



# Wyniki finansowe 4Q'2016 i 2016 r.

16 marca 2017 r.

Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat S.A.



# Oświadczenie



Informacje zawarte w niniejszej prezentacji mogą zawierać stwierdzenia odnoszące się do przyszłych oczekiwań, rozumiane jako wszystkie stwierdzenia (z wyjątkiem dotyczących faktów historycznych) w odniesieniu do naszych wyników finansowych, strategii biznesowej oraz celów i planów dotyczących przyszłej działalności (łącznie z planami odnośnie rozwoju naszych produktów i usług). Stwierdzenia te nie stanowią gwarancji przyszłych wyników oraz wiążą się z ryzykiem i brakiem pewności realizacji tych oczekiwań, gdyż ze swej natury podlegają wielu założeniom, ryzykom i niepewności. Rzeczywiste wyniki mogą zasadniczo różnić się od tych, które wyrażono lub których można oczekiwać na podstawie stwierdzeń odnoszących się do przyszłych oczekiwań. Nawet jeśli nasze wyniki finansowe, strategia biznesowa oraz cele i plany dotyczące naszej przyszłej działalności są zgodne z zawartymi w prezentacji stwierdzeniami dotyczącymi przyszłych oczekiwań, nie musi to oznaczać, że te stwierdzenia będą prawdziwe dla kolejnych okresów. Stwierdzenia te wyrażają nasze stanowisko na dzień sporządzenia prezentacji.

Nie podejmujemy żadnego zobowiązania do publikowania jakichkolwiek korekt czy aktualizacji stwierdzeń zawartych w prezentacji w celu odzwierciedlenia zmian naszych oczekiwań, zmian okoliczności, na których oparte zostały te stwierdzenia czy też zdarzeń zaistniałych po dacie sporządzenia niniejszej prezentacji.



# Agenda

---



1. Najważniejsze wydarzenia
2. Działalność operacyjna
3. Wyniki finansowe pro-forma
4. Podsumowanie i cele na 2017
5. Dodatkowe informacje



# 1. Najważniejsze wydarzenia

A horizontal bar with a gradient from orange on the left to green on the right, positioned below the title.

# Najważniejsze wydarzenia 2016 roku

Nabycie Midas (obecnie Aero2)



Rejestracja kart pre-paid



Transmisja UEFA EURO 2016



Realizacja strategii multiplay



# Cele na rok 2016 zostały osiągnięte



- Finalizacja transakcji zakupu akcji Midasa i skuteczna integracja w ramach struktur Grupy Polsat



- Wzrost liczby RGU kontraktowych implikujący wzrost ARPU klientów kontraktowych



- Wzrost oglądalności kanałów Polsatu oraz bardzo dynamiczny wzrost przychodów reklamowych, wsparty komercyjnym sukcesem projektu UEFA EURO 2016



- Utrzymanie wysokich marż, zmniejszenie zadłużenia oraz poprawa poziomu FCF



# Stabilnie rosnąca baza usług w 2016 roku



**5,9 mln** klientów  
w tym **1,3 mln** klientów  
multiplay

**16,5 mln** RGU

**13,2** usługi kontraktowe

**3,3** usługi przedpłacone

**2,25** RGU  
na klienta  
**88,7 PLN** ARPU



**9,7 mln** Telefon

**4,8 mln** Telewizja

**2,0 mln** Internet



# Telewizja Polsat liderem w 2016 roku



**24,9%**  
udziału w oglądalności



**13,2%** kanał główny  
**11,6%** kanały tematyczne

**26,9%**  
udziału w rynku  
reklamy TV



**4x** wyższa dynamika  
vs rynek reklamy





# Bardzo dobre wyniki finansowe pro-forma



**9.650 mln PLN**  
przychody

**3.660 mln PLN**  
EBITDA  
**37,9%** marża EBITDA


**1.557 mln PLN**  
LTM FCF

**2,83x**  
dług netto/EBITDA wg SFA<sup>(1)</sup>  
**3,06x**  
całkowite zadłużenie netto/EBITDA LTM

Nota: (1) Zadłużenie netto zgodnie z definicją SFA, tzn. z wyłączeniem długu, który nie jest obsługiwany gotówkowo



## 2. Działalność operacyjna

A horizontal decorative bar with a gradient from orange on the left to green on the right, positioned below the section header.



## 2.1 Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

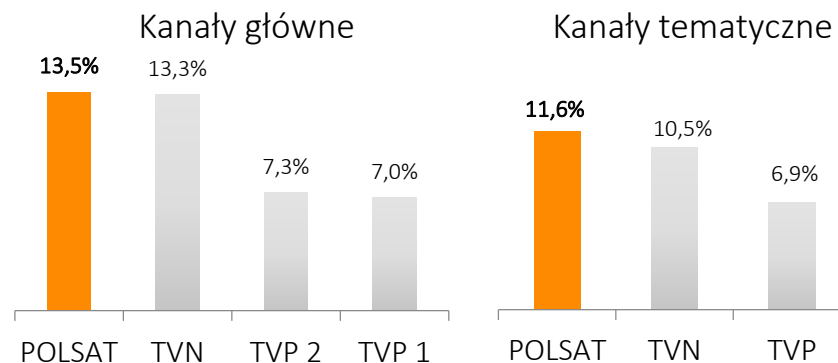


# Oglądalność naszych kanałów w 4Q'16

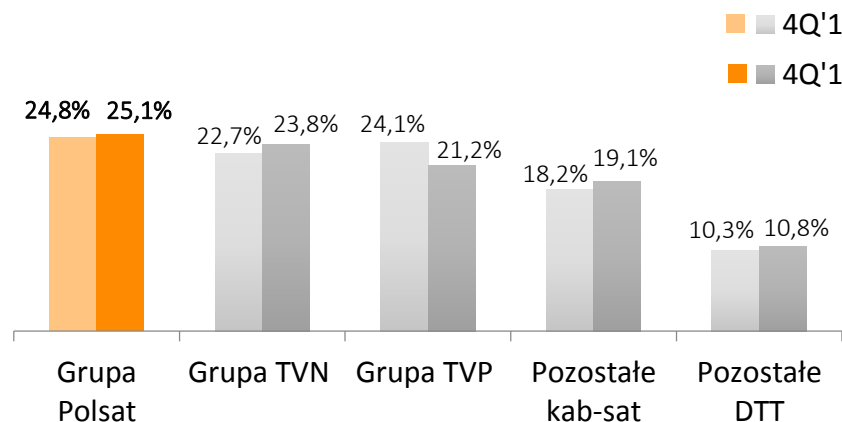


- Grupa Polsat i kanał główny niezmiennie liderami oglądalności w grupie komercyjnej

## Udział w oglądalności



## Dynamika udziałów w oglądalności



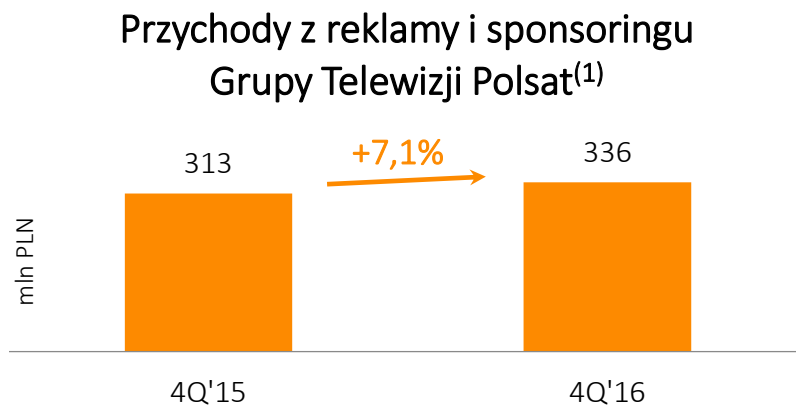
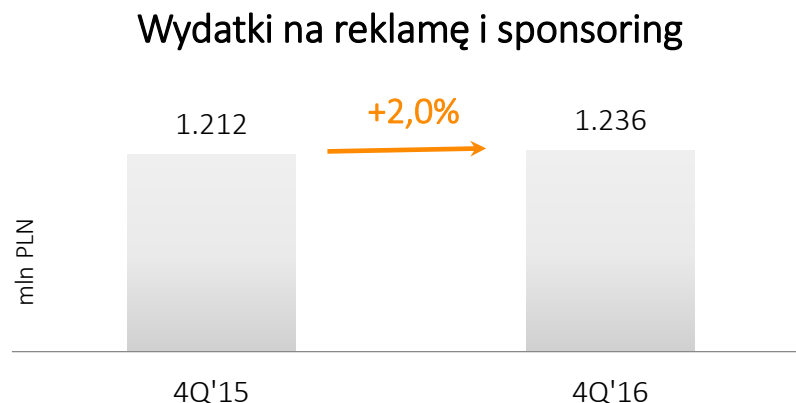
Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, analizy własne



# Pozycja na rynku reklamy w 4Q'16



- Rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 4Q'16 wzrósł r/r o 2,0%
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat rosną szybciej niż rynek
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrósł do 27,2%



Źródło: Starcom, reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy własne

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

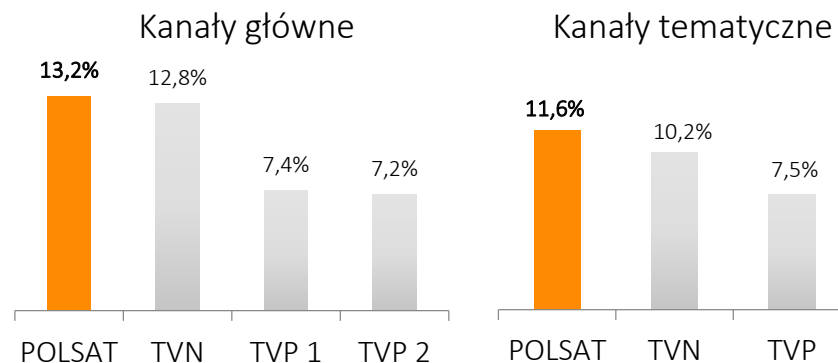


# Oglądalność naszych kanałów w 2016 r.

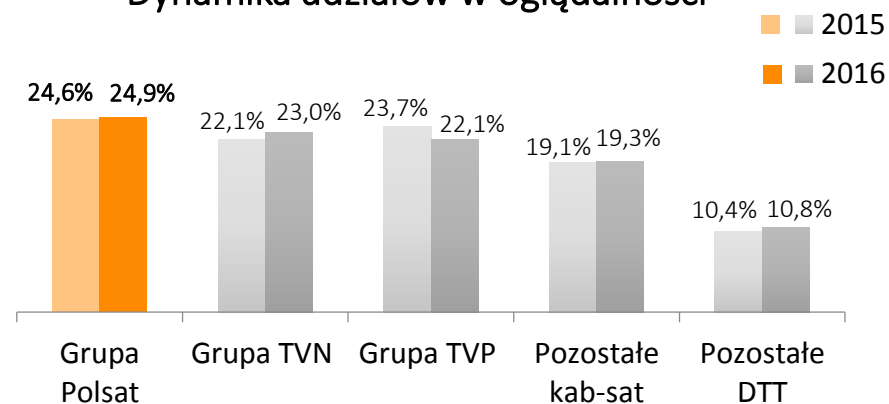


- Grupa Polsat i kanał główny liderami oglądalności w grupie komercyjnej
- Wyniki oglądalności zgodne z długoterminową strategią

## Udział w oglądalności



## Dynamika udziałów w oglądalności



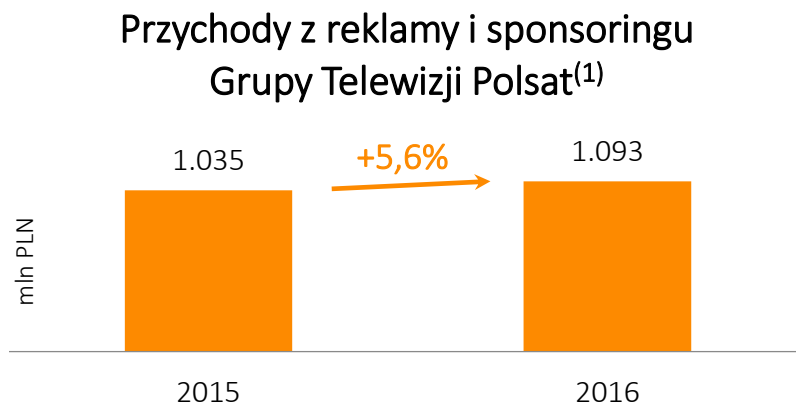
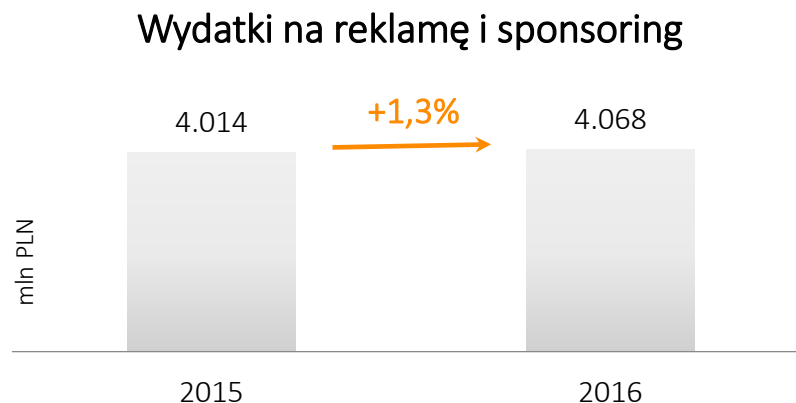
Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, analizy własne



# Pozycja na rynku reklamy w 2016 r.



- Rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 2016 r. wzrost r/r o 1,3%
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat rosną znacznie szybciej niż rynek (pozytywny wpływ UEFA EURO 2016)
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrósł do 26,9%



Źródło: Starcom, reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy własne

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



## 2.2 Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym

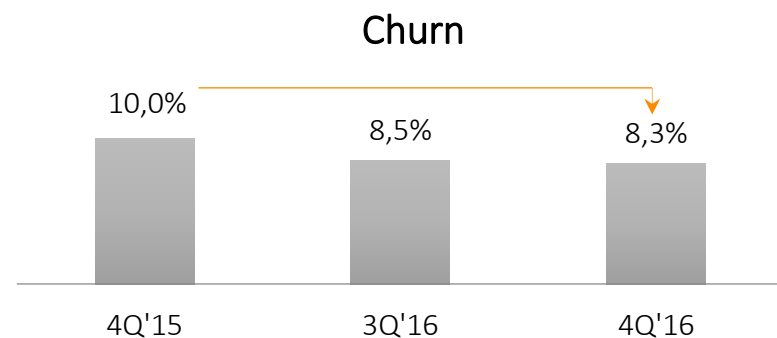
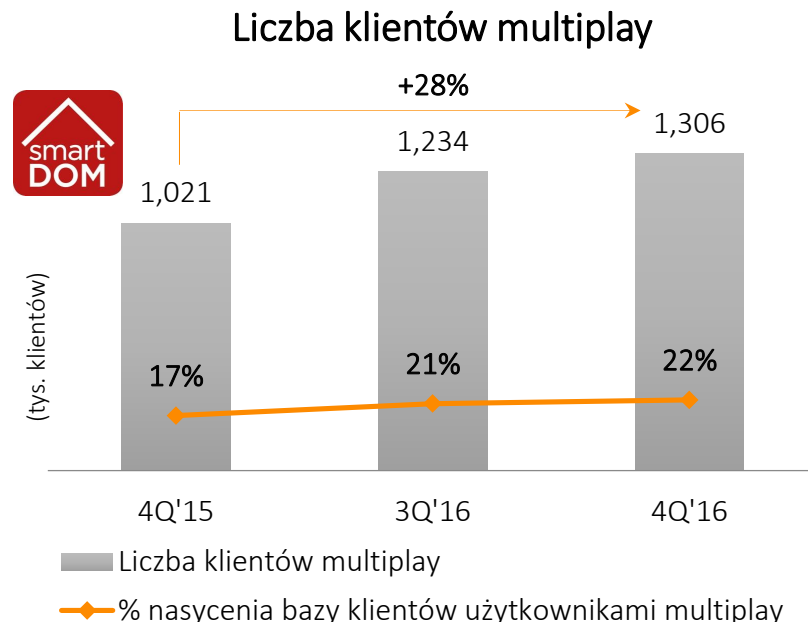




# Strategia multiplay jest skuteczna



- Dynamiczny wzrost liczby klientów multiplay o 285 tys. r/r
- Już 22% naszych klientów kontraktowych korzysta z oferty multiplay, co pozytywnie przekłada się raportowany wskaźnik churn (najniższy w ostatnich 3 latach)



# SmartDOM strategią sukcesu



1. Zaczynij od jednej z usług



+

2. Dokup produkty i usługi z szerokiej gamy smartDOM  
(im więcej wybierzesz tym więcej oszczędzasz)



=

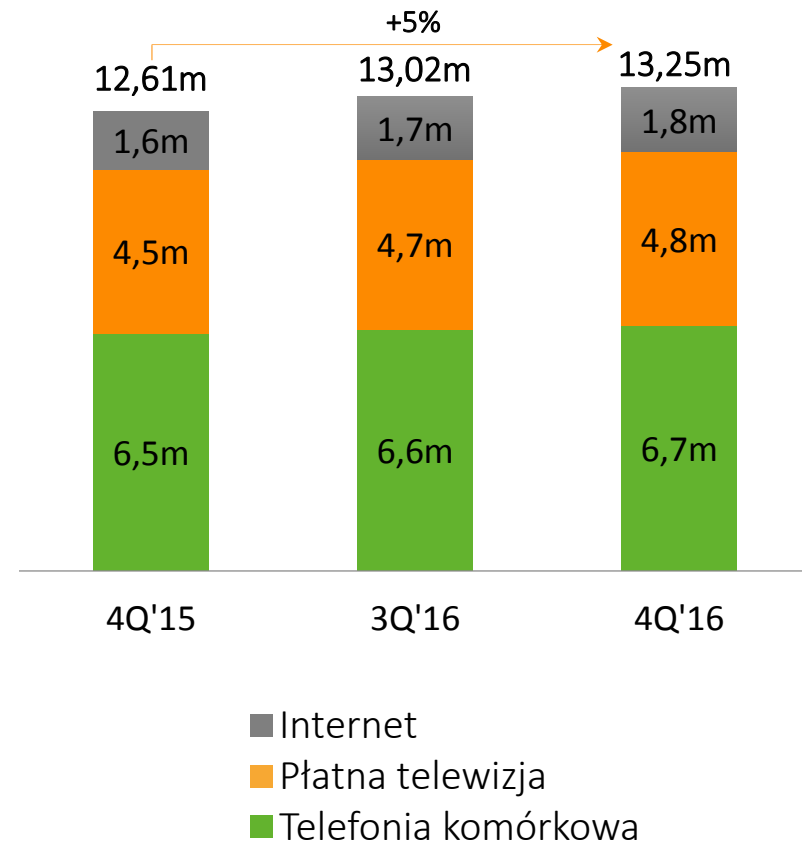


3. Stwórz swój smartDOM  
i oszczędzaj nawet 1000 zł rocznie

# Usługi kontraktowe – rekordowo silny kwartał



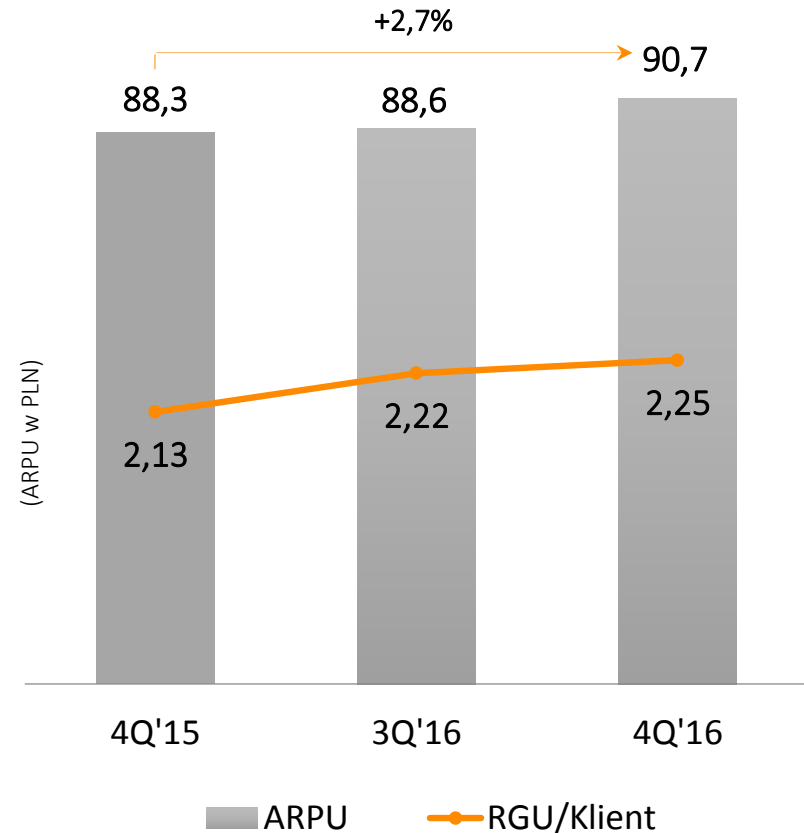
- Silny przyrost liczby usług kontraktowych o 640 tys. r/r
- 214 tys. r/r dodatkowych RGU telefonii komórkowej to efekt korzystnego wpływu strategii multiplay, wspartego w ostatnich miesiącach zintensyfikowaną migracją klientów z segmentu prepaid
- RGU płatnej telewizji rośnie o 263 tys. r/r (efekt multiroom i OTT)
- Dalszy wzrost Internetu o 163 tys. r/r



# Skuteczna budowa ARPU klienta



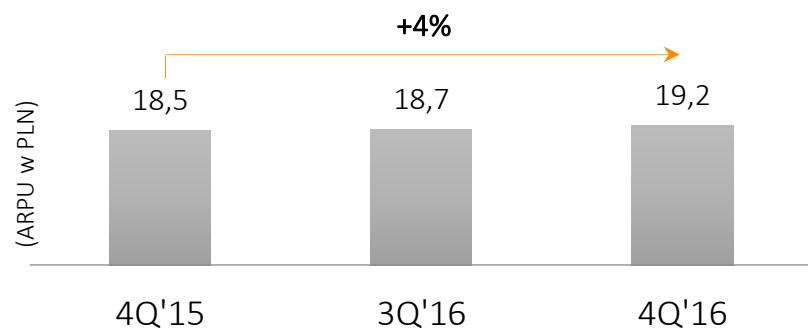
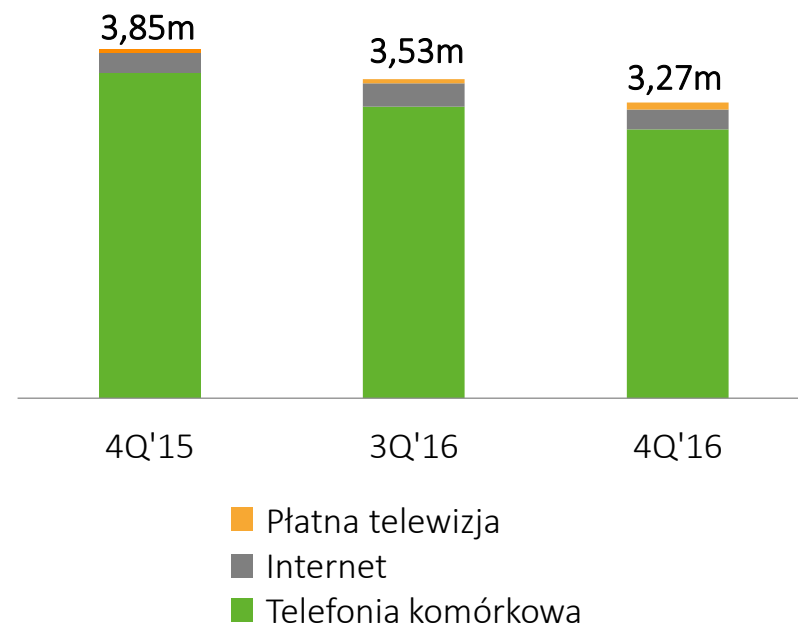
- Wysoka dynamika wzrostu ARPU w 4Q'16 – blisko 3% i 2,4 zł r/r na wysoko konkurencyjnym rynku
- Skuteczna dosprzedaż produktów odzwierciedla się we wzroście wskaźnika saturacji RGU na klienta



# Ustawowy obowiązek rejestracji kart SIM jest odzwierciedlony w wynikach segmentu prepaid



- Zintensyfikowana migracja klientów prepaid do kontraktu połączona ze skokowym spadkiem sprzedaży nowych kart SIM na całym rynku prepaid
- Na początku lutego i marca 2017 r. posiadaliśmy już odpowiednio ponad 2,7 mln i ponad 2,8 mln zarejestrowanych kart SIM prepaid<sup>(1)</sup>
- Efekty obowiązkowej rejestracji kart prepaid będą w pełni odzwierciedlone w bazie RGU w 1Q'17



Nota: (1) wg 90-dniowej definicji użyciowej

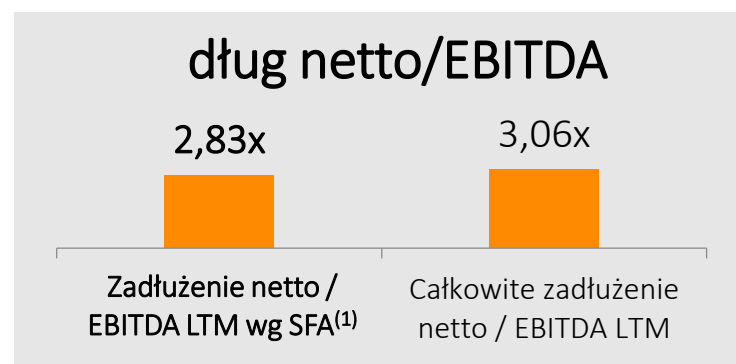
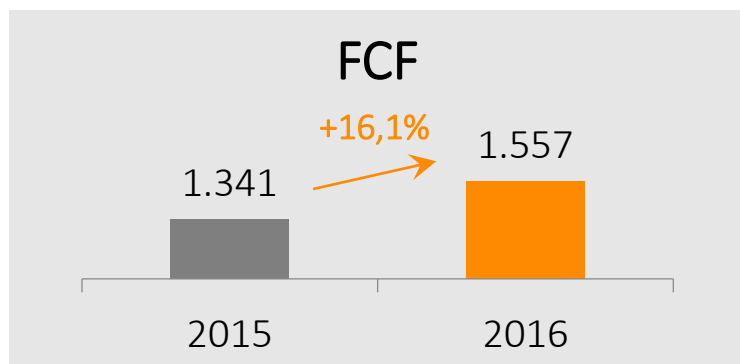
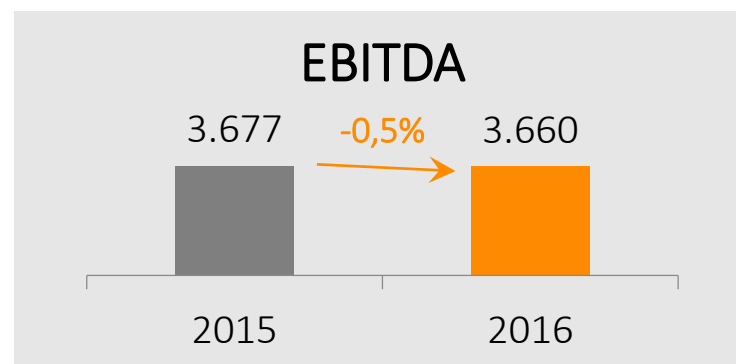
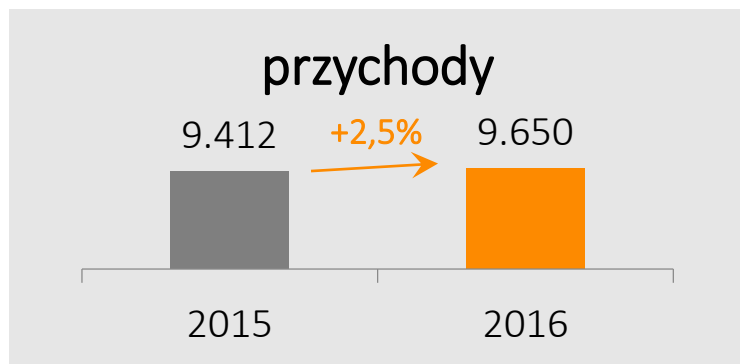


# 3. Wyniki finansowe pro-forma

Konsolidacja wyników Grupy Aero2 (wcześniej Grupy Midas)



# Wyniki pro-forma Grupy za 2016

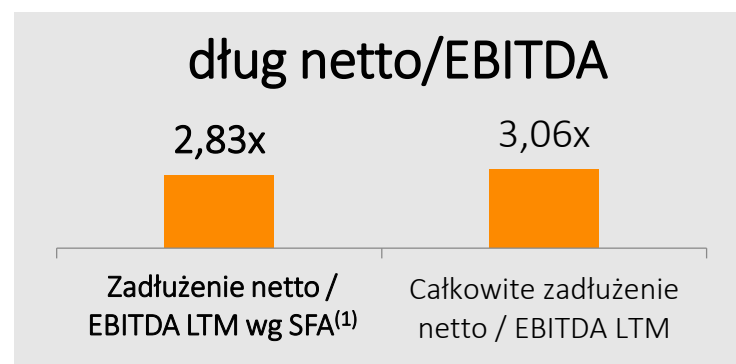
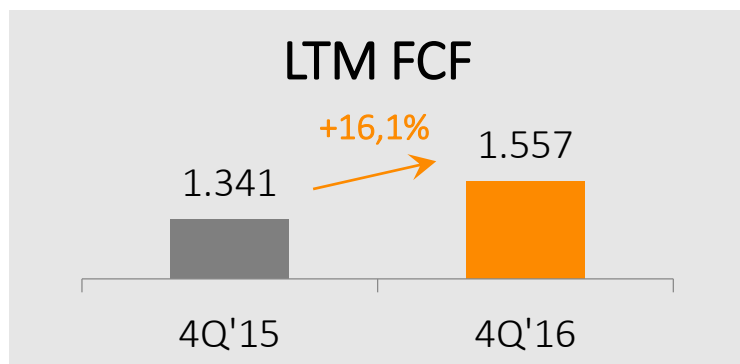
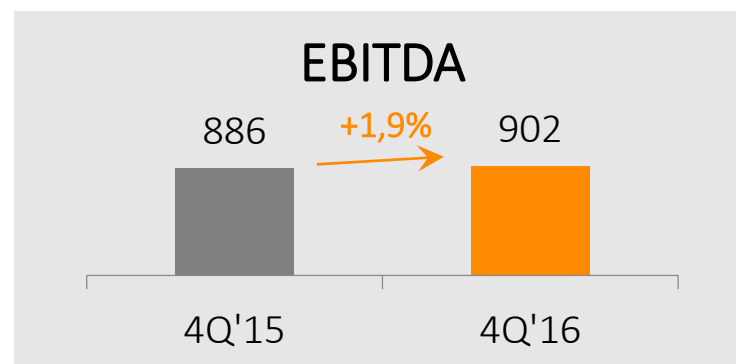
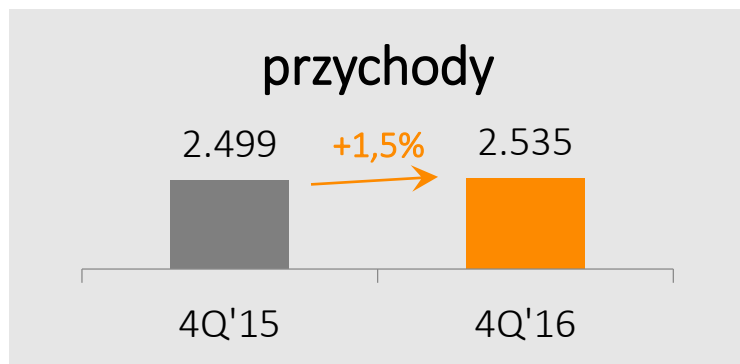


Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Aero2 (wcześniej Midas), skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne

Nota: (1) Zadłużenie netto zgodnie z definicją SFA, tzn. z wyłączeniem długu, który nie jest obsługiwany gotówkowo



# Wyniki pro-forma Grupy za 4Q'16



Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Aero2 (wcześniej Midas), skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne

Nota: (1) Zadłużenie netto zgodnie z definicją SFA, tzn. z wyłączeniem długu, który nie jest obsługiwany gotówkowo





# Wyniki pro-forma segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym



mln PLN	4Q'16	zmiana r/r	2016	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.178	1%	8.396	1%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	1.427	2%	5.309	4%
EBITDA	749	-2%	3.096	-4%
Marża EBITDA	34,4%	-0,8pkt%	36,9%	-2,1pkt%

Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Metelem, Aero2 (wcześniej Midas), skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne

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



# Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej



mln PLN	4Q'16	zmiana r/r	2016	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	414	7%	1.484	14%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	258	-1%	920	8%
EBITDA	154	23%	563	27%
Marża EBITDA	37,1%	4,8pkt%	38,0%	3,7pkt%

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2016 r. oraz analizy wewnętrzne

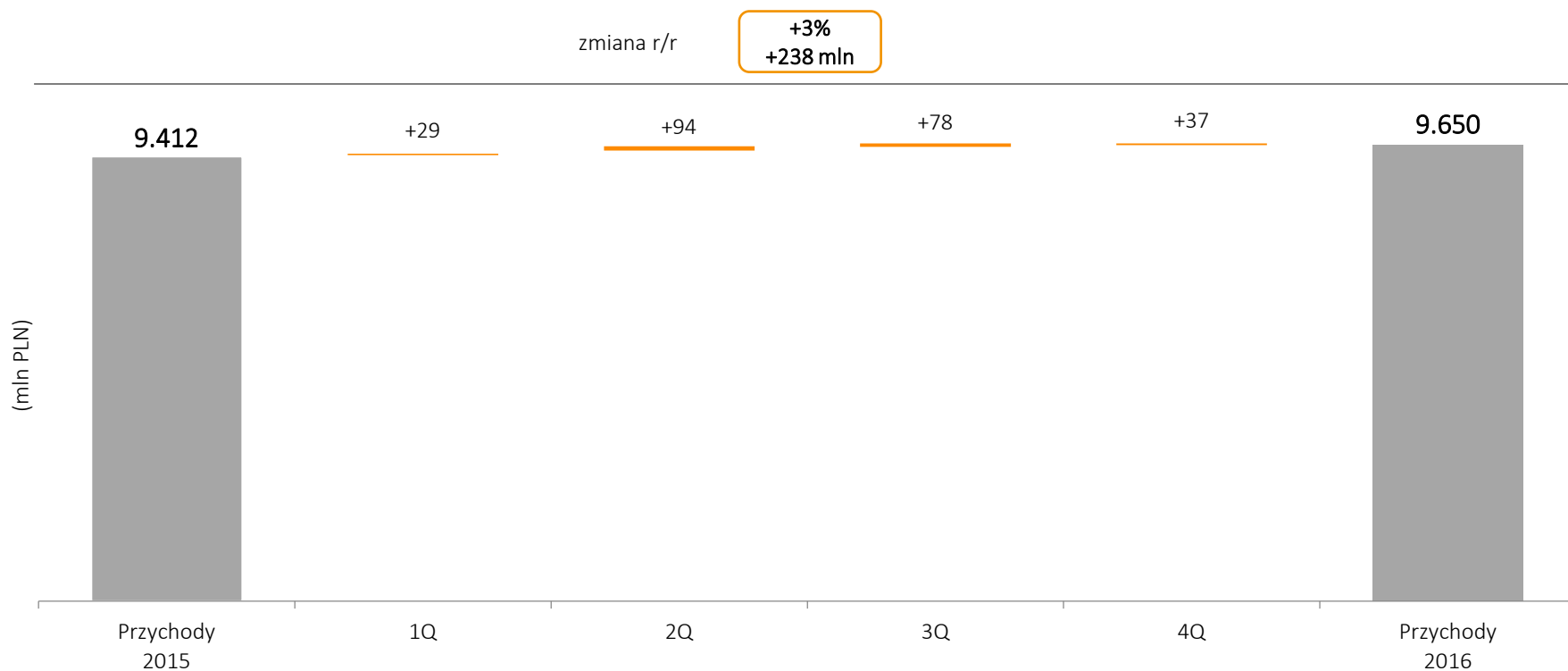
Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



# Stabilny wzrost przychodów pro-forma



## Przychody ze sprzedaży



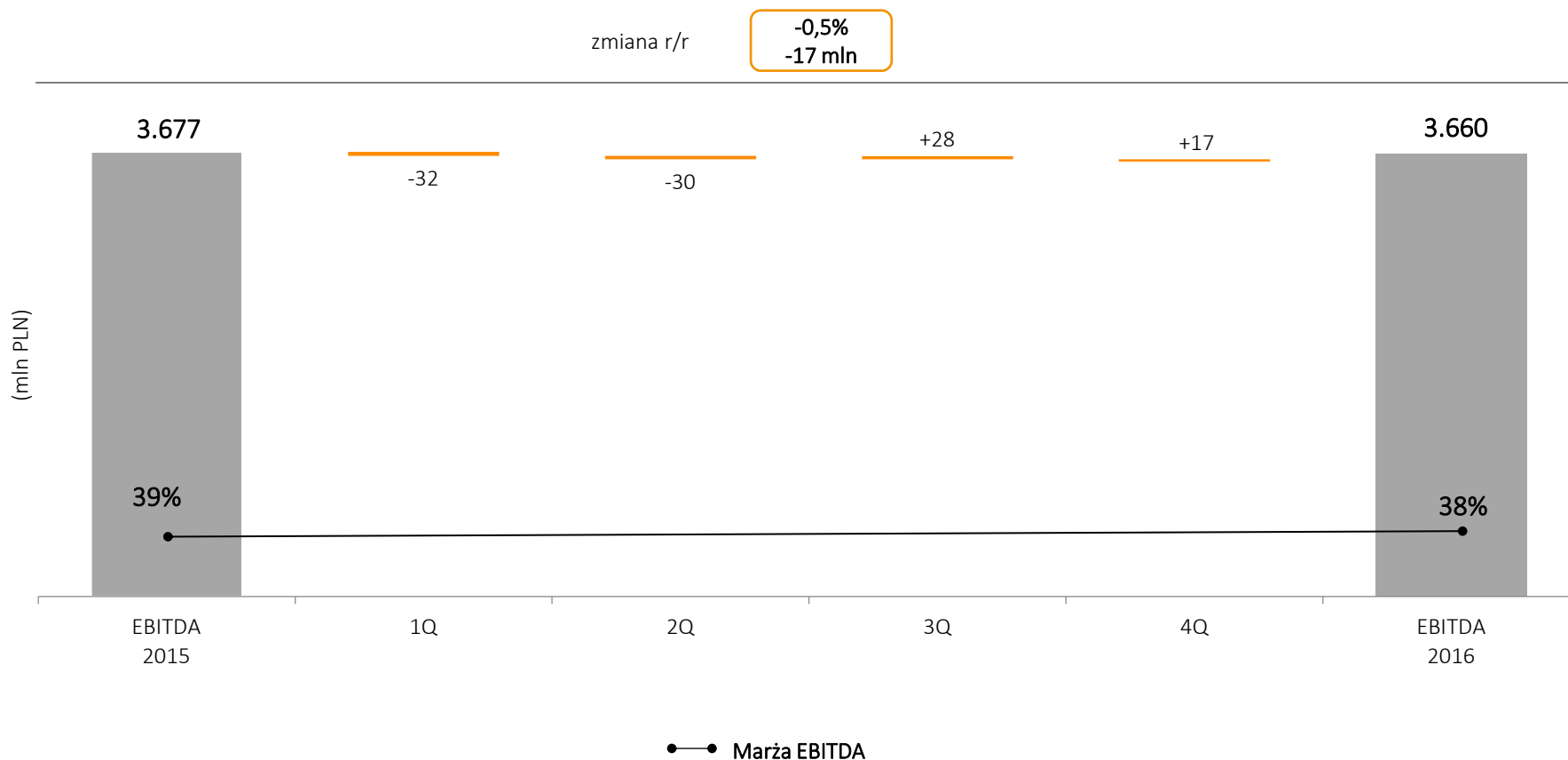
Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Aero2 (wcześniej Midas), skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne



# Stabilna EBITDA pro-forma na wysoce konkurencyjnym rynku



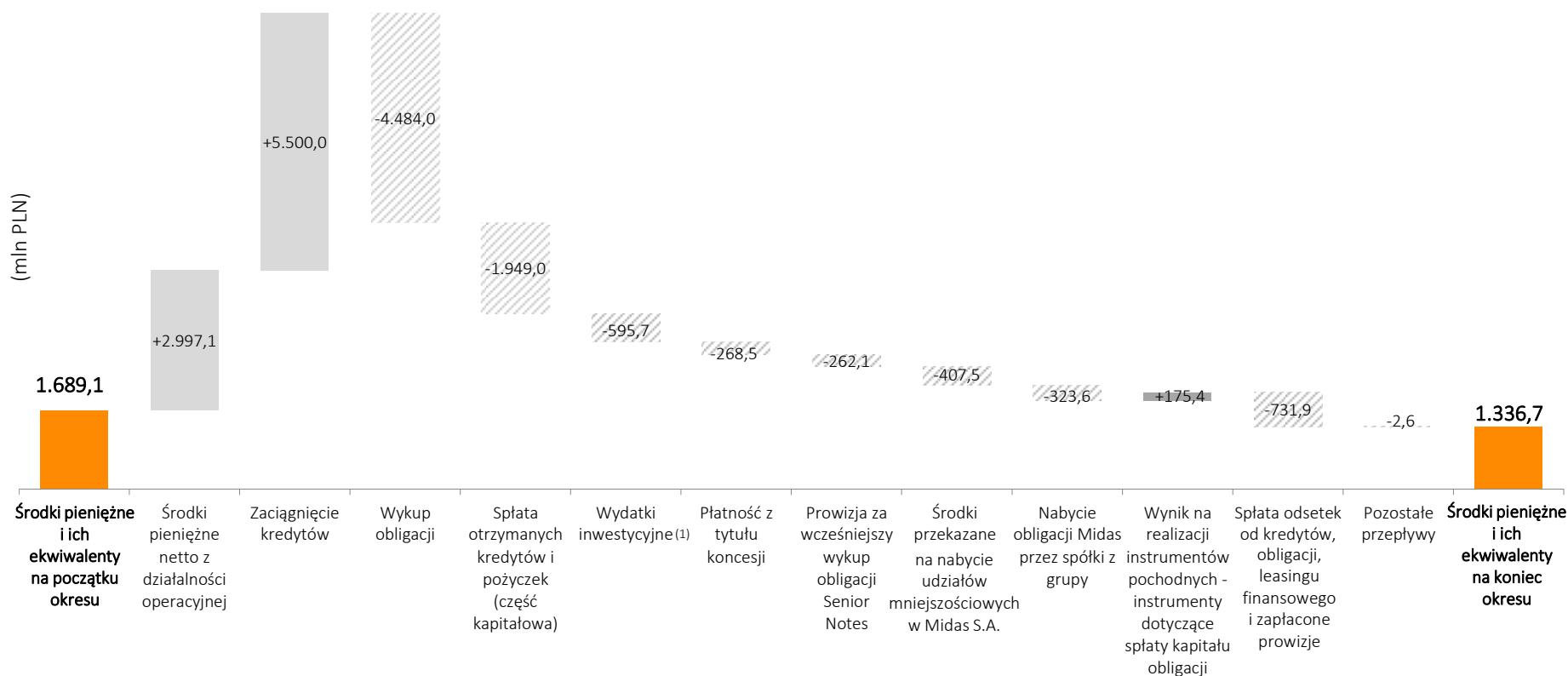
## EBITDA



Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Aero2 (wcześniej Midas), skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne



# Rachunek przepływów pieniężnych pro-forma w 2016 r.



Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Aero2 (wcześniej Midas), skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne

Nota: (1) Nie zawierają wydatków na udostępnione klientom zestawy odbiorcze;

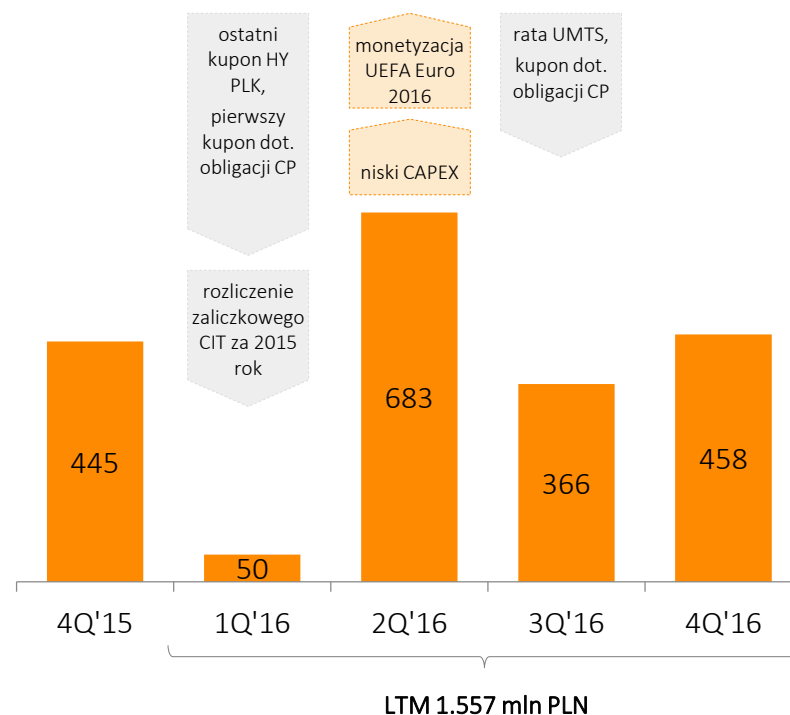


# FCF pro-forma powyżej oczekiwań



mIn PLN	4Q'16	2016
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	744	2.885
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	135	-1.003
Splata odsetek od kredytów, pożyczek i obligacji <sup>(1)</sup>	-98	-730
<b>FCF po odsetkach</b>	<b>781</b>	<b>1.152</b>
Nabycie spółek (wraz z gotówką)		144
Splata obligacji Midas	-324	
FCF Grupy Midas w okresie styczeń-luty'16		105
Jednorazowa płatność z tytułu zakupu pasma 2,6 GHz		156
<b>Skorygowany FCF po odsetkach</b>	<b>458</b>	<b>1.557</b>

## Skorygowany FCF po odsetkach<sup>(2)</sup>



Źródło: pro forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Aero2 (wcześniej Midas), skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne

Nota: (1) Obejmuje wpływ instrumentów IRS/CIRS/forward

(2) Wyniki FCF dla roku 2015 zostały skorygowane wstecznie, poprzez uwzględnienie wyników FCF Grupy Midas



# Zadłużenie Grupy na 31 grudnia 2016 r.



mIn PLN	Wartość bilansowa na dzień 31 grudnia 2016
Połączony Kredyt Terminowy	10.573
Kredyt Rewolwingowy	-
Obligacje serii A	1.018
Obligacje Litenite zerokuponowe	860
Leasing i inne	26
<b>Zadłużenie brutto</b>	<b>12.477</b>
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty <sup>1</sup>	(1.337)
<b>Zadłużenie netto</b>	<b>11.140</b>
EBITDA LTM	3.641
<b>Zadłużenie netto / EBITDA LTM wg SFA<sup>2</sup></b>	<b>2,83</b>
Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM	3,06

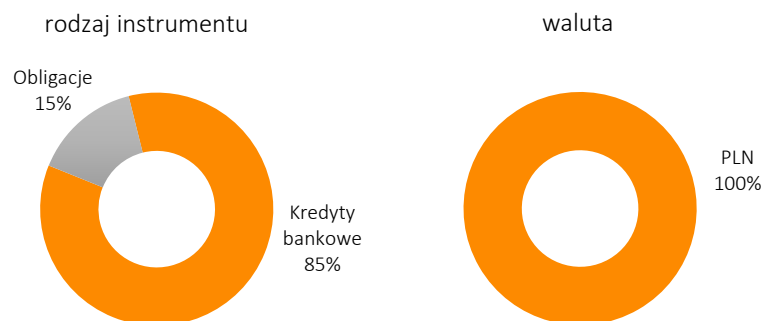
<sup>1</sup> Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, w tym środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania

<sup>2</sup> Zadłużenie netto zgodnie z definicją SFA, tzn. z wyłączeniem długu, który nie jest obsługiwany gotówkowo

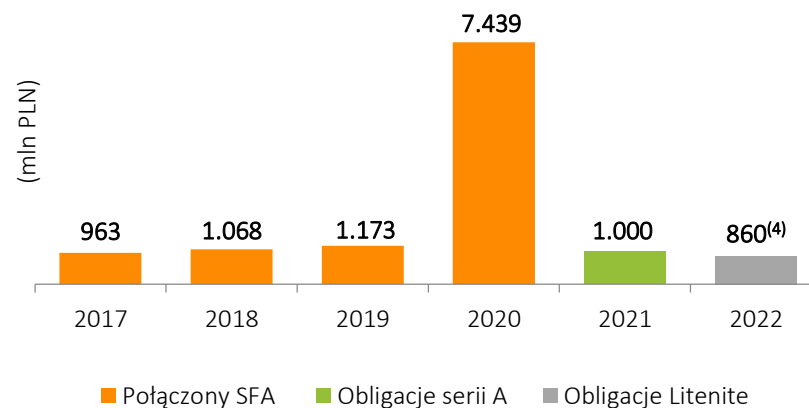
<sup>3</sup> Wartość nominalna zadłużenia na dzień 31 grudnia 2016 r. (z wyłączeniem Kredytu Rewolwingowego)

<sup>4</sup> Zobowiązanie z tytułu Obligacji Litenite na dzień 31 grudnia 2016 r.

## Struktura zadłużenia<sup>2</sup>



## Zapadalność długu<sup>3</sup>



## 4. Podsumowanie i cele na 2017

A horizontal bar with a gradient from orange on the left to green on the right, positioned below the section header.



# Cele na rok 2016 zostały osiągnięte



- Finalizacja transakcji zakupu akcji Midasa i skuteczna integracja w ramach struktur Grupy Polsat



- Wzrost liczby RGU kontraktowych implikujący wzrost ARPU klientów kontraktowych



- Wzrost oglądalności kanałów Polsatu oraz bardzo dynamiczny wzrost przychodów reklamowych, wsparty komercyjnym sukcesem projektu UEFA EURO 2016



- Utrzymanie wysokich marż, zmniejszenie zadłużenia oraz poprawa poziomu FCF



# Nasze oczekiwania i cele na 2017 r.



- Utrzymanie tempa wzrostu usług (RGU) i nasycenia bazy klientów usługami zintegrowanymi
  - Konsekwentna budowa ARPU na klienta
- 
- Kontynuacja strategii zakładającej utrzymanie udziałów w oglądalności (23-25%) oraz wzrost przychodów reklamowych przynajmniej zgodny z dynamiką wzrostu rynku reklamy telewizyjnej
- 
- Utrzymanie wysokiego poziomu marżowości naszego biznesu
  - CAPEX max. 10% przychodów
  - FCF LTM na poziomie nie niższym niż w 2016 roku



# 5. Dodatkowe informacje

A horizontal bar with a gradient from orange on the left to green on the right, positioned below the section header.

# 5.1 Wyniki finansowe pro-forma Grupy Polsat

Konsolidacja wyników Grupy Aero2 (wcześniej Grupy Midas)



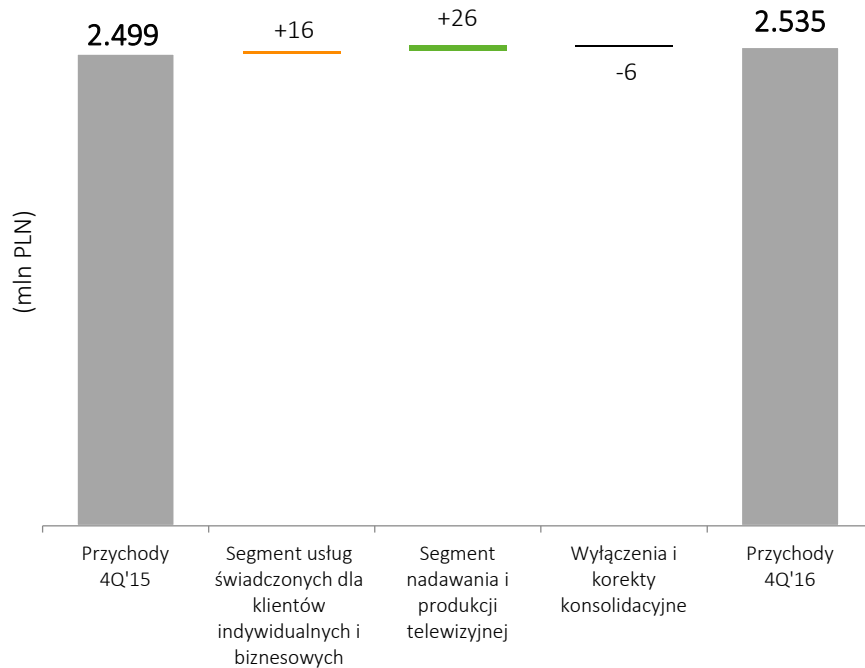
# Przychody i koszty pro-forma – czynniki zmian w 4Q'16



## Przychody ze sprzedaży

zmiana r/r

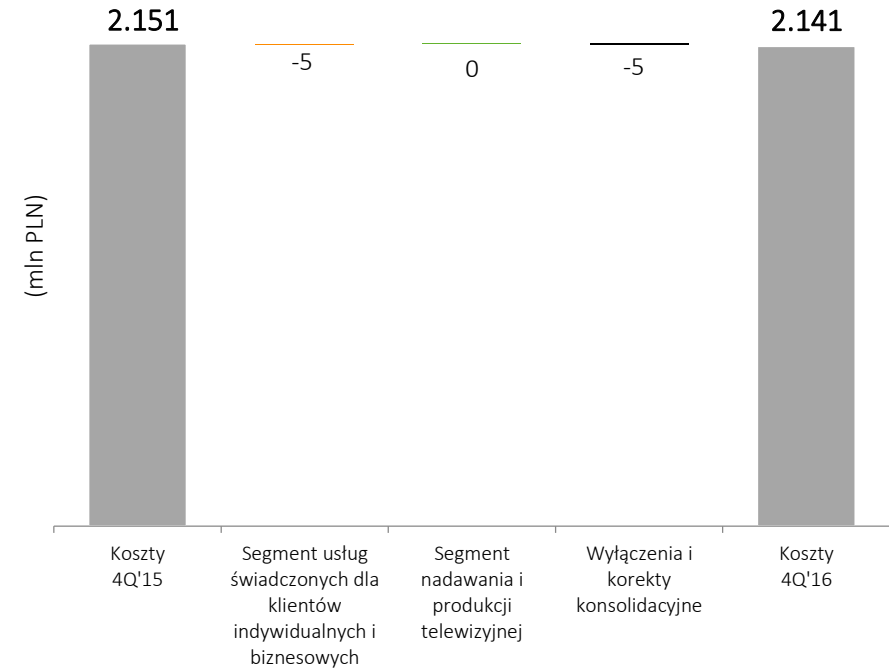
**+1%**  
**+37mln**



## Koszty operacyjne

zmiana r/r

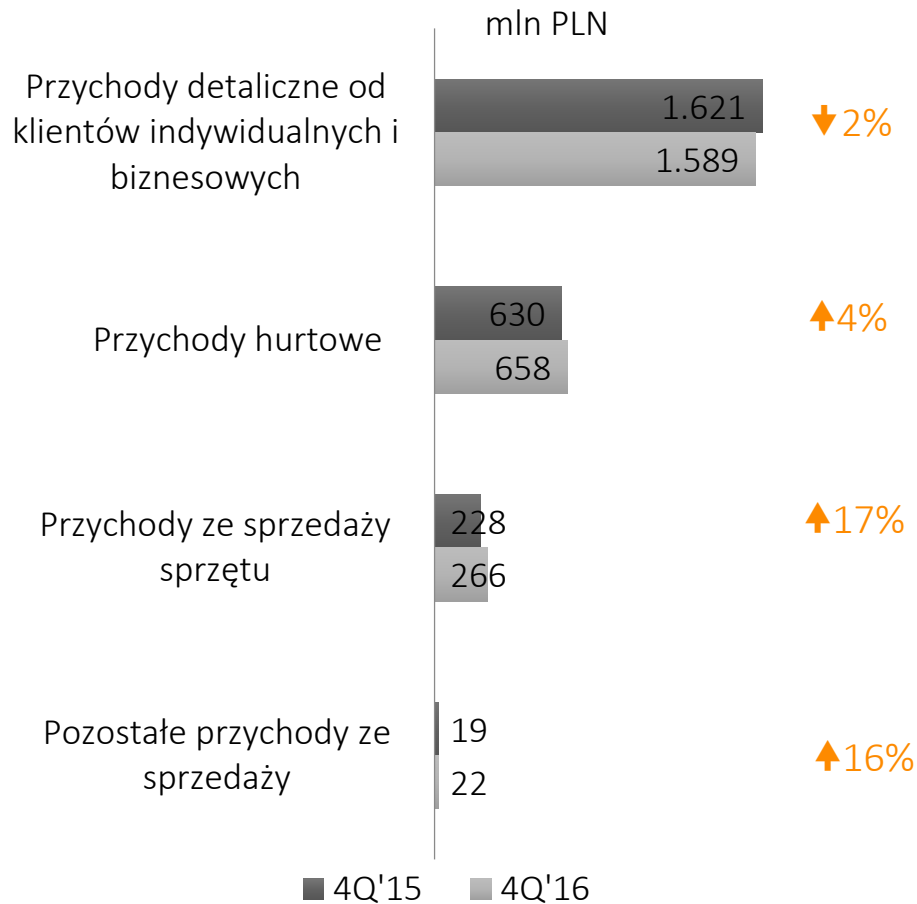
**-1%**  
**-11mln**



Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Aero2 (wcześniej Midas), skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne



# Struktura pro-forma przychodów ze sprzedaży w 4Q'16



- Spadek przychodów z usług głosowych kompensowany częściowo wyższymi przychodami z usług płatnej telewizji oraz dostępu do Internetu i transmisji danych
- Rosnące przychody z rozliczeń IC oraz z tytułu reklamy i sponsoringu zrealizowanymi na naszych kanałach tematycznych i antenie głównej przekładają się na dynamikę przychodów hurtowych
- Wyższe przychody ze sprzedaży sprzętu przede wszystkim w wyniku rosnącego udziału sprzedaży sprzętu w modelu ratalnym

Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Aero2 (wcześniej Midas), skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne



# Struktura pro-forma kosztów operacyjnych w 4Q'16



mln PLN



- Niższe koszty amortyzacji – efekt bazy (odpisy wybranych elementów infrastruktury w 2015 r.)
- Wyższe koszty techniczne pod wpływem wzrostu kosztów IC
- Spadek kosztów własnych sprzedanego sprzętu głównie w wyniku niższego łącznego wolumenu sprzedanego klientom sprzętu

Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Aero2 (wcześniej Midas), skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne



## 5.2 Raportowane wyniki finansowe Grupy Polsat

Konsolidacja wyników Grupy Aero2 (wcześniej Grupy Midas) od 29 lutego 2016 r.





# Wyniki finansowe Grupy Polsat w 4Q'16



mln PLN	4Q'16	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.535	-3%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	1.628	-5%
EBITDA	902	2%
Marża EBITDA	35,6%	1,8pkt%
Zysk netto	342	84%

- Wyniki Grupy pod wpływem konsolidacji od 29 lutego 2016 r. wyników Grupy Aero2 (wcześniej Grupy Midas)
- Poziom kosztów głównie pod wpływem niższych kosztów technicznych i rozliczeń międzyoperatorskich oraz kosztów własnych sprzedanego sprzętu
- Poziom zysku netto pod wpływem jednorazowego zdarzenia wynikającego z rozpoznania aktywa z tytułu podatku odroczonego dotyczącego transakcji eliminowanych w procesie konsolidacji. Rozpoznanie ww. aktywa miało pozytywny wpływ na skonsolidowany wynik finansowy netto Grupy Polsat w wysokości 104 mln zł

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2016 r. oraz analizy wewnętrzne

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



# Wyniki segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym w 4Q'16



mln PLN	4Q'16	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.178	-4%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	1.427	-6%
EBITDA	749	-1%
Marża EBITDA	34,4%	1,2pkt%

- Poziom przychodów pod wpływem niższych przychodów hurtowych oraz przychodów detalicznych od klientów indywidualnych i biznesowych, co zostało częściowo skorygowane wyższymi kosztami ze sprzedaży sprzętu
- Poziom kosztów głównie pod wpływem niższych kosztów technicznych i rozliczeń międzyoperatorskich (IC)

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2016 r. oraz analizy wewnętrzne

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



# Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej w 4Q'16



mln PLN	4Q'16	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	414	7%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	258	-1%
EBITDA	154	23%
Marża EBITDA	37,1%	4,8pkt%

- Wzrost przychodów ze sprzedaży dzięki wyższym przychodom z tytułu reklamy i sponsoringu zrealizowanym na naszych kanałach tematycznych i antenie głównej
- Koszty operacyjne pod kontrolą, w efekcie czego wynik EBITDA wzrósł r/r o 28 mln PLN

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2016 r. oraz analizy wewnętrzne

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



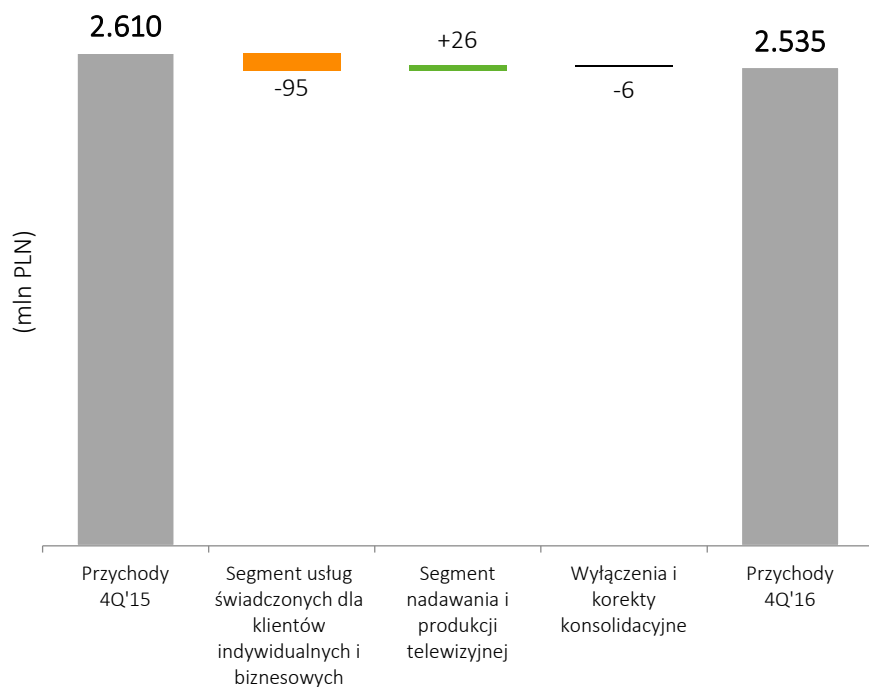
# Przychody i koszty – czynniki zmian 4Q'16



## Przychody ze sprzedaży

zmiana r/r

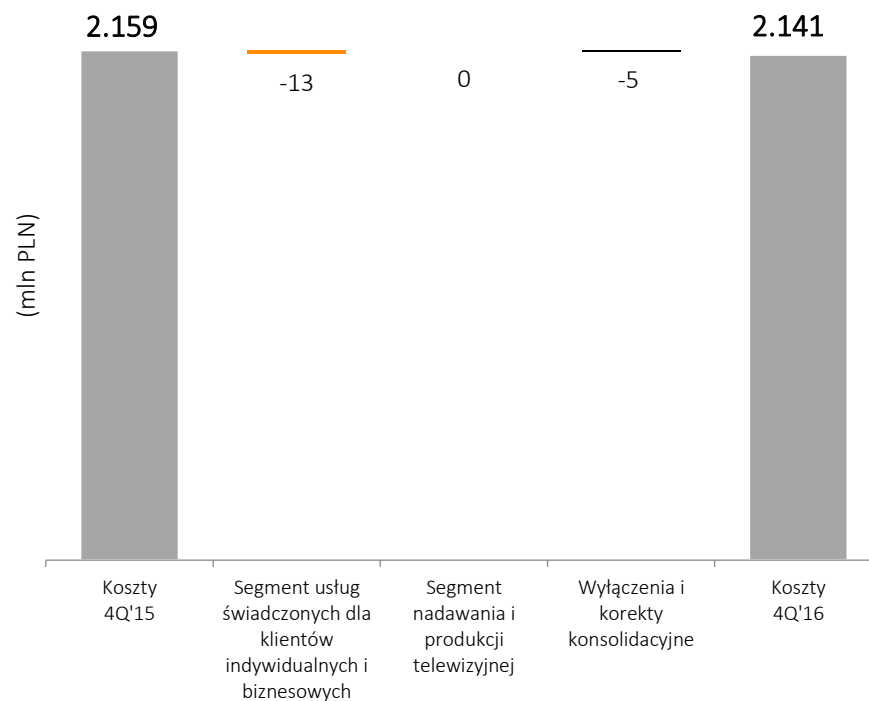
-3%  
-75 mln



## Koszty operacyjne

zmiana r/r

-1%  
-18 mln



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2016 r. oraz analizy wewnętrzne



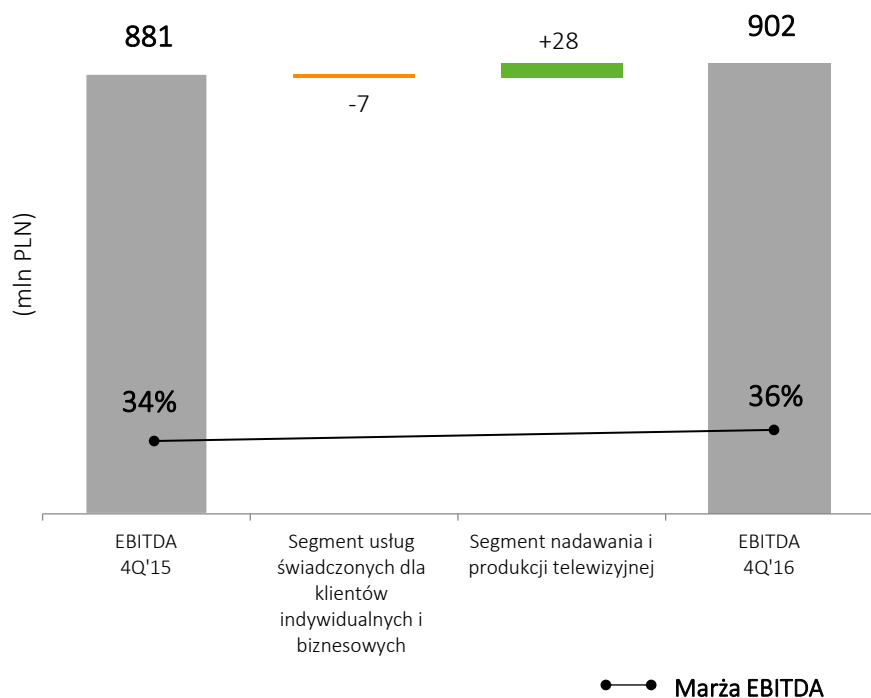
# EBITDA i zysk netto – czynniki zmian 4Q'16



## EBITDA

zmiana r/r

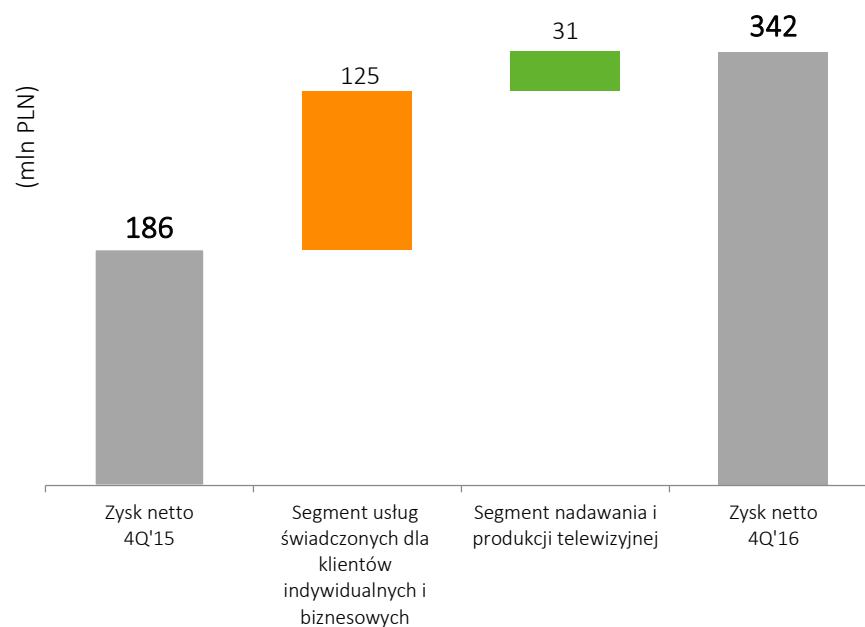
+2%  
+21mln



## Zysk netto

zmiana r/r

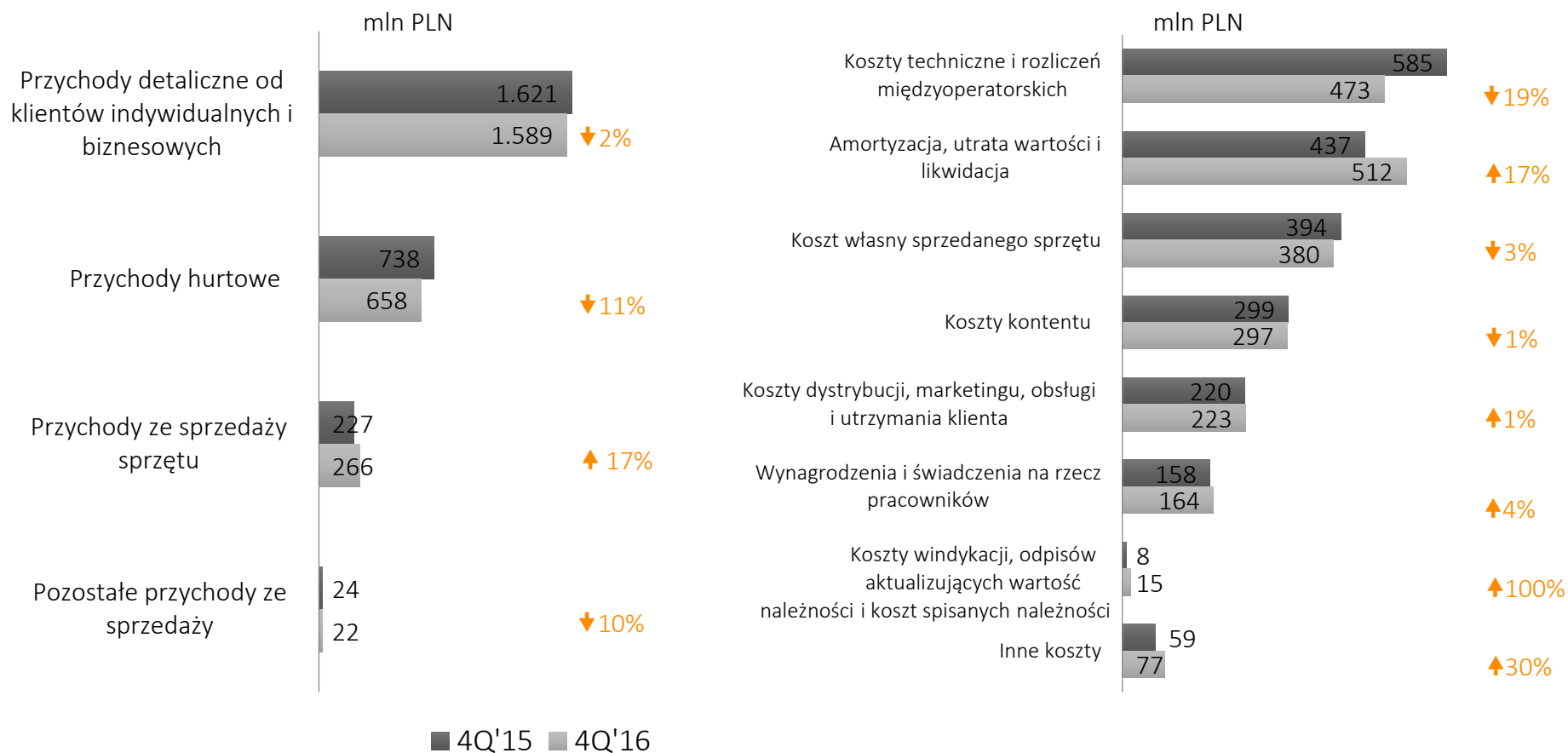
84%  
156mln



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2016 r. oraz analizy wewnętrzne



# Struktura przychodów ze sprzedaży i kosztów operacyjnych w 4Q'16



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2016 r. oraz analizy wewnętrzne



# Definicje



<b>RGU (Revenue Generating Unit)</b>	Pojedyncza, aktywna usługa płatnej telewizji, dostępu do Internetu lub telefonii komórkowej, świadczona w modelu kontraktowym lub przedpłaconym.
<b>Klient</b>	Osoba fizyczna, prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, posiadająca co najmniej jedną, aktywną usługę świadczoną w <b>modelu kontraktowym</b> .
<b>ARPU kontrakt</b>	Średni miesięczny przychód od <b>Klienta</b> wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym (uwzględnia przychody z interconnect).
<b>ARPU pre-paid</b>	Średni miesięczny przychód od <b>RGU pre-paid</b> wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym (uwzględnia przychody z interconnect).
<b>Churn</b>	<p>Rozwiązanie umowy z <b>Klientem</b> w drodze wypowiedzenia, windykacji lub innych działań, skutkujące tym, że po skutecznym rozwiązaniu umowy, Klient nie posiada żadnej aktywnej usługi świadczonej w modelu kontraktowym.</p> <p>Wskaźnik churn prezentuje stosunek liczby klientów, którym dezaktywowano ostatnią usługę (w drodze wypowiedzenia, jak i dezaktywacji w wyniku działań windykacyjnych lub z innych przyczyn) w okresie ostatnich 12 miesięcy do średniorocznej liczby klientów w tym 12 miesięcznym okresie.</p>
<b>Definicja użyciowa (90-dni dla RGU pre-paid)</b>	Liczba raportowanych RGU usług przedpłaconych w ramach telefonii komórkowej oraz Internetu oznacza liczbę kart SIM, które w ciągu ostatnich 90 dni wykonały albo otrzymały połączenie, wysłały albo otrzymały SMS/MMS albo skorzystały z usług transmisji danych. W przypadku bezpłatnego dostępu do Internetu świadczonego przez Aero 2 do RGU usług przedpłaconych w ramach dostępu do Internetu wliczone zostały wyłącznie karty SIM, które w ciągu ostatnich 90 dni skorzystały z usług transmisji danych w ramach płatnych pakietów.



# Kontakt

## Relacje Inwestorskie

Łubinowa 4A  
03-878 Warszawa

Tel.: +48 (22) 356 60 04 / +48 (22) 426 85 62 / +48 (22) 356 65 20  
Email: [ir@cyfrowypolsat.pl](mailto:ir@cyfrowypolsat.pl)

[www.grupapolsat.pl](http://www.grupapolsat.pl)

