uprawnieni z akcji imiennych i świadectw tymczasowych oraz zastawnicy i użytkownicy, którym przysługuje prawo głosu, mają prawo uczestniczenia w Walnym Zgromadzeniu Spółki, jeżeli są wpisani do księgi akcyjnej w dniu rejestracji uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu.

Akcjonariusz, będący osobą fizyczną ma prawo uczestniczyć w Walnym Zgromadzeniu oraz wykonywać prawo głosu osobiście lub przez pełnomocnika. Akcjonariusz, będący osobą prawną, ma prawo uczestniczyć w Walnym Zgromadzeniu oraz wykonywać prawo głosu przez osobę uprawnioną do składania w jego imieniu oświadczeń woli lub przez pełnomocnika.

Pełnomocnictwo do uczestniczenia w Walnym Zgromadzeniu i wykonywania prawa głosu wymaga udzielenia na piśmie lub w postaci elektronicznej. O udzieleniu pełnomocnictwa w formie elektronicznej Akcjonariusz jest zobowiązany zawiadomić Spółkę wysyłając informację określającą dane Akcjonariusza oraz pełnomocnika, tj. nazwisko i imię albo firmę (nazwę) oraz miejsce zamieszkania (siedzibę), oraz wskazując liczbę akcji oraz głosów, z których pełnomocnik jest umocowany do wykonywania prawa głosu na adres [akcjonariusze@cyfrowypolsat.pl](mailto:akcjonariusze@cyfrowypolsat.pl).

Na Walnym Zgromadzeniu powinni być obecni członkowie Zarządu oraz Rady Nadzorczej - w składzie umożliwiającym udzielenie merytorycznej odpowiedzi na pytania zadawane w trakcie Walnego Zgromadzenia.

Obrady Walnego Zgromadzenia otwiera Przewodniczący Rady Nadzorczej lub osoba przez niego wskazana. Osoba otwierająca Walne Zgromadzenie powinna doprowadzić do niezwłocznego wyboru Przewodniczącego Walnego Zgromadzenia powstrzymując się przy tym od wszelkich innych rozstrzygnięć merytorycznych lub formalnych.

Każdy uczestnik zgromadzenia ma prawo kandydować na Przewodniczącego Walnego Zgromadzenia, jak również zgłosić do protokołu jedną kandydaturę na stanowisko Przewodniczącego Walnego Zgromadzenia. Do czasu wyboru Przewodniczącego Walne Zgromadzenie nie podejmuje żadnych rozstrzygnięć.

Przewodniczący kieruje przebiegiem Zgromadzenia zgodnie z przyjętym porządkiem obrad, przepisami prawa, Statutem i Regulaminem Walnego Zgromadzenia, a w szczególności: udziela głosu dyskutantom, zarządza głosowania i ogłasza wyniki głosowań. Przewodniczący zapewnia sprawny przebieg obrad i poszanowanie praw i interesów wszystkich akcjonariuszy. Przewodniczący może rozstrzygać w sprawach porządkowych.

Po sporządzeniu i podpisaniu listy obecności, Przewodniczący stwierdza prawidłowość zwołania Walnego Zgromadzenia oraz zdolność do podejmowania uchwał, przedstawia porządek obrad i zarządza wybór Komisji Skrutacyjnej.

Walne Zgromadzenie może podjąć uchwałę o zaniechaniu rozpatrywania sprawy umieszczonej w porządku obrad, jak również o zmianie kolejności spraw objętych porządkiem obrad. Jednakże, zdjęcie z porządku obrad bądź zaniechanie rozpatrywania sprawy umieszczonej w porządku obrad na wniosek akcjonariuszy wymaga uprzedniej zgody wszystkich obecnych akcjonariuszy, którzy zgłosili taki wniosek, popartej bezwzględną większością głosów Walnego Zgromadzenia. Wnioski w powyższych sprawach powinny być szczegółowo umotywowane.

Przewodniczący po otwarciu punktu porządku obrad otwiera dyskusję udzielając głosu w kolejności zgłaszania się. W razie znacznej liczby zgłoszeń Przewodniczący może ustalić limit czasowy wystąpienia lub ograniczyć liczbę mówców. Głos można zabierać jedynie w sprawach objętych przyjętym porządkiem obrad i aktualnie rozpatrywanych. Przewodniczący może udzielać głosu poza kolejnością członkom Zarządu lub Rady Nadzorczej, a także wezwanym przez nich do głosu ekspertom Spółki.

W przedmiotach, które nie są objęte porządkiem obrad, uchwał podejmować nie można, chyba że cały kapitał jest reprezentowany na Walnym Zgromadzeniu, a nikt z obecnych nie wnosi sprzeciwu co do podjęcia uchwały.

Głosowanie odbywa się w sposób przyjęty przez Walne Zgromadzenie albo przy pomocy komputerowego systemu oddawania i obliczania głosów, zapewniającego oddawanie głosów w liczbie odpowiadającej liczbie posiadanych akcji, jak również eliminującego - w przypadku głosowania tajnego - możliwość identyfikacji sposobu oddawania głosów przez poszczególnych uczestników zgromadzenia.

Z zastrzeżeniem bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa, Walne Zgromadzenie jest ważne, jeżeli są na nim obecni akcjonariusze reprezentujący łącznie więcej niż 50% ogółu głosów w Spółce. Uchwały podejmowane są zwykłą większością głosów.

Na dzień 31 grudnia 2012 roku uczestniczący w Walnym Zgromadzeniu akcjonariusze posiadali liczbę głosów odpowiadającą liczbie posiadanych akcji z zastrzeżeniem, że akcje imiennej serii od „A” do „C” oraz część akcji serii „D” są uprzywilejowane w ten sposób, iż każda z nich uprawnia do wykonywania dwóch głosów na Walnym Zgromadzeniu.

Po wyczerpaniu porządku obrad, Przewodniczący Walnego Zgromadzenia ogłasza zamknięcie Zgromadzenia.

**Punkt 15.11. Skład osobowy i zmiany, które w nim zaszły w ciągu ostatniego roku obrotowego, oraz opis działania organów zarządzających, nadzorujących lub administracyjnych Spółki oraz ich komitetów**

#### **Zarząd**

Obecnie nasz Zarząd liczy czterech członków. Skład Zarządu nie uległ zmianie w ciągu 2012 roku. Członkowie Zarządu zostali powołani na trzyletnią kadencję w 2010 roku.

## Skład osobowy Zarządu

W poniższej tabeli przedstawiono imiona, nazwiska, stanowiska, rok powołania i rok, w którym wygasa bieżąca kadencja poszczególnych członków Zarządu na dzień 31 grudnia 2012 roku.

Imię i nazwisko	Stanowisko	Rok pierwszego powołania	Rok powołania na obecną kadencję	Rok upływu kadencji
Dominik Libicki	Prezes Zarządu	2001	2010	2013
Dariusz Działkowski	Członek Zarządu	2007	2010	2013
Tomasz Szelaąg	Członek Zarządu	2009	2010	2013
Aneta Jaskólska	Członek Zarządu	2010	2010	2013

**Dominik Libicki** jest Prezesem Zarządu spółki Cyfrowy Polsat S.A. od marca 2001 roku. Zasiada również w Radzie Nadzorczej Telewizji Polsat Sp. z o.o. Jest także Prezesem Zarządu spółki INFO-TV-FM Sp. z o.o. Od lutego 2005 roku pełni funkcję Wiceprezesa Związku Pracodawców Prywatnych Mediów, działającego w ramach Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych "Lewiatan". Jego wcześniejsze doświadczenia zawodowe związane są głównie z branżą produkcji telewizyjnej. Pełnił funkcję Dyrektora Zarządzającego w PAI Film. Prowadził również własną firmę Studio Meg, która produkowała telewizyjne spoty reklamowe oraz programy telewizyjne. W latach 2005-2006 był Członkiem, a w latach 2006-2008 Wiceprzewodniczącym Rady Nadzorczej Polskiej Telefonii Cyfrowej Sp. z o.o., operatora sieci komórkowej w Polsce. Od maja 1999 roku do marca 2011 roku zasiadał w Radzie Nadzorczej spółki Polskie Media S.A. Ukończył studia na Wydziale Ochrony Środowiska Politechniki Wrocławskiej. Odbył szkolenie dla członków rad nadzorczych spółek Skarbu Państwa organizowane przez Ministerstwo Gospodarki.

**Dariusz Działkowski** jest Członkiem Zarządu ds. Technicznych spółki Cyfrowy Polsat S.A. od sierpnia 2007 roku. Od listopada 2001 roku pełnił funkcję Dyrektora ds. Technicznych w Cyfrowym Polsacie S.A. Pełni również funkcję Członka Zarządu w INFO-TV-FM Sp. z o.o., Redefine Sp. z o.o., Netshare Sp. z o.o., Gery.pl Sp. z o.o. oraz Frazpc.pl Sp. z o.o. Wcześniej doświadczenia zawodowe zdobywał w firmach Canal+ oraz Ericsson, odpowiednio jako Dyrektor ds. Technicznych oraz Kierownik Działu Sprzedaży Usług. Jest jednym z założycieli Centrum Telemarketingowego Sp. z o.o. Ukończył studia na wydziale Elektroniki Politechniki Warszawskiej ze specjalizacją Radio i Telewizja. Ukończył także program MBA na University of Maryland.

**Aneta Jaskólska** jest Członkiem Zarządu spółki Cyfrowy Polsat S.A. od lipca 2010 roku. W ramach sprawowania swojej funkcji odpowiada w spółce za Pion Prawny, Pion Administracji, Pion Personalny oraz Pion Ochrony Informacji i Bezpieczeństwa. Pełni również funkcję Członka Zarządu w spółkach Cyfrowy Polsat Trade Marks Sp. z o.o., INFO-TV-FM Sp. z o.o., Redefine Sp. z o.o., Netshare Sp. z o.o., Gery.pl Sp. z o.o. oraz Frazpc.pl Sp. z o.o. Od 2007 roku pełni funkcję Dyrektora Pionu Prawnego i Regulacji Cyfrowego Polsatu S.A. W latach 2004-2007 pełniła funkcję Prokurenta i Dyrektora Departamentu Prawnego UPC Polska Sp. z o.o. Posiada kilkunastoletnie doświadczenie w doradztwie i obsłudze prawnej dużych podmiotów gospodarczych. Ukończyła Wydział Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego, a także aplikację radcowską w Okręgowej Izbie Radców Prawnych w Warszawie uzyskując tytuł radcy prawnego. Jest również absolwentką Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego (na kierunku Prawo Autorskie, Wydawnicze i Prasowe).

**Tomasz Szelaąg** jest Członkiem Zarządu ds. Finansów od maja 2009 roku. Pełni również funkcję Członka Zarządu Telewizji Polsat Sp. z o.o., Prezesa Zarządu Cyfrowy Polsat Trade Marks Sp. z o.o., a także Członka Zarządu w spółkach Cyfrowy Polsat Finance AB, INFO-TV-FM Sp. z o.o., Redefine Sp. z o.o., Netshare Sp. z o.o., Gery.pl Sp. z o.o. oraz Frazpc.pl Sp. z o.o. Przed przyjściem do Cyfrowego Polsatu był Wiceprezesem Zarządu ds. Finansów Telefonii Dialog S.A. Wcześniej zajmował stanowiska: Dyrektora Oddziału Banku Société Générale we Wrocławiu, Dyrektora Departamentu Zabezpieczeń oraz Dyrektora Departamentu Analiz i Rzyzka Rynkowego w KGHM Polska Miedź S.A. Ukończył Akademię Ekonomiczną we Wrocławiu na Wydziale Gospodarki Narodowej, kierunek Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze i Polityczne, specjalizacja Handel Zagraniczny. Posiada tytuł doktora nauk ekonomicznych.

## **Opis działania Zarządu**

Zarząd Spółki działa na podstawie przepisów kodeksu spółek handlowych, Statutu Spółki oraz Regulaminu Zarządu zatwierdzonego przez Radę Nadzorczą w dniu 29 listopada 2007 roku.

Zarząd prowadzi sprawy Spółki w sposób przejrzysty i efektywny, zgodnie z przepisami prawa, wewnętrznymi przepisami Spółki i zasadami „Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW”. Przy podejmowaniu decyzji w sprawach Spółki, członkowie Zarządu działają w granicach uzasadnionego ryzyka gospodarczego.

Do składania oświadczeń w imieniu Spółki uprawnieni są (i) w przypadku Zarządu jednoosobowego - Prezes Zarządu działający samodzielnie, a (ii) w przypadku Zarządu wieloosobowego - Prezes Zarządu działający samodzielnie, dwóch członków Zarządu działających łącznie albo członek Zarządu działający łącznie z prokurentem.

Do kompetencji Zarządu należą wszelkie sprawy związane z prowadzeniem przedsiębiorstwa Spółki niezastrzeżone przepisami prawa albo Statutem do kompetencji Rady Nadzorczej lub Walnego Zgromadzenia Spółki.

Członkowie Zarządu uczestniczą ponadto w obradach Walnego Zgromadzenia oraz udzielają merytorycznych odpowiedzi na pytania zadawane w trakcie Walnego Zgromadzenia. Członkowie Zarządu zaproszeni na posiedzenie Rady Nadzorczej przez Przewodniczącego Rady Nadzorczej uczestniczą w tym posiedzeniu z prawem zabierania głosu w kwestiach będących w porządku obrad posiedzenia. Członkowie Zarządu powinni w granicach swoich kompetencji oraz w zakresie niezbędnym dla rozstrzygnięcia spraw omawianych przez Radę Nadzorczą, udzielać uczestnikom posiedzenia Rady Nadzorczej wyjaśnień i informacji dotyczących spraw Spółki.

Zarząd podejmuje uchwały, jeżeli na posiedzeniu obecnych jest co najmniej połowa członków Zarządu, a wszyscy członkowie zostali powiadomieni o posiedzeniu. Uchwały podejmowane są bezwzględną większością głosów członków Zarządu obecnych na posiedzeniu lub biorących udział w głosowaniu. Do ustanowienia prokury wymagana jest zgoda wszystkich członków Zarządu. Odwołać prokurę może każdy z członków Zarządu. W przypadku równości głosów przy podejmowaniu uchwał przez Zarząd decyduje głos Prezesa Zarządu.

Uchwały podejmowane są na posiedzeniu bądź w sposób określony poniżej. Posiedzenia zwołuje Prezes Zarządu lub upoważniony przez niego inny członek Zarządu. Posiedzenia odbywają się w siedzibie Spółki lub w innym miejscu wskazanym przez osobę zwołującą posiedzenie.

Głosowanie jest jawne. Tajne głosowanie należy zarządzić na żądanie chociażby jednego z obecnych na posiedzeniu członków Zarządu.

Ponadto, zgodnie z regulaminem Zarządu, Zarząd może podejmować uchwały w trybie pisemnym lub w sposób umożliwiający równoczesne komunikowanie się członków Zarządu przy pomocy techniki audiowizualnej (np. telekonferencje, wideokonferencje).

## **Rada Nadzorcza**

W skład Rady Nadzorczej wchodzi pięciu członków. Rada Nadzorcza działała w niezmienionym składzie przez cały 2012 rok. W dniu 5 czerwca 2012 roku Walne Zgromadzenie powołało wszystkich dotychczasowych członków Rady Nadzorczej na kolejną 3-letnią kadencję.

## Skład osobowy Rady Nadzorczej

W skład Rady Nadzorczej Spółki wchodziły następujące osoby:

Imię i nazwisko	Stanowisko	Rok pierwszego powołania	Rok powołania na obecną kadencję	Rok upływu kadencji
Zygmunt Solorz-Żak.....	Przewodniczący Rady Nadzorczej Członek Komitetu ds. Wynagrodzeń	2008	2012	2015
Robert Gwiazdowski.....	Niezależny <sup>1</sup> członek Rady Nadzorczej Członek Komitetu Audytu	2008	2012	2015
Andrzej Papis.....	Członek Rady Nadzorczej	2007	2012	2015
Leszek Reksa.....	Niezależny <sup>1</sup> członek Rady Nadzorczej Członek Komitetu Audytu	2008	2012	2015
Heronim Ruta.....	Członek Rady Nadzorczej Członek Komitetu Audytu Członek Komitetu ds. Wynagrodzeń	2001	2012	2015

<sup>1</sup>spełniają kryteria niezależności wymienione w Dobrych Praktykach Spółek Notowanych na GPW w Rozdziale III punkcie 6

**Zygmunt Solorz-Żak** jest jednym z największych przedsiębiorców prywatnych w Polsce, prowadzącym działalność biznesową w różnych dziedzinach polskiej gospodarki. Pod koniec lat 80-tych założył Przedsiębiorstwo Zagraniczne SOLPOL. Na początku lat 90-tych zaangażował się w media inwestując w Kurier Polski. W 1993 roku uruchomił pierwszą w Polsce prywatną telewizję satelitarną Polsat, która w wyniku otrzymania koncesji w tym samym roku przekształciła się w telewizję ogólnopolską. W ciągu kilku lat działalności Telewizja Polsat stała się jednym z liderów rynku nadawców telewizyjnych w Polsce. Obecnie Zygmunt Solorz-Żak swoją działalność koncentruje w obszarze mediów i telekomunikacji, przede wszystkim poprzez takie podmioty jak Cyfrowy Polsat S.A. (którego jest również założycielem), Telewizja Polsat Sp. z o.o., Polkomtel Sp. z o.o. (w którym pełni funkcję Prezesa Zarządu) i Grupa Midas. W obrębie zainteresowań inwestycyjnych Pana Solorza-Żaka znajdują się również przedsiębiorstwa z obszaru energetyki (ZE PAK S.A.), finansów i bankowości (Invest-Bank S.A.), nieruchomości (Port Praski Sp. z o.o.) oraz sportu (WKS Śląsk Wrocław S.A.). Pan Solorz-Żak posiada wieloletnie doświadczenie w pracy w organach statutowych spółek prawa handlowego przewodnicząc lub zasiadając w Radach Nadzorczych takich spółek jak m.in. Telewizja Polsat Sp. z o.o., Midas S.A., Invest Bank S.A. i ZE PAK S.A.

**Robert Gwiazdowski** jest doktorem habilitowanym nauk prawnych. Od 1997 roku posiada tytuł Doradcy Inwestycyjnego. Pan Gwiazdowski jest również arbitrem w procesach arbitrażowych oraz sędzią Sądu Giełdowego przy Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Jest Prezydentem Centrum im. Adama Smitha. W latach 1985 - 2006 był pracownikiem naukowym na Uniwersytecie Warszawskim (asystent a następnie adiunkt na Wydziale Prawa i Administracji). W latach 1992-2002 był partnerem w firmie adwokackiej Smoktunowicz & Falandysz. W latach 1994-2004 był Szefem Komisji Podatkowej Centrum im. Adama Smitha. Od 2002 roku prowadzi działalność gospodarczą w zakresie doradztwa prawno-podatkowego i finansowo-ekonomicznego pod firmą Gwiazdowski Consulting. Pan Gwiazdowski jest autorem komentarzy na tematy podatkowe i gospodarcze w polskich stacjach telewizyjnych i radiowych oraz autorem wielu publikacji oraz artykułów naukowych. Pan Gwiazdowski pełni funkcję członka Rady Nadzorczej w Gemius S.A., MNI S.A. (niezależny członek Rady Nadzorczej) oraz DGA S.A.

**Andrzej Papis** jest Radcą Prawnym. Ukończył studia na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego oraz odbył aplikację radcowską w Okręgowej Izbie Radców Prawnych w Warszawie. W latach 1998 - 1999 był asystentem w zespole prof. M. Kuleszy ds. reformy administracyjnej kraju, następnie współpracownikiem Biura Pełnomocnika Rządu ds. Wprowadzenia Powszechnego Ubezpieczenia Zdrowotnego. Od 2000 roku jest prawnikiem Telewizji Polsat Sp. z o.o. a od 2001 Inwestycji Polskich Sp. z o.o. Od 2003 jest członkiem Zarządu TFP Sp. z o.o., od 2004 roku jest członkiem Rady Nadzorczej Elektrim S.A. a od 2007 jest członkiem Rady Nadzorczej Cyfrowy Polsat S.A. W latach 2007 – 2010 był członkiem Rady Nadzorczej Media-Biznes Sp. z o.o. W 2011 został powołany do Rady Nadzorczej Polkomtel Sp. z o.o.

**Leszek Reksa** jest absolwentem Wydziału Handlu Zagranicznego Szkoły Głównej Planowania i Statystyki (obecnie Szkoła Główna Handlowa). Posiada wieloletnie doświadczenie zawodowe na stanowiskach kierowniczych w różnych przedsiębiorstwach. Od blisko 15 lat pracuje w bankowości na stanowiskach menedżerskich (duża instytucja bankowa). Posiada również wieloletnie doświadczenie w pracy w organach statutowych spółek prawa handlowego - był Prezesem Zarządu PHU BIMOT S.A., członkiem Rady Nadzorczej Bankowego Funduszu Leasingowego S.A. i członkiem Rady Nadzorczej Zakładów Azotowych Kędzierzyn S.A.

**Heronim Ruta** ukończył studia na Wydziale Elektrycznym Politechniki Warszawskiej. Jest pracownikiem firmy Ster Sp. z o.o. oraz pełni funkcje w Radach Nadzorczych Invest Bank S.A., PAI Media S.A., Gurex S.A., oraz Telewizja Polsat Sp. z o.o., a także funkcję w zarządzie Diasen Ltd. W latach 1973 - 1978 był stażystą a następnie specjalistą technologiem elektrykiem w Zakładach Tworzyw Sztucznych Pronit Erg, w latach 1978 - 1979 był specjalistą nadzorującym budowę doświadczalnego wagonu do wykrywania ultradźwiękami pęknięć w szynach w Centralnym Ośrodku Badań Techniki Kolejnictwa. W 1980 roku pracował dla Cementation International Limited, Londyn, projektując elektrykę hotelu Marriott w Warszawie. W latach 1980-1987 był kierownikiem Wytwórczo-Usługowej Spółdzielni Pracy. W roku 1987 założył Herom Sp. z o.o., której był prezesem do 1992 roku. W latach 1992-1994 był prezesem Ster Sp. z o.o., i w latach 1991-1998 prowadził indywidualną działalność gospodarczą w zakresie handlu i usług sprzętem elektronicznym oraz budowy sieci nadajników telewizyjnych dla Telewizji Polsat S.A. W latach 2002 - 2005 był członkiem Zarządu Polaris Finance B.V., a w latach 2002 - 2004 członkiem Rady Nadzorczej Uzddaroi Akcine Bendrove "Baltijos Televizija". Od listopada 2011 roku Przewodniczący Rady Nadzorczej Polkomtel Sp. z o.o.

### Opis działania Rady Nadzorczej

Rada Nadzorcza działa na podstawie przepisów kodeksu spółek handlowych, a także w oparciu o Statut Spółki oraz Regulamin Rady Nadzorczej Spółki z dnia 3 grudnia 2007 roku.

Zgodnie ze Statutem Spółki Rada Nadzorcza sprawuje stały nadzór nad działalnością Spółki we wszystkich gałęziach przedsiębiorstwa. W ramach sprawowania nadzoru, Rada Nadzorcza może żądać od Zarządu wszelkich informacji i dokumentów dotyczących działalności Spółki.

Członkowie Rady Nadzorczej powinni podejmować odpowiednie działania, aby otrzymywać od Zarządu regularne i wyczerpujące informacje o wszystkich istotnych sprawach dotyczących działalności Spółki oraz o ryzyku związanym z prowadzoną działalnością i sposobach zarządzania tym ryzykiem. Rada Nadzorcza może – nie uchybiając kompetencjom innych organów Spółki – wyrażać opinie we wszystkich sprawach związanych z działalnością Spółki, w tym także występować z wnioskami i propozycjami do Zarządu.

Do kompetencji Rady Nadzorczej należą ponadto sprawy zastrzeżone przepisami kodeksu spółek handlowych, a w szczególności:

- a. badanie sprawozdania finansowego zarówno co do zgodności z księgami i dokumentami jak i stanem faktycznym, badanie sprawozdań okresowych i rocznych Zarządu tudzież wniosków Zarządu co do podziału zysku i pokrycia strat oraz składania Walnemu Zgromadzeniu sprawozdania pisemnego z wyników badań,
- b. sporządzanie raz w roku i przedstawienie Zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu zwięzłej oceny sytuacji Spółki, z uwzględnieniem oceny systemu kontroli wewnętrznej i systemu zarządzania ryzykiem istotnym dla Spółki,
- c. powoływanie członków Zarządu,
- d. delegowanie członków Rady Nadzorczej do czasowego wykonywania czynności członków Zarządu niemogących sprawować swoich czynności,
- e. zawieszanie z ważnych przyczyn w czynnościach poszczególnych lub wszystkich członków Zarządu,
- f. zatwierdzanie regulaminu Zarządu,
- g. ustalanie zasad wynagrodzenia członków Zarządu,
- h. wybór biegłego rewidenta do badania sprawozdań finansowych Spółki,
- i. wyrażanie zgody na wypłatę akcjonariuszom zaliczki na poczet przewidywanej dywidendy.

Ponadto, do kompetencji Rady Nadzorczej należą następujące sprawy:

- a. dokonanie i przedstawienie Zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu oceny pracy Zarządu,
- b. rozpatrywanie i opiniowanie spraw mających być przedmiotem uchwał Walnego Zgromadzenia,
- c. zatwierdzanie rocznych i wieloletnich programów działania Spółki opracowanych przez Zarząd,
- d. ustalanie wysokości wynagrodzenia członków Rady Nadzorczej delegowanych do czasowego wykonywania czynności członka Zarządu,
- e. wyrażanie zgody na uczestniczenie w innych spółkach,

- f. wyrażanie zgody na powoływanie, odwoływanie i zawieszanie członków organów spółek zależnych,
- g. wyrażenie zgody na zawarcie przez Spółkę istotnej umowy z podmiotem powiązaniem,
- h. wyrażenie zgody na dokonywanie przez Spółkę czynności skutkujących zaciągnięciem zobowiązania, z wyjątkiem:
  - czynności przewidzianych w zatwierdzonym przez Radę Nadzorczą rocznym programie działania Spółki, lub
  - czynności skutkującej zaciągnięciem zobowiązania do wartości 10.000.000 zł (dziesięć milionów złotych, nie w tysiącach), w tym także udzielanie poręczeń lub gwarancji oraz wystawianie lub poręczanie weksli, dokonywanej w ramach bieżącej działalności, w tym w szczególności działalności w zakresie płatnej telewizji cyfrowej, usługi dostępu do Internetu oraz działalności wirtualnego operatora telefonii komórkowej,
- i. wydawanie, na wniosek Zarządu, opinii we wszystkich istotnych dla Spółki sprawach.

Rada Nadzorcza składa się z pięciu do dziewięciu członków, w tym Przewodniczącego Rady Nadzorczej wybieranych przez Walne Zgromadzenie Spółki. Walne Zgromadzenie przed wyborem członków Rady Nadzorczej na nową kadencję, określa liczbę członków Rady Nadzorczej. Kadencja Rady Nadzorczej wynosi trzy lata i jest wspólna.

W skład Rady Nadzorczej może wchodzić dwóch członków spełniających kryteria niezależnego członka Rady Nadzorczej, określone w zasadach ładu korporacyjnego zawartych w Dobrych Praktykach Spółek Notowanych na GPW.

Posiedzenia Rady Nadzorczej odbywają się co najmniej raz na kwartał. Posiedzenia odbywają się w siedzibie Spółki lub w innym miejscu wskazanym przez osobę zwołującą posiedzenie.

Przewodniczący Rady Nadzorczej, bądź członek Rady Nadzorczej wskazany przez Przewodniczącego zwołuje posiedzenia Rady Nadzorczej. Posiedzeniom Rady Nadzorczej przewodniczy Przewodniczący, a w razie jego nieobecności członek Rady Nadzorczej wskazany na piśmie przez Przewodniczącego lub inny członek Rady Nadzorczej wybrany przez członków obecnych na posiedzeniu.

Przewodniczący zwołuje ponadto posiedzenia Rady Nadzorczej na wniosek członka Zarządu lub członka Rady Nadzorczej lub na wniosek akcjonariuszy reprezentujących co najmniej 1/10 (jedną dziesiątą) kapitału zakładowego. Posiedzenia Rady Nadzorczej powinny odbywać się najpóźniej w ciągu 14 dni od daty zgłoszenia pismem wniosku Przewodniczącemu.

Uchwały Rady Nadzorczej zapadają większością głosów oddanych. W razie równości przeważa głos Przewodniczącego. Dla ważności uchwał Rady Nadzorczej wymagane jest zaproszenie wszystkich członków Rady Nadzorczej oraz obecność na posiedzeniu nie mniej niż połowy składu Rady.

Uchwały Rady Nadzorczej mogą być podejmowane za pomocą środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość jak również członek Rady Nadzorczej może oddać swój głos na piśmie za pośrednictwem innego członka Rady Nadzorczej.

Członkowie Rady Nadzorczej wykonują swoje prawa i obowiązki osobiście. Członkowie Rady Nadzorczej uczestniczą w Walnych Zgromadzeniach.

Ponadto w ramach wykonywania swoich obowiązków Rada Nadzorcza powinna:

- a. raz w roku sporządzać i przedstawiać zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu zwięzłą ocenę sytuacji Spółki, z uwzględnieniem oceny systemu kontroli wewnętrznej i systemu zarządzania ryzykiem istotnym dla Spółki,
- b. raz w roku dokonać i przedstawić zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu ocenę swojej pracy,
- c. rozpatrywać i opiniować sprawy mające być przedmiotem uchwał Walnego Zgromadzenia.

#### *Komitety Rady Nadzorczej*

Zgodnie z Regulaminem Rady Nadzorczej, Rada Nadzorcza może powoływać komitety stałe, w szczególności Komitet Audytu lub Komitet do spraw Wynagrodzeń, lub Komitety ad hoc do rozpatrywania określonych spraw pozostających w kompetencji Rady Nadzorczej lub działające jako organy doradcze i opiniotwórcze Rady Nadzorczej.

W skład Komitetu Audytu na dzień 31 grudnia 2012 roku wchodziły następujący członkowie Rady Nadzorczej:

- Heronim Ruta,
- Robert Gwiazdowski, niezależny członek Rady Nadzorczej,
- Leszek Rekxa, niezależny członek Rady Nadzorczej.

Skład Komitetu Audytu spełnia wymogi określone przez art. 86 ust. 4 ustawy z dnia 7 maja 2009 roku o biegłych rewidentach i ich samorządzie, podmiotach uprawnionych do badania sprawozdań finansowych oraz o nadzorze publicznym, zgodnie z którym w skład Komitetu Audytu powinno wchodzić co najmniej trzech członków, w tym przynajmniej jeden członek Komitetu Audytu powinien spełniać warunki niezależności i posiadać kwalifikacje w dziedzinie rachunkowości lub rewizji finansowej.

Komitet do spraw Wynagrodzeń na dzień 31 grudnia 2012 roku tworzyli następujący członkowie Rady Nadzorczej:

- Zygmunt Solorz-Żak,
- Heronim Ruta.

Do posiedzeń, uchwał oraz protokołów komitetów Rady Nadzorczej stosuje się postanowienia Regulaminu, z zastrzeżeniem poniższych informacji.

Komitet powoływany jest przez Radę Nadzorczą spośród jej członków, w drodze uchwały. Komitet wybiera, w drodze uchwały, przewodniczącego danego komitetu spośród swoich członków. Mandat członka danego komitetu wygasa wraz z wygaśnięciem mandatu członka Rady Nadzorczej. Rada Nadzorcza może w drodze uchwały postanowić o odwołaniu ze składu danego komitetu także przed wygaśnięciem mandatu członka Rady Nadzorczej. Odwołanie ze składu komitetu nie jest równoznaczne z odwołaniem ze składu Rady Nadzorczej.

Pierwsze posiedzenie komitetu zwołuje Przewodniczący Rady Nadzorczej lub inny wskazany przez niego członek Rady Nadzorczej. Posiedzenia komitetów są zwoływane w miarę potrzeb przy zapewnieniu wypełniania przez dany komitet powierzonych mu zadań. Protokoły posiedzeń oraz uchwały podjęte przez komitet są udostępniane członkom Rady niewchodzącym w skład danego komitetu. Pracami danego komitetu kieruje przewodniczący komitetu. Przewodniczący sprawuje również nadzór nad przygotowaniem porządku obrad, organizowaniem dystrybucji dokumentów i sporządzaniem protokołów z posiedzeń komitetu.

Dominik Libicki  
Prezes Zarządu

Tomasz Szelaǳ  
Członek Zarządu

Dariusz Działkowski  
Członek Zarządu

Aneta Jaskólska  
Członek Zarządu

Warszawa, 11 marca 2013 roku