

**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI  
GRUPY KAPITAŁOWEJ CYFROWY POLSAT S.A.  
ZA ROK OBROTOWY ZAKOŃCZONY 31 GRUDNIA 2016 ROKU**



## SPIS TREŚCI

<b>Grupa Polsat w skrócie</b> .....	<b>4</b>
<b>Grupa Polsat w liczbach w 2016 roku</b> .....	<b>5</b>
<b>Zastrzeżenia</b> .....	<b>6</b>
<b>Wybrane dane finansowe</b> .....	<b>9</b>
<b>1. Charakterystyka Grupy Polsat</b> .....	<b>12</b>
1.1. Struktura Grupy.....	12
1.2. Kim jesteśmy.....	15
1.3. Strategia Grupy.....	19
1.4. Przewagi konkurencyjne.....	21
1.5. Szanse rynkowe.....	24
1.6. Perspektywy rozwoju.....	26
<b>2. Działalność Grupy Polsat</b> .....	<b>28</b>
2.1. Działalność na rynku płatnej telewizji.....	28
2.2. Działalność na rynku telekomunikacyjnym.....	34
2.3. Działalność na rynku usług zintegrowanych.....	45
2.4. Sprzedaż i marketing.....	47
2.5. Obsługa i utrzymanie klienta.....	50
2.6. Działalność hurtowa na rynku międzyoperatorskim.....	51
2.7. Segment nadawania i produkcji telewizyjnej.....	53
2.8. Pozostałe aspekty naszej działalności.....	64
<b>3. Istotne wydarzenia i umowy</b> .....	<b>73</b>
3.1. Wydarzenia o charakterze korporacyjnym.....	73
3.2. Wydarzenia o charakterze biznesowym.....	75
3.3. Wydarzenia po dacie bilansowej.....	79
<b>4. Przegląd sytuacji operacyjnej i finansowej Grupy Polsat</b> .....	<b>80</b>
4.1. Kluczowe czynniki wpływające na naszą działalność operacyjną i osiągnięte wyniki finansowe.....	80
4.2. Informacje o trendach.....	86
4.3. Najważniejsze inwestycje w 2016 roku.....	87
4.4. Przegląd sytuacji operacyjnej Grupy.....	88
4.5. Objaśnienie kluczowych pozycji ze skonsolidowanego rachunku zysków i strat.....	95
4.6. Przegląd sytuacji finansowej.....	98
<b>5. Pozostałe istotne informacje</b> .....	<b>122</b>
5.1. Transakcje z podmiotami powiązanymi.....	122
5.2. Informacje o udzielonych pożyczkach.....	122
5.3. Stanowisko Zarządu odnośnie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników.....	122
5.4. Istotne postępowania toczące się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej.....	122
5.5. Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania Spółką i Grupą Kapitałową.....	123
5.6. Rynki zbytu i uzależnienie od odbiorcy lub dostawcy.....	123
5.7. Związki zawodowe.....	123

<b>6. Istotne czynniki ryzyka i zagrożeń</b> .....	<b>124</b>
6.1. Czynniki ryzyka związane z naszą działalnością i sektorami, w których działamy .....	124
6.2. Czynniki ryzyka związane z profilem finansowym Grupy.....	134
6.3. Czynniki ryzyka związane z otoczeniem rynkowym i sytuacją gospodarczą.....	135
6.4. Czynniki związane z ryzykiem rynkowym .....	138
6.5. Czynniki ryzyka związane z otoczeniem prawno-regulacyjnym.....	145
6.6. Czynniki ryzyka związane z Obligacjami Serii A.....	150
<b>7. Cyfrowy Polsat na rynku kapitałowym</b> .....	<b>155</b>
7.1. Akcje Cyfrowego Polsatu .....	155
7.2. Notowania akcji.....	156
7.3. Rekomendacje analityków .....	158
7.4. Bliski dialog z rynkiem kapitałowym.....	160
7.5. Polityka dywidendy .....	161
<b>8. Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego</b> .....	<b>163</b>
8.1. Zasady ładu korporacyjnego, którym podlega Spółka .....	163
8.2. Systemy kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych .....	166
8.3. Umowy z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych .....	167
8.4. Kapitał zakładowy i akcjonariat Cyfrowego Polsatu .....	168
8.5. Statut Spółki.....	169
8.6. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki.....	169
8.7. Zarząd Spółki.....	171
8.8. Rada Nadzorcza .....	175
<b>Definicje i słowniczek pojęć technicznych</b> .....	<b>181</b>

## GRUPA POLSAT W SKRÓCIE

Grupa Polsat jest wiodącą grupą multimedialną w Polsce. W ramach prowadzonej działalności świadczymy kompleksowe, zintegrowane usługi medialne i telekomunikacyjne w następujących obszarach:

- usług płatnej telewizji cyfrowej, oferowanych przez Cyfrowy Polsat – największego w Polsce dostawcę płatnej telewizji i czołową platformę satelitarną w Europie. Naszym klientom zapewniamy dostęp do ponad 170 kanałów, w tym ponad 70 kanałów HD oraz nowoczesnych usług OTT (np. Cyfrowy Polsat GO, PPV, VOD) oraz Multiroom. Poprzez wiodący na polskim rynku serwis IPLA świadczymy także usługi wideo online, oferując je w modelu subskrypcyjnym i transakcyjnym (PPV), jak również w wersji bezpłatnej, finansowanej przychodami reklamowymi;
- mobilnych usług telekomunikacyjnych, obejmujących m.in. usługi głosowe oraz transmisji danych, jak również różne usługi dodane (VAS), które świadczymy przede wszystkim za pośrednictwem spółki zależnej Polkomtel – jednego z wiodących polskich operatorów telekomunikacyjnych;
- szerokopasmowego mobilnego Internetu, oferowanego pod dwiema alternatywnymi markami: Cyfrowy Polsat i Plus. Usługi te świadczymy w nowoczesnych technologiach LTE i LTE-Advanced. Oferujemy najszerze pokrycie technologiami LTE w Polsce, a nasi klienci uzyskują najwyższe prędkości transmisji danych spośród ofert udostępnianych przez krajowych operatorów mobilnych;
- nadawania i produkcji telewizyjnej poprzez Telewizję Polsat, wiodącego nadawcę komercyjnego na polskim rynku, oferującego 24 popularne kanały telewizyjne (z czego 14 w jakości HD), w tym kanał główny POLSAT, będący najchętniej oglądanym kanałem w Polsce.
- usług hurtowych na rynku międzyoperatorskim, obejmujących m.in. usługi interconnect, tranzyt ruchu czy usługi roamingu krajowego i międzynarodowego.

Naszą działalność prowadzimy w ramach dwóch segmentów biznesowych: w segmencie usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym oraz w segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej.

## GRUPA POLSAT W LICZBACH W 2016 ROKU

Klienci i usługi		Sukces strategii multiplay	
<b>5,9 mln</b>	<b>16,5 mln</b>	<b>1,3 mln</b>	<b>3,9 mln</b>
<b>klientów kontraktowych</b>	<b>świadczonych usług</b>	<b>klientów multiplay</b>	<b>świadczonych usług</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 80% usług świadczymy w modelu kontraktowym</li> <li>✓ Systematycznie dosprzedajemy usługi do połączonej bazy klientów</li> <li>✓ Rosnąca lojalizacja naszych klientów</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Elastyczny program smartDOM oferuje unikalne kombinacje usług</li> <li>✓ Atrakcyjne rabaty i szeroki wybór sprzętów</li> <li>✓ Pozytywny wpływ na ARPU</li> </ul>	
<b>8,3%</b>		<b>88,7 PLN</b>	
<b>churn</b>		<b>ARPU</b>	

### Silna, stabilna pozycja na rynku nadawania i produkcji telewizyjnej

<b>24,9%</b>	<b>26,9%</b>
<b>udziału w oglądalności</b>	<b>udziału w rynku reklamy TV</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Bogaty контент, w tym liczne produkcje własne dostosowane do profilu polskiego widza</li> <li>✓ Kanał POLSAT i nasze kanały tematyczne pozostają liderami oglądalności w grupie komercyjnej</li> <li>✓ Konsekwentnie przychody rosną w tempie szybszym niż rynek reklamy telewizyjnej</li> </ul>	

### Solidne wyniki finansowe

<b>9,7 mld PLN</b>	<b>3,6 mld PLN</b>	<b>1,6 mld PLN</b>
<b>przychodów</b>	<b>EBITDA</b>	<b>wolnych przepływów pieniężnych</b>
<b>1,0 mld PLN</b>		<b>2,83x</b>
<b>zysku netto</b>		<b>dług netto/EBITDA (wg SFA)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Stabilne, zdywersyfikowane przychody oparte głównie na powtarzalnych usługach kontraktowych</li> <li>✓ Bardzo wysoka marżowość EBITDA wyraźnie powyżej średniej rynkowej</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Bardzo wysoki poziom konwersji wyników finansowych na gotówkę</li> <li>✓ Szybka redukcja zadłużenia</li> <li>✓ Sprecyzowana długoterminowa polityka dywidendowa.</li> </ul>

## ZASTRZEŻENIA

Poniższy raport roczny został przygotowany zgodnie z artykułem 82 ustęp 2 oraz z artykułem 91 i 92 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.

### Prezentacja danych finansowych i pozostałych danych

Zawarte w niniejszym sprawozdaniu Zarządu z działalności Grupy Cyfrowy Polsat S.A. („Sprawozdanie”) odwołania do Spółki lub Cyfrowego Polsatu dotyczą spółki Cyfrowy Polsat S.A., natomiast wszelkie odwołania do Grupy, Grupy Polsat, Grupy Kapitałowej, Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat lub Grupy Cyfrowy 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. Na końcu Sprawozdania zamieszczony został słowniczek pojęć użytych w niniejszym dokumencie.

### Dane finansowe i operacyjne

Niniejszy raport roczny zawiera sprawozdania finansowe oraz inne dane finansowe w odniesieniu do Grupy i Spółki, w szczególności skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2016 roku. Załączone do niniejszego raportu rocznego skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres dwunastu miesięcy zakończony 31 grudnia 2016 roku zostało sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej, zatwierdzonymi przez Unię Europejską („MSSF”) i zaprezentowane w milionach złotych.

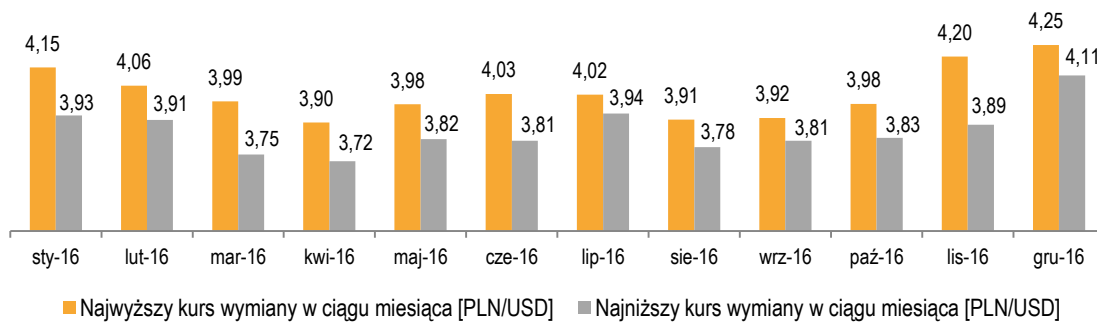
W odniesieniu do niektórych informacji finansowych zawartych w niniejszym Sprawozdaniu wprowadzono korekty z tytułu zaokrągleń. W efekcie, pewne liczby wykazane sumarycznie w niniejszym Sprawozdaniu mogą nie stanowić dokładnych sum arytmetycznych liczb wchodzących w ich skład.

### Prezentacja walut i informacja o kursach wymiany walut

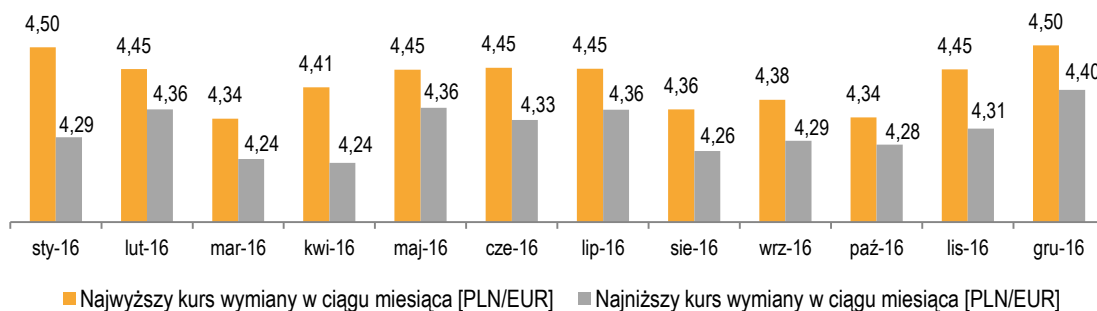
O ile nie wskazano inaczej, wszystkie odniesienia w niniejszym Sprawozdaniu do „PLN”, „zł” i „złotego” są odniesieniami do prawnego środka płatniczego w Rzeczypospolitej Polskiej; „USD” i „dolar amerykański” są odniesieniami do prawnego środka płatniczego w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej; wszystkie odniesienia do „EUR” i „euro” są odniesieniami do prawnego środka płatniczego w państwach członkowskich Unii Europejskiej, które przyjęły jednolitą walutę, zgodnie z Traktatem ustanawiającym Wspólnotę Europejską, podpisanym 25 marca 1957 roku w Rzymie, zmienionym Traktatem o Unii Europejskiej, podpisanym 7 lutego 1992 roku w Maastricht i Traktatem z Amsterdamu podpisanym 2 października 1997 roku w Amsterdamie, z uwzględnieniem Rozporządzeń Rady (WE) nr 1103/97 i 974/98.

Poniższe tabele przedstawiają – za wskazane okresy – wybrane informacje dotyczące kursu średniego, publikowanego przez Narodowy Bank Polski („NBP”) dla złotego, 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.

Rok [PLN za 1,00 USD]	2012	2013	2014	2015	2016
Kurs wymiany na koniec okresu	3,0996	3,0120	3,5072	3,9011	4,1793
Średni kurs wymiany w ciągu okresu	3,2570	3,1608	3,1551	3,7701	3,9431
Najwyższy kurs wymiany w ciągu okresu	3,5777	3,3724	3,5458	4,0400	4,2493
Najniższy kurs wymiany w ciągu okresu	3,0690	3,0105	3,0042	3,5550	3,7193



Rok [PLN za 1,00 EUR]	2012	2013	2014	2015	2016
Kurs wymiany na koniec okresu	4,0882	4,1472	4,2623	4,2615	4,4240
Średni kurs wymiany w ciągu okresu	4,1850	4,1975	4,1852	4,1839	4,3625
Najwyższy kurs wymiany w ciągu okresu	4,5135	4,3432	4,3138	4,3580	4,5035
Najniższy kurs wymiany w ciągu okresu	4,0465	4,0671	4,0998	3,9822	4,2355



### 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 nie opierali swoich decyzji inwestycyjnych 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 opublikowania niniejszego Sprawozdania.

W niniejszym Sprawozdaniu w punkcie 4 – *Przegląd sytuacji operacyjnej i finansowej Grupy Polsat* oraz w punkcie 6 – *Istotne czynniki ryzyka i zagrożenia*, 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.

### **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 uzyskujemy w szczególności od niżej wymienionych dostawców danych branżowych:

- Eurostat, dla danych dotyczących polskiej gospodarki, w tym wzrostu Produktu Krajowego Brutto;
- Polska Izba Komunikacji Elektronicznej;
- Urząd Komunikacji Elektronicznej (UKE);
- Główny Urząd Statystyczny (GUS);
- Europejski Urząd ds. Regulatorów Łączności Elektronicznej (BEREC);
- European Commission (Digital Agenda Scoreboard);
- Nielsen Audience Measurement;
- Starcom (dawniej SMG);
- IAB AdEX;
- PwC (Global entertainment and media outlook: 2016-2020);
- Dom mediowy Zenith;
- Gemius/PBI;
- PMR – Rynek telekomunikacyjny w Polsce 2016. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2016-2021;
- PMR – Rynek płatnej telewizji w Polsce 2016. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2016-2021;
- PMR – Rynek zintegrowanych usług telekomunikacyjnych w Polsce 2016;
- GfK Polonia;
- e-marketer;
- Ericsson Mobility Report; oraz
- operatorzy działający 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.



## WYBRANE DANE FINANSOWE

Poniższe tabele przedstawiają wybrane skonsolidowane dane finansowe za okresy trzech i dwunastu miesięcy zakończone 31 grudnia 2016 roku i 2015 roku. Wybrane dane finansowe zawarte w poniższych tabelach zostały zaprezentowane w milionach złotych, o ile nie zaznaczono inaczej. Informacje zawarte w tych tabelach powinny być czytane razem z informacjami zawartymi w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2016 roku (łącznie z notami), stanowiącym część niniejszego Raportu oraz z informacjami zawartymi w punkcie 4 niniejszego Sprawozdania - *Przebieg sytuacji operacyjnej i finansowej Grupy Polsat*.

Wybrane dane finansowe:

- ze skonsolidowanego rachunku zysków i strat za okresy trzech miesięcy zakończone 31 grudnia 2016 roku i 31 grudnia 2015 roku zostały przeliczone na euro po kursie 4,3765 złotych za 1,0 euro, stanowiącym średnią arytmetyczną średnich kursów miesięcznych ustalonych przez NBP w okresie sprawozdawczym tj. od 1 października do 31 grudnia 2016 roku;
- ze skonsolidowanego rachunku zysków i strat oraz ze skonsolidowanego rachunku przepływów pieniężnych za okresy dwunastu miesięcy zakończone 31 grudnia 2016 roku i 31 grudnia 2015 roku zostały przeliczone na euro po kursie 4,3625 złotych za 1,0 euro, stanowiącym średnią arytmetyczną średnich kursów miesięcznych ustalonych przez NBP w okresie sprawozdawczym tj. od 1 stycznia do 31 grudnia 2016 roku;
- ze skonsolidowanego bilansu na dzień 31 grudnia 2016 roku i 31 grudnia 2015 roku zostały przeliczone na euro po kursie 4,4240 złotych za 1,0 euro (kurs średni Narodowego Banku Polskiego z 30 grudnia 2016 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.

Należy zwrócić uwagę, iż dane za okresy trzech i dwunastu miesięcy zakończone 31 grudnia 2016 roku nie są w pełni porównywalne do danych za okresy trzech i dwunastu miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 ze względu na nabycie w dniu 30 września 2016 roku 100% udziałów w spółce IT Polpager S.A., w dniu 29 lutego 2016 roku - 100% udziałów Litenite Limited, spółki bezpośrednio kontrolującej Grupę Midas, w dniu 27 lutego 2015 roku - 100% udziałów spółki Radio PIN S.A. oraz w dniu 1 kwietnia 2015 roku - 100% udziałów w spółce Orsen Holding Ltd.

### Skonsolidowany bilans

	31 grudnia 2016		31 grudnia 2015	
	mIn PLN	mIn EUR	mIn PLN	mIn EUR
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty <sup>(1)</sup>	1.336,7	302,1	1.523,7	344,4
Aktywa	27.729,3	6.267,9	26.490,1	5.987,8
Zobowiązania długoterminowe	12.670,5	2.864,0	7.773,5	1.757,1
Finansowe zobowiązania długoterminowe	11.159,3	2.522,4	6.376,0	1.441,2
Zobowiązania krótkoterminowe	3.681,2	832,1	8.466,5	1.913,8
Finansowe zobowiązania krótkoterminowe	1.317,4	297,8	6.011,9	1.358,9
Kapitał własny	11.377,6	2.571,8	10.250,1	2.316,9
Kapitał zakładowy	25,6	5,8	25,6	5,8

(1) Na saldo składają się Środki pieniężne i ich ekwiwalenty, Lokaty terminowe i Środki pieniężne o ograniczonej możliwości dysponowania.

### Skonsolidowany rachunek zysków i strat

	za okres 3 miesięcy zakończony 31 grudnia				za okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia			
	2016		2015		2016		2015	
	mIn PLN	mIn EUR	mIn PLN	mIn EUR	mIn PLN	mIn EUR	mIn PLN	mIn EUR
<b>Przychody ze sprzedaży usług, produktów, towarów i materiałów</b>	<b>2.535,1</b>	<b>579,3</b>	<b>2.609,9</b>	<b>596,3</b>	<b>9.729,8</b>	<b>2.230,3</b>	<b>9.823,0</b>	<b>2.251,6</b>
Przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych	1.589,0	363,1	1.620,6	370,3	6.325,3	1.449,9	6.553,1	1.502,1
Przychody hurtowe	658,4	150,4	738,0	168,6	2.466,1	565,3	2.596,9	595,3
Przychody ze sprzedaży sprzętu	265,6	60,7	226,9	51,8	850,8	195,0	583,4	133,7
Pozostałe przychody ze sprzedaży	22,1	5,0	24,4	5,6	87,6	20,1	89,6	20,5
<b>Koszty operacyjne</b>	<b>(2.140,6)</b>	<b>(489,1)</b>	<b>(2.159,3)</b>	<b>(493,4)</b>	<b>(8.069,3)</b>	<b>(1.849,7)</b>	<b>(7.867,9)</b>	<b>(1.803,5)</b>
Koszty kontentu	(297,3)	(67,9)	(299,1)	(68,3)	(1.114,2)	(255,4)	(1.065,9)	(244,3)
Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta	(222,5)	(50,8)	(220,1)	(50,3)	(827,8)	(189,7)	(802,6)	(184,0)
Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja	(512,4)	(117,1)	(436,7)	(99,8)	(1.971,5)	(451,9)	(1.699,3)	(389,5)
Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich	(472,6)	(108,0)	(585,1)	(133,7)	(1.938,7)	(444,4)	(2.141,0)	(490,8)
Wy nagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	(163,9)	(37,5)	(158,0)	(36,1)	(570,5)	(130,8)	(550,2)	(126,1)
Koszt własny sprzedanego sprzętu	(380,1)	(86,9)	(393,6)	(89,9)	(1.354,7)	(310,5)	(1.332,8)	(305,5)
Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności	(15,3)	(3,5)	(7,6)	(1,7)	(46,9)	(10,8)	(62,6)	(14,3)
Inne koszty	(76,5)	(17,5)	(59,1)	(13,5)	(245,0)	(56,2)	(213,5)	(48,9)
<b>Pozostałe przychody operacyjne, netto</b>	<b>(4,6)</b>	<b>(1,1)</b>	<b>(6,2)</b>	<b>(1,4)</b>	<b>8,8</b>	<b>2,0</b>	<b>30,7</b>	<b>7,0</b>
<b>Zysk z działalności operacyjnej</b>	<b>389,9</b>	<b>89,1</b>	<b>444,4</b>	<b>101,5</b>	<b>1.669,3</b>	<b>382,6</b>	<b>1.985,8</b>	<b>455,2</b>
Zyski i straty z działalności inwestycyjnej	(26,3)	(6,0)	(3,2)	(0,7)	(69,8)	(16,0)	8,6	2,0
Koszty finansowe	(122,9)	(28,1)	(270,0)	(61,7)	(566,1)	(129,8)	(664,6)	(152,3)
Udział w zysku wspólnego przedsięwzięcia wycenianego metodą praw własności	-	-	0,7	0,2	-	-	2,6	0,6
<b>Zysk brutto</b>	<b>240,7</b>	<b>55,0</b>	<b>171,9</b>	<b>39,3</b>	<b>1.033,4</b>	<b>236,9</b>	<b>1.332,4</b>	<b>305,4</b>
Podatek dochodowy	101,1	23,1	13,7	3,1	(12,4)	(2,8)	(169,0)	(38,7)
<b>Zysk netto</b>	<b>341,8</b>	<b>78,1</b>	<b>185,6</b>	<b>42,4</b>	<b>1.021,0</b>	<b>234,0</b>	<b>1.163,4</b>	<b>266,7</b>
Zysk netto przypadający na akcjonariuszy Jednostki Dominującej	349,9	79,9	185,6	42,4	1.041,3	238,7	1.163,4	266,7
Strata netto przypadająca na akcjonariuszy niekontrolujących	(8,1)	(1,9)	-	-	(20,3)	(4,7)	-	-
<b>Podstawowy i rozwodniony zysk na jedną akcję w złotych (nie w milionach)</b>	<b>0,54</b>	<b>0,12</b>	<b>0,29</b>	<b>0,07</b>	<b>1,60</b>	<b>0,37</b>	<b>1,82</b>	<b>0,42</b>
Średnia ważona liczba wyemitowanych akcji (nie w milionach)	639.546.016		639.546.016		639.546.016		639.546.016	

### Inne skonsolidowane dane finansowe

	za okres 3 miesięcy zakończony 31 grudnia				za okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia			
	2016		2015		2016		2015	
	mIn PLN	mIn EUR	mIn PLN	mIn EUR	mIn PLN	mIn EUR	mIn PLN	mIn EUR
Wynik EBITDA <sup>(1)</sup>	902,3	206,2	881,1	201,3	3.640,8	834,6	3.685,1	844,7
Marża wyniku EBITDA	35,6%	35,6%	33,8%	33,8%	37,4%	37,4%	37,5%	37,5%
Marża EBIT	15,4%	15,4%	17,0%	17,0%	17,2%	17,2%	20,2%	20,2%
Wydatki inwestycyjne, netto <sup>(2)</sup>	191,4	43,7	147,0	33,6	580,9	133,2	566,2	129,8

(1) 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, wartością netto zlikwidowanych rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, przychodami z tytułu odsetek, kosztami finansowymi, dodatnimi/(ujemnymi) różnicami kursowymi, podatkiem dochodowym oraz udziałem w wyniku wspólnych przedsięwzięć. Różnice pomiędzy EBITDA a wykazanim zyskiem/(stratą) z działalności operacyjnej obejmują amortyzację i odpisy (oraz ich odwrócenie) z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych oraz wartość netto zlikwidowanych rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych. Relacja raportowanego zysku netto do EBITDA została zaprezentowana w Nocie 14 do Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego Spółki za rok zakończony 31 grudnia 2016 roku.

Jesteśmy przekonani, że EBITDA stanowi przydatny uzupełniający wskaźnik finansowy, odzwierciedlający rentowność spółek mediowych i telekomunikacyjnych. 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 ujednoczonego 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.

(2) Wydatki inwestycyjne, netto odzwierciedlają płatności za nasze inwestycje w rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne, pomniejszone o wpływy ze sprzedaży środków trwałych. Nie uwzględniają nakładów na zakup zestawów odbiorczych wynajmowanych naszym klientom, które odzwierciedlono w przepływach środków pieniężnych z działalności operacyjnej oraz płatności z tytułu koncesji telekomunikacyjnych.

### Skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych

	za okres 12 miesięcy zakończony			
	31 grudnia 2016		31 grudnia 2015	
	mIn PLN	mIn EUR	mIn PLN	mIn EUR
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	2.884,7	661,2	2.887,7	661,9
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(1.003,4)	(230,0)	(726,6)	(166,6)
Środki pieniężne netto z działalności finansowej	(2.070,8)	(474,7)	(2.386,7)	(547,1)
Wolne przepływy środków pieniężnych <sup>(1)</sup>	1.556,8	356,9	1.304,6	299,0
Zmiana netto stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(189,5)	(43,4)	(225,6)	(51,7)

(1) Skorygowany FCF – miernik zdolności Spółki do generowania powtarzalnych przepływów pieniężnych, wyliczany jako środki pieniężne netto z działalności operacyjnej pomniejszone o środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej oraz spłatę odsetek od kredytów, pożyczek, obligacji, leasingu finansowego i zapłacone prowizje, z wyłączeniem pozycji o charakterze jednorazowym (np. jednorazowych płatności za zakup bądź przedłużenie ważności koncesji telekomunikacyjnych, nabycia udziałów w jednostkach zależnych pomniejszonego o przejęte środki pieniężne, opłat i prowizji dotyczących organizacji i zaciągnięcia nowego zadłużenia, premii za wcześniejszą spłatę obligacji, zmian na poziomie lokat krótkoterminowych oraz innych pozycji, które Zarząd Spółki uzna za pozycje o charakterze jednorazowym bądź niecyklicznym). Dane proforma.

## 1. CHARAKTERYSTYKA GRUPY POLSAT

### 1.1. Struktura Grupy

Tabela poniżej przedstawia spółki wchodzące w skład organizacji Grupy Polsat na dzień 31 grudnia 2016 roku oraz 31 grudnia 2015 roku wraz ze wskazaniem metody konsolidacji.

Spółka	Siedziba	Przedmiot działalności	Udział w ogólnej liczbie głosów (%)	
			31 grudnia 2016	31 grudnia 2015
<b>Jednostka Dominująca</b>				
Cyfrowy Polsat S.A.	ul. Łubinowa 4a, 03-878 Warszawa	działalność radiowa i telewizyjna, telekomunikacja	n/d	n/d
<b>Jednostki zależne konsolidowane metodą pełną</b>				
Cyfrowy Polsat Trade Marks Sp. z o.o.	ul. Łubinowa 4a, 03-878 Warszawa	zarządzanie majątkiem trwałym i prawami własności intelektualnej	100%	100%
Rioni 1 AB (dawniej: Cyfrowy Polsat Finance AB) <sup>(1)</sup>	Stureplan 4C, 4 TR 114 35 Sztokholm, Szwecja	transakcje finansowe	-	100%
Telewizja Polsat Sp. z o.o.	ul. Ostrobramska 77, 04-175 Warszawa	nadawanie i produkcja telewizyjna	100%	100%
Polsat Media Biuro Reklamy Sp. z o.o. Sp. k.	ul. Ostrobramska 77, 04-175 Warszawa	reklama	100%	100%
Polsat Media Biuro Reklamy Sp. z o.o.	ul. Ostrobramska 77, 04-175 Warszawa	media	100%	100%
Nord License AS <sup>(2)</sup>	Vollsvseien 13B, Lysaker, Norwegia	obrót licencjami programowymi	-	100%
Polsat License Ltd.	Alte Landstrasse 17, 8863 Buttikon, Szwajcaria	obrót licencjami programowymi	100%	100%
Polsat Ltd.	238A King Street, W6 0RF Londyn, Wielka Brytania	nadawanie telewizyjne	100%	100%
Muzo.fm Sp. z o.o.	ul. Ostrobramska 77, 04-175 Warszawa	nadawanie i produkcja radiowa	100%	100%
Telewizja Polsat Holdings Sp. z o.o.	ul. Ostrobramska 77, 04-175 Warszawa	działalność holdingowa	100%	100%
Polsat Brands AG	Alte Landstrasse 17, 8863 Buttikon, Szwajcaria	zarządzanie prawami własności intelektualnej	100%	100%
INFO-TV-FM Sp. z o.o.	ul. Łubinowa 4a, 03-878 Warszawa	działalność radiowa i telewizyjna	100%	100%
Gery.pl Sp. z o.o. <sup>(3)</sup>	Al. Stanów Zjednoczonych 61 A, 04-028 Warszawa	działalność portali internetowych	-	100%
Netshare Sp. z o.o. <sup>(4)</sup>	Al. Stanów Zjednoczonych 61 A, 04-028 Warszawa	pośrednictwo w sprzedaży miejsca na cele reklamowe w mediach elektronicznych (Internet)	-	100%
CPSPV1 Sp. z o.o.	ul. Łubinowa 4a, 03-878 Warszawa	usługi techniczne	100%	100%
CPSPV2 Sp. z o.o.	ul. Łubinowa 4a, 03-878 Warszawa	usługi techniczne	100%	100%
PL 2014 Sp. z o.o. <sup>(5)</sup>	ul. Ostrobramska 77, 04-175 Warszawa	pozostała działalność związana ze sportem	100%	100%

Spółka	Siedziba	Przedmiot działalności	Udział w ogólnej liczbie głosów (%)	
			31 grudnia 2016	31 grudnia 2015
Metelem Holding Company Limited	Chrysanthou Mylona 3 Office no. 102 CY 3030 Limassol, Cypr	działalność holdingowa	100%	100%
Eileme 1 AB (publ)	Stureplan 4C, 114 35 Sztokholm, Szwecja	działalność holdingowa i finansowa	100%	100%
Eileme 2 AB (publ)	Stureplan 4C, 114 35 Sztokholm, Szwecja	działalność holdingowa i finansowa	100%	100%
Eileme 3 AB (publ)	Stureplan 4C, 114 35 Sztokholm, Szwecja	działalność holdingowa i finansowa	100%	100%
Eileme 4 AB (publ)	Stureplan 4C, 114 35 Sztokholm, Szwecja	działalność holdingowa	100%	100%
Polkomtel Sp. z o.o.	ul. Konstruktorska 4, 02-673 Warszawa	działalność telekomunikacyjna	100%	100%
Nordisk Polska Sp. z o.o.	Al. Stanów Zjednoczonych 61 A, 04-028 Warszawa	działalność telekomunikacyjna	100%	100%
Polkomtel Finance AB (publ) (w likwidacji)	Norrandsgatan 18, 111 43 Sztokholm, Szwecja	działalność finansowa	100%	100%
Liberty Poland S.A.	ul. Katowicka 47, 41-500 Chorzów	działalność telekomunikacyjna	100%	100%
Polkomtel Business Development Sp. z o.o.	ul. Konstruktorska 4, 02-673 Warszawa	pozostała działalność wspierająca usługi finansowe, handel paliwami gazowymi	100%	100%
Plus TM Management Sp. z o.o.	ul. Konstruktorska 4, 02-673 Warszawa	zarządzanie i dzierżawa własności intelektualnej	100%	100%
LTE Holdings Limited	Kostakis Pantelidi 1, 1010 Nikozja, Cypr	działalność holdingowa	100%	100%
TM Rental Sp. z o.o.	ul. Konstruktorska 4, 02-673 Warszawa	dzierżawa własności intelektualnej	100%	100%
IT Polpajer S.A. <sup>(6)</sup>	Al. Stanów Zjednoczonych 61 A, 04-028 Warszawa	utrzymanie sieci telekomunikacyjnych	100%	-
Litenite Limited <sup>(7)</sup>	Kostakis Pantelidi 1, 1010 Nikozja, Cypr	działalność holdingowa	100%	49% <sup>(8)</sup>
Aero2 Sp. z o.o. <sup>(7)</sup>	Al. Stanów Zjednoczonych 61A, 04-028 Warszawa	działalność telekomunikacyjna	100%	-
Sferia S.A. <sup>(7)</sup>	Al. Stanów Zjednoczonych 61A, 04-028 Warszawa	działalność telekomunikacyjna	51%	-
AltaLog Sp. z o.o. <sup>(7)</sup>	Al. Stanów Zjednoczonych 61A, 04-028 Warszawa	oprogramowanie	66%	-
Orsen Holding Ltd.	Level 2 West, Mercury Tower, Elia Zammit Street, St. Julian's STJ 3155, Malta	działalność holdingowa	100%	100%
Orsen Ltd.	Level 2 West, Mercury Tower, Elia Zammit Street, St. Julian's STJ 3155, Malta	działalność holdingowa	100%	100%
Grab Sarl	6, rue Eugène Ruppert, L-2453 Luxembourg, Grand Duchy of Luxembourg	działalność holdingowa	100%	100%
Dwa Sp. z o.o.	Al. Jerozolimskie 81, 02-001 Warszawa	działalność holdingowa	100%	100%
Grab Investment SCSp	6, rue Eugène Ruppert, L-2453 Luxembourg, Grand Duchy of Luxembourg	działalność holdingowa	100%	100%
IB 1 FIZAN	Al. Stanów Zjednoczonych 61A, 04-028 Warszawa	działalność finansowa	<sup>(9)</sup>	<sup>(9)</sup>
Interphone Service Sp. z o.o.	ul. Inwestorów 8, 39-300 Mielec	produkcja dekodatorów	100%	100%

Spółka	Siedziba	Przedmiot działalności	Udział w ogólnej liczbie głosów (%)	
			31 grudnia 2016	31 grudnia 2015
Teleaudio Dwa Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp.k.	Al. Jerozolimskie 81, 02-001 Warszawa	świadczenie usług premium rate	100%	100%

**Jednostki, w których udziały wyceniane są metodą praw własności**

Polsat JimJam Ltd.	105-109 Salusbury Road Londyn NW6 6RG Wielka Brytania	działalność telewizyjna	50%	50%
Polski Operator Telewizyjny Sp. z o.o.	ul. Wiertnicza 159, 02-952 Warszawa	telekomunikacja oraz radiodifuzja	50%	50%
New Media Ventures Sp. z o.o.	ul. Wołoska 18 02-675 Warszawa	obsługa programów lojalnościowych	49,97%	49,97%
Paszport Korzyści Sp. z o.o.	ul. Konstruktorska 4, 02-673 Warszawa	obsługa programów lojalnościowych	49%	49%

- (1) Dnia 4 stycznia 2016 roku nastąpiło zbycie udziałów w Rioni 1 AB.
- (2) Dnia 23 grudnia 2016 roku nastąpiła likwidacja spółki Nord License AS.
- (3) Dnia 30 czerwca 2016 roku nastąpiło połączenie Netshare Sp. z o.o. ze spółką Gery.pl Sp. z o.o.
- (4) Dnia 30 listopada 2016 roku nastąpiło połączenie Cyfrowego Polsatu ze spółką Netshare Sp. z o.o.
- (5) Spółka zawiesiła działalność.
- (6) Spółka konsolidowana od dnia 30 września 2016 roku.
- (7) Spółka konsolidowana od dnia 29 lutego 2016 roku.
- (8) W związku z ograniczeniami w prawie do dywidendy jak również konstrukcją transakcji powiązanych z ich nabyciem, udziały w Litenite Limited na dzień 31 grudnia 2015 roku zostały ujęte jako inwestycja w jednostkę stowarzyszoną bez uwzględnienia zmian w wynikach i aktywach netto.
- (9) Cyfrowy Polsat S.A. pośrednio posiada 100% certyfikatów.

Dodatkowo w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2016 roku wykazano udziały w poniższych jednostkach:

	Siedziba	Przedmiot działalności	Udział w ogólnej liczbie głosów (%)	
			31 grudnia 2016	31 grudnia 2015
Karpaska Telewizja Kablowa Sp. z o.o. <sup>(1)</sup>	ul. Warszawska 220, 26-600 Radom	nie prowadzi działalności	99%	99%
Polskie Badania Internetu Sp. z o.o.	Al. Jerozolimskie 65/79, 00-697 Warszawa	działalność portali internetowych	4,55%	4,55%
InPlus Sp. z o.o.	ul. Wilczyńskiego 25e/216 10-686 Olsztyn	kompleksowa obsługa procesu inwestycyjnego	1,5% <sup>(2)</sup>	-

- (1) Udziały wyceniane po koszcie zakupu z uwzględnieniem utraty wartości
- (2) AltaLog Sp z o.o. posiada 2,3% udziałów w ogólnej liczbie głosów w spółce InPlus Sp. z o.o.

### Zmiany w strukturze Grupy Polsat i ich skutki

Od 1 stycznia 2016 roku do dnia zatwierdzenia niniejszego Sprawozdania, tj. do dnia 15 marca 2017 roku, zostały wprowadzone niżej wymienione zmiany w strukturze Grupy. Zmiany te są efektem przeprowadzonych akwizycji, jak również elementem realizowanego procesu optymalizacji struktury oraz procesów w ramach Grupy.

Data	Opis
4 stycznia 2016 r.	Zbycie udziałów w Rioni 1 AB.
11 stycznia 2016 r.	Przekształcenie spółki Radio PIN S.A. w spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością Muzo.fm Sp. z o.o.
29 stycznia 2016 r.	Udziały w Litenite Limited stanowiące 49% kapitału zakładowego tej spółki, przeniesione na zabezpieczenie na LTE Holdings Limited (spółkę zależną Polkomtel) za cenę 1 EUR, zostały zwrotnie przeniesione na Ortholuck Limited za cenę 1 EUR.
29 lutego 2016 r.	Nabycie przez Polkomtel 100% udziałów w spółce Litenite Limited, będącej bezpośrednim właścicielem akcji spółki Midas S.A., reprezentujących 65,9975% ogólnej liczby głosów i kapitału zakładowego Midas S.A.
30 marca 2016 r.	Podwyższenie kapitału zakładowego Polkomtel Sp. z o.o. z kwoty 3.510,2 mln zł do kwoty 3.525,3 mln zł, tj. o 15,0 mln zł.
27 kwietnia 2016 r.	Nabycie przez Polkomtel bezpośrednio w wyniku ogłoszenia wezwania akcji reprezentujących 27,2395% ogólnej liczby głosów i kapitału zakładowego Midas S.A.
31 maja 2016 r.	Wykup pozostałych w obrocie akcji Midas S.A. w wyniku żądania przymusowego wykupu, w związku z czym Spółka posiadała pośrednio, poprzez Polkomtel i Litenite, 100% akcji w Midas S.A.
30 czerwca 2016 r.	Połączenie Netshare Sp. z o.o. ze spółką Gery.pl Sp. z o.o.
30 września 2016 r.	Nabycie przez Polkomtel 100% udziałów w spółce IT Polpager S.A.
30 listopada 2016 r.	Połączenie Cyfrowego Polsatu ze spółką zależną Netshare Sp. z o.o.
30 listopada 2016 r.	Połączenie Aero2 Sp. z o.o. ze spółką Midas S.A., gdzie spółką przejmującą było Aero2 Sp. z o.o.
6 grudnia 2016 r.	Zmiana formy prawnej spółki Polsat Brands ( <i>einfache Gesellschaft</i> ) na Polsat Brands AG.
23 grudnia 2016 r.	Likwidacja spółki Nord License AS.
9 stycznia 2017 r.	Obniżenie kapitału zakładowego spółki Muzo.fm Sp. z o.o. z kwoty 22.108.700 zł do 1.282.600 zł, tj. o 20.826.100 zł.
23 stycznia 2017 r.	Podjęcie uchwały przez Walne Zgromadzenie Spółki w sprawie transgranicznego połączenia Cyfrowego Polsatu z Metelem Holding Company Limited.

### 1.2. Kim jesteśmy

Grupa Polsat jest największym dostawcą zintegrowanych usług multimedialnych w Polsce. Jesteśmy liderem rynku płatnej telewizji oraz jednym z wiodących operatorów telekomunikacyjnych w kraju. Zajmujemy także czołową pozycję na rynku prywatnych nadawców telewizyjnych pod względem oglądalności i udziału w rynku reklamy. Oferujemy kompleksowe usługi multimedialne zaprojektowane z myślą o całej rodzinie: płatną telewizję w technologii satelitarnej, naziemnej oraz internetowej, usługi telefonii komórkowej i transmisji danych oraz dostęp do szerokopasmowego Internetu w technologiach LTE i LTE-Advanced. Oferujemy również szereg usług hurtowych na międzyoperatorskim rynku telekomunikacyjnym, rynku telewizyjnym i reklamowym.

Naszą działalność prowadzimy poprzez dwa segmenty biznesowe: segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym oraz segment nadawania i produkcji telewizyjnej.

W segmencie usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym świadczymy usługi telewizji cyfrowej, usługi dostępu do Internetu, usługi telewizji mobilnej, wideo online, usługi telefonii komórkowej, usługi hurtowe na rynku międzyoperatorskim oraz sprzedaż sprzętu telekomunikacyjnego i produkcję dekoderek. Na koniec grudnia 2016 roku

posiadaliśmy blisko 5,9 mln klientów kontraktowych, a spółki z Grupy świadczyły łącznie ponad 16,5 mln aktywnych usług, w tym ponad 13,2 mln usług kontraktowych.

Segment nadawania i produkcji telewizyjnej obejmuje głównie produkcję, zakup i emisję polskojęzycznych audycji informacyjnych, sportowych i rozrywkowych oraz seriali i filmów fabularnych nadawanych w kanałach telewizyjnych oraz sprzedaż reklamy.

### 1.2.1. Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym

#### **Płatna telewizja**

Cyfrowy Polsat jest największym dostawcą płatnej telewizji w Polsce oraz czołową platformą satelitarną w Europie pod względem liczby klientów. Od 2006 roku jesteśmy liderem na polskim rynku pod względem liczby aktywnych usług i udziału w rynku, świadcząc usługi telewizji satelitarnej dla około 3,5 mln abonentów. Aktywnie poszerzamy naszą ofertę płatnej telewizji o dodatkowe usługi, typu Multiroom czy płatne subskrypcje wideo online, świadcząc na dzień 31 grudnia 2016 roku łącznie ponad 4,8 mln usług płatnej telewizji.

Nasza oferta obejmuje przede wszystkim usługi płatnej cyfrowej telewizji rozprowadzanej drogą satelitarną bezpośrednio do odbiorców za pośrednictwem dekoderów oraz anten satelitarnych. Naszą strategią programową jest oferowanie szerokiego portfolio pakietów z kanałami dla całej rodziny w konkurencyjnych cenach. Obecnie naszym klientom zapewniamy dostęp do ponad 170 kanałów, obejmujących wszystkie główne stacje naziemne dostępne w Polsce, jak również kanały o tematyce ogólnej, kanały sportowe, filmowe, informacyjne, edukacyjne, rozrywkowe, muzyczne oraz kanały dla dzieci. Ponadto udostępniamy ponad 70 kanałów w jakości HD, a także usługi typu OTT, takie jak Cyfrowy Polsat Go, VOD/PPV, telewizja internetowa, catch-up TV oraz usługa Multiroom HD.

#### **Wideo online**

Oferowany przez naszą Grupę serwis IPLA jest liderem rynku dystrybucji treści programowych wideo w Internecie w Polsce, zarówno pod względem rodzajów kompatybilnych urządzeń końcowych, obejmujących komputery, tablety, smartfony, telewizory z dostępem do Internetu, dekodery oraz konsole do gier, jak i pod względem ilości oferowanych treści. Serwis posiada również wiodącą pozycję pod względem liczby użytkowników oraz średniego czasu spędzonego na oglądaniu treści wideo przez jednego użytkownika. Według naszych danych w 2016 roku liczba użytkowników witryny/aplikacji IPLA wyniosła średniomiesięcznie około 3,8 mln, a w czwartym kwartale 2016 roku wyniosła blisko 4,0 mln.

#### **Telefonia komórkowa**

Usługi telefonii komórkowej świadczymy przede wszystkim za pośrednictwem naszej spółki zależnej Polkomtel, operatora sieci Plus. Polkomtel jest jednym z wiodących polskich operatorów sieci mobilnych. Na dzień 31 grudnia 2016 roku świadczyliśmy 9,7 mln usług telefonii komórkowej w modelu kontraktowym i przedpłaconym.

Oferujemy szeroką gamę mobilnych usług telekomunikacyjnych pod marką parasolową „Plus” i dodatkową marką „Plush”, a także pod markami spółek Grupy Aero2 (dawniej Grupa Midas). Obejmują one m.in. usługi detaliczne, na które składają się usługi głosowe świadczone w modelu kontraktowym i przedpłaconym oraz usługi transmisji danych obejmujące m.in. podstawowe szerokopasmowe usługi mobilnej transmisji danych, wiadomości multimedialne MMS, usługi VAS (ang. *value-added services*) takie jak np. usługi rozrywkowe, informacyjne, telemedyczne i WiFi Calling oraz kompleksowe konwergentne usługi telekomunikacyjne dla dużego biznesu. Ponadto nasza oferta telefonii komórkowej uzupełniona jest o bogate portfolio aparatów i smartfonów obsługujących technologię LTE. Nasza oferta detaliczna telefonii komórkowej adresowana jest do klientów indywidualnych oraz do klientów biznesowych, obejmujących korporacje i instytucje, małe i średnie przedsiębiorstwa oraz segment SOHO (Small Office / Home Office).

#### **Internet szerokopasmowy**

W 2011 roku, jako pierwszy komercyjny dostawca w Polsce, rozpoczęliśmy świadczenie usług szerokopasmowego Internetu w technologii LTE, której właściwości techniczne oraz parametry jakościowe pozwalają skutecznie konkurować z Internetem stacjonarnym, odpowiadając tym samym na rosnące wymagania konsumentów. Dodatkowo Internet w technologii LTE posiada atut mobilności, który jest istotny dla znaczącej części konsumentów. W styczniu 2017 roku zasięgiem naszego Internetu LTE i HSPA/HSPA+ objętych było, odpowiednio, 99% i prawie 100% populacji Polski. W 2016 roku rozpoczęliśmy również komercyjne wdrożenie technologii LTE-Advanced, która w styczniu 2017 roku objęła swoim zasięgiem 40% populacji Polski. Na dzień 31 grudnia 2016 roku świadczyliśmy blisko 2,0 mln usług dostępu do szerokopasmowego Internetu, głównie w modelu kontraktowym.



Świadczymy kompleksowe usługi transmisji danych, zarówno dla klientów indywidualnych jak i biznesowych pod dwiema alternatywnymi markami: Cyfrowy Polsat oraz Plus. Dodatkowo nasza spółka zależna Aero2, na bazie warunków koncesyjnych wiążących się z zakupem pasma 2,6 GHz, świadczy usługi bezpłatnego dostępu do Internetu o ograniczonych parametrach użytkowych (oferta BDI).

Nasza oferta uzupełniona jest o portfolio dedykowanego sprzętu (modemy, routery, tablety, laptopy, zestawy instalacyjne pozwalające wzmocnić i rozprzecznić sygnał w technologii WiFi w obrębie domu, itp.), działającego głównie w technologiach LTE. Tak szeroka oferta pozwala nam odpowiedzieć na potrzeby zarówno klienta, który zainteresowany jest korzystaniem z szerokopasmowego Internetu mobilnego właśnie z uwagi na jego mobilność, jak i klienta, który poszukuje substytutu Internetu stacjonarnego dla domu czy biura.

### **Usługi zintegrowane**

Obecnie pakietyzacja usług jest jednym z najsilniejszych trendów na polskim rynku mediów i telekomunikacji. W odpowiedzi na dynamicznie zmieniające się otoczenie rynkowe oraz zmiany preferencji naszych klientów konsekwentnie realizujemy naszą strategię multisplay, proponując klientom kompleksową i unikalną ofertę usług opartych o płatną telewizję, telefonię komórkową oraz szerokopasmowy dostęp do Internetu, uzupełnioną o usługi dodatkowe, takie jak usługi finansowo-bankowe czy sprzedaż energii elektrycznej, które można dowolnie łączyć w zależności od potrzeb. Nasza bogata oferta usług łączonych świadczona jest w ramach zróżnicowanych platform dystrybucji cyfrowej rozrywki i komunikacji, takich jak telewizory, telefony komórkowe, komputery i tablety.

#### **smartDOM**

Zgodnie z ogłoszoną strategią integracji produktów i usług dla nowoczesnego domu, Cyfrowy Polsat i Polkomtel promują wspólny program smartDOM, który pozwala na korzystne łączenie nowoczesnych usług dla domu. Umożliwia on elastyczne łączenie produktów, takich jak telewizja satelitarna, Internet szerokopasmowy LTE, telefon, usługi bankowe i ubezpieczeniowe, sprzedaż energii elektrycznej, usługi z zakresu bezpieczeństwa domu czy zakup sprzętu telekomunikacyjnego, RTV i AGD, a także pozwala oszczędzać na każdej dodanej do pakietu usłudze.

Nasza oferta usług łączonych oparta jest o prosty i elastyczny mechanizm – wystarczy posiadać jedną usługę o określonej wartości, a przy zakupie kolejnych produktów z Grupy klient otrzymuje atrakcyjne rabaty na cały okres trwania umowy. Obecnie w ramach oferty, promowanej pod hasłem „Domowy Program Oszczędnościowy smartDOM”, klienci mogą wybierać spośród 9 produktów i usług.

Analogicznym programem skierowanym do klientów biznesowych, który pozwala na łączenie usług telefonii komórkowej, Internetu LTE oraz telefonii stacjonarnej jest smartFIRMA. W programie znajdują się także usługi bankowe, energia elektryczna oraz szerokie portfolio dodatkowych usług wspierających i rozwijających biznes.

### **Działalność hurtowa na rynku międzyoperatorskim**

W ramach działalności hurtowej świadczymy usługi na rzecz innych operatorów telekomunikacyjnych, obejmujących m.in. usługi połączeń międzyoperatorskich, roamingu krajowego i międzynarodowego, sprzedaży usług dla MVNO, współdzielenia zasobów sieciowych, czy dzierżawy infrastruktury telekomunikacyjnej.

#### **Wymiana ruchu między operatorami (interconnect)**

Nasza infrastruktura telekomunikacyjna wykorzystywana w ramach współpracy międzysieciowej umożliwia zarządzanie kierowaniem ruchu telekomunikacyjnego do wszystkich operatorów krajowych i zagranicznych.

#### **Współdzielenie zasobów sieciowych oraz dzierżawa infrastruktury telekomunikacyjnej**

W efekcie poniesionych w minionych latach znaczących inwestycji Grupa Polkomtel posiada obszerną infrastrukturę telekomunikacyjną, pozwalającą obsługiwać stale rosnące użycie usług i produktów telekomunikacyjnych. Celem optymalizacji kosztów bieżącego utrzymania infrastruktury telekomunikacyjnej prowadzimy działania zmierzające do współdzielenia zasobów sieciowych oraz dzierżawy elementów infrastruktury telekomunikacyjnej od bądź na rzecz innych podmiotów świadczących usługi telekomunikacyjne w Polsce.

#### **Roaming międzynarodowy**

W ramach działalności hurtowej świadczymy usługi roamingu międzynarodowego dla zagranicznych operatorów komórkowych, które pozwalają klientom zagranicznych sieci komórkowych na korzystanie z mobilnych usług telekomunikacyjnych po zalogowaniu się w sieci Plus, czyli poza ich macierzystą siecią. Dodatkowo, zawieramy umowy

hurtowe roamingu międzynarodowego dla potrzeb świadczenia własnym klientom oraz klientom MVNO usług roamingu międzynarodowego w sieciach naszych partnerów roamingowych.

Współpraca z partnerami roamingowymi jest ważnym strumieniem sprzedaży w segmencie hurtowym. Rozwijamy swoje usługi roamingu międzynarodowego oferując usługi roamingowe we własnej sieci dla abonentów operatorów zagranicznych przebywających w Polsce. Ponadto oferujemy usługę hurtowego roamingu we własnej sieci dla operatorów zagranicznych w oparciu o umowy rabatowe w zamian za korzystne warunki obsługi ruchu roamingowego, generowanego przez naszych klientów, korzystających z usługi roamingu za granicą, przez partnerów zagranicznych. Przekłada się to na redukcję ponoszonych przez nas kosztów hurtowych usług roamingu międzynarodowego, co w konsekwencji umożliwia nam oferowanie konkurencyjnych, pod względem cen i jakości, usług roamingu międzynarodowego dla własnych abonentów.

### **Roaming krajowy i operatorzy MVNO**

Dla operatorów działających lokalnie, świadczymy usługi hurtowego dostępu do naszej sieci komórkowej w oparciu o zróżnicowane modele współpracy, które można podzielić na dwie główne grupy: roaming krajowy i operatorów wirtualnych (MVNO).

W ramach usługi hurtowej roamingu krajowego świadczymy usługi połączeń głosowych, wysyłania wiadomości tekstowych oraz pakietowej transmisji danych dla P4, operatora sieci Play. Abonenci P4 korzystają z sieci ruchomej Polkomtela tam, gdzie nie ma pokrycia siecią P4 i w zakresie, w jakim umożliwia to P4.

Operatorzy wirtualni sieci mobilnych (MVNO) to operatorzy, którzy świadczą usługi telefonii komórkowej i usługi transmisji danych, a także usługi telefonii stacjonarnej opartej o sieć komórkową, ale nie posiadają rezerwacji częstotliwości oraz nie posiadają pełnej infrastruktury technicznej koniecznej do świadczenia usług telekomunikacyjnych. Ich działalność opiera się zazwyczaj na korzystaniu z rezerwacji częstotliwości i infrastruktury operatorów sieci komórkowych na terenie całego kraju.

W ramach współpracy z MVNO, świadczymy hurtowo usługi połączeń głosowych, wysyłania wiadomości tekstowych oraz transmisji danych, usługi o podwyższonej opłacie, usługi dodane, usługi roamingu międzynarodowego, obsługę określonych służb i organów państwa, usługi hostingowe na własnej platformie bilingowej, obsługę klienta, jak również inne usługi zależne od potrzeb i wybranych modeli technicznych współpracy.

## **1.2.2. Segment nadawania i produkcji telewizyjnej**

### ***Produkcja i nadawanie kanałów telewizyjnych***

Nasze portfolio składa się z 24 kanałów (w tym 14 w jakości HD), obejmujących nasz główny kanał POLSAT, dostępny w jakości SD i HD oraz 23 kanałów tematycznych. W październiku 2016 w wyniku optymalizacji sieci nadawczej zakończono emisję kilku kanałów w wersji SD, pozostawiając jedynie ich wersje HD.

Kanał POLSAT, nadawany od 5 grudnia 1992 roku, był pierwszym komercyjnym kanałem w Polsce, który otrzymał ogólnopolską koncesję analogową. POLSAT jest numerem jeden wśród kanałów telewizyjnych w Polsce z punktu widzenia udziału w widowni w grupie komercyjnej (zawierającej się w przedziale wiekowym 16-49 lat), który wyniósł 13,5% w czwartym kwartale 2016 roku, natomiast w całym 2016 roku – 13,2%. POLSAT emituje program codziennie, przez całą dobę. Kanał znajduje się w ofercie cyfrowej telewizji naziemnej na drugim multipleksie (MUX-2) oraz na multipleksach lokalnych (MUX-4L i MUX-TVS). Poza dystrybucją sygnału naziemnego POLSAT jest dostępny w jakości SD i HD w większości sieci kablowych oraz na platformach satelitarnych. Na tym kanale nadajemy szeroką gamę filmów, programy rozrywkowe, programy informacyjne i publicystyczne, seriale polskie i zagraniczne, jak również popularne wydarzenia sportowe.

Kanały tematyczne to stacje telewizyjne rozpowszechniane głównie drogą kablowo-satelitarną (płatnie) oraz w mniejszym stopniu poprzez multipleksy naziemnie (bezpłatnie), specjalizujące się w sprofilowanych treściach takich jak: programy dla dzieci, filmy, sport, muzyka, styl życia, informacje lub pogoda.

### ***Sprzedaż czasu reklamowego i pasm sponsoringowych w kanałach telewizyjnych***

Zajmujemy się sprzedażą czasu reklamowego w kanałach własnych oraz należących do innych nadawców. Na podstawie danych Starcom (dawniej SMG), szacujemy, że w czwartym kwartale 2016 roku kanały Grupy Polsat zdobyły 27,2% udziału w polskim rynku reklamy telewizyjnej wartym w tym okresie około 1,2 mld zł. Szacujemy, że łącznie w 2016 roku nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej wyniósł 26,9%, podczas gdy wartość całego rynku w tym okresie wyniosła około 4 mld zł.

Kluczowym czynnikiem wpływającym na nasze przychody ze sprzedaży czasu antenowego na reklamy i pasm sponsoringowych jest nasz udział w widowni. Czas antenowy na naszych kanałach telewizyjnych jest tym bardziej atrakcyjny, im bardziej profil demograficzny naszej widowni jest dopasowany do wymagań reklamodawców. W celu zwiększenia tej atrakcyjności dokonujemy odpowiedniego doboru naszej oferty programowej i planujemy nadawanie w konkretnych pasmach.

### **Sprzedaż hurtowa kanałów telewizyjnych**

Nasze kanały dystrybuowane są przez większość sieci kablowych w Polsce, w tym operatorów takich jak UPC Polska Sp. z o.o., Multimedia Polska S.A. i Vectra S.A., przez wszystkie główne platformy satelitarne (za wyjątkiem kanałów sportowych, na które wyłączność ma platforma Cyfrowy Polsat), a także w systemie IPTV.

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 klientom danej sieci sygnału kanałów Grupy i są zależne od liczby klientów, do których kierowane są nasze programy.

### **1.3. Strategia Grupy**

Naszą misją jest tworzenie i dostarczanie najatrakcyjniejszych treści telewizyjnych, produktów telekomunikacyjnych oraz innych usług dla domu oraz klientów indywidualnych i biznesowych, przy użyciu najlepszych i najnowocześniejszych technologii, w celu świadczenia wysokiej jakości usług zintegrowanych, odpowiadających na zmieniające się potrzeby naszych klientów oraz utrzymania najwyższego poziomu ich satysfakcji.

Nadrzędnym celem naszej strategii jest trwały wzrost wartości Cyfrowego Polsatu dla jej Akcjonariuszy. Cel ten zamierzamy osiągnąć poprzez realizację głównych elementów strategii operacyjnej, obejmujących:

- wzrost przychodów z usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym poprzez konsekwentną budowę wartości bazy klientów, dzięki maksymalizacji liczby użytkowników usług oraz liczby usług oferowanych jednemu klientowi, przy jednoczesnym zwiększeniu ARPU i utrzymaniu wysokiego poziomu satysfakcji klientów,
- wzrost przychodów z produkowanych i kupowanych treści programowych poprzez ich szeroką dystrybucję, utrzymanie oglądalności nadawanych kanałów oraz poprawę profilu widza,
- efektywne zarządzanie bazą kosztową poprzez wykorzystanie efektów synergii i efektów skali w ramach zintegrowanej grupy medialno-telekomunikacyjnej,
- efektywne zarządzanie finansami Grupy, w tym jej zasobami kapitałowymi.

#### ***Wzrost przychodów z usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym poprzez konsekwentną budowę wartości bazy klientów, dzięki maksymalizacji liczby użytkowników usług oraz liczby usług oferowanych jednemu klientowi, przy jednoczesnym zwiększeniu ARPU i utrzymaniu wysokiego poziomu satysfakcji klientów***

Naszym celem jest efektywne budowanie przychodów pochodzących ze sprzedaży produktów i usług dla naszych klientów. Zauważając zachodzące zmiany rynkowe, będziemy nadal tworzyć produkty gotowe sprostać zmieniającym się preferencjom naszych klientów.

Czynnikiem, który będzie miał pozytywny wpływ na nasze przychody, jest możliwość dosprzedaży naszych obecnych i przyszłych produktów i usług (cross-selling) do połączonej bazy klientów Cyfrowego Polsatu i Polkomteli. Nasza Grupa tworzy unikalne portfolio produktów i usług, które jest jednocześnie adresowane do klientów Cyfrowego Polsatu i Polkomteli. Właściwe wykorzystanie tego potencjału zarówno poprzez dosprzedaż pojedynczych produktów, jak i poprzez sprzedaż zintegrowanej oferty, może w znaczący sposób zwiększyć liczbę usług na indywidualnego użytkownika, podnosząc tym samym średni przychód od klienta (ARPU).

W Polsce rynek usług zintegrowanych jest słabo rozwinięty, szczególnie poza dużymi miastami, przez co posiada znaczny potencjał wzrostu. Zamierzamy dalej poszerzać portfolio naszych produktów i usług, zarówno w oparciu o projekty własne, jak i strategiczne alianse czy akwizycje. Wierzymy, że kompleksowa i unikalna oferta usług łączonych oraz możliwość dosprzedaży usług dodatkowych, takich jak np. produkty finansowo-bankowe, bądź sprzedaż energii, świadczonych w ramach zróżnicowanych platform dystrybucji, będą decydować o naszej znaczącej przewadze konkurencyjnej, pozwalającej nam utrzymać bazę obecnych klientów oraz dającej szanse na pozyskanie nowych, zarówno na rynkach płatnej telewizji, telekomunikacyjnym, jak i innych usług dla domu i klientów indywidualnych.

Chcemy budować naszą pozycję na rynku usług łączonych między innymi poprzez pozyskanie jak największej liczby klientów usług dostępu do szerokopasmowego mobilnego Internetu. Usługi te stanowią najczęściej dosprzedawany produkt do obecnych klientów w ramach naszej oferty usług łączonych. Ponadto wedle szacunków niezależnych ekspertów szerokopasmowy mobilny Internet jest najszybciej rozwijającą się technologią dostępu do sieci w Polsce. Wierzymy, że technologia mobilna (w szczególności LTE) 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 klientów oraz dalszego zwiększenia wskaźnika ARPU. Oferując pakiety programowe charakteryzujące się atrakcyjną relacją jakości do ceny na rynku polskim, 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 (Cyfrowy Polsat GO, 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 klientów.

Efektywne połączenie produktów telekomunikacyjnych i multimedialnych stwarza nowe możliwości dystrybucji treści telewizyjnych. W efekcie takiej kombinacji, atrakcyjne treści oraz szerokie spektrum naszych usług mogą być dostarczane za pomocą różnorodnych, niezawodnych kanałów dystrybucji – drogą satelitarną (DTH), w ramach naziemnej telewizji cyfrowej (DVB-T), technologiami mobilnymi LTE i LTE-Advanced – na wszystkie urządzenia klientów – od odbiorników TV przez komputery osobiste po tablety i smartfony.

#### ***Wzrost przychodów z produkowanych i kupowanych treści programowych poprzez ich szeroką dystrybucję, utrzymanie oglądalności nadawanych kanałów oraz poprawę profilu widza***

Produkowane i nadawane przez nas kanały telewizyjne posiadają silną i ugruntowaną pozycję na polskim rynku telewizyjnym oraz cieszą się wysoką oglądalnością w grupie docelowej. Obecnie w swoim portfolio posiadamy i nadajemy 24 kanałów (w tym 14 w jakości HD), które swoją 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 reklamowego.

Drugim istotnym elementem budowy wartości tego segmentu jest jak najszerza dystrybucja produkowanych i kupowanych przez nas treści telewizyjnych, zarówno jeżeli chodzi o grupę odbiorców (FTA i telewizja płatna), jak i technologię dostępu (naziemna, satelitarna, internetowa). Wierzymy, że dzięki temu jesteśmy w stanie nie tylko maksymalizować korzyści płynące z jak najszerzej dystrybucji treści telewizyjnych, ale również poprawić satysfakcję naszych odbiorców i widzów, którzy sami mogą decydować, co, gdzie i kiedy oglądają.

#### ***Efektywne zarządzanie bazą kosztową poprzez wykorzystanie efektów synergii w ramach zintegrowanej grupy medialno-telekomunikacyjnej***

Jesteśmy zdania, że stworzenie zintegrowanej grupy medialno-telekomunikacyjnej niesie za sobą szansę osiągnięcia wymiernych synergii i uzyskania istotnych przewag konkurencyjnych. Prowadzimy szereg projektów mających na celu uproszczenia struktury Grupy poprzez integrację odpowiednich zespołów oraz uspojnienie procesów biznesowych i systemów informatycznych w ramach całej Grupy, co umożliwi nam osiągnięcie potencjalnych, wymiernych synergii kosztowych. W sposób ciągły podejmujemy działania optymalizacyjne ukierunkowane na dostosowanie bazy kosztowej do bieżących warunków rynkowych oraz sytuacji naszej Grupy.

#### ***Efektywne zarządzanie finansami Grupy, w tym jej zasobami kapitałowymi***

Przyjęta przez nas polityka zarządzania zasobami kapitałowymi określa sposób wykorzystania wygenerowanych środków z działalności operacyjnej. Aby zagwarantować ciągłość i stabilność operacyjną Grupy, w pierwszej kolejności wygenerowane wolne środki pieniężne przeznaczane są na finansowanie bieżącej działalności oraz na inwestycje niezbędne do dalszego rozwoju Grupy. Naszym priorytetem jest również efektywne zarządzanie zadłużeniem Grupy i sukcesywne jego obniżanie. Zarząd wyznaczył pożądany poziom konsolidowanego zadłużenia, mierzony wskaźnikiem dług netto/EBITDA, który powinien zostać zredukowany poniżej pułapu 1,75x.

Jednym z podstawowych zadań polityki zarządzania zasobami kapitałowymi jest wypłacanie Akcjonariuszom dywidendy w sposób przewidywalny. Przyjęta przez nas polityka dywidendy zakłada wzrost wypłat dywidendy uzależniony od spadku poziomu zadłużenia Grupy. Konsekwentnie dążymy do zmniejszania poziomu zadłużenia Grupy, co pozwoli nam zapewnić atrakcyjny dla Akcjonariuszy poziom rentowności zainwestowanego kapitału.

## 1.4. Przewagi konkurencyjne

### ***Jesteśmy wiodącą zintegrowaną grupą medialno-telekomunikacyjną w regionie***

Prowadzimy działalność w zdwywersyfikowanych obszarach biznesu obejmujących płatną telewizję satelitarną, telefonię komórkową, szerokopasmowy mobilny dostęp do Internetu, jak również nadawanie i produkcję telewizyjną oraz usługi wideo online.

Jesteśmy największym dostawcą płatnej telewizji w Polsce oraz jedną z wiodących platform satelitarnych w Europie pod względem liczby klientów. Od 2006 roku jesteśmy liderem na polskim rynku płatnej telewizji pod względem liczby aktywnych usług i udziału w rynku. Nasza spółka zależna Polkomtel, skupiająca swoją działalność na świadczeniu mobilnych usług telekomunikacyjnych pod marką Plus, jest jednym z wiodących operatorów telekomunikacyjnych pod względem wielkości wygenerowanych przychodów oraz skali kontraktowej bazy usług telefonii mobilnej i mobilnego dostępu do Internetu szerokopasmowego. Jednocześnie jesteśmy wiodącą grupą telewizyjną w Polsce pod względem dynamiki wzrostu przychodów reklamowych oraz udziału w oglądalności, a nasz kanał główny Polsat utrzymał również w tym okresie pozycję lidera pod względem udziału w widowni.

Sprzedaż naszych usług płatnej telewizji, telefonii mobilnej i dostępu do Internetu dokonywana jest za pomocą sieci dystrybucji obejmującej swoim zasięgiem całą Polskę. Posiadamy łącznie ponad 1,2 tys. stacjonarnych punktów sprzedaży rozsianych po całym kraju. Równolegle oferujemy nasze usługi w alternatywnych kanałach telesprzedażowych, door-to-door oraz online poprzez sklepy internetowe Plusa i Cyfrowego Polsatu. Dodatkowo Polkomtel posiada osobne kanały sprzedaży i obsługi klientów biznesowych, dedykowane do obsługi konkretnych grup klientów w zależności od ich skali działalności i potencjału przychodowego, jak również rozległą sieć dystrybucji usług przedpłaconych.

### ***Posiadamy dobrze rozpoznawalne marki i cieszymy się dobrą opinią wśród klientów i widzów***

Marki „Cyfrowy Polsat”, „Plus”, „Telewizja Polsat” i „IPLA” są dobrze rozpoznawalne przez polskich konsumentów i wierzymy, że kojarzone są z wysoką jakością usług skierowanych dla całej rodziny w atrakcyjnej cenie. Zgodnie z badaniem przeprowadzonym przez agencję GfK na rynku telekomunikacyjnym w Polsce w październiku i listopadzie 2016 roku znajomość wspomagana marki „Plus” w segmencie głosowym wynosiła 98%, zaś w segmencie transmisji danych 88%. Również na rynku dostawców płatnej telewizji w Polsce, zgodnie z badaniem przeprowadzonym przez agencję GfK w listopadzie 2016 roku, Cyfrowy Polsat jest najbardziej rozpoznawalnym dostawcą płatnej TV w Polsce, ze znajomością spontaniczną i wspomaganą na poziomie odpowiednio 75% i 95%.

Z kolei Polsat Media, biuro reklamy Grupy Polsat, w 2016 roku po raz kolejny zostało bardzo wysoko ocenione w rankingu biur reklamy telewizyjnej w raporcie przeprowadzonym przez Millward Brown na zlecenie *Media i Marketing Polska*. We wspomnianym rankingu Polsat Media uzyskało najwyższe oceny w trzech, kluczowych z punktu widzenia domów mediowych wymiarach, spośród ośmiu prezentowanych w badaniu. Te wymiary to: „mam do nich zaufanie – dają mi poczucie bezpieczeństwa”, „szybko i wyczerpująco odpowiadają na brief” oraz „działają elastycznie i sprawnie w sytuacji zmiany w trakcie kampanii”. Niezwykle istotny jest fakt, że Polsat Media, jako jedyne biuro reklamy telewizyjnej, we wszystkich wymiarach wypadło lepiej niż średnie oceny dla rynku.

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 usług telekomunikacyjnych oraz pakietów programowych w konkurencyjnych cenach podnosimy atrakcyjność naszych usług.

### ***Posiadamy znaczącą bazę klientów, której możemy dosprzedać szerokie portfolio usług***

Grupa Polsat posiada znaczącą bazę unikalnych klientów, złożoną z indywidualnych klientów Cyfrowego Polsatu i Polkomtelu, klientów biznesowych i korporacyjnych oraz użytkowników usług przedpłaconych. W skład tej bazy wchodzi 5,9 miliona unikalnych klientów, związanych z nami terminowymi bądź bezterminowymi kontraktami na świadczenie usług, które wiążą się z generowaniem regularnych, comiesięcznych przychodów. Nasza strategia zakłada dosprzedaż do tej bazy szerokiego portfolio usług telekomunikacyjnych, telewizyjnych i innych, świadczonych przez nasze spółki samodzielnie bądź w partnerstwie z innymi podmiotami, celem zwiększenia kwoty przychodów generowanych przez unikalnych klientów. Wierzymy, iż dosprzedaż usług do własnej bazy pozwoli nam zwiększać nasze przychody w sposób efektywny kosztowo, jednocześnie oferując klientom atrakcyjne cenowo warunki, co powinno przełożyć się na wzrost satysfakcji i lojalności naszych klientów.

### ***Oferujemy unikalną kombinację usług zintegrowanych***

Świadczymy usługi zintegrowane, składające się z usług płatnej telewizji satelitarnej, dostępu do Internetu i usług telekomunikacyjnych. Ponadto naszym klientom oferujemy możliwość atrakcyjnego cenowo zakupu energii elektrycznej, sprzętu AGD, skorzystania z usług bankowych, ubezpieczeniowych czy bezpieczeństwa domu. Jesteśmy jedynym płatnym operatorem DTH w Polsce, który oferuje pełne usługi zintegrowane, co jest naszą znaczącą przewagą konkurencyjną na polskim rynku płatnej telewizji satelitarnej. Jednocześnie jesteśmy jedynym operatorem telekomunikacyjnym, który oferuje usługi zintegrowane, obejmujące płatną telewizję świadczoną na bazie własnych aktywów i infrastruktury, co zapewnia nam większą elastyczność cenową i sprawniejsze działanie operacyjne na konkurencyjnym rynku.

Świadczenie usług w modelu zintegrowanym pozwala zaoferować klientom atrakcyjne warunki cenowe, przy jednoczesnym uproszczeniu procesu obsługi klienta, co powinno przełożyć się na zwiększenie jego satysfakcji i lojalności, a tym samym zmniejszenie wskaźnika churn. Uważamy, że podobnie jak preferencje konsumentów wysoko rozwiniętych krajów europejskich, także preferencje Polaków będą podążały w kierunku usług zintegrowanych, co będzie wzmacniać naszą przewagę konkurencyjną.

### ***Jesteśmy liderem usługi dostępu do Internetu w technologii LTE***

Jako pierwszy komercyjny dostawca w Polsce, w 2011 roku rozpoczęliśmy świadczenie usług szerokopasmowego Internetu w technologii LTE. Przewaga technologii LTE w porównaniu do HSPA+ czy UMTS 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 komunikacja wideo, gry online czy telewizja HD przez Internet.

Usługi dostępu do Internetu w technologii LTE, które oferujemy, świadczone są na bazie unikalnego w skali Polski ciągłego 20 MHz bloku pasma 1800 MHz. W wyniku przeprowadzonej w 2015 roku aukcji częstotliwości uzyskaliśmy dostępu do częstotliwości z pasma 2600 MHz. Obecnie Grupa prowadzi agregację częstotliwości z pasm 800, 1800 i 2600 MHz, dzięki czemu jesteśmy w stanie komercyjnie udostępnić naszym klientom usługi oparte o technologię LTE-Advanced o maksymalnej prędkości do 300 Mb/s. W styczniu 2017 roku już ponad 40% Polaków mogło korzystać z usług LTE-Advanced, podczas gdy zasięg naszej sieci LTE docierał do 99% mieszkańców Polski.

### ***Posiadamy najszybszy Internet wśród operatorów usług telekomunikacyjnych***

Według raportu UKE z badania jakości usług telefonii mobilnej („Raport z badania porównawczego wartości wskaźników jakości usług w sieciach ruchomych przedsiębiorców telekomunikacyjnych w Polsce”, grudzień 2015) w kategorii transmisji danych najszybszy był internet Plusa ze średnią prędkości pobierania danych 25,19 Mb/s. To dwa razy szybciej niż w Play, o 25% lepiej niż w T-Mobile i Orange (wyniki szybkości pobierania danych w sieciach T-Mobile i Orange wyniosły odpowiednio 20,64 Mb/s i 19,66 Mb/s, a w sieci Play 12,43 Mb/s). Plus miał również największy wskaźnik prędkości wysyłanych danych, który wyniósł 17,71 Mb/s. W przypadku pozostałych operatorów wyniki wyglądały następująco: T-Mobile - 16,87 Mb/s, Orange - 15,85 Mb/s i Play - 12,60 Mb/s.

Również kolejne badanie przeprowadzone na zlecenie UKE i opublikowane w grudniu 2016 roku potwierdziło najwyższe prędkości transferu w sieci Plus. Tym razem badanie skupiało się na głównych trasach kolejowych w Polsce.

### ***Prowadzimy wieloplatformową dystrybucję treści wideo online oraz posiadamy własną technologię dystrybucji treści internetowych***

Poprzez nasz serwis wideo online IPLA jesteśmy jedyną grupą w Polsce udostępniającą ofertę wideo za pomocą tak szerokiego wachlarza urządzeń (komputery/laptopy, tablety, smartfony, telewizory z dostępem do Internetu, 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. Dążymy do tego, żeby każdy typ platformy był wspierany przez wszystkich najważniejszych producentów sprzętu oraz systemy operacyjne.

Posiadamy także 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 węższego 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.

### ***Kontrolujemy proces produkcji dekodерów***

Jako jedyny operator na polskim rynku posiadamy w ofercie dekodery własnej produkcji. W 2007 roku uruchomiliśmy własną produkcję dekodерów SD, w 2010 roku rozpoczęliśmy produkcję dekodерów HD, w 2012 roku dekodera DVB-T, w 2013 roku dekodera PVR, a w 2016 roku dekodera PVR z możliwością nagrywania aż trzech kanałów równocześnie. Do końca 2016 roku z naszej taśmy produkcyjnej zjechało już 7,5 milionów nowoczesnych urządzeń, w tym 5,9 miliona dekodерów HD. Kontrolujemy cały proces produkcji dekodерów, począwszy od fazy projektu sprzętu oraz oprogramowania, aż po produkcję we własnym zakładzie, jak i u podwykonawców. Umożliwia nam to produkcję sprzętu wysokiej jakości przy zauważalnie niższych kosztach w porównaniu do cen zakupu dekodерów od zewnętrznych producentów. Funkcjonalności dekodерów projektujemy na podstawie zbadanych oczekiwań naszych klientów, dzięki czemu mamy pewność, że trafia do nich sprzęt w pełni zaspokajający ich potrzeby. Natomiast rozwijanie oprogramowania przez nasze działy wewnętrzne sprawia, że mamy możliwość szybkiego reagowania na pojawiające się nowe wymagania klientów.

### ***Jesteśmy właścicielem największego portfolio kanałów telewizyjnych w Polsce***

Portfolio kanałów Grupy Polsat składa się z 24 stacji, w tym 14 kanałów w jakości HD. Wśród nadawanych przez nas kanałów tematycznych znajdują się kanały rozrywkowe, sportowe, informacyjne, lifestyle, filmowe oraz dla dzieci. Jest to największe i najbardziej różnorodne portfolio kanałów na polskim rynku dające nam pozycję lidera pod względem udziału w oglądalności wśród prywatnych grup telewizyjnych w Polsce. Wierzymy, że atrakcyjne treści programowe dają nam znaczącą przewagę konkurencyjną. Posiadamy podpisane kontrakty z największymi studiami filmowymi, takimi jak Sony Pictures Entertainment Inc., 20<sup>th</sup> Century Fox International Television, Inc., The Walt Disney Company, Warner Bros International TV Distribution, CBS Studios czy Monolith Films Sp. z o.o., które zapewniają nam dostęp do szerokiego wyboru najbardziej atrakcyjnych filmów i seriali. Nasza bezpośrednia produkcja koncentruje się głównie na programach informacyjnych, dokumentalnych, rozrywkowych oraz serialach opartych na formatach międzynarodowych, jak również na koncepcjach własnych.

Oferujemy także szeroki wybór transmisji sportowych, w tym m.in. eliminacji do piłkarskich mistrzostw świata w 2018 i 2022 roku oraz do mistrzostw Europy w 2020 roku, wielkich turniejów i atrakcyjnych rozgrywek siatkarskich - Mistrzostw Europy w siatkówce 2017 (turniej mężczyzn odbędzie się w Polsce), Ligi Światowej, World Grand Prix i Ligi Mistrzów i Mistrzyń w siatkówce, Plus Ligi i Orlen Ligi; gal bokserskich i mieszanych sztuk walki, Wimbledonu oraz turniejów ATP 1000 i 500 i wielu innych dyscyplin. Wierzymy, że dostęp do atrakcyjnych treści programowych, w tym tych, które nie są dostępne w ofercie innych operatorów płatnej telewizji, daje nam znaczącą przewagę konkurencyjną nad innymi operatorami płatnej telewizji w Polsce.

### ***Dysponujemy wysokiej jakości infrastrukturą telekomunikacyjną i szerokim pasmem częstotliwości***

Świadczymy usługi telekomunikacyjne za pomocą wysokiej jakości, nowoczesnej sieci mobilnej. Świadczymy usługi głosowe, transmisji danych, usługi hurtowe oraz szerokie portfolio usług dodanych w oparciu o własną sieć obejmującą zintegrowaną sieć 2G/3G bazującą na technologiach GSM/GPRS/EDGE/UMTS/HSPA/HSPA+/HSPA Dual Carrier oraz rozbudowaną sieć CDMA, dedykowaną pod usługi dyspozytorskie. Jednocześnie jesteśmy liderem technologii LTE i LTE-Advanced, wprowadziwszy usługi oparte na tych standardach jako pierwsi w Polsce oraz oferując największy zasięg naszej sieci radiowej LTE. Posiadamy w ramach Grupy rezerwy dotyczące szerokiego portfolio częstotliwości telekomunikacyjnych, obejmującego pasma 420 MHz, 800 MHz, 900 MHz, 1800 MHz, 2100 MHz i 2600 MHz. Posiadane przez nas bogate zasoby częstotliwości gwarantują nam nie tylko elastyczność w zarządzaniu pasmem, ale również otwierają wiele możliwości w zakresie rekonfiguracji sieci w przyszłości. W szczególności aktywnie przygotowujemy się do refarmingu pasma z zakresu 900 MHz, polegającego na wymianie technologii 2G/3G na bardziej wydajne, nowoczesne technologie LTE. Jednocześnie agregujemy pasma 800 MHz, 1800 MHz oraz 2600 MHz, oferując aktualnie naszym klientom technologię LTE-Advanced o maksymalnej prędkości transmisji do 300 Mb/s.

Dzięki naszej sieci mobilnej jesteśmy w stanie dotrzeć z usługami telekomunikacyjnymi do klientów zamieszkujących słabiej zaludnione obszary podmiejskie i wiejskie ponosząc znacząco niższy koszt niż operatorzy kablowi czy stacjonarni. Pozwala nam to budować silną pozycję w mniejszych miastach i niskourbanizowanych terytoriach kraju oraz efektywnie kosztowo docierać z usługami telekomunikacyjnymi do dotychczasowych klientów Cyfrowego Polsatu, którzy w dużej części zamieszkują te właśnie obszary. Z uwagi na wysoki koszt budowy nowej sieci, uruchomienia działalności oraz bariery regulacyjne związane z uzyskaniem dostępu do częstotliwości, będziemy w dalszym ciągu korzystać z silnej pozycji rynkowej w tych obszarach.

Aktualnie zasięg naszych usług mobilnych świadczonych w technologii 2G i 3G (w tym transmisja danych w technologii HSPA+) dociera do niemal całej populacji Polski, podczas gdy 99% Polaków może korzystać z technologii LTE. Jednocześnie obecnie skupiamy się na agregowaniu użytkowanych przez nas pasm częstotliwości, w efekcie czego pokrycie naszej sieci LTE-Advanced dociera już do 40% Polaków.

***Nowi gracze muszą pokonać istotne bariery prawne i operacyjne oraz pozyskać dostęp do częstotliwości radiowych, aby skutecznie konkurować na rynkach, na których działamy***

Uważamy, że istotne bariery wejścia nowych graczy na polski rynek płatnej telewizji, rynek telekomunikacyjny oraz rynek nadawców telewizyjnych pozwolą nam utrzymać wiodącą pozycję na wszystkich tych segmentach rynku. W przeciwieństwie do potencjalnych nowych uczestników na polskim rynku płatnej telewizji, czerpiemy korzyści z efektu skali oraz lojalnej bazy klientów i możemy rozłożyć stosunkowo wysoki koszt niezbędnych technologii na naszą dużą bazę klientów, a także dysponujemy większą siłą przetargową wynikającą z naszej pozycji lidera. Z kolei wejście na rynek telefonii mobilnej wymaga uzyskania bezpośredniego dostępu do częstotliwości telekomunikacyjnych oraz bardzo kosztownych i czasochłonnych inwestycji w sieć telekomunikacyjną bądź uzyskania płatnego dostępu do pasma radiowego za pośrednictwem jednego z istniejących czterech operatorów mobilnych. Obecnie spektrum pasma alokowanego do technologii mobilnych zostało już jednak w znaczącej większości rozdyskrebowane pomiędzy aktualnych uczestników rynku i scenariusz pojawienia się dodatkowego telekomunikacyjnego operatora infrastrukturalnego wydaje się mało prawdopodobny. Z kolei operatorzy, którzy świadczą usługi mobilne wyłącznie na bazie płatnego dostępu do istniejących sieci mobilnych, nie uzyskali dotychczas w Polsce skali działalności, która mogłaby stanowić dla nas znaczące zagrożenie konkurencyjne.

***Mamy silne, stabilne i zróżnicowane przepływy finansowe***

Nasze przychody generujemy poprzez dwa różne strumienie przychodów –segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym oraz segment nadawania i produkcji telewizyjnej. W segmencie usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym nasza duża baza klientów, miesięczne przychody subskrypcyjne oraz niski wskaźnik churn zapewniają nam znaczną przewidywalność przyszłych przychodów i przepływy pieniężne, które historycznie okazały się stabilne nawet w okresie trudnych warunków ekonomicznych.

W przypadku naszej bazy kosztowej skupiamy się na poprawie efektywności przy utrzymaniu wysokiej jakości, na przykład prowadząc inicjatywy zmierzające do rozwoju własnych usług i systemów. Przykładem jest nasza własna fabryka dekodek, własne rozwiązania IT, czy też centralizacja niektórych funkcji back-office w ramach całej Grupy Kapitałowej.

***Posiadamy doświadczoną kadrę zarządczą***

Nasz zarząd składa się z kadry menedżerskiej, która sprawowała funkcje członków zarządów lub piastowała stanowiska kierownicze w spółkach sektora mediowego, telewizyjnego oraz telekomunikacyjnego i posiada duże doświadczenie w tych branżach. Ponadto oba nasze segmenty biznesowe są zarządzane przez doświadczonych menedżerów, którzy posiadają ekspercką wiedzę i dogłębne zrozumienie rynków, na których prowadzimy działalność. Nasza kadra zarządzająca posiada znaczące osiągnięcia we wzroście naszej bazy klientów i udziału w rynku, a także we wprowadzaniu nowych produktów na konkurencyjnym rynku przy jednoczesnej kontroli kosztów i zwiększaniu przepływów pieniężnych.

**1.5. Szanse rynkowe**

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

***Niskie nasycenie usługami zintegrowanymi, w szczególności na obszarach nisko zurbanizowanych***

Usługi zintegrowane w Polsce świadczone były w przeszłości głównie przez operatorów telewizji kablowych oraz wybranych stacjonarnych operatorów telekomunikacyjnych. Oferta tych operatorów kierowana była głównie do klientów zamieszkujących duże i średnie miasta, co wynika między innymi z zasięgu geograficznego ich infrastruktury kablowej lub telekomunikacyjnej.

Według raportu Komisji Europejskiej „E-Communications and the Digital Single Market” z maja 2016 roku nasycenie usługami zintegrowanymi (definiowanymi jako więcej niż jedna usługa w ramach oferty jednego operatora) w październiku 2015 roku wynosiło w Polsce 37% podczas gdy średnie nasycenie w całej Unii Europejskiej sięgało 50%, a w wiodących pod tym względem krajach - Holandii i na Malcie - sięgało odpowiednio 87% i 78%. Wierzymy, że w związku z niskim nasyceniem usługami zintegrowanymi oraz niską jakością usług stacjonarnego dostępu do Internetu oferowanych na



terenach nisko zurbanizowanych, Grupa Cyfrowy Polsat ma szansę stać się wiodącym dostawcą wysokiej jakości usług zintegrowanych w Polsce.

### **Rozwój rynku internetowego w Polsce**

Zgodnie z danymi opublikowanymi w raporcie UKE, w 2015 roku wskaźnik nasycenia usługami dostępu do Internetu kształtował się na poziomie 101,6% gospodarstw domowych w Polsce, co przekłada się na wskaźnik penetracji społeczeństwa rzędu 35,7%. Jednocześnie jednak w swoim raporcie UKE, powołując się na Digital Agenda Scoreboard z czerwca 2015, ujawnia, iż penetracja usługami stacjonarnego Internetu w Polsce sięga zaledwie 18,8%, co jest najniższym pułapem pośród krajów Unii Europejskiej, w której przypadku średnia penetracja wynosi 31,6%, a dla wybranych krajów (Dania, Holandia) przekracza 42%. Niski wskaźnik nasycenia polskiego rynku dostępem do stacjonarnego szerokopasmowego Internetu i postępujący rozwój technologii mobilnych sprawiają, że mobilna transmisja danych jest obecnie najszybciej rosnącym segmentem rynku telekomunikacyjnego.

Według szacunków PMR (raport „Rynek telekomunikacyjny w Polsce 2016, Prognozy rozwoju na lata 2016-2021”), w 2016 roku w Polsce było około 16,3 mln użytkowników Internetu szerokopasmowego, z czego prawie 55% stanowili klienci Internetu mobilnego. Według prognoz PMR, do 2021 roku liczba użytkowników korzystających z Internetu szerokopasmowego ma wzrosnąć o ok. 21% przy wzroście Internetu mobilnego na poziomie około 31% (dane dotyczące Internetu mobilnego obejmują wyłącznie klientów usługi korzystających z modemu i komputera). Głównymi motorami rozwoju Internetu mobilnego w perspektywie długoterminowej będą m.in.: wzrost prędkości przesyłu danych, rosnąca popularność urządzeń przenośnych (tj. laptopy, smartfony, tablety) i relatywnie niski koszt tworzenia infrastruktury bezprzewodowej obejmującej nisko zurbanizowane tereny.

### **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. Powoduje to dynamiczny wzrost dostępu do materiałów wideo, a co za tym idzie również wzrostu ich oglądalności. Według Ericsson Mobility Report z listopada 2016 roku wideo jest największym i najszybciej rozwijającym się segmentem mobilnej transmisji danych. Oczekuje się, że w latach 2016-2022 roku zużycie danych wiążące się z oglądaniem wideo będzie rosło średniorocznie o 50% sięgając w 2022 roku około 75% całego ruchu danych mobilnych. Konsumenci 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. Jednocześnie wspomniany trend przekładał się będzie na wzmożony popyt ze strony naszych klientów na usługi transmisji danych na urządzeniach mobilnych, co wiązało się będzie z rosnącym strumieniem przychodów ze sprzedaży tych usług dla naszych klientów.

### **Wzrost popularności smartfonów**

Powszechnym trendem na rynku telefonii mobilnej jest zastępowanie tradycyjnych modeli telefonów, użytkowanych głównie z myślą o komunikacji głosowej, przez smartfony projektowane pod kątem komunikacji przy użyciu transmisji danych. Aktualnie pośród nowo sprzedawanych przez nas telefonów zdecydowaną większość stanowią smartfony. W efekcie tego odsetek użytkowników smartfonów w sieci Plus wzrósł z 26% na koniec 2012 roku do około 63% na koniec 2016 roku. Jednocześnie, według prognoz emarketer.com z lutego 2015 roku, liczba smartfonów użytkowanych w Polsce wzrośnie pomiędzy 2014 a 2018 rokiem o około 64% (z 12,7 miliona do 20,8 miliona sztuk). Stały wzrost popularności smartfonów wraz ze wzrostem ich zaawansowania technologicznego będzie powodował rosnący popyt na pakiety mobilnej transmisji danych kupowane przez użytkowników naszej sieci, co z kolei powinno pozytywnie przekładać się na poziom ARPU generowanego przez naszych klientów.

### **Rozwój rynku reklamy w Polsce**

Popyt na emisję reklam uzależniony jest w dużym stopniu od ogólnych warunków gospodarczych. W minionych latach, przy stale rosnącym PKB Polski, rynek reklamy telewizyjnej wykazywał regularny 1-cyfrowy (w ujęciu procentowym) wzrost. Przy założeniu kontynuacji korzystnej dynamiki PKB w kolejnych latach wierzymy, iż oczekiwać można również kontynuacji rozwoju polskiego rynku reklamy. Dom mediowy Zenith przewiduje, że w 2017 roku całkowite wydatki netto na reklamę telewizyjną odnotują wzrost na poziomie 0,7%. Zwążywszy 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 wciąż charakteryzuje się dużym potencjałem wzrostu w perspektywie długoterminowej. Warto zaznaczyć, iż pomimo wzrostu znaczenia nowych mediów, szacuje się, że telewizja pozostanie 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.

Rynek reklamy internetowej w Polsce odnotowuje dynamiczny wzrost. Według badania IAB AdEx po trzech kwartałach 2016 roku wydatki na reklamę online w Polsce rosły w tempie 17,0% rok do roku i osiągnęły wartość ponad 2,5 mld zł. W znacznym stopniu na tempo rozwoju tej formy reklamy mają wpływ wydatki segmentu reklamy wideo online, z którego bezpośrednio pochodzą nasze wpływy. W pierwszych trzech kwartałach 2016 roku wzrosły one o 25% i stanowiły 10% całkowitych wydatków reklamy online. Według prognoz PwC (*Global entertainment and media outlook: 2016–2020*) średni wzrost wydatków na reklamę wideo online w latach 2015-2020 w Polsce wyniesie 15,1% (CAGR). Uważamy, że dzięki pozycji lidera rynku wideo online (poprzez telewizję internetową IPLA) możemy stać się beneficjentem wzrostu tego perspektywicznego segmentu rynku reklamy.

### **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 multiplexy (bezpłatną) specjalizujące się w sprofilowanych treściach, takich jak np. programy dla dzieci, filmy, sport, styl życia, informacje lub pogoda. Segment kanałów tematycznych w 2016 roku osiągnął 48,6% udziału w oglądalności w porównaniu do 47,4% w 2015 roku (NAM, wszyscy 16-49, cała doba, wszystkie stacje z wyłączeniem kanałów: Polsat, TVP1, TVP2, TVN, TV4, TV Puls, TVN7). 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.

## **1.6. Perspektywy rozwoju**

### **Perspektywy rozwoju w segmencie usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym**

Jesteśmy największą w Polsce grupą medialno-telekomunikacyjną, która posiada unikalne portfolio produktów i usług, obejmujące płatną telewizję, mobilną telefonię, transmisję danych i szerokopasmowy mobilny Internet, jak również szeroką gamę usług komplementarnych, takich jak nowoczesne usługi OTT (np. Cyfrowy Polsat GO, PPV, VOD Domowa Wypożyczalnia Filmowa, TV online, Catch-up TV), Multiroom. Poprzez nasz serwis IPLA świadczymy także usługi wideo online, oferując je w modelu subskrypcyjnym i transakcyjnym (PPV), jak również w wersji bezpłatnej, finansowanej przychodami reklamowymi. Zgodnie z założeniami naszej strategii, prowadzimy działania marketingowe i sprzedażowe ukierunkowane zarówno na dosprzedaż pojedynczych produktów i usług (*cross-selling*) do połączonych baz klientów Cyfrowego Polsatu i Polkomtelu, jak i na sprzedaż naszej zintegrowanej oferty.

Polski rynek usług zintegrowanych cechuje niski poziom rozwoju. Badania Komisji Europejskiej wskazują, że nasycenie usługami zintegrowanymi w Polsce jest istotnie niższe niż średnia dla Unii Europejskiej. Jednocześnie obserwujemy wzrost zainteresowania konsumentów usługami łączonymi, co znajduje odzwierciedlenie w doskonałych wynikach sprzedaży naszej oferty zintegrowanej smartDOM. Wierzymy, że dzięki unikalnemu połączeniu usług płatnej telewizji satelitarnej z usługami telekomunikacyjnymi, w szczególności wysokiej jakości dostępem do mobilnego szerokopasmowego Internetu w technologii LTE, będziemy w stanie wykorzystać potencjał wzrostu polskiego rynku usług łączonych. Zwiększanie liczby usług na jednego klienta umożliwi nam kreowanie wzrostu średniego przychodu od klienta (ARPU) i stanowi skuteczne narzędzie lojalizacji klienta.

Oferowany przez nas Internet LTE stał się w Polsce standardem bezprzewodowego szerokopasmowego dostępu do Internetu, skutecznie wypierając dotychczas używany standard UMTS. Stale rozwijamy naszą infrastrukturę w celu poprawy parametrów naszej sieci LTE, takich jak zasięg, przepustowość czy prędkość transmisji. Jednocześnie rozpoczęliśmy agregację użytkowanych przez nas pasm radiowych, przez co zaoferowaliśmy naszym klientom technologię LTE-Advanced oferującą prędkość transferu do 300 Mb/s. Coraz wyraźniej na rynku rysuje się trend substytucji internetu stacjonarnego mobilnymi rozwiązaniami. Internet LTE, dzięki swoim właściwościom technicznym oraz parametrom jakościowym, z powodzeniem zastępuje Internet stacjonarny, będąc jednocześnie odpowiedzią na coraz wyższe wymagania konsumentów i rosnące możliwości oferowane przez sieć. W naszej ocenie w dłuższej perspektywie, wraz z rozwojem infrastruktury radiowej oraz urządzeń przenośnych przystosowanych do jego odbioru, Internet LTE i LTE Advanced zrewolucjonizuje nie tylko rynek usług dostępu do Internetu, ale także dystrybucji treści programowych. Uważamy, że oferowane przez nas usługi szerokopasmowego mobilnego dostępu do Internetu LTE, w tym również usługi transmisji danych, pozwolą nam na wzrost bazy klientów zarówno niezależnej usługi, jak i usług zintegrowanych.

Konsekwentnie dążymy do umocnienia naszej pozycji rynkowej jako agregatora i dystrybutora treści. Obecnie atrakcyjne treści oraz szerokie spektrum usług Grupy Polsat są dostarczane za pomocą różnorodnych, niezawodnych kanałów

dystrybucji – drogą satelitarną (DTH), w ramach naziemnej telewizji cyfrowej (DVB-T), technologiami mobilnymi 3G i LTE – na wszystkie urządzenia klientów – od odbiorników TV przez komputery osobiste po tablety i smartfony. Uważnie śledzimy ewolucję oczekiwań naszych klientów i dokładamy wszelkich starań by zaspokoić ich rosnące potrzeby.

Wierzimy również, że możemy znacząco poszerzyć rynek płatnej telewizji, odpowiednio reagując na zmiany w zachowaniach i oczekiwaniach konsumentów i kierując dostosowaną ofertę do nowych grup docelowych. Dzięki migracji do standardu kompresji MPEG4 jesteśmy w stanie zaoferować naszym obecnym i potencjalnym klientom szerszą ofertę programów przy jednoczesnej, znaczącej poprawie jakości przekazywanego sygnału. 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.

### **Perspektywy rozwoju segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej**

Na polskim rynku nadawców telewizyjnych jesteśmy liderem pod względem udziału w oglądalności oraz drugim największym nadawcą pod względem przychodów reklamowych i udziału w rynku reklamy. Na podstawie danych Starcom szacujemy, że w 2016 roku zdobyliśmy 26,9% (wzrost r/r o 1,1 p.p.) w wartym około 4 mld zł polskim rynku reklamy telewizyjnej.

Udział w oglądalności kanałów tematycznych stale wzrasta wraz z dalszym procesem fragmentaryzacji polskiego rynku telewizyjnego. 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 dla klientów indywidualnych, w ramach, którego zarządzamy największą platformą płatnej telewizji 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 24 stacji (9 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 najszerszą 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 także wiodącą platformą pod względem ilości użytkowników oraz czasu spędzonego przez jednego użytkownika na oglądaniu kontentu wideo. Szukamy nowych możliwości rozwoju oraz partnerstwa, które pozwolą nam docierać z treściami do coraz szerszej bazy odbiorców.

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

## 2. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY POLSAT

### 2.1. Działalność na rynku płatnej telewizji

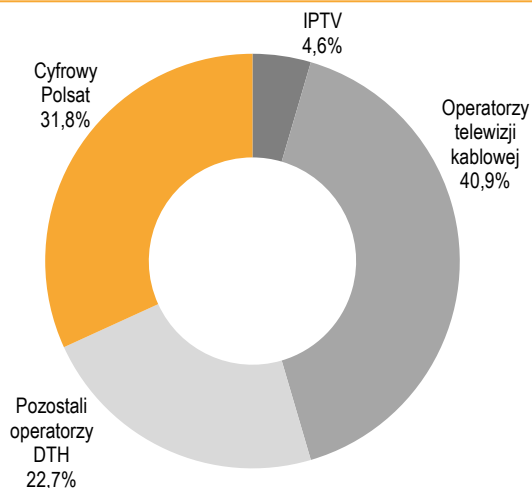
#### 2.1.1. Rynek płatnej telewizji w Polsce

Polski rynek płatnej telewizji jest rynkiem dojrzałym charakteryzującym się wysokim poziomem nasycenia oraz niską dynamiką wzrostu. Według szacunków PMR w 2015 roku penetracja usługami płatnej telewizji wśród gospodarstw domowych (z przynajmniej jedną osobą w wieku 16-74) w Polsce kształtowała się na poziomie ok. 75%.

Istotnym czynnikiem, który miał negatywny wpływ na rozwój rynku płatnej telewizji, był proces cyfryzacji naziemnej telewizji w Polsce. Proces został zakończony w lipcu 2013 roku. Konkurencja ze strony naziemnej telewizji cyfrowej w standardzie DVB-T początkowo spowodowała odpływ klientów płatnej telewizji, co było szczególnie widoczne w przypadku najtańszych pakietów programowych. Od 2015 roku tempo migracji w kierunku naziemnej telewizji cyfrowej jest zdecydowanie słabsze. Co więcej, można zaobserwować stopniowy powrót części klientów do operatorów płatnej telewizji, co jest związane z ograniczoną liczbą kanałów dostępnych w ramach naziemnej telewizji cyfrowej, jak również ich niską jakością.

Zarówno pod względem ilościowym, jak i jakościowym sytuacja na polskim rynku płatnej telewizji jest stabilna. Z jednej strony wysoki poziom penetracji rynku usługami powoduje, że potencjał wzrostu jest bardzo niski. Z drugiej strony operatorzy płatnej telewizji aktywnie lojalizują swoje bazy abonenckie, przede wszystkim poprzez coraz bardziej popularną pakietyzację usług, łącząc w pakiety płatną telewizję z usługami telekomunikacyjnymi (internet, telefon), czy rozwijanie i oferowanie klientom własnych serwisów wideo online (ang. *OTT – over the top*), umożliwiających odbiór treści na żądanie na szerokiej gamie urządzeń mobilnych. Trend ten prowadzi do coraz silniejszego przenikania się rynków płatnej telewizji i telekomunikacyjnego.

#### Rynek płatnej telewizji w Polsce w 2016 roku według liczby abonentów



Źródło: Na podstawie szacunków własnych, danych branżowych oraz szacunków PMR

W Polsce usługi płatnej telewizji oferowane są przez operatorów platform satelitarnych (DTH) i telewizji kablowych oraz poprzez protokół internetowy (IPTV). Według naszych szacunków, danych branżowych oraz prognoz PMR w 2016 roku dominujący udział w rynku płatnej telewizji, zarówno w ujęciu wartościowym, jak i ilościowym posiadali operatorzy platform satelitarnych – niemal 55% według liczby abonentów, a w drugiej kolejności operatorzy telewizji kablowych – nieco ponad 40%. Mimo silnej dynamiki wzrostu znaczenie IPTV pozostaje marginalne przy udziale w rynku na poziomie niecałych 5%.

Operatorzy satelitarni, dostarczający swoje usługi klientom zamieszkującym zarówno miasta, jak i obszary mniej zaludnione bez konieczności istotnego zwiększania kosztów, tylko w ograniczonym zakresie konkurują z operatorami telewizji kablowej, którzy 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 klienta.

#### Operatorzy płatnej cyfrowej telewizji satelitarnej

Według szacunków własnych i PMR baza abonentów na rynku platform satelitarnych w Polsce jest względnie stabilna i w 2016 roku wynosiła ok. 6 mln. W Polsce działają trzy płatne platformy cyfrowe: Cyfrowy Polsat, nc+ oraz Orange, przy czym rynek jest praktycznie podzielony pomiędzy dwóch pierwszych operatorów. Orange nie oferuje płatnej telewizji jako samodzielnej usługi, lecz jako dodatek do swojej oferty zintegrowanej.

Cyfrowy Polsat jest liderem rynku pod względem liczby klientów. Na koniec 2016 roku świadczyliśmy usługi płatnej telewizji satelitarnej dla ponad 3,5 miliona abonentów. Jednocześnie aktywnie rozwijaliśmy naszą ofertę, sprzedając usługi płatnego dostępu do telewizji online czy opcję Mutiroom, przez co na 31 grudnia 2016 roku świadczyliśmy blisko 4,8 mln kontraktowych usług płatnej telewizji (łącznie z usługami płatnego dostępu do telewizji online), w tym ponad 1 milion usług Multiroom. W oparciu o prognozy PMR szacujemy, że na koniec 2016 roku nasz udział w rynku płatnej telewizji w Polsce według liczby abonentów wyniósł blisko 32%.

Druga pod względem liczby abonentów była platforma nc+, która na koniec 2016 roku świadczyła usługi dla ok. 2,1 mln abonentów, według danych publikowanych przez grupę Vivendi (udziałowiec platformy), co dało jej około 19% udziału w rynku płatnej telewizji. Z platformą nc+ współpracuje Orange, który oferuje płatną telewizję DTH opartą o ofertę programową nc+ w ramach swoich pakietów zintegrowanych.

### **Operatorzy telewizji kablowej**

Według danych Polskiej Izby Komunikacji Elektronicznej na polskim rynku telewizji kablowej działa ok. 400 operatorów telewizji kablowej. Rynek jest zdominowany przez trzech największych operatorów - UPC Polska Sp. z o.o., Vectra S.A. i Multimedia Polska S.A. Na koniec trzeciego kwartału 2016 roku szacowany łączny udział tych trzech operatorów w rynku płatnej telewizji w Polsce wyniósł około 23%.

Według szacunków PMR, po kilku latach spadków spowodowanych procesem cyfryzacji i odpływem klientów do naziemnej telewizji cyfrowej, rynek operatorów kablowych ustabilizował się na poziomie ok. 4,5 mln abonentów. W dalszym ciągu ma miejsce migracja klientów operatorów kablowych z usług w standardzie analogowym w kierunku usług cyfrowych. Możliwości pozyskiwania nowych klientów są ograniczone z uwagi na wysokie nasycenie usługami telewizji kablowej w obszarach miejskich oraz brak zainteresowania ze strony operatorów kablowych ponoszeniem wysokich nakładów na budowę infrastruktury kablowej na obszarach słabiej zaludnionych i terenach wiejskich. W rezultacie mieszkańcy takich obszarów mają dostęp do ograniczonej liczby polskich naziemnych kanałów i do alternatywnych dostawców szerokopasmowego Internetu i usług telefonicznych. Polskie miasta do 20 tys. mieszkańców, obszary podmiejskie i wiejskie, które zamieszkuje ok. 53% populacji Polski, są naturalnym rynkiem docelowym płatnej cyfrowej telewizji satelitarnej, jako że mają słabo rozwiniętą infrastrukturę kablową i są niezbyt atrakcyjne inwestycyjnie dla operatorów telewizji kablowej.

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

Wiodącymi operatorami IPTV w Polsce są Orange Polska oraz Netia S.A. Pozostała część rynku IPTV jest rozdrobniona pomiędzy Multimedia Polska S.A. oraz lokalnych dostawców usług internetowych (ISP).

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 i związane z tym wysokie koszty wdrożenia usług IPTV. Uważamy, że rozwój usług IPTV przez operatorów telefonii stacjonarnej, takich jak Orange, 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, czy i 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.

### **Prognozy rozwoju rynku płatnej telewizji**

Według prognoz PMR w latach 2016-2021 rynek płatnej telewizji w Polsce znajdzie się w stagnacji przy minimalnie spadającej liczbie klientów. Wynika to przede wszystkim z wysokiej penetracji rynku oraz wysokiego stopnia nasycenia standardem DVB-T grupy docelowej usług telewizji naziemnej. W celu przyciągnięcia użytkowników DVB-T operatorzy płatnej telewizji dążyć będą do zwiększenia swojej konkurencyjności i zaproponowania klientom unikalnej oferty. Istotnymi czynnikami wpływającymi na utrzymanie własnej bazy klientów są oferty pakietowe, zawierające usługi telekomunikacyjno-kontentowe połączone ze sprzedażą sprzętu (tablety, smartfony, laptopy, telewizory) i usługami dodatkowymi oraz rozszerzanie oferty treści dostępnych na wyłączność. Na znaczeniu szybko zyskują nowoczesne technologie, które umożliwiają dostarczanie spersonalizowanego kontentu (m.in. treści na żądanie) za pośrednictwem internetu, w szczególności na urządzenia mobilne.

PMR oczekuje nieznacznej spadku wartości rynku w latach 2016-2021, przy czym dynamika zmian pozostanie na niskim poziomie. Według PMR w okresie 2016-2021 platformy satelitarne nadal będą stanowić największy segment rynku płatnej telewizji w Polsce, osiągając pod koniec prognozowanego okresu 57% udziału w rynku pod względem wartościowym.

Drugim największym segmentem pozostaną operatorzy kablowi z udziałem w rynku na poziomie ok. 37% na koniec prognozowanego okresu. Pomimo najwyższej dynamiki wzrostu znaczenie usług IPTV pozostanie w prognozowanym okresie niewielkie, choć na rozwój tego segmentu może pozytywnie wpłynąć rozwój sieci szerokopasmowego dostępu do internetu oraz sieci światłowodowych.

### 2.1.2. Oferta DTH Grupy Polsat

Lojalność klientów budujemy poprzez oferowanie szerokiego wyboru kanałów w konkurencyjnej cenie. Dlatego dbamy o to, aby nasze pakiety płatnej telewizji charakteryzowały się bardzo korzystnym stosunkiem jakości do ceny. Obecnie nasi klienci mają dostęp do ponad 170 kanałów (z czego ponad 70 to kanały w jakości HD) o różnorodnej tematyce: ogólnej, sportowej, filmowej, rozrywkowej, edukacyjnej, muzycznej, informacyjnej, czy z bajkami dla dzieci. Część kanałów dostępna jest z satelity tylko w Cyfrowym Polsacie np. sportowe kanały Polsatu – jest to istotny element budujący wartość naszej oferty płatnej telewizji.

Warto podkreślić, że nasze kanały sportowe: Polsat Sport HD i Polsat Sport News HD uplasowały się na pierwszych dwóch pozycjach w rankingu najchętniej oglądanych kanałów sportowych w Polsce w 2016 roku w grupie komercyjnej 16-49 (Nielsen Audience Measurement).

Wychodząc naprzeciw zmieniającym się trendom w sposobie konsumpcji treści telewizyjnych, w marcu 2016 roku wprowadziliśmy na rynek nowy serwis online - Cyfrowy Polsat GO. Zapewnia on dostęp do tysięcy programów na żądanie oraz do ponad 90 kanałów linearnych zgodnych z wybranym przez klienta pakietem telewizji satelitarnej. Dostęp do serwisu na dekodery jest bezpłatny, a dzięki opcji On The Go za 5 zł /mies. można z niego korzystać także na trzech wybranych urządzeniach jednocześnie: komputerze, tablecie lub smartfonie.

#### **Pakiety programowe**

Nasi klienci mają do wyboru trzy pakiety podstawowe oferowane na okres 24 miesiące:

- Rodzinny HD dający dostęp do 81 kanałów kodowanych (w tym 19 kanałów HD);
- Familijny HD umożliwiający oglądanie 109 kanałów (w tym 30 HD);
- Familijny Max HD z dostępem do 142 kanałów (w tym 47 HD).

Ceny pakietów podstawowych wahają się od 19,99 zł do 49,99 zł miesięcznie. Ponadto oferujemy sześć tematycznych pakietów dodatkowych, wypożyczalnię VOD na telewizor oraz popularne serwisy online: Cyfrowy Polsat GO i HBO GO. Dzięki temu klienci mogą zbudować ofertę dopasowaną do swoich potrzeb, np. do każdego pakietu podstawowego mogą dokupić pakiet HBO HD wraz z usługą HBO GO za 20 zł miesięcznie lub Pakiet Eleven Sports HD za 15 zł miesięcznie.

Aby ułatwić klientom wybór, przygotowaliśmy atrakcyjne zestawy, takie jak zestaw Familijny Max HD razem z pakietami Sport HD, Film HD i Cinemax HD (172 kanałów, w tym 69 HD), czy adresowaną do najbardziej wymagających klientów ofertę Premium Max (178 kanałów, w tym 75 HD), zawierającą dodatkowo kanały HBO wraz z serwisem online HBO GO, Pakiet Eleven Sports HD oraz opcję On The Go umożliwiającą oglądanie ponad 90 kanałów na urządzeniach mobilnych w serwisie Cyfrowy Polsat GO.

Benefitem wynikającym z wyboru zestawu jest atrakcyjna cena, niższa od sumy standardowych opłat za poszczególne pakiety, np. za dostęp do pełnej oferty Premium Max trzeba zapłacić jedynie 99,99 zł/mies.

#### **Elastyczność**

Aby umożliwić lepsze poznanie naszej oferty programowej, do każdego z naszych pakietów abonamentowych dodajemy szereg bonusów. Klient zawierający umowę może otrzymać nieodpłatnie dodatkowe kanały, serwisy online lub Pakiet VOD na okres dwóch pierwszych miesięcy (np. abonenci Pakietu Familijnego Max HD mogą dodatkowo otrzymać Pakiet Film HD i Pakiet Sport HD).

#### **Dekodery**

Dekodery oferujemy jedynie w modelu najmu. Cena dekodera zależy od pakietu płatnych programów telewizyjnych nabywanych przez klienta. Z reguły im droższy pakiet, tym niższa cena dekodera i wyższe subsydyum ponoszone przez nas. Subsydiowanie dekoderek postrzegamy jako narzędzie niezbędne przy pozyskiwaniu nowych klientów. Zmiany cen

dekoderów i ponoszonych przez nas subsydiów skorelowane są z warunkami rynkowymi. W celu zwiększenia satysfakcji klientów zapewniamy serwis gwarancyjny dekoderek.

Oprogramowanie dekoderek produkowanych przez Cyfrowy Polsat jest ciągle rozwijane. W 2014 roku dekodery zyskały nową funkcjonalność, dzięki której możliwe jest bezprzewodowe podłączenie dekodera z domową siecią WiFi, co ułatwia korzystanie z serwisów online.

W związku ze zmieniającymi się trendami i preferencjami klientów odnośnie sposobu konsumpcji treści wideo w styczniu 2016 roku zaproponowaliśmy naszym klientom dekoderek EVOBOX PVR, który oprócz dysku 500 GB, nagrywania nawet 3 programów jednocześnie i wbudowanego modułu WiFi oferuje intuicyjny interfejs, który ułatwia szybkie dotarcie do interesujących treści. Jest to obecnie najnowocześniejszy dekoderek satelitarny dostępny w ofertach operatorów w Polsce.

### **Multiroom HD**

Naszym klientom oferujemy również usługę Multiroom HD, która umożliwia korzystanie z tych samych kanałów telewizyjnych za pośrednictwem dwóch lub więcej dekoderek w jednym domu w ramach jednego abonamentu. Klienci, którzy zdecydują się na pakiet Familijny HD lub wyższy mają możliwość dokupienia usługi Multiroom HD, dzięki której oglądają wszystkie kanały ze swojego abonamentu nawet na 4 telewizorach. Promocyjny koszt usługi wynosi od 5 do 15 zł miesięcznie (w zależności od wybranego przez klienta pakietu kanałów).

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

W czerwcu 2012 roku rozszerzyliśmy portfolio świadczonych przez nas usług o produkt TV Mobilna w technologii cyfrowej telewizji naziemnej DVB-T. Usługa TV Mobilna umożliwia odbiór telewizji na urządzeniach przenośnych za pośrednictwem dekodera w technologii DVB-T, łączącego się przez sieć radiową ze smartfonem, tabletem lub laptopem. Do korzystania z tej usługi nie jest potrzebne połączenie z Internetem. Korzystanie z usługi nie generuje transferu danych więc użytkownik nie ponosi opłat z tego tytułu.

W ramach usługi TV Mobilna oferujemy dostęp do Pakietu Ekstra. Jest to pakiet 12 kodowanych kanałów telewizyjnych z czterech kategorii tematycznych (sport, film, informacje, telewizja dziecięca) i 12 kanałów radiowych. Usługa dostępna jest w dwóch modelach: abonamentowym i przedpłaconym. Dodatkowo dekodery do TV Mobilnej oferowane przez Cyfrowy Polsat umożliwiają odbiór nie tylko kanałów kodowanych z pakietu Ekstra, ale również wszystkich bezpłatnych kanałów naziemnej telewizji cyfrowej.

### **2.1.4. Oferta telewizji internetowej IPLA**

Telewizja internetowa IPLA oferuje widzom najszerszą w Polsce bazę legalnych treści wideo i live: 80 kanałów telewizyjnych online, średnio 200 godzin miesięcznie transmisji na żywo z największych wydarzeń sportowych z kraju i ze świata, bogatą i regularnie rozwijaną bibliotekę filmów, seriali i programów telewizyjnych dostarczanych przez producentów z Polski i ze świata. IPLA oferuje użytkownikom dostęp do treści w modelu reklamowym oraz w modelu płatnym, jak również możliwość pobierania treści i oglądania ich offline. Około 90% treści VOD IPLA jest udostępnianych użytkownikom bezpłatnie przy czym źródło przychodów stanowią emitowane reklamy.

Udostępnianie użytkownikowi materiałów i kanałów w sieci oparte jest na jednym z trzech modeli. Pierwszy to model płatny, w którym klient płaci ustaloną kwotę za dostęp do pojedynczego materiału. Drugi obejmuje dostęp do pakietu materiałów i kanałów w zamian za okresową (np. miesięczną) opłatę za dostęp. Trzeci model oparty jest na nieodpłatnym dostępie w zamian za obejrzenie reklam. W przybliżeniu 75% całkowitych przychodów serwisu IPLA generowanych jest dzięki modelowi reklamowemu, a około 25% pochodzi z transakcji zakupu dostępu do treści przez użytkowników.

Treści w serwisie IPLA oferowane są jednostkowo w formie 48-godzinnego dostępu do pojedynczych materiałów lub w ramach pakietów tematycznych (IPLA SPORT, IPLA FILMY I SERIALE, IPLA DZIECI, IPLA WIEDZA I NEWS, IPLA ROZRYWKA, IPLA WORLD, IPLA ELEVEN SPORTS) oraz pakietu IPLA EXTRA, aktywowanych na okres 30 lub 90 dni. Klienci Cyfrowego Polsatu oraz Polkomtela mogą korzystać ze specjalnych, niższych cen. Dodatkowo, naszym klientom telewizji satelitarnej, usług internetowych oraz telefonii mobilnej udostępniamy dedykowane pakiety w serwisie IPLA (IPLA MIX, IPLA PLUS i FILMBOX LIVE), wybrane z nich także w cenie abonamentu na okres promocyjny, który uzależniony jest od wykupionego przez klienta pakietu oferty podstawowej.

Dzięki stronie <http://www.ipla.tv> oraz dedykowanym aplikacjom zasoby telewizji online IPLA są dostępne na bardzo szerokim portfolio urządzeń konsumenckich, obejmujących komputery z systemem operacyjnym Windows, urządzenia mobilne oparte

o systemy iOS, Android oraz Windows Phone, telewizory z dostępem do Internetu (Samsung, LG, Sony, Panasonic, Philips, Sharp, Ikea, Toshiba, Thomson, TCL), dekodery (TV kablowa TOYA, Netia), konsole (PlayStation 3) oraz odtwarzacze Blu-ray.

#### 2.1.5. Oferta wideo na żądanie

Od 2009 roku oferujemy naszym klientom telewizji satelitarnej dostęp do usługi wideo na żądanie VOD – Domowa Wypożyczalnia Filmowa, która umożliwia płatny dostęp do nowości i hitów filmowych za pośrednictwem dekodera. Usługa nie wymaga dodatkowych rozwiązań technologicznych, jest dostępna poprzez odbiornik telewizyjny, wyłącznie dla klientów posiadających dekoder HD.

Usługa VOD - Domowa Wypożyczalnia Filmowa działa w oparciu o 10 pozycji satelitarnych, na których w trakcie miesiąca dostępnych jest łącznie nawet 40 filmów. W ciągu jednego dnia nasi klienci mogą zazwyczaj wybierać spośród około 10 propozycji filmowych, cyklicznie aktualizowanych o nowe tytuły, standardowo udostępnianych na okres do 48 godzin. Opłaty za poszczególne pozycje filmowe ponoszone są jednorazowo w wysokości uzależnionej od kategorii do jakiej dana pozycja filmowa została przypisana („Hit”, „Nowość”, „Katalog”, „Dla dorosłych”) lub comiesięcznie w ramach usługi „Pakiet VOD” zapewniającej klientom stały dostęp do filmów przypisanych do odpowiedniej kategorii katalogowej, dostępnych na 4 pozycjach satelitarnych. W ramach wybranych pakietów płatnej telewizji dla naszych klientów udostępniamy „Pakiet VOD” w cenie abonamentu na okresy gratisowe w zależności od oferty głównej.

#### 2.1.6. 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 firmy 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 dekodernem 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 klientom oraz, jeżeli jest to konieczne, dostosowuje dekodery do obsługi nowego systemu. Opłaty dla Nagravision uiszczane są miesięcznie i są zależne od liczby klientów.

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 Hot Bird. Umowy obejmują pięć transponderów, na których umieszczamy kanały telewizyjne w jakości HD oraz SD. Dzięki zastosowanym rozwiązaniom technologicznym możemy umieszczać kanały HD oraz SD w ramach tych samych pojemności satelitarnych (transponderów), co pozwala nam efektywniej zarządzać dzierżawioną pojemnością. Umowy wygasają w 2017 roku, ale mamy możliwość przedłużania ich na kolejne okresy. Od maja 2012 roku na potrzeby telewizji mobilnej wykorzystujemy dodatkowo część transpondera na satelicie Eutelsat.

##### **Centrum nadawcze**

Nasze centrum nadawcze mieści się w Warszawie i umożliwia nam emitowanie kanałów telewizyjnych na wykorzystywane przez nas transpondery na satelitach Hot Bird. Niektóre z oferowanych przez nas kanałów telewizyjnych są emitowane przez nadawców tych kanałów lub przez podmioty trzecie. Centrum wyposażone jest w najnowsze systemy informatyczne oraz układy audio i wideo, co umożliwia nam nadawanie kanałów telewizyjnych w jakości SD i HD.

Od 2014 roku działa zapasowe satelitarne centrum nadawcze zlokalizowane w Radomiu, które zapewnia nam ciągłość nadawania programów w przypadku złych warunków atmosferycznych lub konieczności przeprowadzenia prac konserwacyjnych w naszym centrum satelitarnym.



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. Ponadto, w razie potrzeby, Eutelsat S.A. zobowiązany jest do zapewnienia nam pojemności zastępczej.

### **System kompresji**

W 2016 roku przeprowadziliśmy kolejną modernizację systemów kompresji pracujących na potrzeby dwóch transponderów. Dzięki tej operacji zyskaliśmy pojemność na dodatkowe kanały HD bez konieczności ponoszenia dodatkowych kosztów z tytułu najmu pojemności satelitarnej.

### **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.

Konsekwentnie rozbudowujemy również system transmisji wybranych programów telewizyjnych do głównego punktu wymiany ruchu w Warszawie – PLIX. Dzięki temu możemy dostarczać do innych operatorów i odbierać od innych nadawców programy TV za pomocą łączy dedykowanych światłowodowych.

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

Usługi w ramach TV Mobilna są świadczone w technologii DVB-T na multipleksie dedykowanym telewizji mobilnej. Usługa jest realizowana 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 Sp. z o.o. Do emisji programów wykorzystywana jest infrastruktura spółki Emitel Sp. z o.o., która składa się z sieci nadajników radiowych obejmujących swoim zasięgiem 31 największych miast w Polsce. Zasięg multipleksu to blisko 7,3 mln gospodarstw domowych i około 22,5 mln osób.

### **Dekodery**

W celu zmniejszenia naszych kosztów, w 2007 roku uruchomiliśmy własną produkcję dekoderek SD, w 2010 roku rozpoczęliśmy produkcję dekoderek HD, w 2012 roku dekodera DVB-T, a w 2013 roku dekodera PVR. W kwietniu 2015 roku nabyliśmy spółkę InterPhone Service Sp. z o.o., właściciela fabryki z nowoczesnym parkiem maszynowym, który - uzupełniony dotychczas używanymi do produkcji maszynami - umożliwił zwiększenie elastyczności produktowej, a także zwiększył wydajność przy jednoczesnym obniżeniu kosztu produkcji. W portfolio InterPhone Service znajdują się produkty telekomunikacyjne do transmisji danych w technologii LTE oraz sprzęt elektroniczny powszechnego użytku, m.in. dekodery satelitarne, urządzenia pomiarowe, wzorniki, komponenty elektroniczne i inne. Fabryka mieści się na terenie Specjalnej Strefy Ekonomicznej EURO-PARK MIELEC.

Kontrola całego procesu produkcji dekoderek jest znacznie bardziej efektywna i 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 obniżyliśmy koszt produkcji pojedynczego sprzętu o około 20% w porównaniu do kosztów przy zakupie od zagranicznych dostawców zewnętrznych, a koszt obsługi serwisowej został zredukowany o około 50%. Posiadamy pełną kontrolę nad oprogramowaniem i interfejsem dekoderek, dzięki czemu możemy zachować logikę nawigacji we wszystkich rozwiązaniach, co ułatwia naszym klientom zmiany posiadanych modeli dekoderek. Kontrola nad oprogramowaniem dekoderek zapewnia większą elastyczność przy dostosowywaniu go do potrzeb klientów.

Mamy możliwość elastycznego dostosowania poziomu produkcji dzięki temu, że posiadamy międzynarodowy łańcuch dostawców, przygotowany do wsparcia i obsługi zleceń wewnętrznych i zewnętrznych. Przy produkcji naszych dekoderek opieramy się na sprawdzonych rozwiązaniach. W roku 2015 prowadziliśmy szeroki zakres prac badawczych w zakresie nowoczesnych technologii stosowanych w produktach światowej klasy dostawców. Efektem tych badań było opracowanie w 2015 roku nowej linii dekoderek, w których wprowadziliśmy rozwiązania wielo-tunerowe oparte o technologie Digital Unicable (dCSS) z możliwością bezprzewodowej transmisji danych WiFi bezpośrednio z dekodera. Technologie te pozwalają na znaczne skrócenie czasu zmiany kanałów przez użytkownika, nagrywanie wielu kanałów jednocześnie, a także stanowią bazę dla usług i produktów dodatkowych, które w przyszłości chcemy zaoferować naszym klientom. Pierwszy produkt z tej linii, dekodery EVOBOX PVR, został wprowadzony na rynek w styczniu 2016 roku. Konstrukcja dekodera jest w 100% zaprojektowana przez Cyfrowy Polsat i wyprodukowana przez naszą spółkę zależną InterPhone Services. Nie doświadczyliśmy dotychczas poważnych problemów związanych z produkcją, które prowadziłyby do konieczności masowego wycofania lub wymiany wyprodukowanych przez nas dekoderek.

Do końca 2016 roku naszą linię produkcyjną opuściło 19 różnych modeli odbiorników. Aktualnie na potrzeby Cyfrowego Polsatu produkujemy dekodery HD, zapper, PVR z twardym dyskiem oraz trzy modele dekoderek w standardzie transmisji DVB-T, a także modemy LTE ODU/IDU.

Najnowocześniejszy dekoder dostępny w naszej ofercie, EVOBOX PVR, zyskał szerokie uznanie w branży, czego dowodem są liczne nagrody i wyróżnienia zdobyte w 2016 roku. Podczas targów Poznań Media Expo w kwietniu 2016 roku, najnowszy dekoder produkcji Cyfrowego Polsatu – EVOBOX PVR, najnowocześniejszy i najbardziej zaawansowany technologicznie sprzęt satelitarny dostępny w ofertach operatorów, został nagrodzony Złotym Medalem Międzynarodowych Targów Poznańskich – jedną z najbardziej rozpoznawalnych i prestiżowych nagród na polskim rynku, która przyznawana jest innowacyjnym produktom najwyższej jakości, a w drugim etapie konkursu, w wyniku głosowania konsumentów, zdobył Złoty Medal – Wybór Konsumentów. Podczas międzynarodowych targów IBC 2016 nowoczesne i multimedialne oprogramowanie dekodera EVOBOX PVR zostało dwukrotnie nagrodzone. Platforma graphyne2 firmy ADB stanowiąca software dekoderek EVOBOX PVR otrzymała prestiżową nagrodę w kategorii „Najlepsza Interaktywna Aplikacja lub Technologia” na CSI Awards oraz została uznana za innowacyjny produkt na IBC Best of Show Awards. Ponadto podczas towarzyszącej targom SAT KRAK 2016 gali SAT Kurier Awards 2016 dekoder EVOBOX PVR zajął pierwsze miejsce w kategorii „Najlepszy dekoder dedykowany” w plebiscycie na najlepsze produkty i usługi na rynku telewizji cyfrowej.

Wszystkie modele produkowanych przez nas dekoderek do odbioru telewizji w wysokiej rozdzielczości wyposażyliśmy dodatkowo w dostęp do aplikacji IPLA, dzięki której po podłączeniu dekodera do Internetu użytkownik może korzystać z zasobów naszej telewizji internetowej. W ramach oferty klienci mogą również korzystać na naszych dekoderek z usługi Multiroom.

W 2016 roku wyprodukowane przez nas dekodery stanowiły blisko 92% wszystkich udostępnionych przez nas dekoderek. Według stanu na koniec grudnia 2016 roku, w sumie z naszych taśm zeszło już 7,5 mln dekoderek, w tym ponad 5,9 mln dekoderek HD. Utrzymujemy współpracę z zewnętrznymi dostawcami, przede wszystkim z firmami Samsung, Echostar i Thomson, ale już w 2010 roku ograniczyliśmy zakup dekoderek od podmiotów zewnętrznych. Współpracujemy z producentami telewizorów, takimi jak Sony, Vestel, Panasonic i LG, w zakresie umożliwienia odbioru sygnału satelitarnego Cyfrowego Polsatu. Świadczymy również usługi na rzecz innych operatorów zainteresowanych nowoczesnymi i funkcjonalnymi urządzeniami w przystępnej cenie.

### **Dystrybucja treści internetowych**

W ramach telewizji internetowej IPLA wykorzystujemy własną platformę dostosowaną do najważniejszych systemów operacyjnych i szerokiej gamy urządzeń konsumenckich. Posiadamy unikalne kompetencje technologiczne w obszarze kodowania i strumieniowania treści audiowizualnych w Internecie, jak i optymalizacji dystrybucji tego typu 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 możemy oferować usługi o bardzo wysokiej jakości przy równoczesnej optymalizacji kosztów przesyłu. Szczególnie istotne staje się to w sytuacji nadawania ponad 80 kanałów linearnych, przeprowadzania transmisji PPV czy emisji pojedynczych wydarzeń sportowych (w trakcie jednej kolejki eliminacji Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej prowadziliśmy nawet dziewięć równoczesnych przekazów dostępnych jedynie w IPLA). Nasza platforma umożliwia nam również realizację unikalnych na polskim rynku internetowym wielokamerowych transmisji live. Zastosowany w IPLA system protekcji (DRM) umożliwia nam także oferowanie płatnego kontentu na różnych przeglądarkach, urządzeniach mobilnych, smartTV oraz niezależnych dekoderek. To sprawia, że nasza platforma wychodzi naprzeciw trendom i oczekiwaniom naszych klientów w zakresie oglądania treści wideo bez względu na miejsce, czas i urządzenie, z którego korzystają.

## **2.2. Działalność na rynku telekomunikacyjnym**

### **2.2.1. Rynek usług telefonii komórkowej**

Polski rynek telefonii komórkowej jest rynkiem dojrzałym. Według danych opublikowanych przez GUS liczba kart SIM telefonii komórkowej na dzień 31 grudnia 2016 roku sięgnęła 54,7 mln, co przeliczyć można na poziom 142% penetracji ludności Polski.

W okresie minionych dwóch lat raportowany poziom penetracji kartami SIM w Polsce uległ wyraźnej obniżce (z poziomu 153% osiągniętego według danych GUS na dzień 30 września 2015 roku), co utożsamiać należy z częściowym urealnieniem raportowanej liczby kart SIM faktycznie wykorzystywanych przez polskich klientów, będącym efektem przeprowadzonej pod koniec 2015 roku zmiany polityki raportowania przez jednego z dużych operatorów mobilnych, jak również wprowadzonymi w trakcie 2016 roku regulacyjnymi obostrzeniami dotyczącymi sprzedaży nowych kart SIM w modelu prepaid. Zakładać można,

iz w trakcie 2017 roku liczba kart SIM raportowanych przez polskich operatorów telekomunikacyjnych ulegnie kolejnej obniżce, co wynikać będzie dodatkowo z regulacji zobowiązującej operatorów do zaprzestania świadczenia usług w przypadku kart przedpłaconych, których użytkownicy nie zdecydują się ich zarejestrować (patrz punkt 3.2. *Istotne wydarzenia i umowy – Wydarzenia o charakterze biznesowym – Rejestracja kart prepaid*). Jednocześnie wyraźnie rośnie udział kart kontraktowych w strukturze polskiego rynku mobilnego, co w naszej opinii bardziej prawidłowo odzwierciedla realny kształt polskiego rynku telefonii mobilnej.

Odnotować należy, iż Grupa Polsat z wyprzedzeniem zdecydowała się raportować swoje bazy w oparciu wyłącznie o karty aktywne, faktycznie generujące ruch w okresie minionych 90 dni, uznając, iż taki sposób raportowania poprawia przejrzystość i wiarygodność publikowanych danych. Na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania raportowanie kart SIM prepaid w oparciu o karty aktywne użytkowane nie stało się jednak powszechnie obowiązującą na polskim rynku praktyką.

PMR prognozuje, iż po dokonaniu w latach 2015-2017 korekt urealnających wolumen kart SIM na rynku, liczba kart SIM użytkowanych w Polsce powróci do wzrostu, w tempie 2,2% rocznie (CAGR 2017-2021). W opinii PMR wzrosty generowane będą nadal przez segment Internetu mobilnego, karty *machine-to-machine* oraz segment biznesowy.

Według danych UKE, opublikowanych w „Raporcie o stanie rynku telekomunikacyjnego w Polsce w 2015 roku” (dalej „raport UKE”), łączna wartość polskiego rynku telekomunikacyjnego, oszacowana na 39,5 mld PLN, uległa w trakcie 2015 roku po raz pierwszy od kilku lat wzrostowi. Jednocześnie telefonia mobilna pozostaje pod względem wartościowym największym segmentem polskiego rynku telekomunikacyjnego z udziałem w przychodach całego rynku na poziomie prawie 44% w 2015 roku (bez uwzględnienia przychodów z mobilnego dostępu do Internetu). Według danych UKE w 2015 roku szacowana wartość rynku telefonii komórkowej w Polsce, wyrażona jako suma przychodów operatorów z usług detalicznych, wyniosła 17,2 mld zł (z wyłączeniem przychodów z mobilnego dostępu do Internetu).

Według raportu UKE w 2015 roku 81% przychodów z telefonii mobilnej zostało wygenerowanych przez klientów usług typu post-paid. Jednocześnie jednak spośród raportowanych na koniec 2016 roku przez polskich operatorów telefonii komórkowych kart SIM, nadal aż 41% stanowiły karty prepaidowe, co w naszej opinii udowadnia, iż skala raportowanych przez operatorów baz prepaid nadal była zniekształcona poprzez uwzględnianie w raportowanych statystykach kart, które nie generują realnego ruchu ani przychodów.

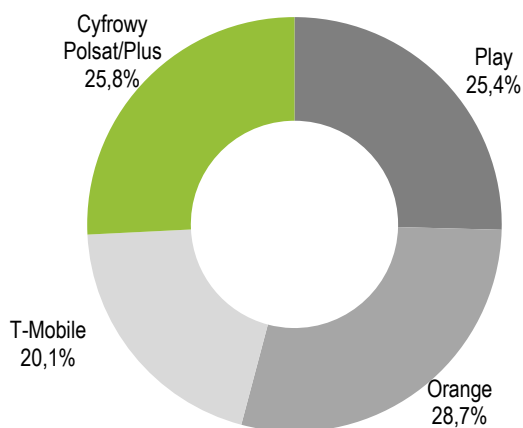
Wartość średniego przychodu na kartę SIM telefonii komórkowej (ARPU na SIM) w minionych latach systematycznie spadała w efekcie przede wszystkim presji konkurencyjnej stymulowanej regulacyjnymi obniżkami hurtowych stawek za zakańczanie połączeń głosowych i tekstowych (MTR). Na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania nie zostały opublikowane żadne plany dotyczące ewentualnego dalszego obniżania stawek MTR w Polsce.

Przy założeniu braku kolejnych obniżek stawek MTR, PMR szacuje, że rynek telefonii mobilnej, z uwzględnieniem przychodów z mobilnego dostępu do Internetu, będzie rósł w średnim tempie 2,1% (CAGR 2016-2021) do roku 2021, kiedy to jego wartość osiągnie poziom 28,45 mld PLN.

Polski rynek telefonii komórkowej jest stosunkowo spolaryzowany i bardzo konkurencyjny. W Polsce działa czterech wiodących operatorów infrastrukturalnych: Polkomtel (sieć Plus), Orange Polska (sieć Orange), T-Mobile Polska (sieć T-Mobile) i P4 (sieć Play). Poza tym na rynku działa około 20 MVNO, jednak ich udział zarówno pod względem przychodów jak i liczby klientów jest relatywnie niski (3,2% pod względem liczby użytkowników w 2015 roku wg raportu UKE).

Poniższy wykres prezentuje udziały największych operatorów infrastrukturalnych w rynku pod względem liczby kontraktowych kart SIM na koniec 2016 roku.

#### Udział w rynku w 2016 roku pod względem raportowanej liczby kontraktowych kart SIM



Źródło: Na podstawie szacunków własnych i danych opublikowanych przez operatorów

#### Operatorzy infrastrukturalni (MNO)

W Polsce komercyjnie działa pięciu mobilnych operatorów infrastrukturalnych (MNO), posiadających własne pasma częstotliwości oraz infrastrukturę konieczną, by móc samodzielnie świadczyć usługi mobilne tj. Polkomtel, Orange, T-Mobile, P4 oraz Grupa Aero2. Zarówno Polkomtel, jak i Grupa Aero2, wchodzą obecnie w skład Grupy Polsat.

Zgodnie z danymi UKE 99,4% całości przychodów wygenerowanych na rynku mobilnym w Polsce w 2015 roku można było przypisać Polkomtelowi, Orange, T-Mobile oraz P4. Na pozostałą część wartości rynku składali się MVNO oraz pozostali MNO.

Polkomtel działa pod marką parasolową Plus, jak również posiada alternatywną markę Plush. Począwszy od 7 maja 2014 roku Polkomtel jest częścią Grupy Polsat. Opis działalności telekomunikacyjnej Grupy Polsat znajduje się w kolejnych rozdziałach.

Orange Polska działa pod marką parasolową Orange oraz posiada alternatywną markę nju.mobile. Na dzień 31 grudnia 2016 roku Orange raportował 16,0 mln kart SIM. Poza działalnością na rynku mobilnym Orange jest wiodącym polskim operatorem stacjonarnych usług telefonicznych, skupiającym aktualnie swoją strategię wokół rozwoju usług szerokopasmowych opartych o infrastrukturę światłowodową dostarczaną również do klientów detalicznych.

P4 działa pod marką parasolową Play, jak również używa dodatkowych marek Red Bull Mobile oraz Fakt Mobile. Na dzień 31 grudnia 2016 roku P4 raportował 14,4 mln kart SIM. P4 skupia swoją działalność wyłącznie na usługach mobilnych, wspierając się hurtowym zakupem dostępu do sieci mobilnych konkurencyjnych operatorów.

T-Mobile Polska działa pod marką parasolową T-Mobile, jak również używa dodatkowych marek Heyah, Blueconnect oraz Tu Biedronka. Na dzień 31 grudnia 2016 roku T-Mobile raportował 10,6 mln kart SIM. Na bazie infrastruktury zakupionej w 2014 roku firmy GTS Poland, T-Mobile świadczy również usługi telefonii stacjonarnej dedykowane dla klientów biznesowych.

Grupa Aero2 działa na rynku hurtowym za pośrednictwem spółek Aero2 i Sferia, świadcząc usługi hurtowego dostępu do własnej sieci telekomunikacyjnej głównie na rzecz Grupy Polsat. Jednocześnie Aero2 prowadzi również działalność detaliczną świadcząc, w ramach zobowiązań koncesyjnych, usługi bezpłatnego dostępu do Internetu oraz usługi detaliczne w modelu prepaid przy użyciu marek „wRodzinie” i „a2mobile”, natomiast Sferia świadczy detaliczne usługi telekomunikacyjne w oparciu o markę „Sferia”. Począwszy od 29 lutego 2016 roku spółki Aero2 i Sferia są częścią Grupy Polsat.

### Rezerwy częstotliwości

Poniższa tabela zawiera główne informacje dotyczące rezerwacji częstotliwości przez mobilnych operatorów infrastrukturalnych (MNO) według stanu na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania.

MNO	Pasma częstotliwości	Wielkość przydzielonego pasma	Data wydania pierwszej decyzji rezerwacyjnej	Data ważności decyzji w sprawie rezerwacji
Polkomtel .....	900 MHz	2x9 MHz	23 lutego 1996	24 lutego 2026
	1800 MHz	2x9,6 MHz	13 września 1999	14 września 2029
	2100 MHz	2x14,8 MHz + 1x5 MHz	20 grudnia 2000	1 stycznia 2023
	2600 MHz	2x20 MHz	25 stycznia 2016	25 stycznia 2031
	410 MHz <sup>(1)</sup>	2x2,5 MHz	25 maja 2006	31 grudnia 2020
Aero2 .....	900 MHz	2x5 MHz	9 grudnia 2008	31 grudnia 2023
	1800 MHz	2x19,8 MHz	30 listopada 2007	31 grudnia 2022
	2570-2620 MHz	1x50 MHz	10 listopada 2009	31 grudnia 2024
Sferia.....	800 MHz	2x5 MHz	31 grudnia 2003	31 grudnia 2018
Orange .....	800 MHz	2x10 MHz	25 stycznia 2016	25 stycznia 2031
	900 MHz	2x6,8 MHz	5 lipca 1999	6 lipca 2029
	1800 MHz	2x9,6 MHz	21 sierpnia 1997	22 sierpnia 2027
	2100 MHz	2x14,8 MHz + 1x5 MHz	20 grudnia 2000	1 stycznia 2023
	2600 MHz	2x15 MHz	25 stycznia 2016	25 stycznia 2031
	450-470 MHz	2x4,5 MHz	16 grudnia 1991	31 grudnia 2016
T-Mobile .....	800 MHz	2x10 MHz	25 stycznia 2016	23 czerwca 2031
	900 MHz	2x9 MHz	23 lutego 1996	28 lutego 2026
	1800 MHz	2x9,6 MHz	11 sierpnia 1999	12 sierpnia 2029
	1800 MHz	2x10 MHz	14 czerwca 2013	31 grudnia 2027
	2100 MHz	2x14,8 MHz + 1x5 MHz	20 grudnia 2000	1 stycznia 2023
	2600 MHz	2x15 MHz	25 stycznia 2016	25 stycznia 2031
P4.....	800 MHz	2x5 MHz	25 stycznia 2016	22 czerwca 2031
	900 MHz	2x5 MHz	9 grudnia 2008	31 grudnia 2023
	1800 MHz	2x15 MHz	14 czerwca 2013	31 grudnia 2027
	2100 MHz	2x14,8 MHz + 1x5 MHz	23 sierpnia 2005	31 grudnia 2022
	2600 MHz	2x20 MHz	25 stycznia 2016	25 stycznia 2031

Źródło: Opracowanie własne na podstawie zestawienia UKE z dnia 10 października 2016 roku

(1) Przez Nordisk Polska Sp. z o.o.

W celu planowania, budowy oraz utrzymania nowej sieci mobilnej, jak również uczestnictwa w przetargach związanych z tą działalnością Orange Polska i T-Mobile założyły w 2011 roku spółkę joint-venture o nazwie NetWorks! Porozumienie dotyczące współużytkowania zasobów sieci radiowych zostało podpisane na okres 15 lat z możliwością przedłużenia. W kolejnym kroku operatorzy ci rozszerzyli współpracę określając, że Orange będzie mógł świadczyć usługi LTE korzystając również z częstotliwości 1800 MHz posiadanych przez T-Mobile. Z kolei w 2016 roku obaj operatorzy podpisali porozumienie, na bazie którego będą prowadzili rozbudowę własnych sieci LTE na bazie pasm 800 MHz, korzystając wspólnie z sieci nadajników NetWorks!, jednakże bez współużytkowania posiadanych zasobów radiowych z pasma 800 MHz.

### Operatorzy wirtualni (MVNO)

MVNO to operatorzy, którzy świadczą usługi telefonii mobilnej oraz/lub mobilnej transmisji danych, ale nie posiadają samodzielnie rezerwacji częstotliwości, ani nie muszą posiadać infrastruktury niezbędnej do świadczenia tego typu usług. W modelu biznesowym MVNO, istniejący MNO dostarczają zasoby częstotliwości oraz potrzebną infrastrukturę na rzecz MVNO. Zgodnie z raportem UKE w 2015 roku usługi mobilne w modelu MVNO świadczyło 20 operatorów.

Pomimo, że liczba MVNO ciągle rośnie, żaden z nich nie uzyskał znaczącej pozycji rynkowej. Według raportu UKE, łączny udział MVNO w rynku klientów mobilnych w 2015 roku wyniósł 3,2%. Z kolei łączne przychody wszystkich MVNO w 2015

roku stanowiły według raportu UKE jedynie 0,7% całkowitej wartości polskiego rynku usług mobilnych. Ograniczona skala sukcesu rynkowego operatorów MVNO skłania niektórych spośród nich do zaprzestania działalności telekomunikacyjnej na polskim rynku. Przykładowo w 2015 roku działalność w Polsce zakończyli operatorzy Lebara Mobile czy Vectone Mobile, z powodzeniem działający nadal na zagranicznych rynkach telekomunikacyjnych.

### 2.2.2. Polski rynek Internetu szerokopasmowego

Szerokopasmowe połączenie z Internetem może zostać dokonane przy użyciu wielu różnych technologii budowanych w oparciu o technologie stacjonarne, w tym m.in. xDSL, modem kablowy, LAN-Ethernet, światłowód, WLAN lub technologie mobilne, takie jak modem mobilny czy router działający przy wykorzystaniu technologii GPRS, EDGE, UMTS, HSPA lub LTE, ewentualnie LTE-Advanced. W Polsce szerokopasmowy Internet dostarczany jest przez łącza kablowe i sieci bezprzewodowe.

Zgodnie z danymi opublikowanymi w raporcie UKE, w 2015 roku w Polsce świadczonych było blisko 14 mln indywidualnych usług Internetu szerokopasmowego, zarówno w technologiach stacjonarnych, jak i mobilnych. Przełożyło się to na wskaźnik penetracji społeczeństwa rzędu 35,7% (relacja liczby usług do populacji). Jednocześnie jednak w swoim raporcie UKE, powołując się na Digital Agenda Scoreboard z czerwca 2015, ujawnia, iż nasycenie usługami stacjonarnego Internetu w Polsce sięgało zaledwie 18,8%, co niezmiennie pozostawało najniższym poziomem spośród krajów Unii Europejskiej, w której przypadku średnia penetracja wynosiła 31,6%, a dla wybranych krajów (Dania, Holandia) przekraczała 40%.

Wyraźnie korzystniej na tle Unii Europejskiej kształtuje się penetracja usługami Internetu mobilnego w Polsce. Według raportu UKE 94,1% mieszkańców Polski łączyło się z Internetem za pośrednictwem technologii mobilnych (przy średniej unijnej na poziomie 75,3%).

W ramach Digital Agenda Scoreboard w 2017 roku Polska została sklasyfikowana na 23. pozycji spośród 28 krajów Unii Europejskiej pod względem tzw. Digital Economy and Society Index mierzącego rozwój poszczególnych krajów członkowskich pod względem stanu cyfryzacji gospodarki i społeczeństwa. Raport ten również podkreśla słabość oraz niską popularność szerokopasmowej infrastruktury stacjonarnej, kontrastując ją z korzystnymi wskaźnikami odnoszącymi się do popularności szerokopasmowych technologii mobilnych.

Stosunkowo niski wskaźnik nasycenia polskiego rynku dostępu do szerokopasmowego Internetu i postępujący rozwój technologii mobilnych sprawiają, że mobilna transmisja danych pozostaje niezmiennie najszybciej rosnącym segmentem rynku telekomunikacyjnego.

Według raportu UKE w 2015 roku 7,13 mln użytkowników Internetu w Polsce korzystało z Internetu stacjonarnego (brak wzrostu w porównaniu do wyniku z roku 2014), podczas gdy liczba użytkowników Internetu mobilnego osiągnęła 6,67 mln (wzrost o 15% versus 5,79 mln zareportowane przez UKE za rok 2014). Na popularności zyskują modemy 2G/3G/4G (wzrost z 39,4% udziału w roku 2013 do 48,3% w roku 2015), spada natomiast popularność zwłaszcza technologii xDSL (z 25,7% udziału w roku 2013 do 19,6% w roku 2015) oraz modemów kablowych (z 21,1% udziału w roku 2013 do 18,5% w roku 2015). Według danych UKE technologie światłowodowe stanowiły w roku 2015 zaledwie 2,2% dostępow szerokokopasmowych (wzrost z 1,3% w roku 2014).

W 2015 roku według raportu UKE 39,3% użytkowników Internetu w Polsce korzystało z łącz o przepustowości poniżej 10 Mb/s, natomiast łącza o przepustowości powyżej 30 Mb/s użytkowane były przez jedynie 36,8% Polaków.

Zgodnie z raportem UKE wartość rynku dostępu do Internetu mierzona wielkością przychodów z usług wyniosła w 2015 roku 5,07 mld PLN, obniżając się lekko (o 0,5%) w porównaniu do roku 2014, co według raportu UKE wynikało z istotnej erozji przychodów uzyskiwanych z technologii xDSL. Z kolei technologie mobilne ponownie zwiększyły swój udział w ujęciu wartościowym w strukturze przychodów do 33,1% (z 31,7% w roku 2014). Według raportu UKE średni miesięczny przychód przypadający na jednego klienta usługi internetowej (ARPU) spadł w 2015 roku o 2,3 zł w porównaniu do 2014 roku, osiągając poziom 30,6 zł.

#### **Stacjonarny szerokopasmowy dostęp do Internetu**

Dostępność stacjonarnego szerokopasmowego Internetu w Polsce jest ograniczona głównie do obszarów miejskich. W obszarach pozamiejskich, stacjonarny Internet szerokopasmowy dostępny jest w ograniczonym zakresie, co jest efektem historycznie niskich inwestycji spowodowanych między innymi wysokim kosztem budowy pętli lokalnych oraz strategiami inwestycyjnymi głównych operatorów stacjonarnych. Zgodnie z raportem UKE dostęp w technologii xDSL w 2015 roku nadal pozostawał najbardziej popularną formą stacjonarnego dostępu do Internetu (19,6% udziału), chociaż jej przewaga nad

technologią kablową wyraźnie skurczyła się. Dominującym podmiotem działającym w technologii xDSL jest Orange, którego udział w całkowitej liczbie klientów technologii xDSL wynosił 75,3% w 2015 roku.

Modemy kablowe, oferowane przez operatorów telewizji kablowej, są drugą najpopularniejszą technologią dostępu do stacjonarnego Internetu (18,5% udziału). Zgodnie z raportem UKE w 2015 roku głównymi operatorami działającymi na tym rynku byli UPC Polska (40,2% udziału w rynku według liczby użytkowników), Vectra (20,1%) i Multimedia (14,7%).

Warto odnotować, iż w czerwcu 2016 roku UPC Polska ogłosiło plan inwestycyjny, efektem którego miałyby być podwojenie zasięgu usług świadczonych przez UPC (docelowo miałyby docierać do blisko 6 mln gospodarstw domowych) w ciągu 5 lat. Dodatkowo w październiku 2016 roku UPC Polska podpisało przedwstępłą umowę zakupu akcji spółki Multimedia, trzeciego największego operatora kablowego działającego na polskim rynku.

### **Mobilny szerokopasmowy dostęp do Internetu**

Rynek szerokopasmowego dostępu do Internetu w technologiach mobilnych (definiowany jako dostęp poprzez modemy bądź dedykowane karty SIM zintegrowane z laptopami bądź tabletami) zdominowany jest przez czterech operatorów mobilnych. Według raportu UKE czterej główni dostawcy tej usługi (Polkomtel, T-Mobile, Orange oraz P4) w 2015 roku posiadali łącznie 80,1% udziału w rynku. Pozostałe 19,9% podzielone jest pomiędzy operatorów MVNO oraz Cyfrowy Polsat, który aktywnie promuje i sprzedaje usługę mobilnego dostępu do Internetu LTE/HSPA+ od 2011 roku.

W porównaniu do pozostałych krajów UE, rynek szerokopasmowego mobilnego dostępu do Internetu w Polsce posiada duży potencjał wzrostu. Ma to związek z relatywnie niską jakością infrastruktury stacjonarnej istniejącej w Polsce, co w coraz większym stopniu skłania klientów do wyboru Internetu mobilnego z uwagi na lepsze parametry tej usługi w ich rejonie zamieszkania. Ponadto niski poziom urbanizacji Polski powoduje, iż zasięg mobilny jest często jedynym rozwiązaniem dostępnym na danym obszarze.

Zgodnie z raportem UKE w 2015 roku na rynku usług dostępu do Internetu nominalnie najszybciej rosły przychody z technologii mobilnych, stając się najbardziej popularną formą dostępu do Internetu pod względem liczby użytkowników (udział w rynku użytkowników rzędu 48,3%, rosnący z 44,9% w 2014 roku). Jest to efektem szerokiej dostępności i łatwej instalacji tej formy szerokopasmowego dostępu do Internetu, przystępności cenowej, rosnącego pokrycia sieci HSPA+ i LTE, jak również zwiększającej się prędkości transmisji danych, również wskutek implementacji nowych technologii transmisji, np. LTE-Advanced. Mobilność tej formy dostępu do Internetu jest również jej dodatkowym atutem dla pewnej grupy klientów.

### **Prognozy dla rynku szerokopasmowego dostępu do Internetu**

Dalszy rozwój technologii LTE i LTE Advanced pozwalający dostarczyć większości populacji Polski dostęp do wysokiej jakości szerokopasmowego Internetu mobilnego, umożliwiającego świadczenie nowych usług i produktów, np. opartych o transmisję wideo, będzie powodował dalszą popularyzację mobilnego dostępu do Internetu wśród polskich klientów. Przy ograniczonych inwestycjach operatorów stacjonarnych w obszarach podmiejskich i wiejskich, szerokopasmowy mobilny dostęp do Internetu będzie również głównym czynnikiem przyczyniającym się do podwyższania penetracji kraju usługami dostępu do Internetu. Dodatkowo wysoka jakość usług świadczonych w technologii LTE będzie przyczyniała się do wyższej konsumpcji danych przez użytkowników końcowych, co będzie sprzyjało poprawianiu poziomu ARPU, obniżaniu churnu i zdobywaniu udziału w rynku szerokopasmowego Internetu przez operatorów mobilnych.

Według prognoz PMR rynek transmisji danych, łączy dzierżawionych i dostępu do Internetu (*Data Transmission, Line Rental and Internet Services Provision, DLISP*) 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. Prognozy PMR przewidują, że wartość rynku dostępu do Internetu w nadchodzących latach będzie wykazywała stale pozytywną dynamikę, osiągając w 2021 roku poziom 6,6 mld PLN.

Zgodnie z prognozami PMR w 2021 roku liczba abonentów szerokopasmowego dostępu do Internetu w Polsce wzrośnie do 19,775 miliona, z czego 59% obsługiwane będzie przez technologie mobilne. PMR prognozuje, iż przyrosty abonentów Internetu mobilnego będą stale przekraczały 400 tys. rocznie w horyzoncie 2016-2021, a tym samym tempo przyrostu abonentów mobilnego Internetu szerokopasmowego będzie kilkukrotnie wyższe niż przyrosty użytkowników łączy stacjonarnych. Postępująca popularyzacja technologii mobilnych w Polsce będzie wynikała z konkurencyjnych cen oraz wzrostu zasięgu sieci mobilnych, która bezpośrednio przełoży się na jakość i ciągłość zasięgu nabywanej usługi. Dodatkowym bodźcem do rozwoju mobilnego Internetu jest szybko postępująca rozbudowa sieci w technologiach LTE i LTE-Advanced, a w przyszłości 5G. Standardy te pozwolą na świadczenie usług mobilnych o szybkościach transferu i przepustowościach sieci nieosiągalnych w dotychczasowych technologiach radiowych.

### 2.2.3. Oferta usług telefonii komórkowej

Usługi telefonii komórkowej świadczymy przede wszystkim za pośrednictwem naszej spółki zależnej Polkomtel, operatora sieci Plus. Oferujemy usługi komórkowych połączeń głosowych dla klientów biznesowych i indywidualnych. Usługi komórkowych połączeń głosowych są dostępne w technologach 2G i 3G, natomiast w przypadku technologii LTE stosujemy aktualnie rozwiązanie Circuit Switched FallBack.

#### **Usługi komórkowych połączeń głosowych dla klientów indywidualnych**

Oferta dla indywidualnych klientów kontraktowych jest ustandaryzowana i obejmuje różnorodne plany taryfowe. Obecnie oferta jest dostępna w modelu kontraktowym, przedpłaconym, jak również w ramach oferty mix.

Oferta kontraktowa dla klientów indywidualnych „JA+Abonement” opiera się na miesięcznej opłacie abonamentowej, która zawiera minuty na rozmowy, a także inne usługi, np. wiadomości tekstowe czy multimedialne, pakiety danych, pakiety minut i danych w roamingu, czy telewizję IPLA w telefonie. Podobnie jak większość ofert dostępnych obecnie na polskim rynku, nasza oferta oparta jest obecnie o nielimitowane plany cenowe, w ramach których klient może rozmawiać bez limitu, w zależności od wysokości zobowiązania przysyłać nieograniczoną liczbę SMS-ów oraz MMS-ów. W ramach abonamentu oferujemy klientom także pakiety danych. Co do zasady im wyższy abonament, tym większy pakiet danych dostępny bez dodatkowych opłat. Klienci, którzy decydują się na niższe zobowiązania, mogą dokupywać dodatkowo usługi nieobjęte abonamentem np. SMSy bez limitu, rozmowy do sieci stacjonarnych bez limitu, pakiety danych, pakiety roamingowe. Naszą ofertą obejmuje również plan taryfowy „JA+Rodzina”, który umożliwia klientom zakup w ramach jednego abonamentu trzech kart SIM, które współdzielą zakupione pakiety.

Umowy są zawierane na czas określony, który zazwyczaj wynosi 24 miesiące. Plany taryfowe pozwalają klientom wybierać spośród wielu oferowanych modeli telefonów sprzedawanych w modelu ratalnym. Klienci mogą zdecydować się również na ofertę bez telefonu. Wysokość miesięcznego abonamentu waha się od 29,99 zł do 119,99 zł.

Oferta „JA+Mix” to połączenie oferty prepaid i oferty kontraktowej. Klient zobowiązuje się do dokonania określonej liczby doładowań o określonej wartości, które może wykorzystać na usługi telekomunikacyjne, w tym pakiety minut, SMS oraz pakiety danych. W ramach kontraktu klient otrzymuje także wybrany telefon. W odróżnieniu od tradycyjnych planów taryfowych, okres świadczenia usługi nie jest stały, a klient jest zobowiązany wyłącznie do zasilenia konta określoną kwotą, przynajmniej raz na 30 dni. Podobnie jak w przypadku ofert prepaid, klienci taryf typu mix mogą dowolnie komponować (zmieniać, wyłączać lub włączać) pakiety usług w dowolnym momencie. Wartość kwoty cyklicznego doładowania zaczyna się od 30 zł a kończy na 60 zł.

Oferty przedpłacone zapewniają naszym klientom możliwość uzyskania dostępu do sieci mobilnej po zakupie i zarejestrowaniu odpowiedniego pakietu startowego (karta SIM z przypisaną kwotą do wykorzystania na usługi komórkowe). W ofercie prepaid nie ma opłat miesięcznych, a klienci są zobowiązani do doładowywania konta tylko, jeśli chcą korzystać z usług. Wszystkie plany taryfowe w ofercie prepaid zakładają, że doładowania można dokonać w dowolnym momencie za pomocą doładowań prepaid dostępnych u agentów, dealerów, na stronie operatora lub poprzez inne kanały sprzedaży w rynku otwartym. Usługi głosowe prepaid oferowane są w ramach oferty Plus na Kartę, Plus Internet na Kartę oraz Plus na Kartę. Klient może dostosować ofertę do swoich potrzeb wybierając spośród dostępnych pakietów i opcji dodatkowych np. pakiety danych, rozmowy lub SMSy bez limitu i odpowiednio zarządzając kwotą swojego doładowania.

Dodatkowo nasza spółka zależna Aero2 wprowadziła w 2016 roku na rynek nową markę a2mobile, pod którą świadczy usługi głosowe w modelu przedpłaconym. Wyróżnikiem tej oferty jest usługa WiFi Calling, która umożliwia prowadzenie rozmów w miejscach, w których nie ma zasięgu sieci, ale dostępna jest sieć WiFi. W plebiscycie Mobility Trends 2016 usługa a2mobile otrzymała nagrodę Złoty Bell w kategorii „Oferta Operatorska roku 2016 w segmencie B2C”.

#### **Usługi komórkowych połączeń głosowych dla klientów biznesowych**

Klientom biznesowym oferujemy przede wszystkim rozwiązania kontraktowe, często na bazie ogłaszanych przez klientów przetargów. Dodatkowo oferujemy usługi telefonii stacjonarnej, rozwiązania w zakresie sieci LAN (ang. *local area network*) / WAN (ang. *wide area network*), szerokopasmowy mobilny dostęp do Internetu, usługi SMS Center i inne dedykowane rozwiązania. Umowy zawierane z klientami biznesowymi określają taryfę, okres obowiązywania umowy i wartość miesięcznych opłat abonamentowych. Umowy takie mogą obejmować subsydiowane telefony, które klienci mogą wybrać spośród wielu dostępnych modeli.

Usługi komórkowych połączeń głosowych dla klientów biznesowych należących do segmentu SOHO (ang. *small office/home office*) są bardziej ustandaryzowane. Obejmują one szereg opcji miesięcznych opłat abonamentowych, które



uwzględniają określone preferencje klientów należących do tego segmentu. Umowy z klientami SOHO są podpisywane na czas określony, który zazwyczaj wynosi 24 miesiące.

### **Roaming międzynarodowy**

W ramach usług detalicznych świadczymy usługi roamingu międzynarodowego dla swoich klientów, dzięki którym mogą oni korzystać z usług telekomunikacyjnych w trakcie pobytu zagranicą, po zalogowaniu się w zagranicznej sieci.

Większość połączeń roamingowych wykonywanych przez naszych klientów jest kierowana poprzez sieci europejskie. Głównym partnerem Polkomtel w zakresie detalicznego roamingu międzynarodowego jest Vodafone.

Oferta detaliczna usług roamingu międzynarodowego jest zależna od maksymalnego poziomu cen detalicznych w UE i krajach EOG. Regulacje w zakresie roamingu określają maksymalne opłaty detaliczne dla połączeń głosowych, wiadomości tekstowych i transmisji danych w roamingu międzynarodowym w UE i krajach EOG.

Dzięki pozyskiwaniu nowych partnerów roamingowych w 2016 roku otworzyliśmy 167 nowe usługi roamingu międzynarodowego, dzięki czemu nasi klienci mogą cieszyć się jeszcze szerszym zasięgiem usług telekomunikacyjnych przebywając za granicą, w szczególności coraz większym zasięgiem usługi ultraszybkiej transmisji danych LTE w roamingu. W 2016 roku rozszerzyliśmy także zasięg szybkiej transmisji danych w roamingu międzynarodowym o kolejne kraje. Uruchomiliśmy usługi transmisji danych w technologii LTE w oparciu o kolejne 64 sieci oraz o kolejne 92 sieci w technologii 3G.

Rozwijając zakres usług roamingu międzynarodowego, skupiliśmy się przede wszystkim na uruchomieniu dostępu do ultraszybkiego Internetu w technologii LTE w najchętniej odwiedzanych przez naszych klientów krajach Unii Europejskiej. W zakresie pozostałych usług roamingowych (połączenia głosowe oraz wiadomości tekstowe) naszym priorytetem było poszerzanie zasięgu pokrycia siecią, tak aby nasi klienci mogli korzystać z usług w każdym miejscu na świecie.

#### **2.2.4. Oferta usług dostępu do Internetu**

Świadczymy kompleksowe usługi transmisji danych, zarówno dla klientów indywidualnych jak i biznesowych pod dwiema głównymi markami: Cyfrowy Polsat oraz Plus. W plebiscycie Mobility Trends 2016 Cyfrowy Polsat i Polkomtel zostali wyróżnieni nagrodami Złoty Bell w kategoriach „Internet Mobilny – oferta roku 2016” oraz „Operator roku 2016”.

Usługi mobilnego szerokopasmowego dostępu do Internetu świadczymy począwszy od 2011 roku wykorzystując technologię LTE, a od 2016 roku najnowszą technologię LTE-Advanced. Nasza oferta usług dostępu do Internetu ma charakter uniwersalny, zapewniając w ramach jednej opłaty abonamentowej dostęp do Internetu przy wykorzystaniu wszystkich obsługiwanych przez sieć technologii. Dzięki temu dziś w zasięgu naszej usługi internetowej mieszka blisko 100% Polaków a 99% może korzystać z Internetu LTE Plus. Na początku 2017 roku 40% Polaków znajdowało się również w zasięgu naszego Internetu LTE Plus Advanced, oferującego prędkość transferu do 300 Mb/s.

Oferujemy pakiety danych różnej wielkości i w różnych wariantach cenowych, dostosowanych do indywidualnych potrzeb użytkowników. Klienci, którzy chcą skorzystać z naszych usług transmisji danych, mogą wybierać spośród dedykowanych kontraktowych planów cenowych, planów i promocji prepaid, jak również pakietów danych dostępnych wraz z ofertami usług głosowych.

Dedykowane kontraktowe plany taryfowe oferują podstawowy mobilny szerokopasmowy dostęp do Internetu. Bazują one na miesięcznym abonamencie i zapewniają określony co do wielkości pakiet danych bądź nieograniczoną transmisję danych w sieci LTE. W ramach oferty kontraktowej klienci mają możliwość zakupu lub najmu urządzeń do transmisji danych (w tym modemów USB, routerów stacjonarnych i mobilnych). Dodatkowo dostępne są tablety, laptopy i inne urządzenia w modelu sprzedaży ratalnej, jak również oferta bez sprzętu – „Tylko SIM”.

W ramach oferty dostępne są pakiety danych podstawowych od 5 do 100 GB. Po wykorzystaniu podstawowego pakietu danych klient może nadal korzystać z Internetu dzięki usłudze LTE bez limitu danych. Wysokość miesięcznego abonamentu waha się od 19,99 zł za pakiet 5 GB w modelu „tylko SIM” do 89,99 zł za pakiet 100 GB. Umowy na usługi kontraktowe są zawierane na czas określony, który zazwyczaj wynosi 24 miesiące.

Klientom, którzy preferują model przedpłacony, proponujemy ofertę „JA+Internet na Kartę”, dedykowaną do transmisji danych taryfę prepaid, w której po każdorazowym doładowaniu konta klient otrzymuje automatycznie określony pakiet danych, którego wielkość oraz okres ważności uzależnione są od kwoty takiego doładowania. Minimalna wartość

doładowania, dla którego przyznawane są bonusy w postaci dodatkowych GB, wynosi 10 zł. Najwyższe doładowanie umożliwiła uzyskanie 36 GB i roczną ważność konta (środków). Dodatkowe usługi pozwalają na korzystanie z 200 GB w godzinach nocnych.

Dzięki ofercie dostępu do Internetu LTE Plus oraz stworzonemu specjalnie dla Cyfrowego Polsatu i Polkomtela zestawowi Domowego Internetu LTE Plus możemy zaproponować naszym klientom produkt stanowiący alternatywę dla Internetu stacjonarnego. Oparta o unikalne rozwiązanie techniczne ODU-IDU (ang. *Outdoor Unit Indoor Unit*) oferta Zestaw Domowego Internetu LTE Plus, obejmująca zewnętrzny modem LTE (ODU) i domowy router WiFi (IDU), jest innowacyjnym i jedynym tego typu produktem na rynku. Wyraźnie zwiększa efektywny zasięg Internetu LTE Plus i poprawia jego jakość, umożliwiając tym samym korzystanie z technologii LTE w miejscach, w których do tej pory nie było to możliwe. Do montażu zestawu można wykorzystać istniejącą instalację antenową TV (satelitarną lub naziemną) przesyłając po jednym kablu koncentrycznym zarówno sygnał TV, jak i Internet LTE Plus.

Do standardowej oferty dostępu do Internetu LTE Plus dołączane są różnego rodzaju bonusy, w zależności od wysokości abonamentu. Taka strategia wspiera promocję naszych pozostałych usług oraz daje klientom możliwość przetestowania usług, które w przyszłości mogłyby zamówić. Obecnie proponujemy naszym klientom dostęp do wybranych pakietów telewizji online IPLA oraz HBO GO bez dodatkowych opłat przez pierwsze 2 miesiące trwania umowy. Klienci Plusa mają również możliwość testowania Ochrony Internetu przez miesiąc bez opłat.

Dodatkowo nasza spółka zależna Aero2, na bazie warunków koncesyjnych wiążących się z zakupem pasma 2,6 GHz, świadczy usługi bezpłatnego dostępu do Internetu o ograniczonych parametrach użytkowych (oferta BDI). Jednocześnie klienci BDI mają możliwość wykupienia dodatkowych pakietów danych, które pozwalają im korzystać z Internetu o wyższej prędkości, bez ograniczeń czasowych dot. czasu trwania sesji. Pakiety BDI sprzedawane są w modelu prepaid.

## 2.2.5. Oferta urządzeń abonenckich

### **Sprzęt internetowy**

Wszystkie urządzenia oferujące dostęp do internetu wspierają technologię LTE. Terminale LTE umożliwiają przesyłanie danych z prędkością do 150 Mb/s, natomiast urządzenia wspierające LTE-Advanced - do 300 Mb/s. Oferujemy kilka kategorii urządzeń: modemy, routery mobilne i stacjonarne, tablety oraz laptopy.

Ponad połowa sprzedaży kontraktów ze sprzętem obejmuje sprzedaż routerów mobilnych lub stacjonarnych. Wśród dostępnych urządzeń na uwagę zasługuje Zestaw Domowego Internetu LTE Plus, oparty na technologii ODU-IDU (ang. *Outdoor Unit - Indoor Unit*). Jest to połączenie modemu LTE montowanego na zewnątrz domu, przystosowanego do pracy w trudnych warunkach i routera rozprowadzającego Internet w domu. Takie rozwiązanie pozwala na uzyskanie lepszego zasięgu sieci niż w przypadku tradycyjnych modemów i routerów. Bardzo dobre wyniki sprzedaży notują także tablety LTE (8- i 10-calowe).

Wszystkie kategorie urządzeń abonenckich sprzedawane są w modelu ratalnym (z opłatą początkową lub bez). Do opłaty miesięcznej za pakiet danych doliczana jest co miesiąc rata za zakupiony sprzęt, która jest uzależniona od rodzaju oraz modelu wybranego przez klienta terminala. W ofercie mamy możliwość rozłożenia ceny sprzętu na 24, 36 oraz 48 rat.

### **Oferta telefonów**

Oferujemy naszym klientom szeroki wybór nowoczesnych telefonów i smartfonów. Udział telefonów klasycznych w sprzedaży pozostaje w trendzie spadkowym i wynosi kilka procent całkowitej sprzedaży. Zdecydowana większość sprzedawanych w 2016 roku smartfonów wykorzystywała do transmisji danych technologię LTE. Nowością jest wprowadzenie do oferty terminali obsługujących przesył danych z prędkością do 450 Mb/s.

W naszej ofercie, obok urządzeń znanych producentów, takich jak Samsung, Huawei, Apple, Sony, LG dostępne są także telefony mniejszych producentów z niskiej i średniej półki cenowej. Wskutek dynamicznego rozwoju rynku urządzeń mobilnych coraz tańsze telefony obsługują technologię LTE, przez stała się ona dostępną dla szerokiego grona klientów.

Telefony sprzedawane są w dwóch modelach: subsydiowym oraz ratalnym (z opłatą początkową lub bez). W przypadku subsydiowanego sprzętu cena końcowa urządzenia dla klienta spada wraz ze wzrostem wybranego abonamentu. W modelu ratalnym do miesięcznej opłaty abonamentowej doliczana jest rata za zakupiony sprzęt. Obecnie we wszystkich zobowiązaniach w ramach abonamentu oferujemy pakiet na transmisję danych, także w technologii LTE.

W 2016 roku ponad 90% sprzedawanych przez nas telefonów stanowiły smartfony. W efekcie tego na koniec 2016 roku stopień penetracji naszej bazy klientów głosowych smartfonami sięgał około 63%, sukcesywnie rosnąc.

### Inne kategorie urządzeń

Poza telefonami i sprzętem zapewniającym dostęp do internetu w ofercie znajdują się również inne kategorie urządzeń. Telewizory, w poprzednich latach oferowane w okresie około świątecznym, od niedawna stanowią stałą pozycję w ofercie. Oferujemy nowoczesne telewizory LED z kategorii „SmartTV” z obsługą WiFi, a więc możliwością łączenia z innymi urządzeniami (np. routerem lub smartfonem).

## 2.2.6. Technologia i infrastruktura usług telekomunikacyjnych

### Sieć

Usługi telekomunikacyjne realizowane są poprzez infrastrukturę radiową naszych spółek zależnych, w szczególności Polkomteli, Aero2 i Sferii.

Grupa posiada zintegrowaną sieć łączności komórkowej drugiej, trzeciej oraz czwartej generacji (określanych, odpowiednio, jako technologie 2G, 3G i 4G). Sieć Grupy obsługuje następujące technologie: GSM/ GPRS/ EDGE (2G), UMTS/ HSPA+/ HSPA+ Dual Carrier (3G) oraz LTE/LTE Advanced (4G). Dodatkowo posiadamy rozbudowaną sieć CDMA.

Z uwagi na to, że sieci komórkowe umożliwiają automatyczne przełączanie pomiędzy technologiami, zapewniona jest nieprzerwana funkcjonalność usług dla użytkowników końcowych, podczas gdy parametry (np. prędkość transmisji danych) ulegają poprawie w momencie, gdy użytkownik znajdzie się w zasięgu bardziej zaawansowanej technologicznie sieci.

Według stanu na dzień 31 grudnia 2016 roku, sieć dostępowa 2G Grupy Polsat składała się z 6.909 stacji bazowych, natomiast sieć 3G z 9.601 stacji NodeB (UMTS/HSPA+) (w tym 3.687 HSPA Dual Carrier). Sieć CDMA obejmowała 575 stacji bazowych. Ponadto sieć LTE składała się z 8.848 stacji bazowych działających w technologii LTE/LTE Advanced, z czego 3.482 stanowiły stacje działające w oparciu o częstotliwości 800 MHz.

Nasza sieć dostępowa wspierana jest przez sieć transmisyjną wykorzystującą głównie technologie pakietowej transmisji danych. Sieć ta dzieli się na warstwę dostępową (łącza radioliniowe 180 Mb/s, 360 Mb/s i 1 Gb/s oraz łącza światłowodowe), sieć agregacyjną (w całości światłowodową, wykorzystującą technologię Carrier Ethernet Transport (CET) MPLS-TP o przepływności głównie 10 Gb/s) oraz sieć szkieletową (w całości światłowodową, wykorzystującą technologię IP/MPLS z przepływnościami będącymi wielokrotnością 10 Gb/s, a od 2014 roku również 100 Gb/s).

Radiowa sieć transportowa składa się z 7.719 łączy radioliniowych w warstwie dostępowej. Warstwa agregacyjna sieci transportowej zbudowana jest z 573 węzłów wyposażonych w przełączniki CET wysokiej pojemności, a warstwa szkieletowa z 11 węzłów z redundantnymi routerami IP/MPLS. W warstwie fizycznej pracuje 75 węzłów DWDM wyposażonych w urządzenia umożliwiające przenoszenie ruchu o przepływności do wielokrotności 100 Gb/s (wielokrotność wymiarowana jest na bieżące potrzeby danego węzła). Sieć transportowa wykorzystywana jest do świadczenia dedykowanych usług dla segmentu klientów biznesowych. Przykładami takich usług są: wirtualne sieci prywatne (z możliwością dostępu do Internetu), centrale PBX (centrale abonenckie, ang. *private branch exchange*) oraz łącza dzierżawione.

Sieć optyczna eksploatowana przez Grupę Polsat obejmuje 4.368 km własnych kabli światłowodowych oraz 4.250 km dzierżawionych kabli światłowodowych.

Sieć rdzeniowa zapewnia centralną obsługę usług abonenckich, integrując je dla technologii 2G/3G/4G (*Single Core*). Dzięki temu jesteśmy w stanie zapewnić klientom dostęp do naszych usług bez względu na wykorzystaną technologię radiową, pozwalając na ewolucyjne przejście dla usług głosowych od 2G (GSM), poprzez 3G (w tym usługi głosowe wyższej jakości), do 4G (z usługami głosowymi opartymi o CSFB lub, w przyszłości, VoLTE). Taką samą strategię zastosowano dla usług transmisji danych, dzięki czemu klient może korzystać z szerokopasmowego dostępu do Internetu zarówno w sieci 3G (HSPA+, HSPA+ Dual Carrier), jak i 4G (LTE/LTE Advanced). Architektura sieci rdzeniowej pozwala na efektywne i proste rozszerzanie pojemności wraz z rozwojem bazy abonenckiej i wzrostem zapotrzebowania na usługi.

W grudniu 2015 roku na zlecenie UKE zostało przeprowadzone badanie jakości usług świadczonych przez największych polskich operatorów komórkowych. Wyniki tego badania wskazują, że na tle konkurencyjnych operatorów sieć Plus wyróżniała się w szczególności bardzo korzystnymi wynikami w zakresie średniej prędkości transmisji danych (zarówno dowład oraz upload), niskim współczynnikiem utraty pakietów oraz krótkim czasem zestawiania połączeń głosowych.

Zgodnie z opublikowanym raportem średnia prędkość pobierania danych w sieci Plus to 25,19 Mb/s, podczas gdy wyniki szybkości pobierania danych w sieciach T-Mobile i Orange wyniosły odpowiednio 20,64 Mb/s i 19,66 Mb/s, a w sieci Play 12,43 Mb/s. Plus miał również największy wskaźnik prędkości wysyłanych danych, który wyniósł 17,71 Mb/s. W przypadku pozostałych operatorów wyniki wyglądały następująco: T-Mobile - 16,87 Mb/s, Orange - 15,85 Mb/s i Play - 12,60 Mb/s.

Również kolejne badanie przeprowadzone na zlecenie UKE i opublikowane w grudniu 2016 roku potwierdziło najwyższe prędkości transferu w sieci Plus. Tym razem badanie skupiało się na głównych trasach kolejowych w Polsce.

### **Utrzymanie i modernizacje sieci**

Grupa Polsat jest właścicielem zarówno infrastruktury pasywnej (takiej jak wieże, maszty, kontenery oraz systemy zasilania i klimatyzacji), jak i aktywnej (takiej jak stacje bazowe, kontrolery stacji bazowych i systemy transmisyjne). Dostawcami infrastruktury aktywnej są wiodący międzynarodowi dostawcy, tacy jak między innymi Nokia Solutions and Networks i Ericsson w zakresie sprzętu 2G/3G/LTE oraz Huawei, Ericsson i NEC w warstwie transmisyjnej. Zazwyczaj stosowane są umowy ramowe, bez określania konkretnych zobowiązań dla rozbudowy sieci, w połączeniu z usługami wsparcia, takimi jak modernizacje i uaktualnienia oprogramowania, usługami napraw i rozwiązywania problemów w zakresie rozwoju sieci.

Na bieżąco modernizujemy i rozwijamy naszą sieć, aby móc świadczyć technologicznie zaawansowane usługi naszym użytkownikom oraz w celu optymalizacji parametrów technicznych i efektywności sieci. Modyfikacje sieci obejmują zwiększanie pojemności istniejących elementów sieci, wymianę oraz wprowadzanie dodatkowego osprzętu oraz ciągłą optymalizację uzyskiwaną poprzez rekonfigurację parametrów sieci.

Sieć jest monitorowana i utrzymywana przez główne centrum zarządzania siecią (NMC) oraz cztery regionalne centra utrzymania (OMC). Centra utrzymania odpowiedzialne są za monitorowanie i nadzór nad siecią dostępową w trybie ciągłym, bieżącą obsługę awarii i usterek, prowadzenie prac integracyjnych i konfiguracyjnych oraz koordynowanie prac naprawczych realizowanych przez zespoły utrzymania terenowego. Centrum zarządzania siecią zapewnia, z kolei, obsługę sieci rdzeniowej i platform usług dodanych (w analogicznym zakresie jak w przypadku centrów utrzymania) oraz dodatkowo pełni rolę centralnego punktu kontaktowego Polkomteli dla organów administracji państwowej, jak też innych operatorów krajowych i zagranicznych w sytuacjach kryzysowych oraz w przypadku zaistnienia awarii.

W ramach procesu optymalizacji obejmującego wszystkie komponenty sieci, w tym sieć dostępową, sieć transportową, sieć rdzeniową i wszystkie punkty styku sieci, rozkład ruchu oraz określone parametry sieci i usług są stale monitorowane i analizowane.

### **Rozwój technologii LTE**

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. Zakres wykorzystywanego przez nas pasma dedykowanego pod technologię LTE pozwala na świadczenie usługi o prędkości do 150 Mb/s przy pobieraniu danych i do 50 Mb/s - przy wysyłaniu. Natomiast po zagregowaniu wybranych pasm, na co pozwalają techniki *Carrier Aggregation*, można istotnie zwiększyć prędkość transferu dostępnego dla klientów końcowych, przy czym maksymalna prędkość uzależniona jest od ilości agregowanych pasm radiowych.

W 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 opartą na ciągłym bloku 20 MHz z zakresu 1800 MHz. Od 2015 roku korzystamy dodatkowo z sieci opartej o blok 5 MHz z zakresu 800 MHz, co w połączeniu z wyraźnie zintensyfikowaną w drugiej połowie 2016 roku rozbudową liczby nadajników LTE 1800 pozwoliło zwiększyć zasięg mobilnego Internetu LTE oferowanego przez Plusa i Cyfrowy Polsat do pułapu 99% populacji w styczniu 2017. Jednocześnie rozpoczęliśmy agregowanie użytkowanych przez nas pasm 800 MHz, 1800 MHz oraz nowo zakupionego pasma 2600 MHz, w efekcie czego udostępniliśmy naszym klientom technologię LTE-Advanced umożliwiającą transfer z maksymalną prędkością sięgającą nawet 300 Mb/s. Według stanu na styczeń 2017 roku, usługa LTE Plus Advanced dostępna była dla ponad 40% Polaków.

### **Strategia dalszego rozwoju sieci**

W świetle bardzo wysokich poziomów cenowych osiągniętych w zakończonej w 2016 roku Aukcji LTE uznaliśmy, że potencjalna współpraca z podmiotami, które wylicytowały częstotliwości 800 MHz, byłaby nieopłacalna i nieracjonalna zarówno dla Grupy, jak i dla naszych klientów. Wobec powyższego, podjęliśmy decyzję o inwestycji w dalszy rozwój sieci

LTE w oparciu o obecnie posiadane i wykorzystywane przez Polkomtel i Aero2 częstotliwości z zakresu 900 MHz, 1800 MHz, 2100 MHz i 2600 MHz.

Spodziewamy się, że rozbudowa sieci LTE w oparciu przede wszystkim o ciągły 20 MHz blok pasma z zakresu 1800 MHz przy zagęszczeniu siatki lokalizacji stacji bazowych, wyraźnym wzroście liczby działających nadajników oraz zastosowaniu unikalnej technologii ODU-IDU (Outdoor Unit Indoor Unit) pozwolą nam utrzymać przewagę konkurencyjną pod względem parametrów jakościowych dostarczanej przez nas usługi mobilnego Internetu. Kolejnym istotnym rozwiązaniem będzie planowany refarming częstotliwości 900 MHz oraz 2100 MHz skutkujący alokacją części pasm używanych obecnie do świadczenia usług 2G i 3G do najnowszej technologii LTE/LTE-Advanced. W efekcie spodziewany jest dalszy wzrost parametrów jakościowych świadczonej przez nas usługi dostępu do Internetu. Jednocześnie skala nakładów inwestycyjnych na planowaną przez nas rozbudowę sieci mobilnej będzie znacząco niższa aniżeli koszt zakupu pasma 800 MHz w ramach Aukcji LTE. Docelowo może przełożyć się to na atrakcyjniejsze usługi i ceny dla klientów niż w przypadku rozbudowy sieci na częstotliwości 800 MHz.

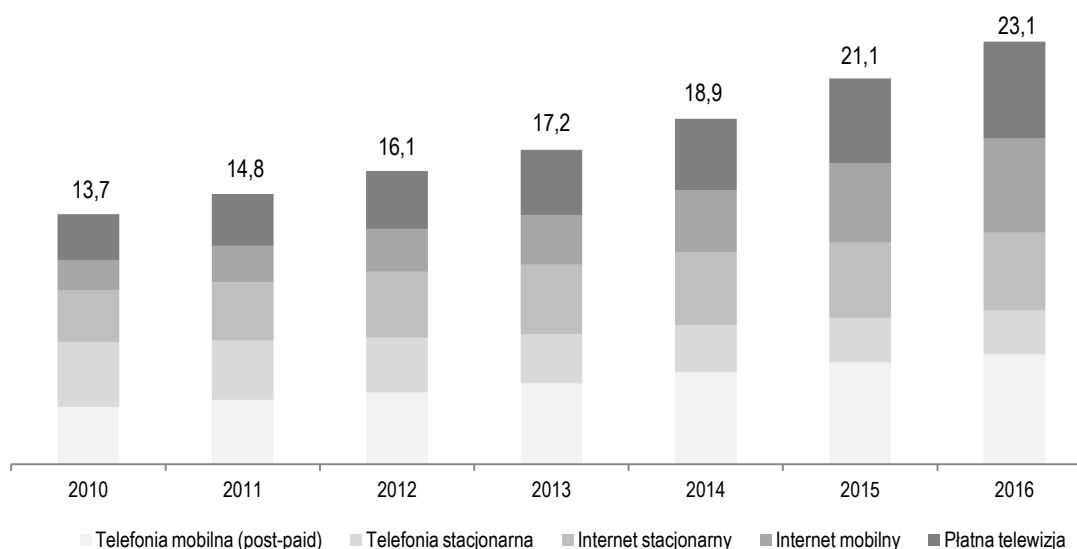
## 2.3. Działalność na rynku usług zintegrowanych

### 2.3.1. Rynek usług zintegrowanych w Polsce

Obecnie pakietyzacja usług jest jednym z najsilniejszych trendów na polskim rynku mediów i telekomunikacji. Operatorzy rozwijają swoje oferty usług sprzedawanych w pakietach w odpowiedzi na zmieniające się preferencje klientów, którzy coraz częściej szukają usług medialnych i telekomunikacyjnych świadczonych w przystępnych cenach przez jednego operatora w ramach jednej umowy, jednej faktury i jednej opłaty. Przy wysokim nasyceniu rynku płatnej telewizji oraz telefonii komórkowej pakietyzacja usług odgrywa coraz ważniejszą rolę w utrzymaniu istniejącej bazy klientów. Oferowanie usług zintegrowanych pozwala operatorom na zwiększanie lojalności klientów, a w konsekwencji obniżanie wskaźnika odpływu klientów, jak również przyczynia się do wzrostu przychodów przypadających na jednego abonenta.

Polski rynek usług zintegrowanych systematycznie się rozwija. Według szacunków PMR („Rynek zintegrowanych usług telekomunikacyjnych w Polsce 2016”) na koniec 2016 roku liczba usług sprzedawanych w pakietach przekroczyła 23 mln i była o 2 mln wyższa niż rok wcześniej. PMR szacuje, że całkowita liczba abonentów (zarówno detalicznych jak i biznesowych) usług pakietowych wyniosła w 2016 roku ponad 10,1 mln, a na każdego z nich przypadało blisko 2,3 usługi.

#### Liczba usług sprzedawanych w pakietach w Polsce (mln)



Źródło: PMR, „Rynek zintegrowanych usług telekomunikacyjnych 2016” (dane szacunkowe)

Rynek usług pakietowych konsekwentnie rośnie od 2010 roku pod względem wartościowym. Według szacunków PMR w 2016 roku przychody operatorów ze sprzedaży usług w pakietach rosły w tempie 12,4% rok do roku do poziomu 10,2 mld zł. Podobny trend cechuje ARPU – PMR szacuje, że średni przychód na klienta ze sprzedaży usług w pakietach wzrósł w 2016 roku do 86,6 zł z 84,1 zł w 2015 roku.

Usługi zintegrowane są w Polsce świadczone przede wszystkim przez operatorów telewizji kablowej i firmy telekomunikacyjne. Według PMR na koniec 2015 roku blisko połowę rynku usług pakietowych posiadali czterech największych gracze – Orange, Grupa Polsat, T-Mobile oraz UPC. Pod względem liczby abonentów udział Grupy Polsat w rynku usług sprzedawanych w pakiecie w 2015 roku wyniósł 15,4%. Pozostałym istotnymi podmiotami na rynku był operator komórkowy P4 oraz operatorzy kablowi: Vectra, Multimedia Polska i Netia. Żaden z pozostałych podmiotów oferujących usługi w pakietach nie przekroczył progu 2%.

Zarówno telekomunikacyjni operatorzy stacjonarni, jak i kablowi świadczą swoje usługi zintegrowane przede wszystkim w dużych i średnich miastach, głównie ze względu na ograniczony zasięg geograficzny ich infrastruktury i słabo rozwiniętą infrastrukturę telekomunikacyjną w Polsce. Rynek usług zintegrowanych w Polsce jest słabo rozwinięty na terenach nisko zurbanizowanych, a przez to ma znaczny potencjał wzrostu na obszarach podmiejskich, w małych miastach i wsiach. Oprócz niskiego współczynnika penetracji ofert usług zintegrowanych na słabo zaludnionych terenach, również usługi internetowe świadczone przez operatorów kablowych na tych terenach są z reguły niskiej jakości ze względu na wyraźne braki infrastruktury. Dla operatorów płatnej telewizji satelitarnej, takich jak Cyfrowy Polsat, których nie ogranicza zasięg geograficzny i brak infrastruktury sieciowej w takim stopniu jak operatorów telewizji kablowej i telekomunikacyjnych operatorów sieci stacjonarnych, stwarza to szanse na wypracowanie pozycji wiodących dostawców wysokiej jakości usług zintegrowanych dla klientów na przedmieściach, w małych miastach i wiejskich obszarach Polski.

Według raportu Komisji Europejskiej „E-Communications and Digital Single Market” z maja 2016 roku nasycenie usługami zintegrowanymi (definiowanymi jako więcej niż jedna usługa w ramach oferty jednego operatora) w Polsce w październiku 2015 roku wynosiło 37%, podczas gdy średnie nasycenie w UE sięgało 50%, a w Holandii i na Malcie wyniosło odpowiednio 87% i 78%. Dane te mogą być jednak zaniżone z uwagi na metodologię przeprowadzania ankiet. Według PMR w czwartym kwartale 2016 roku 62% gospodarstw domowych deklaruowało korzystanie z co najmniej dwóch usług telekomunikacyjnych od tego samego dostawcy oraz usług zintegrowanych.

Badania PMR wskazują, że pakiet łączący dwie usługi jest nadal najpopularniejszą opcją. W czwartym kwartale 2016 roku zdecydowało się na nią 57% Polaków. Z usług triple-play (pakiet obejmujący trzy usługi) korzystało w tym samym okresie 35% Polaków, a na pakiet czterech usług zdecydowało się tylko 7% klientów. Jeśli chodzi o strukturę pakietów, w ramach usług łączonych dominują usługi dostępu do internetu stacjonarnego oraz płatna telewizja, a w dalszej kolejności telefonia stacjonarna i mobilna. Usługa mobilnego dostępu do Internetu wchodzi w skład zaledwie jednej trzeciej zakupionych pakietów.

### **Prognozy rozwoju rynku usług zintegrowanych**

Według prognoz PMR rynek usług zintegrowanych będzie w kolejnych latach konsekwentnie rósł zarówno pod względem ilościowym, jak i wartościowym. Przewidywana średnioroczna stopa wzrostu rynku w latach 2016-2021 wyniesie 7,4%. W 2021 roku liczba abonentów korzystających z pakietów usług przekroczy 12,7 mln. Z kolei liczba usług sprzedawanych w pakietach w 2021 roku sięgnie 33,5 mln.

Na rozwój polskiego rynku usług zintegrowanych w nadchodzących latach będzie miał wpływ nie tylko niski poziom nasycenia tego rynku usługami, ale także systematyczna rozbudowa infrastruktury i poprawa jakości dostępu do sieci, w szczególności przepustowość łączy. Nie bez znaczenia są też strategie operatorów opierające się na łączeniu usług telekomunikacyjnych i mediowych z usługami spoza sektora telekomunikacyjnego. Oferta usług zintegrowanych czołowych operatorów telekomunikacyjnych działających na polskim rynku obejmuje np. sprzedaż energii elektrycznej i gazu czy produktów bankowych, finansowych i ubezpieczeniowych. Trendy konsolidacyjne obserwowane na rynku mediów i telekomunikacji również mogą przełożyć się na rozwój rynku usług zintegrowanych.

### 2.3.2. Oferta usług łączonych Grupy Polsat

Oferta usług łączonych jest dla nas ważnym narzędziem, które umożliwia utrzymanie i poszerzenie bazy klientów przy równoczesnym zwiększaniu ich zadowolenia i lojalności. W dłuższej perspektywie oferta usług zintegrowanych umożliwia nam zwiększenie średniego przychodu na klienta, a także dalsze zmniejszenie wskaźnika odpływu klientów.

#### **smartDOM**

smartDOM to unikalny program oszczędnościowy, oferujący pełen wachlarz produktów i usług, które pozwalają klientom stworzyć wygodny, bezpieczny i nowoczesny dom. Oparty jest o prosty i elastyczny mechanizm – wystarczy posiadać jedną usługę o określonej wartości, a przy zakupie kolejnych produktów z Grupy klient otrzymuje atrakcyjne rabaty na cały okres trwania umowy. W ten sposób każdy klient może stworzyć zestaw dla swojej rodziny składający się z telewizji satelitarnej, Internetu LTE oraz usług telefonicznych.

Stopniowo do programu dołączane są kolejne usługi. W 2017 roku rozpoczęliśmy nowy etap w komunikacji naszej strategicznej oferty zintegrowanej. Program, promowany pod hasłem „Domowy Program Oszczędnościowy smartDOM”, będzie docelowo liczył dziewięć produktów i usług, które można łączyć i dzięki temu oszczędzać na domowych rachunkach. Oprócz flagowych i podstawowych usług: telefonii komórkowej Plusa, Internetu LTE Plus i Plus Advanced oraz telewizji satelitarnej Cyfrowego Polsatu, klienci smartDOMu mogą również skorzystać z usług sprzedaży energii elektrycznej w ramach oferty Prąd od Plusa, usług bankowych oferowanych przez PlusBank, kompleksowych usług ubezpieczeniowych oferowanych we współpracy z ERGO Hestia oraz usług z zakresu bezpieczeństwa domu, takich jak monitoring pomieszczeń. Ponadto w ofercie znajdują się urządzenia telekomunikacyjne oraz sprzęt RTV i AGD. W najbliższej przyszłości do oferty wprowadzona zostanie również sprzedaż gazu.

Wszystkie proponowane klientom usługi pełnią ważną rolę w gospodarstwie domowym. Dzięki unikalnej formule programu smartDOM, klient może kupić niezbędne dla domu usługi i produkty w jednym miejscu dodatkowo zapewniając sobie oszczędności na każdej dokupowanej usłudze.

#### **smartFIRMA**

W październiku 2014 roku uruchomiliśmy analogiczny program skierowany do klientów biznesowych segmentu SOHO pod nazwą smartFIRMA. Pozwala on na łączenie usług telefonii komórkowej, Internetu LTE oraz telefonii stacjonarnej. W programie znajdują się także produkty Plus Banku, energia elektryczna od Plusa oraz szerokie portfolio dodatkowych usług wspierających i rozwijających biznes.

W październiku 2015 roku do programu smartFIRMA wprowadzone zostały nowe kategorie usług, zapewniono klientom większą elastyczność w ich doborze, dodano nową ofertę telefonii stacjonarnej, a kolejne produkty można dołączać w dowolnym momencie trwania programu. Nasi klienci biznesowi mogą wybrać do 6 produktów, a na 5 z nich otrzymują rabaty. Pierwszy produkt to zawsze telefonia komórkowa lub Internet LTE, na drugi i trzeci produkt udzielany jest rabat 50%. Można dokupić dwie dodatkowe karty telefonii komórkowej i otrzymać upusty odpowiednio 10 zł i 20 zł, a klienci prowadzący jednoosobową działalność gospodarczą mogą jako osoby prywatne zakupić dla domu telewizję satelitarną Cyfrowego Polsatu.

Pod koniec 2016 roku szerokie portfolio usług smartFIRMA zostało poszerzone o ofertę Bezpieczna Firma (monitoring).

### 2.4. Sprzedaż i marketing

#### **Marketing i budowanie marki**

Wizerunek firmy oraz rozpoznawalność marki mają istotny wpływ na decyzje zakupowe większości naszych klientów. Konsekwentnie podejmujemy działania marketingowe mające na celu budowanie spójnego i zgodnego z obraną strategią wizerunku Grupy Polsat, opartego w szczególności na trzech podstawowych markach: „Cyfrowy Polsat”, „Plus” i „Polsat”. Dążymy do ciągłego zwiększania zadowolenia klientów z naszych usług, w szczególności w zakresie dostępnych produktów i usług, jakości, użyteczności i dostępności działu obsługi klienta oraz użyteczności kanałów automatycznej informacji i kanałów samoobsługowych.

Według Rankingu Najmocniejszych Polskich Marek 2016, przygotowanym przez dziennik Rzeczpospolita we współpracy z Acropolis Advisory i Kantar Millward Brown, nasze najważniejsze marki – „Cyfrowy Polsat”, „Plus” i „Polsat” były jednymi z najsilniejszych i najbardziej rozpoznawalnych marek w swoich branżach.

Zgodnie z badaniem przeprowadzonym przez agencję GfK na rynku telekomunikacyjnym w Polsce w październiku i listopadzie 2016 roku znajomość wspomaganą marki „Plus” w segmencie głosowym wynosiła 98%, zaś w segmencie

transmisji danych 88%. Powyższe badanie pokazało także, że na rynku dostawców płatnej telewizji w Polsce w listopadzie 2016 roku, Cyfrowy Polsat był najbardziej rozpoznawalnym dostawcą płatnej TV w Polsce, ze znajomością spontaniczną i wspomaganą na poziomie odpowiednio 75% i 95%.

Do promowania naszych usług wykorzystujemy głównie: reklamę telewizyjną (spoty, billboardy sponsorskie i działania typu *product placement*), reklamę w Internecie i reklamę zewnętrzną. Prowadzimy także szereg ogólnopolskich kampanii w radiu i w prasie. Kluczowe kampanie ogólnopolskie wspieramy działaniami lokalnymi. Każdą kampanię dotyczącą usług zarówno Cyfrowego Polsatu jak i Polkomtelu wspieramy w mediach społecznościowych.

Ważnym kanałem komunikacji z klientami - obecnymi i nowymi - są komercyjne strony internetowe Cyfrowego Polsatu i Polkomtelu. Ponadto z naszymi obecnymi klientami komunikujemy się wykorzystując telemarketing, mailing, dedykowany kanał abonencki (za pośrednictwem którego klienci Cyfrowego Polsatu mają dostęp do informacji dotyczących ich abonamentu) oraz Internetowe Centrum Obsługi Klienta.

### **Sieć sprzedaży**

Sprzedaż naszych usług odbywa się za pośrednictwem sieci sprzedaży obejmującej swym zasięgiem całą Polskę. Na dzień 31 grudnia 2016 roku, połączona sieć sprzedaży Cyfrowego Polsatu i Polkomtelu obejmowała 1.269 stacjonarnych punktów sprzedaży. W większości punktów sprzedaży dostępna jest zarówno oferta płatnej telewizji i Internetu od Cyfrowego Polsatu oraz oferta telekomunikacyjna Polkomtelu, jak również dodatkowe produkty dla klientów obu operatorów, takie jak np. Plus Energetyka.

Sprzedaż usług Grupy Polsat odbywa się również przy udziale kanałów zdalnych. Na dzień 31 grudnia 2016 roku Cyfrowy Polsat posiadał 5 call center telemarketingowych (własne i zewnętrzne) zajmujących się utrzymaniem klienta i sprzedażą podstawowych produktów.

Dystrybucję naszych produktów i usług płatnej telewizji prowadzimy dodatkowo za pośrednictwem kanału sprzedaży bezpośredniej D2D (*door-to-door*), który pozwala nam na precyzyjne dotarcie do wybranych grup klientów, bezpośredni kontakt z klientem oraz zwiększenie zasięgu sieci sprzedaży.

Sprzedaż telekomunikacyjnych usług przedpłaconych odbywa się przy wykorzystaniu innych kanałów sprzedaży. Na dzień 31 grudnia 2016 roku Polkomtel był stroną 15 aktywnych umów z niewyłącznymi, niezależnymi sprzedawcami usług prepaid, obejmujących około 60 tys. punktów sprzedaży zestawów startowych i telekart, w tym 22 tys. dokonujących rejestracji wynikającej z Ustawy o działaniach antyterrorystycznych uchwalonej w dniu 10 czerwca 2016 roku oraz około 130 tys. punktów sprzedających doładowania elektroniczne.

Dodatkowo Polkomtel posiada rozbudowaną strukturę sprzedaży dedykowaną do obsługi zróżnicowanych pod kątem skali klientów biznesowych. Klienci należący do segmentu korporacyjnego (z wyjątkiem mniejszych przedsiębiorstw należących do kategorii SME) obsługiwani są przez około 50 tzw. Kierowników Klientów Kluczowych oraz około 40 dedykowanych opiekunów klienta. Mniejsi klienci należący do segmentu SME (*Small and Medium Enterprises*) oraz więksi klienci należący do segmentu SOHO (*Small Office/Home Office*), tj. klienci posiadający co najmniej pięć kart SIM i generujący przychody wyższe niż średnia przychodów klientów SOHO obsługiwani są przez około 360 autoryzowanych doradców biznesowych. Pozostali klienci z segmentu SOHO, wraz z klientami indywidualnymi, obsługiwani są przez autoryzowane Punkty Sprzedaży Plusa, a także przez własne telefoniczne centrum obsługi, centra telefoniczne prowadzone przez czterech partnerów świadczących dla spółki usługi telesprzedaży oraz poprzez należący do spółki sklep internetowy.

Systematycznie prowadzimy restrukturyzację oraz modernizację naszej sieci sprzedaży w celu pełnej integracji sieci sprzedaży Cyfrowego Polsatu i Polkomtelu. Dążymy do uspoźnienia procesów sprzedaży w ramach jednego punktu, zbudowania wspólnych systemów logistyczno-magazynowych oraz pełnej integracji szkoleń i edukacji naszych kanałów sprzedażowych. Powyższe działania mają na celu podniesienie efektywności sprzedaży oraz dostosowanie naszej sieci sprzedaży do obsługi rozszerzającego się portfolio naszych usług.

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

Ważnym kanałem komunikacji z naszymi klientami jest telefoniczne centrum sprzedaży. Reklamując nasze usługi w różnych mediach, podajemy numery telefonów do infolinii sprzedażowej Cyfrowego Polsatu i Polkomtelu tak, aby potencjalni klienci mieli możliwość zasięgnięcia informacji na temat naszych usług, bezpośredniego złożenia zamówienia lub pozyskania adresu najbliższego punktu sprzedaży.



Call Center Cyfrowego Polsatu posiada ponad 600 stanowisk telefonicznych oraz około 320 stanowisk back-office do obsługi pisemnych wniosków (w tym faksowych i e-mailowych), natomiast Call Center Polkomtela składa się z ponad 800 stanowisk telefonicznych oraz około 350 stanowisk back-office. Nasze telefoniczne centra pozostają do dyspozycji naszych obecnych i potencjalnych klientów 24 godziny na dobę, siedem dni w tygodniu, i odpowiadają za kompleksową i profesjonalną obsługę klienta. Operatorzy Call Center przekazują klientom informacje o naszych usługach, pośredniczą w zawieraniu umów abonenckich, przyjmują ewentualne reklamacje, udzielają informacji na temat płatności oraz zapewniają innego rodzaju wsparcie w ramach obsługi klienta.

### **Komunikacja online**

Komunikacja za pośrednictwem Internetu pełni ważną rolę informacyjną dla rosnącej liczby istniejących i potencjalnych klientów. Zapewnia użytkownikom możliwość poznania oferty programowej, multimedialnej i telekomunikacyjnej spółek z Grupy Polsat, zamówienia wybranego sprzętu razem z wybranym pakietem lub znalezienia najbliższego punktu sprzedaży.

Prowadzimy strony komercyjne zawierające szczegółowe informacje o ofercie Cyfrowego Polsatu i Polkomtela, jak również o ofercie usług łączonych obu operatorów w ramach programu smartDOM. Na stronie internetowej Cyfrowego Polsatu ([www.cyfrowypolsat.pl](http://www.cyfrowypolsat.pl)) klienci znajdą informacje na temat aktualnej oferty płatnej telewizji i telekomunikacyjnej, mogą wybrać interesujący ich pakiet telewizyjny, internetowy oraz sprzęt (dekodery, tablety, laptopy, routery) lub też sprawdzić aktualne promocje w dziale VOD. Ponadto na naszej stronie internetowej prezentujemy ofertę oraz najciekawszy контент dostępny w ramach telewizji online IPLA, serwisów HBO GO oraz Filmbox Live wraz z linkami, które przenoszą użytkownika bezpośrednio na stronę właściwego serwisu. W serwisie [www.cyfrowypolsat.pl](http://www.cyfrowypolsat.pl) codziennie udostępniamy internautom aktualizowany program telewizyjny z ofertą programową ponad 490 kanałów. Narzędzie wzbogacone jest o część redakcyjną, w której polecamy najciekawsze - naszym zdaniem - pozycje programowe, a także dajemy możliwość sortowania ramówki wg kryteriów użytkownika.

Na stronach internetowych [www.plus.pl](http://www.plus.pl) i [www.plushbezlimitu.pl](http://www.plushbezlimitu.pl) klienci mogą zapoznać się z ofertą telekomunikacyjną Polkomtela, wybrać interesujący ich telefon bądź sprzęt internetowy (tablety, laptopy, routery, konsole) czy sprawdzić aktualne promocje. Polkomtel prowadzi sklep internetowy oferujący produkty i usługi dostępne zarówno dla obecnych jak i nowych klientów. W ostatnim roku na stronie [www.plus.pl](http://www.plus.pl) uruchomiona została sprzedaż produktów bez umowy, w tym w szczególności produkty z kategorii AGD. Klient, który kupuje usługi kontraktowe, może również wybrać usługi dodatkowe w ramach procesu składania zamówienia. Zmieniono standardy obsługi klienta sklepu internetowego co przyniosło znaczne podniesienie satysfakcji klienta i skłonności do realizacji zakupów w tym kanale.

Klientom naszej Grupy oferujemy dostęp do kont online - Internetowe Centrum Obsługi Klienta dla klientów Cyfrowego Polsatu i Plus Online dla klientów Polkomtela. Funkcjonalność ta umożliwia klientom podgląd swojego konta przez Internet, gdzie po zalogowaniu klient może sprawdzić np. stan swoich usług, status płatności, pakiety objęte abonamentem, terminy płatności czy zamówić dodatkowe usługi. W odpowiedzi na zachodzące na rynku trendy – w szczególności dynamicznie rosnącą popularność smartfonów i rosnące znaczenie usług mobilnych, w 2015 roku Polkomtel udostępnił aplikację mobilną do zarządzania kontem klienta, która posiada szeroki zakres funkcjonalności i jest kompatybilna z najpopularniejszymi mobilnymi systemami operacyjnymi dostępnymi na rynku.

### **Magazyn centralny**

Nasz magazyn centralny prowadzony jest przez operatora logistycznego Arvato Polska, Centrum Usługowo-Logistyczne w Błoniu. Jest to firma zewnętrzna, która świadczy dla nas usługi w zakresie przyjęć, dystrybucji, zwrotów, konfekcjonowania, kompletacji, archiwizacji, zakupu materiałów eksploatacyjnych, nadawania przesyłek w ramach wszystkich istniejących kanałów sprzedaży. Powierzchnia magazynu Arvato Polska, która jest przez nas zajmowana to 6.300 m<sup>2</sup>. Na tej powierzchni znajduje się obecnie 4.000 miejsc paletowych, z możliwością ich zwiększenia o 1.000 miejsc paletowych. W magazynie centralnym Arvato Polska składowane są zapasy towarów telekomunikacyjnych Polkomtela, jak: telefony, modemy, laptopy, routery, telewizory, karty SIM, telekarty, materiały drukowane, gadżety, akcesoria, zestawy złożone, jak również – po wprowadzonej integracji gospodarki magazynowej – materiały Cyfrowego Polsatu, czyli. dekodery, dyski twarde, dekodery DVB-T, modemy, routery, karty SIM, materiały reklamowe/eventowe, itp. Dystrybucję tego sprzętu do wszystkich kanałów sprzedażowych prowadzi również magazyn w Błoniu. Magazyn centralny jest wystarczająco duży, aby zaspokoić wszystkie przewidywane potrzeby magazynowe spółek z Grupy.

## 2.5. Obsługa i utrzymanie klienta

### Obsługa klienta

Stale podnosimy 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 (ang. *Text To Speech*) oraz standardową korespondencję pocztową. System zarządzania relacjami z klientami pozwala kompleksowo, terminowo i efektywnie realizować oraz dokumentować obsługę wszystkich zgłoszeń klientów.

Trzonem obsługi klienta jest centrum obsługi telefonicznej. Składa się ono z czterech odrębnych ośrodków zintegrowanych poprzez system inteligentnej dystrybucji połączeń. System ten zapewnia całodobową obsługę klientów we wszystkie dni roku. Wspomniany system inteligentnej dystrybucji pozwala także na obsługę połączenia z uwzględnieniem kryterium tematu rozmowy i przekierowanie go do konsultanta zgodnie ze wskazaną tematyką, co pozwala na skrócenie czasu potrzebnego do obsługi klienta. W procesie telefonicznej obsługi posprzedażnej prowadzona jest również aktywna dosprzedaż produktów.

Od 2014 roku w Cyfrowym Polsacie funkcjonuje ulepszona wersja Internetowego Centrum Obsługi Klienta (ICOK) - zaawansowanego narzędzia, umożliwiającego klientom Cyfrowego Polsatu bezpieczny i bezpłatny dostęp do zasobów back-office i pomocy technicznej w trybie online. Za pomocą ICOK klienci mogą samodzielnie dokupić i modyfikować swoje pakiety, sprawdzić saldo należności wraz z ich historią, kontrolować dostępne jednostki do wykorzystania w ramach aktywnych pakietów, a także dokonać płatności (również z góry za dowolną ilość miesięcy). Oprócz tego użytkownicy ICOK mogą modyfikować swoje dane teleadresowe, wydrukować przelew pocztowy lub zlecenie płatności w banku, sprawdzić specyfikację techniczną posiadanego sprzętu, wydrukować odpowiednie instrukcje obsługi, wznowić połączenie z satelitą, przywrócić fabryczne ustawienie kodu PIN w dekodерze, a także skontaktować się z nami za pomocą formularza kontaktowego.

Polkomtel oferuje klientom szeroki zakres rozwiązań samoobsługowych, które umożliwiają zarządzanie kontami abonenckimi. Rozwiązania te obejmują automatyczny system informacji głosowych, możliwość dokonywania zmian na kontach klientów za pomocą wiadomości tekstowych oraz system USSD, w ramach którego informacje są uzyskiwane poprzez przesyłanie zapytań w formie krótkich kodów wpisywanych na klawiaturze telefonu. Ponadto oferowane rozwiązania obejmują internetowy system samoobsługowy Plus Online, obejmujący m.in. sekcję zawierającą odpowiedzi na częste pytania klientów, internetowy formularz kontaktowy wsparty mechanizmami automatycznej analizy pytania klienta i udzielania informacji przed wysłaniem pytania do konsultanta, a także internetowy kanał komunikacyjny, obejmujący wsparcie klienta poprzez pocztę elektroniczną oraz tzw. „chat” internetowy.

Od 2015 roku w Polkomtelu funkcjonuje aplikacja mobilna do zarządzania kontem klienta, dzięki której możliwy jest stały i bezpłatny dostęp do bieżących informacji związanych z kontem bilingowym, aktualną ofertą oraz możliwość zakupu dodatkowych pakietów i usług. Korzystanie z serwisu jest darmowe i bez opłat za transmisję danych za ruch realizowany w aplikacji.

Od 2000 roku Polkomtel posiada wdrożony i stale doskonalony system zarządzania przez jakość, a od 2012 - również system zarządzania środowiskowego. Potwierdzeniem tego faktu są międzynarodowe certyfikaty ISO 9001:2008 oraz ISO 14001:2004 wydane dla Polkomtel przez DEKRA Certification Sp. z o.o. Zakres certyfikatów obejmuje sprzedaż produktów i usług telekomunikacyjnych oraz sprzedaż energii elektrycznej, obsługę i utrzymanie klienta. W listopadzie 2015 roku Polkomtel pomyślnie przeszedł audyt nadzoru w zakresie systemu zarządzania jakością przeprowadzony przez DEKRA Certification Sp. z o.o.

### Utrzymanie klienta

Na wysoce konkurencyjnym rynku utrzymanie klienta jest dla nas niezwykle ważnym obszarem działalności. Stale rozwijamy nasze oferty i sposoby działania, aby minimalizować churn ilościowy i wartościowy i w efekcie zabezpieczyć przychody z bazy klientów Grupy Polsat.

W ramach programów utrzymaniowych prowadzimy działania zarówno w procesie reaktywnym jak i proaktywnym. W procesie reaktywnym proces inicjowany jest przez klienta. W szczególności jeśli klient wyrazi chęć zakończenia korzystania z naszych usług, wyspecjalizowany zespół konsultantów kontaktuje się z nim i przedstawia nowe, atrakcyjne warunki dalszej współpracy, tak aby zachęcić go do pozostania z naszą Grupą.

W przypadku programów proaktywnych my jako usługodawca inicjujemy proces. Aktywne działania utrzymaniowe rozpoczynamy przed upływem podstawowego okresu umowy klienta. Analizujemy obecne portfolio usług klienta, tak aby przedstawione propozycje w możliwie najwyższym stopniu odpowiadały jego obecnym potrzebom. Szeroka gama produktów oferowanych przez nas sprawia, że oprócz propozycji wzbogacenia usługi, którą klient posiada, oferujemy bardzo atrakcyjne warunki skorzystania z pozostałych naszych usług.

Klient w każdym momencie może rozszerzyć pakiet wykupionych usług, np. do posiadanego pakietu telewizyjnego na preferencyjnych warunkach może dodać usługi telefonii komórkowej oraz dostępu do Internetu. Również w dowolnym momencie każdy klient może skorzystać z poszerzonego pakietu telewizyjnego, usługi Multiroom czy dodatkowego pakietu usług mobilnych. Realizacja ofert jest możliwa w dowolnym kanale – przez internet, po zamówieniu przez telefon z dostawą do domu lub w dowolnym punkcie sprzedaży, w zależności od wyboru klienta.

W minionym roku pierwsi klienci programu SmartDOM kończyli umowy zawarte na warunkach programu. Podejmowane działania aktywne oraz reaktywne i decyzje klientów o przedłużeniu umów dowodzą, że program pozytywnie wpływa na lojalizację klientów. Konsekwentna realizacja programów utrzymaniowych i dosprzedaż kolejnych usług do bazy pomaga nam w obniżaniu wskaźnika odpływu klientów.

## 2.6. Działalność hurtowa na rynku międzyoperatorskim

W ramach działalności hurtowej, świadczymy usługi wzajemnych połączeń sieci, roamingu międzynarodowego, sprzedaży usług roamingu krajowego, sprzedaży usług dla MVNO, współdzielenia zasobów sieciowych, dzierżawy infrastruktury telekomunikacyjnej oraz inne usługi telekomunikacyjne i nietelekomunikacyjne świadczone na rzecz przedsiębiorców telekomunikacyjnych w kraju i za granicą.

### *Wymiana ruchu między operatorami (Interconnect)*

Nasza infrastruktura telekomunikacyjna wykorzystywana w ramach współpracy międzysieciowej umożliwia zarządzanie kierowaniem ruchu telekomunikacyjnego do wszystkich operatorów krajowych i zagranicznych. Na dzień 31 grudnia 2016 roku Polkomtel był stroną 26 umów interkonektowych z operatorami krajowymi oraz międzynarodowymi. Taka ilość relacji interkonektowych pozwala na optymalizację kosztów zakańczania połączeń w sieciach innych operatorów oraz zachowanie najwyższej jakości usług telekomunikacyjnych dla naszych użytkowników końcowych w zakresie ruchu zarówno inicjowanego, jak i zakańczanego w naszej sieci. Rozbudowane pojemności punktów styku sieci w relacjach krajowych i międzynarodowych umożliwiły sprawną obsługę zwiększonego ruchu międzysieciowego wygenerowanego w związku z odbywającymi się w Polsce Światowymi Dniami Młodzieży w lipcu 2016 roku.

W obszarze współpracy międzyoperatorskiej w 2016 roku analogicznie do lat poprzednich podejmowane były aktywne działania w relacjach z operatorami krajowymi i zagranicznymi, w celu redukcji ponoszonych przez nas kosztów hurtowych zakańczania połączeń oraz wzrostu przychodów hurtowych z usług zakańczania połączeń w sieci Polkomtel oraz usługi tranzytu ruchu międzysieciowego. Współpraca z największymi operatorami międzynarodowymi oraz aktywne zarządzanie kierowaniem ruchem umożliwiły natychmiastowe wykorzystanie obniżek stawek hurtowych za kończenie połączeń w sieciach operatorów zagranicznych (zwłaszcza zagranicznych stawek MTR) w wyniku decyzji regulatorów rynku za granicą, co bezpośrednio przełożyło się na obniżkę naszych kosztów.

Począwszy od kwietnia 2016 roku Polkomtel rozpoczął w rozliczeniach międzysieciowych z operatorami krajowymi i zagranicznymi stosowanie wyższych stawek MTR za połączenia zakańczane w sieci ruchomej Polkomtel, które zostały zainicjowane poza Europejskim Obszarem Gospodarczym (EOG). Wprowadzenie takiego modelu rozliczeń za ruch zakańczany w sieci ruchomej Polkomtel ma na celu zbudowanie przeciwwagi dla jednostronnych działań podejmowanych przez zagranicznych operatorów spoza EOG polegających na stosowaniu coraz wyższych stawek MTR za ruch przychodzący z polskich sieci, co skutkowało wyższym kosztem połączeń wychodzących z sieci Polkomtel do tych krajów oraz połączeń odebranych przez klientów Polkomtel korzystających z roamingu w sieciach spoza EOG. Wprowadzenie wyższej stawki MTR za zakańczanie w sieci ruchomej Polkomtel połączeń inicjowanych poza EOG wpłynęło na poprawę salda finansowego naszych rozliczeń z operatorami zagranicznymi.

W 2016 roku realizowany był projekt migracji punktów styku sieci Polkomtel z operatorami na nową technologię IP, z zastosowaniem protokołu sygnalizacji SIP (*Session Initiation Protocol*), umożliwiającego realizację głosowych połączeń międzysieciowych w jakości HD (*HD voice*). Dotychczas abonenci Polkomtel korzystali z HD Voice w ramach połączeń on-net w sieci Polkomtel. W technologii SIP w 2016 roku uruchomione zostały już punkty styku sieci z Orange Polska, co umożliwiło naszym klientom prowadzenie rozmów w jakości HD z klientami sieci Orange. Dodatkowo toczyły się prace nad zmianą technologii realizacji punktów styku sieci, a przez to poszerzeniem zakresu jakości HD Voice, w relacji z pozostałymi krajowymi operatorami komórkowymi.

### **Roaming międzynarodowy**

W ramach działalności hurtowej świadczymy usługi roamingu międzynarodowego dla zagranicznych operatorów komórkowych, które pozwalają klientom zagranicznych sieci komórkowych na korzystanie z usług telekomunikacyjnych (połączeń głosowych, wiadomości tekstowych oraz transmisji danych) po zalogowaniu się w sieci ruchomej Polkomtel, czyli poza ich macierzystą siecią. Dodatkowo, zawieramy umowy hurtowe roamingu międzynarodowego dla potrzeb świadczenia, własnym klientom oraz klientom MVNO, usług roamingu międzynarodowego w sieciach naszych partnerów roamingowych.

Współpraca z partnerami roamingowymi jest ważnym strumieniem sprzedaży w kanale sprzedaży hurtowej Polkomtel. Rozwijamy sprzedaż usług roamingu międzynarodowego oferując usługi roamingowe we własnej sieci dla klientów operatorów zagranicznych przebywających w Polsce. Oferujemy usługę hurtowego roamingu we własnej sieci dla operatorów zagranicznych w oparciu o umowy dyskontowe w zamian za korzystne warunki obsługi ruchu roamingowego, generowanego przez naszych klientów, korzystających z usługi roamingu za granicą. Przekłada się to na redukcję ponoszonych przez nas kosztów hurtowych usług roamingu międzynarodowego, co w konsekwencji umożliwia nam oferowanie konkurencyjnych, pod względem cen i jakości, usług roamingu międzynarodowego dla własnych klientów i klientów MVNO działających na naszej sieci telekomunikacyjnej.

W 2016 roku kontynuowaliśmy politykę obniżania kosztów roamingu, m.in. koncentrując się na obniżeniu kosztów usług transmisji danych w sieciach zagranicznych, co pozwoliło na zaoferowanie naszym klientom indywidualnym i biznesowym najbardziej konkurencyjnej na rynku polskim oferty pakietów roamingowych data, tj. pakietu „Atlantycki”, który obejmuje 33 kraje oraz pakietu „Orientalny”, który obejmuje 44 najpopularniejsze w zakresie wyjazdów Polaków kraje świata. Dzięki aktywnej polityce pozyskiwania nowych partnerów roamingowych do umów dyskontowych, głównie poza obszarem EOG, to jest tam, gdzie dotychczasowe koszty hurtowe roamingu międzynarodowego były wysokie, obniżamy koszty roamingu w krajach egzotycznych, aby nasi klienci mieli niższe ceny roamingu m.in. w tych krajach. Rezultatem tych działań jest oferta pakietów roamingowych data „Orientalny” dostępna dla klientów indywidualnych i biznesowych, pozwalająca na bezpieczne i tanie korzystanie z usługi dostępu do Internetu na telefonie za granicą. Pakiety roamingowe data „Orientalne” rozszerzane są sukcesywnie o kolejne kraje.

W lipcu 2016 roku odbyły się w Polsce Światowe Dni Młodzieży. W związku z tym Polkomtel koncentrował się na zwiększeniu ilości otwartych relacji roamingowych data, aby zapewnić pielgrzymom z obcych krajów możliwość korzystania z roamingu w naszej sieci w najszybszych technologiach 3G i LTE. Ilość relacji roamingowych data 3G i LTE dla przyjeżdżających do Polski pielgrzymów wzrosła w okresie od stycznia do lipca 2016 roku o około 90, osiągając pułap około 400 relacji.

W listopadzie 2016 roku, aby poprawić jakość świadczonych usług data w roamingu, m.in. otworzyliśmy dla klientów linii pre-paid i mix usługę „Roaming LTE” co umożliwia korzystanie z usług transmisji danych w roamingu za granicą w najszybszej technologii LTE. Łącząc to z szeroką ofertą pakietów „Atlantycki” i „Orientalny” umożliwiliśmy naszym klientom pre-paid i mix korzystanie z roamingu data za granicą w bardzo atrakcyjnych cenach i w najwyższej jakości. Oferta Polkomtel konkuruje tym samym cenowo i jakościowo z płatnymi ofertami WiFi za granicą.

W związku z regulacją detalicznego rynku roamingowego „Roam Like at Home” (RLAH) na obszarze EOG, w 2016 roku skupialiśmy się na zapewnieniu od 30 kwietnia 2016 roku wykonania postanowień stosownego rozporządzenia UE i zgodnie z nim wprowadzeniem dla klientów Polkomtel cen za połączenia głosowe, SMS i sesje data w roamingu w krajach z obszaru EOG na poziomie cen krajowych dodając do nich dozwoloną i zdefiniowaną w rozporządzeniu dopłatę. Te działania zapewniły klientom sieci Polkomtel możliwość korzystania z usługi roamingu w EOG bez obaw o wysokość ponoszonych kosztów.

Podsumowując, na dzień 31 grudnia 2016 roku, sieć Polkomtel oferowała usługi roamingu międzynarodowego dla połączeń głosowych w 550 sieciach na terenie 212 krajów i wydzielonych obszarów. Ponadto dzięki usłudze roamingu międzynarodowego, nasi klienci mogą korzystać z usługi pakietowej transmisji danych w roamingu w 452 sieciach na terenie 175 krajów i wydzielonych obszarów, z czego z usług w technologii LTE można korzystać w 81 sieciach na terenie 56 krajów i wydzielonych obszarów, a dostęp 3G oferowany jest w 364 sieciach na terenie 147 krajów i obszarów wydzielonych.

### **Roaming krajowy i operatorzy MVNO**

Świadczymy usługi hurtowego dostępu do sieci Polkomtel dla partnerów hurtowych w oparciu o zróżnicowane modele współpracy, które można podzielić na dwie główne grupy: roaming krajowy i operatorów MVNO.

## Roaming krajowy

W ramach usługi hurtowej roamingu krajowego świadczymy usługi połączeń głosowych, wysyłania wiadomości tekstowych oraz pakietowej transmisji danych (w tym MMS) dla operatora P4. Klienci P4 korzystają z sieci ruchomej Polkomtel od początku działalności P4 (od 2007 roku).

## Operatorzy MVNO

MVNO to operatorzy, którzy świadczą usługi telefonii komórkowej i usługi pakietowej transmisji danych, a także usługi telefonii stacjonarnej oparte o sieć Polkomtel w modelu, w którym Polkomtel zapewnia dostęp do sieci ruchomej, wymianę ruchu międzysieciowego do/od klientów MVNO oraz inne możliwe formy hurtowego wsparcia dla działalności MVNO. Zasadniczo z takiej współpracy korzystają operatorzy, którzy nie posiadają pełnej infrastruktury technicznej koniecznej do świadczenia usług telekomunikacyjnych (w tym własnych zasobów częstotliwości). Strony w takiej współpracy wykorzystują mocne atuty każdej ze stron, wysokiej jakości ogólnopolską sieć Polkomtel i wsparcie w obsłudze telekomunikacyjnych aspektów działalności operatora oraz dedykowaną ofertę, marketing i sprzedaż pod własną marką przez partnera hurtowego.

W ramach współpracy z MVNO, świadczymy hurtowo usługi połączeń głosowych, wysyłania wiadomości tekstowych oraz pakietowej transmisji danych (w tym MMS), usługi o podwyższonej opłacie, usługi dodane, usługi roamingu międzynarodowego, obsługę podmiotów uprawnionych, usługi hostingowe na platformie bilingowej Polkomtel, wsparcie obsługi klienta, obsługa reklamacji klientów MVNO, dostęp do kanałów zakupowych kart SIM i telefonów oraz kanałów doładowań Polkomtel, jak również inne usługi zależne od potrzeb i wybranych modeli technicznych współpracy z MVNO.

Polkomtel był pierwszym w Polsce operatorem komórkowym, który otworzył swoją sieć dla MVNO w 2006 roku. W 2016 roku Polkomtel dynamicznie rozwijał sprzedaż w kanale hurtowym, co oprócz rozwoju bazy klientów dotychczasowych partnerów przyniosło także efekt w postaci zawarcia nowych umów hurtowych MVNO. Wśród uruchomionych w 2016 roku partnerów MVNO jest Premium Mobile, który jest jednym z liderów na rynku MVNO, w zakresie ilości przeniesionych numerów do swojej sieci (MNP).

W związku z bardzo dynamicznym rozwojem w Polsce rynku mobilnej transmisji danych Polkomtel wprowadził do swojej oferty prosty model hurtowy pozwalający rozpocząć działalność MVNO także niewielkim partnerom, dla których czas i koszty implementacji są kwestią kluczową. Widoczny na rynku trend sprzedaży usług w pakietach powoduje, że usługi mobilne są bardzo istotnym dodatkiem do świadczonych przez partnerów usług stacjonarnych. Zaobserwowane zmiany powodują istotne zwiększenie zainteresowania uruchomieniem działalności MVNO przez operatorów telekomunikacyjnych. W 2017 roku zamierzamy kontynuować rozwój sprzedaży usług w kanale hurtowym poprzez poszukiwanie kolejnych partnerów krajowych i zagranicznych oraz rozwój współpracy z dotychczasowymi partnerami hurtowymi, w ramach ciągłego rozwoju rynku MVNO. Istotnym elementem współpracy z MVNO jest pomoc Polkomtel w realizacji ustawowego obowiązku rejestracji kart pre-paid.

Szeroki zakres świadczonych przez nas usług i tworzenie dedykowanych rozwiązań pod potrzeby partnerów hurtowych, umożliwiają współpracę w ramach różnych modeli biznesowych, od technologicznie zaawansowanych modeli dla operatorów posiadających własną infrastrukturę telekomunikacyjną (np. własne punkty styku sieci z operatorami i platformy IT) poprzez modele pośrednie aż do modeli, które wymagają od partnerów MVNO wyłącznie posiadania kanałów marketingowych i sprzedażowych, a implementacja techniczna ograniczona jest do minimum. Aktywnie rozwijamy produkt hurtowy, aby zaspokoić wymagania swoich partnerów MVNO i szybko reagować na dynamicznie zmieniające się warunki biznesowe.

## 2.7. Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

### 2.7.1. 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. Dnia 23 lipca 2013 roku zakończył się proces implementacji naziemnej telewizji cyfrowej (DTT – *digital terrestrial TV*), która obecnie oferuje bezpłatny dostęp do 27 kanałów, a zasięg multiplexów przekracza 99% populacji Polski.

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 Zenith w 2016 roku Polska była trzecim krajem w Europie Środkowo-Wschodniej (za Rosją i Turcją) z całkowitymi wydatkami na reklamę przekraczającymi 6,9 mld złotych (po rabatach), z 2,7% wzrostem względem 2015 roku. Wielkość rynku reklamy telewizyjnej wyniosła ponad 3,6 mld złotych (1,6% więcej niż w 2015 roku). Zenith prognozuje, że rynek reklamy telewizyjnej w 2017 roku wzrośnie o 0,7%, a w 2018 roku będzie na podobnym poziomie co w roku 2017.

W 2016 roku telewizja pozostawała dominującym medium reklamowym, mającym udział w całkowitych wydatkach na reklamę na poziomie 52%. Zdaniem Zenith udział ten pozostanie na zbliżonym poziomie w kolejnych latach, z niewielką tendencją spadkową. Znaczący wzrost udziału Internetu nie wpływa istotnie na pozycję reklamy telewizyjnej z racji spadków wydatków w mediach drukowanych.

Struktura wydatków na reklamę w latach 2011-2018:

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017P	2018P
TV	52%	52%	52%	53%	53%	52%	51%	50%
Prasa	16%	14%	11%	9%	8%	6%	5%	4%
Reklama zewnętrzna	8%	7%	7%	7%	7%	6%	6%	6%
Radio	7%	7%	7%	7%	7%	8%	8%	7%
Internet	16%	18%	20%	22%	24%	26%	28%	31%
Kino	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%

Źródło: Zenith, „Advertising Expenditure Forecasts - December 2016”

Cechą charakterystyczną polskiego rynku reklamy jest wysoka konsumpcja telewizji. W 2016 roku średni czas oglądania telewizji w całej badanej populacji utrzymał się na bardzo wysokim poziomie, szacowanym na 262 minuty dziennie. Tak wysoka konsumpcja telewizji pozwala zakładać, że rynek ten będzie nadal atrakcyjną platformą komunikacji dla reklamodawców.

W oparciu o estymacje wielkości rynku reklamy wykonane przez dom mediowy Starcom, szacujemy, że w 2016 roku Grupa Polsat miała 26,9% udziałów w rynku reklamy telewizyjnej, wartym około 4 mld zł. Wskaźnik power ratio wyniósł w 2016 roku 1,08 (liczony jako stosunek udziałów w rynku reklamy do udziałów w widowni w grupie wszyscy 4+).

Według szacunków Zenith rok 2017 przyniesie wzrost wielkości polskiego rynku reklamy TV netto o 0,7%. Jesteśmy przekonani, że reklama telewizyjna jest bardzo efektywną formą komunikacji z klientem. Ponadto analizując relację 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 (0,37%) jest wyraźnie niższy niż ma to miejsce w Wielkiej Brytanii (0,89%), Słowacji (0,71%), Niemczech (0,64%), Holandii (0,57%) czy w Czechach (0,54%).

### Główne stacje telewizyjne

Polski rynek telewizyjny pozostaje zdominowany przez cztery największe stacje nadające naziemnie: TVP1, TVP2, TVN i POLSAT, które w 2016 roku uzyskały łącznie 41,1% udziałów w widowni w grupie komercyjnej. W roku 2016 w dalszym ciągu obserwowaliśmy wyraźny postęp fragmentaryzacji rynku telewizyjnego. Mniejsze stacje dostępne w multipleksach zyskiwały na znaczeniu, przede wszystkim kosztem wspomnianych czterech największych kanałów dostępnych wcześniej w analogowej telewizji naziemnej.

W roku 2016 POLSAT, główny kanał Grupy, uzyskał 13,23% udziału w widowni w całej dobie, co było najwyższym wynikiem na rynku. Średnioroczny zasięg techniczny stacji wyniósł ponad 99,9%. Kanały tematyczne Grupy Polsat miały 11,6% udziału w widowni. Na kanały tematyczne Grupy Polsat składają się 23 stacje konkurujące w różnych segmentach rynku (m.in. sport, kanały kobiece, męskie, informacyjne, muzyczne). Są to stacje dostępne w dystrybucji kablowo-satelitarnej oraz trzy kanały dostępne drogą naziemną, wchodzące w skład MUX-2, czyli Polsat Sport News (od 2 stycznia 2017 roku Super Polsat), TV4 i TV6. POLSAT, główna stacja Grupy także wchodząca w skład MUX, konkuruje z kanałami o zasięgu ogólnopolskim, TVN, TVP1, TVP2 oraz mniejszymi kanałami dostępnymi w naziemnej telewizji cyfrowej.

W 2016 roku, główny konkurent POLSATU, stacja TVN, miała 12,75% udziału w widowni w całej dobie. Średnioroczny zasięg techniczny stacji wynosił ponad 99,9%. Stacja TVN wystartowała w 1997 roku, należy do Grupy TVN, która w chwili

obecnej jest w 100% kontrolowana przez medialny koncern Scripps Network Interactive. Kanaly tematyczne Grupy TVN uzyskały w całym 2016 roku 10,2% udziału w widowni w całej dobie.

W skład Grupy TVP wchodzi dwanaście stacji, w tym TVP1 i TVP2. Grupa ta jest jednym z głównych graczy na polskim rynku reklamy. W 2016 roku główne stacje Grupy TVP uzyskały 7,4% (TVP1) i 7,2% (TVP2) udziałów w widowni w całej dobie. Zasięg techniczny obu stacji wynosi 99,9% telewizyjnych gospodarstw domowych. Kanaly tematyczne TVP zyskały 7,6% udziałów w widowni. TVP, jako nadawca publiczny, poza opłatami za emisję reklam, uzyskuje dodatkowe przychody z abonamentu, płaconego przez użytkowników telewizji na podstawie Ustawy z dnia 21 kwietnia 2005 roku o opłatach abonamentowych. Z uwagi na obowiązujący TVP zakaz przerywania programów blokami reklamowymi, co istotnie wpływa na ograniczenie zasobów reklamowych stacji, przychody z opłat abonamentowych stanowiły tylko 25,6% całkowitych przychodów grupy TVP w roku 2016 roku.

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

Dnia 23 lipca 2013 roku Polska zakończyła proces przechodzenia z analogowego nadawania programów telewizyjnych na cyfrowe nadawanie naziemne, w technologii Digital Video Broadcasting-Terrestrial (DVB-T). Zmiana technologii umożliwiła transmisję większej liczby kanałów, poprawę jakości obrazu i dźwięku oraz wyeliminowała zakłócenia sygnału, które towarzyszyły 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 umożliwiła też nadawcom oferowanie dodatkowych usług, takich jak dodawanie do programów dodatkowych ścieżek dźwiękowych (np. dodatkowej narracji programu dla potrzeb osób z dysfunkcją wzroku – audiodeskrypcja czy też wersji oryginalnej filmu), czy możliwość dodania napisów dla osób z dysfunkcją słuchu. Nową funkcją dla odbiorcy telewizji naziemnej jest możliwość automatycznego nagrywania programów (PVR).

Transmisja cyfrowa różni się od analogowej w wymaganiach co do używanych urządzeń. DTT wymaga telewizorów z odpowiednim tunerem, lub użycia specjalnej przystawki do starszych odbiorników. Dzięki użyciu standardu nadawania DVB-T z kompresją w standardzie MPEG-4, na jednym multipleksie dostępnych może być siedem-osiem kanałów SD lub trzy-cztery HD.

Termin multiplex (MUX) oznacza pakiet programów telewizyjnych i radiowych, czasem wzbogacony o dodatkowe usługi, transmitowany cyfrowo na jednym kanale częstotliwości. Obecnie usługa telewizji cyfrowej oferowana jest w Polsce na czterech multipleksach bezpłatnych oraz jednym płatnym, skierowanym do odbioru telewizji w urządzeniach mobilnych. Szacuje się, że docelowo na polskim rynku może funkcjonować sześć multipleksów.

Pierwszy multipleks, MUX-1 do dnia 27 kwietnia 2014 roku zawierał trzy programy telewizji publicznej (TVP1, TVP2, TVP Info) oraz cztery programy komercyjne. Po tej dacie Telewizja Polska zwolniła zajmowane na tym multipleksie miejsca, w celu udostępnienia ich nadawcom wyłonionym w drodze konkursu. Obecnie kanałami dostępnymi na MUX-1 są: Telewizja TRWAM (kanał społeczno-religijny), STOPKLATKA TV (kanał filmowy), Fokus TV (kanał edukacyjno-poznawczy) oraz TVP ABC (kanał dla dzieci w wieku 4-12 lat). Zasięg MUX-1 na dzień wyłączenia nadawania analogowej telewizji naziemnej Urząd Komunikacji Elektronicznej („UKE”) szacował na 98,8% 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 dzień wyłączenia nadawania analogowej telewizji naziemnej zasięg MUX-2 szacowano na 98,8%.

MUX-3 jest przeznaczony tylko dla nadawcy publicznego. Miał on największy zasięg, na dzień wyłączenia nadawania analogowej telewizji naziemnej szacowany był na poziomie 99,5%, co wynika z faktu, że jego sygnał emitowany jest z większej liczby obiektów, niż sygnał pozostałych multipleksów.

MUX-4 jest zarezerwowany dla spółki INFO-TV-FM (należącej do Cyfrowego Polsatu), która uruchomiła na nim emisję telewizji na urządzenia mobilne.

Dnia 6 listopada 2013 roku Urząd Komunikacji Elektronicznej ogłosił dostępność nowych zasobów częstotliwości, które miały być wykorzystane do uruchomienia kolejnego multipleksu (MUX-8). Chęć wykorzystania nowych zasobów zgłosiło łącznie 18 podmiotów, w związku z czym rozpoczęty został proces przygotowywania trybu postępowania, w celu wyłonienia podmiotów, na rzecz których dokonane zostaną rezerwacje miejsc. Dnia 27 października 2014 Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podjęła decyzję o podziale dostępnego miejsca na MUX-8. Zgodnie z uchwałą Telewizja Polska będzie mogła uruchomić na MUX-8 trzy kanały w standardowej rozdzielczości albo jeden kanał telewizyjny w wysokiej rozdzielczości i jeden kanał telewizyjny w standardowej rozdzielczości. Dnia 5 listopada 2015 roku KRRiT rozstrzygnęła konkurs i wybrała kolejnych

czterech nadawców komercyjnych mających uruchomić swoje kanały naziemne. We wszystkich przypadkach będą to nowouruchomione kanały, niemające do tej pory swoich odpowiedników kablowo/satelitarnych. Podtrzymano wcześniejszą decyzję o tym, że nowy multipleks udostępniany będzie telewizjom bezpłatnie. Oficjalnie MUX-8 został uruchomiony 1 sierpnia 2016 roku, lecz nie zostały uruchomione na nim żadne kanały telewizyjne. Ich start odbywa się sukcesywnie od 25 października 2016 roku. Obecnie uruchomione są 4 kanały - Metro, Zoom TV, Nowa TV i WP. W wyniku toczących się prac nad uruchomieniem nadajników w połowie 2017 roku zasięg MUX-8 powinien osiągnąć pułap 95% populacji.

Poza multipleksami ogólnopolskimi istnieje również możliwość nadawania programów poprzez multipleksy lokalne. W chwili obecnej działa pięć takich multipleksów. Warto również nadmienić, iż dla celów testowych w Warszawie i Łodzi działają nadajniki pracujące w nowych standardach nadawania DVB-T2 oraz kompresji HEVC.

## 2.7.2. Oferta

### 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. Na dzień zatwierdzenia niniejszego Sprawozdania portfolio kanałów Grupy składało się z 24 kanałów, w tym 14 HD.

### Portfolio kanałów Grupy Polsat

Kanał	Standard nadawania	Początek nadawania	Kategoria	Dystrybucja sygnału	Dostępność	Zasięg techniczny <sup>(1)</sup>
POLSAT	SD/HD	05-12-1992	ogólnotematyczny	naziemna/kabel/ satelita	FTA	99,9%
Polsat Sport	SD/HD	11-08-2000	sportowy	kabel/satelita	non-FTA	48,2%
Polsat Sport Extra	SD/HD	15-10-2005	sportowy	kabel/satelita	non-FTA	35,9%
Polsat Film	SD/HD	02-10-2009	filmowy	kabel/satelita	non-FTA	51,4%
Polsat Cafe	HD	06-10-2008	lifestyle	kabel/satelita	non-FTA	55,1%
Polsat Play	HD	06-10-2008	lifestyle	kabel/satelita	non-FTA	49,0%
Polsat2	HD	01-03-1997	ogólnotematyczny	kabel/satelita	non-FTA	63,1%
Polsat News	HD	07-06-2008	informacyjny	kabel/satelita	non-FTA	55,8%
Polsat News 2	SD	08-02-2007	biznesowy	kabel/satelita	non-FTA	56,0%
Polsat Jim Jam	SD	02-08-2010	dziecięcy	kabel/satelita	non-FTA	44,5%
Polsat Sport News <sup>(2)</sup>	HD	01-06-2011	sportowy	naziemna/kabel/satelita	FTA	94,8%
CI Polsat	SD	24-11-2011	kryminalny	kabel/satelita	non-FTA	39,3%
Polsat Viasat Explore	SD/HD	01-03-2013	lifestyle	satelita	non-FTA	39,0%
Polsat Viasat Nature	SD	01-03-2013	przyrodniczy	satelita	non-FTA	36,5%
Polsat Viasat History	SD/HD	01-03-2013	historyczny	satelita	non-FTA	43,6%
TV4	SD/HD	01-04-2000	ogólnotematyczny	naziemna/kabel/satelita	FTA	99,8%
TV6	SD	30-05-2011	rozrywkowy	naziemna/kabel/satelita	FTA	94,6%
Polsat Romans	SD	01-09-2013	kobięcy	kabel/satelita	non-FTA	46,4%
Disco Polo Music	SD	01-05-2014	muzyczny	kabel/satelita	non-FTA	46,2%
MUZO.TV	SD	26-09-2014	muzyczny	kabel/satelita	non-FTA	40,8%
Polsat 1 <sup>(3)</sup>	SD	18-12-2015	ogólnotematyczny	satelita	non-FTA	n/d
Polsat Sport Fight <sup>(4)</sup>	HD	01-08-2016	sportowy	satelita	non-FTA	10,2%
Super Polsat <sup>(5)</sup>	SD	02-01-2017	ogólnotematyczny	naziemna/kabel/satelita	FTA	n/d
Polsat Doku <sup>(6)</sup>	HD	10-02-2017	ogólnotematyczny	kabel/satelita	non-FTA	n/d

(1) NAM, odsetek telewizyjnych gospodarstw domowych, które mają możliwość odbioru danego kanału; średnia arytmetyczna zasięgów miesięcznych w 2016 roku.

(2) Od 2 stycznia 2017 roku kanał dostępny wyłącznie w sieciach kablowych i platformach satelitarnych.

(3) Kanał kierowany do widzów poza granicami Polski.

(4) Kanał uruchomiony 1 sierpnia 2016 roku, w badaniu telemetrycznym od 1 stycznia 2017 r.

(5) Kanał uruchomiony 2 stycznia 2017 roku, na MUX2 zajął miejsce Polsat Sport News.

(6) Kanał uruchomiony 10 lutego 2017 roku.



## POLSAT

POLSAT, nasz główny kanał, jest pierwszym kanałem w kategoriach udziałów w widowni w grupie komercyjnej, mieszczącej się w przedziale wiekowym 16-49 lat, osiągając w całym 2016 roku udział 13,23%. Stacja emituje program codziennie, przez całą dobę. Kanał znajduje się w ofercie cyfrowej telewizji naziemnej na drugim multipleksie (MUX-2). Poza dystrybucją sygnału naziemnego, POLSAT jest dostępny w jakości SD i HD w większości sieci kablowych oraz na platformach satelitarnych. 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.

Najsilniejsza oferta programowa emitowana jest wiosną, między marcem a majem, oraz jesienią, między wrześniem a listopadem, w prime time (między godzinami 17:00 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, 20th Century Fox, The Walt Disney Company czy Warner Bros International TV Distribution). Poza prime time stacja emituje seriale, paradokumenty, filmy oraz relacje z wydarzeń sportowych.

### Kanały tematyczne Grupy

Kanał	Grupa docelowa	Udział w widowni w grupie docelowej stacji w 2016	Zawartość programowa	Informacje dodatkowe
TV4 TV 4 HD	wszyscy 16-49 lat	3,65%	Oferata programowa stacji to filmy, seriale, inteligentna rozrywka.	W Grupie Polsat od 30 sierpnia 2013. Szósty w rankingu najchętniej oglądanych stacji w 2016 roku. Dostępny w technologii DTT.
TV6	wszyscy 16-49 lat	1,72%	Oferuje seriale fabularne, również animowane, telenowele, <i>reality show</i> , teleturnieje.	W Grupie Polsat od 30 sierpnia 2013 roku. Dostępny w technologii DTT.
Polsat Sport Polsat Sport HD	mężczyźni 16-59 lat	0,64%	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, Orlen Liga), (ii) lekkoatletyka (np. Diamond League), (iii) piłka nożna, eliminacje do Euro 2016, (iv) piłka ręczna, (v) boks (vi) zawody KSW i MMA.	Najpopularniejszy kanał sportowy w 2016 roku, tak w grupie komercyjnej, jak i w swojej grupie docelowej.
Polsat Sport Extra Polsat Sport Extra HD	mężczyźni 16-44 lat	0,11%	Prezentuje ciekawe wydarzenia sportowe, relacje z najważniejszych turniejów tenisowych (np. Wimbledon) czy Liga Mistrzów piłki ręcznej	Nadaje od 2009 roku.
Polsat Sport News Polsat Sport News HD	mężczyźni 16-44 lat	0,54%	Na ramówkę stacji składają się aktualności sportowe, a także relacje z wydarzeń sportowych oraz formaty publicystyczne.	W 2016 roku drugi kanał sportowy w grupie mężczyzn 16-44. Do 1 stycznia 2017 r. nadawany w technologii DTT, od 2 stycznia 2017 r. dostępny wyłącznie w sieciach kablowo-satelitarnych w standardzie HD.
Polsat Sport Fight HD	mężczyźni 16-49 lat	b/d	Kanał poświęcony w całości sportom walki. Transmituje m.in. gale boksu zawodowego HBO, TOP Rank, Showtime, Matchroom czy mieszane sztuki walki spod szyldu KSW, MMA Attack, oraz relacje Polsat Boxing Night.	Nadaje od 1 sierpnia 2016 roku.

Kanał	Grupa docelowa	Udział w widowni w grupie docelowej stacji w 2016	Zawartość programowa	Informacje dodatkowe
Polsat Film Polsat Film HD	wszyscy 16-49 lat	1,12%	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.	
Polsat Cafe HD	kobiety 16-44 lat	0,48%	Oferta programów lifestylowych, o modzie, urodzie i stylu życia, kulinariach. W ofercie znajdują się produkcje własne, a także zagraniczne edycje różnych formatów.	
Polsat Play HD	mężczyźni 16-44 lat	0,90%	Programy poświęcone różnorodnym męskim hobby, np. wędkarstwo, motoryzacja, seriale dokumentalne, poradnikowe, lifestyle, prezentacje modnych gadżetów.	
Polsat 2 HD	wszyscy 16-49 lat	1,44%	Powtórki programów, które miały premierę na innych kanałach Grupy.	18 grudnia 2015 roku został zastąpiony za granicą przez Polsat 1 i pozostaje dostępny dla widzów w Polsce.
Polsat News HD	wszyscy 16-49 lat	0,80%	24-godzinny kanał informacyjny, w znacznej części realizowany na żywo, poświęcony wydarzeniom w Polsce i na świecie.	
Polsat News 2	top management	0,24%	Najświeższe informacje i komentarze do istotnych wydarzeń na rynku.	Kanał nabyty przez Grupę Polsat w lutym 2007 roku. Do 9 czerwca 2014 pod nazwą Polsat Biznes.
Polsat Jim Jam	dzieci w wieku 4-7 lat	2,00%	Oferta dziecięcych programów rozrywkowych.	Nadawany w oparciu o umowę joint venture między Grupą Polsat a ChelloZone.
CI Polsat	wszyscy 16-49 lat	0,19%	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 Viasat Explore Polsat Viasat Explore HD	mężczyźni 16-49 lat	0,17%	Kanał dedykowany mężczyznom, oferuje programy prezentujące ekstremalne zawody, sporty, wyprawy do trudno dostępnych miejsc.	Wspólny projekt Grupy Polsat i Viasat Broadcasting.
Polsat Viasat Nature	wszyscy 16-49 lat	0,03%	Oferuje programy przyrodnicze dla całej rodziny.	Wspólny projekt Grupy Polsat i Viasat Broadcasting.
Polsat Viasat History Polsat Viasat History HD	wszyscy 16-49 lat	0,14%	Oferuje różnorodne programy związane z historią różnych okresów.	Wspólny projekt Grupy Polsat i Viasat Broadcasting.
Polsat Romans	kobiety 16-49 lat	0,18%	Kanał przygotowany z myślą o kobietach, emituje filmy fabularne i seriale, zarówno polskie jak i zagraniczne.	Kanał nadaje od 1 września 2013 roku.
Disco Polo Music	wszyscy 16-49 lat	0,27%	Kanał prezentuje muzykę disco polo, dance oraz muzykę biesiadną.	Rozpoczął nadawanie od 1 maja 2014 roku.
MUZO.TV	wszyscy 16-49 lat	0,03%	Kanał o tematyce rozrywkowej, poświęcony muzyce pop i rock.	Wystartował 26 września 2014 roku.

Kanał	Grupa docelowa	Udział w widowni w grupie docelowej stacji w 2016	Zawartość programowa	Informacje dodatkowe
Polsat 1	Polacy mieszkający za granicą	n/d	Najnowsze polskie serie Polsatu, hitowe produkcje, wyselekcjonowane z biblioteki programowej Polsatu, TV4, Polsat Cafe i Polsat Play.	Wystartował 18 grudnia 2015 roku.
Super Polsat	wszyscy 16-49 lat	n/d	Kanał oferuje programy rozrywkowe, informacyjne, filmy, seriale oraz sport na żywo.	Nadaje od 2 stycznia 2017 roku. Dostępny w technologii DTT.
Polsat Doku HD	wszyscy 16-49 lat	n/d	Kanał dokumentalny oferujący programy historyczne i naukowe, adresowany do widzów zainteresowanych problemami współczesnego świata, podróżami i przyrodą.	Nadawany od 10 lutego 2017 roku.

#### Udziały w widowni kanałów Grupy Polsat w latach 2014-2016:

Kanał	udział w widowni (SHR%)		
	2014	2015	2016
<b>POLSAT</b>	<b>13,30</b>	<b>13,21</b>	<b>13,23</b>
TV4	2,88	3,67	3,65
TV6	1,09	1,51	1,72
Polsat2	1,73	1,42	1,44
Polsat News	0,91	0,83	0,80
Polsat Sport	0,50	0,52	0,44
Polsat Film	0,72	0,74	0,79
Polsat Play	0,67	0,67	0,68
Polsat JimJam	0,20	0,16	0,24
Polsat Cafe	0,40	0,39	0,39
Polsat Sport Extra	0,12	0,12	0,09
CI Polsat	0,09	0,12	0,14
Polsat Sport News <sup>(1)</sup>	0,29	0,12	0,35
Polsat News 2 <sup>(2)</sup>	0,07	0,09	0,08
Food Network <sup>(3)</sup>	0,08	0,01	0,10
Polsat Viasat Explore	0,05	0,06	0,11
Polsat Viasat History	0,13	0,11	0,14
Polsat Viasat Nature	0,02	0,03	0,03
Polsat Romans	0,13	0,14	0,16
Disco Polo Music <sup>(4)</sup>	0,23	0,26	0,27
Polsat Volleyball <sup>(5)</sup>	2,43	-	-
MUZO.TV <sup>(6)</sup>	0,03	0,02	0,03
Polsat 1 <sup>(7)</sup>	-	-	-
Polsat Sport Fight <sup>(8)</sup>	-	-	-
Super Polsat <sup>(9)</sup>	-	-	-

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

- (1) Od 2 stycznia 2017 roku kanał dostępny wyłącznie w sieciach kablowych i na platformach satelitarnych
- (2) Do 9 czerwca 2014 roku kanał nadawał pod nazwą Polsat Biznes.
- (3) W styczniu 2017 roku kanał został przeniesiony do grupy kapitałowej TVN.
- (4) Kanał w badaniu telemetrycznym od 1 maja 2014 roku (dane za ten okres).
- (5) Kanał nadawał w okresie 30 sierpnia do 21 września 2014, dane za ten okres.
- (6) Kanał w badaniu telemetrycznym od 26 września 2014 roku (dane za ten okres).
- (7) Kanał nieobecny w badaniu telemetrycznym.
- (8) Kanał w badaniu telemetrycznym od stycznia 2017 roku.
- (9) Kanał nadaje od 2 stycznia 2017 roku, zastąpił Polsat Sport News na MUX-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, sobota), *talent-show* (wtorek, środa, piątek, niedziela) czy popularnych seriali (czwartek).

## Źródła pozyskiwania 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 60% 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 News, Polsat News 2, TV4, TV6, Polsat Romans, Disco Polo Music, MUZO.TV).

Programy zlecone, gdy jest to konieczne, kierowane są do zewnętrznych producentów, co ma zapewnić dodatkowe wsparcie przy ich realizacji. Praktyka ta pozwala uniknąć wzrostu kosztów stałych (tak osobowych jak i sprzętowych) działania Grupy. Lista zewnętrznych producentów, z usług których korzystamy, obejmuje około 30 podmiotów, tak polskich, jak i zagranicznych. Są wśród nich ATM Grupa S.A., Akson Studio Sp. z o.o., Tako Media Sp. z o.o., Constantin Entertainment Polska Sp. z o.o., Rochstar Sp. z o.o., Endemol Shine Polska Sp. z o.o., Jake Vision Sp. z o.o. oraz Outset Films 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 na bazie aktywów i zasobów własnych 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, reporterskie i specjalne eventy.

## Źródła pozyskiwania 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 studia filmowe. Znajdują się wśród nich Sony Pictures TV International, 20th Century Fox TV, The Walt Disney Company, Warner Bros International TV Distribution, CBS Studios. Naszym kontrahentem oferującym zagraniczne produkcje jest także Monolith Films. 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 dwóch schematów. Pierwszy to tzw. *volume contracts* czyli zakup określonej ilości filmów bądź seriali, a drugi - *spot contracts* - ten rodzaj kontraktów dotyczy zakupu praw do konkretnych filmów lub seriali.

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

Istotne licencje sportowe kupowane przez Grupę dotyczą praw do rozgrywek siatkarskich FIVB (World Grand Prix, Puchar Świata) oraz Infront/CEV (mistrzostwa Europy w piłce siatkowej – turniej mężczyzn odbędzie się w Polsce w 2017 roku) i PZPS (Liga Światowa od 2015 roku, Memorial Huberta Wagnera, mecze reprezentacji Polski w kraju). 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 2013 kupiliśmy, na wyłączność na wszystkie pola eksploatacji, prawa do transmisji meczów z eliminacji do mistrzostw Europy w piłce nożnej w 2016 roku jak i prawa do transmisji rozgrywek finałowych mistrzostw Europy w 2016 roku. Nabyliśmy również prawa do transmisji eliminacji mistrzostw świata w piłce nożnej w 2018 roku w Rosji. W roku 2016 podpisaliśmy umowę z UEFA na pakiet eliminacji do Mistrzostw Europy 2020 oraz Mistrzostw Świata 2022. W nabytym pakiecie znajdują się również nowe europejskie rozgrywki piłkarskie – Liga Narodów: eliminacje i turniej finałowy (Final Four) 2019 i 2021. Nabyliśmy także prawa do turnieju finałowego Mistrzostw Europy do lat 21 w piłce nożnej, który w czerwcu 2017 odbędzie się w Polsce. Od dekady posiadamy również nabyte od Profesjonalnej Ligi Piłki Siatkowej prawa do transmisji rozgrywek Plus Ligi oraz Orlen Ligi. W roku 2014 przedłużyliśmy ten kontrakt na kolejnych pięć sezonów 2015-2020.

### **Sprzedaż reklam i sponsoring**

#### **Rodzaje reklamy**

W przypadku reklamy telewizyjnej funkcjonują dwa podstawowe rodzaje komunikacji: spoty reklamowe sprzedawane w blokach reklamowych oraz 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, obejmujących sprzedaż punktów GRP oraz 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 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, proponujemy wycenę reklam według cennika oraz według kosztu punktu GRP.

Cenniki reklam są publikowane każdego miesiąca przez zespół biura reklamy Polsat Media Biuro Reklamy. 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 Biuro Reklamy 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 2016 sprzedaż reklam na bazie cenników stanowiła 46% 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.

## **2.7.3. Sprzedaż**

### **Sprzedaż reklamy i sponsoringu**

W naszym segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej, kluczowe źródło przychodów (około 77% w 2016 roku) stanowią wpływy ze sprzedaży reklamy i sponsoringu. Niemal wszystkie przychody reklamowe są pozyskiwane przez należące do nas biuro reklamy Polsat Media Biuro Reklamy, które funkcjonuje na rynku jako agent reklamowy Grupy (dom sprzedaży). Polsat Media Biuro Reklamy jest odpowiedzialny za sprzedaż wszystkich form reklamy: spotów reklamowych, sponsoringu oraz kontraktów od nich pochodnych. Polsat Media Biuro Reklamy zajmuje się obsługą reklamową kanałów należących do Grupy.

W 2016 roku Polsat Media Biuro Reklamy zajmowało się sprzedażą reklam w 22 kanałach Grupy Polsat, jak również 32 stacjach należących do podmiotów spoza Grupy. Głównymi kontrahentami Polsat Media Biuro Reklamy 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 2016 dziesięć największych domów mediowych wygenerowało 66% przychodów reklamowych i sponsoringowych, podczas gdy żaden z indywidualnych klientów Polsat Media Biuro Reklamy nie przyniósł więcej niż 1% przychodów reklamowych i sponsoringowych. Tak jak ma to miejsce w przypadku innych nadawców w Polsce, Polsat Media Biuro Reklamy ma dość stabilną grupę reklamodawców, z którymi współpracuje.

### **Sprzedaż praw do emisji kanałów Grupy Polsat**

Drugim, po przychodach reklamowych i sponsoringowych, źródłem przychodów w naszym segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej jest sprzedaż praw do emisji kanałów Grupy w sieciach kablowych i satelitarnych. W roku 2016 to źródło przychodów stanowiło 17% 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 klientom danej sieci sygnału kanałów Grupy i są zależne od ilości klientów, do których trafiają nasze programy.

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

Jednym ze źródeł przychodów Grupy Telewizji Polsat jest również dystrybucja naszych programów w Internecie za pośrednictwem naszej 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 Internetu, dekodery, konsole do gier), jak i pod względem oferowanego kontentu. Udostępnianie programów w sieci oparte jest na trzech modelach rozliczeń. Pierwszy to pewna kwota miesięczna za prawo do udostępniania danego programu, drugi - rozliczenia

na bazie procentowego udziału oglądalności danego programu wśród innych, a trzeci polega na procentowym udziale w przychodach reklamowych generowanych przez reklamy umieszczone przy materiale.

W przypadku przychodów serwisu IPLA, w przybliżeniu 75% całkowitych przychodów serwisu IPLA generowanych jest dzięki modelowi reklamowemu, a około 25% pochodzi z transakcji zakupu dostępu do treści przez użytkowników.

### **Zespół sprzedaży**

Polsat Media Biuro Reklamy 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 Biuro Reklamy współpracuje ściśle z klientami i domami mediowymi w projektowaniu działań niestandardowych, takich jak kampanie sponsorskie i inne pochodne działania cross-promocyjne. Wspólnie z działem planowania programowego, zespół Polsat Media Biuro Reklamy 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.

Od 2009 roku Polsat Media Biuro Reklamy wykorzystuje 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 54 kanałach obsługiwanych przez Polsat Media Biuro Reklamy w 2016 roku, automatyczną emisję reklam, jak i na analizę po-sprzedażową wyemitowanych kampanii na bazie uzupełnianych każdego dnia danych o oglądalności (NAM).

Polsat Media Biuro Reklamy zajmuje się także różnorodnymi analizami rynkowymi bazując na zewnętrznych niezależnych raportach branżowych takich firm jak Starcom czy Zenith. W analizach Polsat Media Biuro Reklamy korzysta także z badania konsumenckiego TGI realizowanego przez polski oddział sieci badawczej Millward Brown, badania Gemius/PBI – dostarczającego informacji o zachowaniu polskich internautów oraz innych dedykowanych narzędzi od Grupy Gemius (gemiusPrism, gemiusTraffic, gemiusStream, AdOcean).

Polsat Media Biuro Reklamy należy do organizacji EGTA (międzynarodowe stowarzyszenie telewizyjnych i radiowych biur sprzedaży reklam), co daje nam możliwość współpracy z biurami reklamy z całej Europy.

## **2.7.4. Technologia i infrastruktura**

### **Nadawanie programów telewizyjnych**

Kanały telewizyjne nadajemy poprzez cyfrową telewizję naziemną, sieci kablowe oraz poprzez cyfrowe platformy satelitarne. Naziemne nadawanie analogowe zakończyło się 23 lipca 2013 roku.

#### **Transmisja naziemna**

POLSAT, nasz główny kanał, oraz kanały Super Polsat (do dnia 2 stycznia 2017 roku Polsat Sport News), TV4 i TV6 są nadawane w ogólnopolskiej sieci cyfrowych nadajników naziemnych w ramach MUX-2 obsługiwanej przez Emitel Sp. z o.o. (podmiot niezależny). Z Emitelem mamy umowy na transmisję, dosył, multipleksowanie i monitorowanie tych czterech kanałów w sieci cyfrowej. Pozostałe kanały Telewizji Polsat nadawane są wyłącznie za pośrednictwem cyfrowych platform satelitarnych i telewizji kablowych.

#### **Przekaz satelitarny**

Mamy kilka umów dzierżawy transponderów satelitarnych z Eutelsat S.A. Są to umowy kontrybucyjne: dwie 5-letnie umowy zawarte w 2012 roku, umożliwiające nam korzystanie z dwóch pasm na satelicie Eutelsat 12 West A, 5-letnia umowa zawarta w 2012 roku na korzystanie z pasma na satelicie Eutelsat 33C oraz siedmioletnia umowa dystrybucyjna z roku 2010, dająca nam prawo do korzystania z całego 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

Telewizja Polsat jako wiodący nadawca komercyjny i twórca treści telewizyjnych wykorzystuje najnowsze technologie i bazuje na nowoczesnym sprzęcie. Głównym formatem obrazu jest standard High Definition 1080i50. Od 2013 roku produkcja i emisja opiera się na elektronicznym obiegu materiałów, co skutecznie przyspiesza i upraszcza obróbkę oraz przekazywanie materiałów w porównaniu do taśm, dając dodatkowe możliwości eksploatacji materiałów, np. na VOD i urządzeniach mobilnych. Główne elementy zaplecza technologicznego to:

- cztery cyfrowe studia telewizyjne (A, B, C i D), wszystkie wyposażone w nowoczesny, nowy lub niedawno zmodernizowany sprzęt:
  - studio A to największe studio HD używane przez kanał Polsat News i główny program informacyjny „Wydarzenia”;
  - studio B to studio HD dla programów sportowych,
  - studio C to studio wirtualne HD przeznaczone do produkcji krótkich form telewizyjnych,
  - studio D wykorzystywane jest przez kanał Polsat News 2.
- pięć w pełni cyfrowych wozów transmisyjnych, w tym cztery duże, HD do produkcji estradowych i sportowych oraz mały wóz SD do szybkiej produkcji krótkich programów,
- dwukamerowy wóz Slow Motion HD do powtórek sportowych,
- 13 cyfrowych wozów satelitarnych do przesyłania sygnałów telewizyjnych bezpośrednio z miejsc wydarzeń, z których 8 pracuje w jakości HD,
- wielokanałowy, automatyczny system emisji dla 21 naszych kanałów,
- system multipleksu zapewniający efektywną dystrybucję sygnału do widza,
- cyfrowy system przełączania sygnałów telewizyjnych ośrodka,
- systemy i sieci komputerowe przeznaczone do obsługi zadań technologicznych w obszarach produkcji programów informacyjnych, sportowych, autopromocyjnych i postprodukcji
- cyfrowe archiwum programowe z nowoczesnym systemem zarządzania treścią – Media Asset Management,
- systemy montażowe pracujące w HD połączone sieciami technologicznymi IT i SDI,
- ponad 80 kamer reporterskich HD opartych o zapis na kartach pamięci SxS wraz z niezbędnym wyposażeniem i akcesoriami,
- systemy technologiczne do wymiany sygnałów w ośrodku i z biurami regionalnymi oraz
- dwusilnikowy śmigłowiec EC-135 z kamerą HD stabilizowaną żyroskopowo, wykorzystywany do potrzeb realizacyjnych z możliwością przesyłu sygnału w jakości HD do 100 km.

## 2.8. Pozostałe aspekty naszej działalności

### Rezerwacje częstotliwości na potrzeby świadczenia usług telekomunikacyjnych

Polkomtel otrzymał koncesję na świadczenie usług telefonii komórkowej na terenie Polski z przydziałem częstotliwości w paśmie 900 MHz (wydana w 1996 roku), koncesję wraz z przydziałem częstotliwości na świadczenie usług telefonii komórkowej w paśmie 1800 MHz (wydana w 1999 roku), koncesję wraz z przydziałem częstotliwości na świadczenie usług telefonii komórkowej w paśmie 2100 MHz (przyznaną w 2000 roku) oraz koncesję wraz z przydziałem częstotliwości na świadczenie usług telefonii komórkowej w paśmie 2600 MHz (wydana w 2016 roku). Obecnie przepisy nie wymagają posiadania koncesji na świadczenie usług telekomunikacyjnych a uprawnienie do korzystania z częstotliwości wynika z przyznanych decyzji rezerwacyjnych i może być przedłużone na dalsze okresy przez Prezesa UKE w wyniku wniosku o przedłużenie rezerwacji częstotliwości (który zgodnie z Prawem Telekomunikacyjnym należy złożyć w okresie od 12 do 6 miesięcy przed datą wygaśnięcia rezerwacji). Obecnie Polkomtel, na podstawie wydanych przez Prezesa UKE decyzji rezerwacyjnych, jest uprawniony do wykorzystywania częstotliwości w paśmie 900 MHz do dnia 24 lutego 2026 roku, w paśmie 1800 MHz do dnia 14 września 2029 roku, w paśmie 2100 MHz do dnia 1 stycznia 2023 roku oraz 2600 MHz do dnia 25 stycznia 2031 roku. Wszystkie rezerwacje częstotliwości są „neutralne technologicznie” i mogą być także wykorzystywane do świadczenia usług w każdej z obecnie używanych technologii (m.in. GSM, UMTS, LTE).



Aero2, spółka zależna Polkomtelu, na podstawie wydanych przez Prezesa UKE decyzji rezerwacyjnych, jest uprawniony do wykorzystywania częstotliwości w paśmie 900 MHz do dnia 31 grudnia 2023 roku, 1800 MHz do dnia 31 grudnia 2022 roku oraz 2600 MHz do dnia 31 grudnia 2024 roku.

Sferia, spółka zależna Polkomtelu, na podstawie wydanej przez Prezesa UKE decyzji rezerwacyjnej jest uprawniona do wykorzystania częstotliwości w paśmie 800 MHz do dnia 31 grudnia 2018 roku.

Nordisk Polska, spółka zależna Polkomtelu, posiada rezerwację częstotliwości na usługi w technologii CDMA. Została ona wydana w 2006 roku i uprawnia do wykorzystywania częstotliwości do dnia 31 grudnia 2020 roku.

Dodatkowo posiadamy szereg pozwoleń radiowych dla urządzeń stanowiących elementy naszej sieci radiowej.

### Koncesje nadawcze

W ramach naszego segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej dysponujemy aktualnie 29 koncesjami nadawczymi, w tym 5 koncesjami uniwersalnymi i 24 koncesjami na nadawanie tematycznych kanałów telewizyjnych. 2 koncesje dotyczą wyłącznie nadawania naziemnego DTT (kanał POLSAT i TV4), 3 koncesje dotyczą nadawania naziemnego DTT i transmisji satelitarnej (dla kanałów Super Polsat i TV6 - ma 2 koncesje), 26 koncesji nadawczych dotyczy wyłącznie transmisji satelitarnej. Posiadane przez nas koncesje nadawcze zostały przyznane przez KRRiT.

Należy zaznaczyć, że od 2013 roku Grupa Polsat dysponuje koncesjami na rozpowszechnianie posiadanych już programów telewizyjnych o zasięgu ogólnopolskim (Polsat News, Polsat Film, TV4, TV6 oraz Super Polsat) na okres kolejnych 10 lat przypadający po wygaśnięciu koncesji aktualnie obowiązujących.

W poniższej tabeli przedstawiono koncesje, jakie obecnie posiada Grupa:

Kanał	Właściciel koncesji	Rodzaj koncesji	Organ przyznający koncesję	Data wygaśnięcia
POLSAT	TV Polsat	Koncesja na nadawanie naziemne (cyfrowe)	KRRiT	2 marca 2024
Super Polsat	TV Polsat	Koncesja na nadawanie satelitarne / Koncesja na nadawanie naziemne (cyfrowe)	KRRiT	29 sierpnia 2030
Polsat 2	TV Polsat	Koncesja na nadawanie satelitarne	KRRiT	18 stycznia 2024
Polsat Sport	TV Polsat	Koncesja na nadawanie satelitarne	KRRiT	18 stycznia 2024
Polsat Cafe	TV Polsat	Koncesja na nadawanie satelitarne	KRRiT	28 lipca 2024
Polsat Sport Extra	TV Polsat	Koncesja na nadawanie satelitarne	KRRiT	26 października 2025
Polsat Play	TV Polsat	Koncesja na nadawanie satelitarne	KRRiT	15 listopada 2025
Polsat News	TV Polsat	Koncesja na nadawanie satelitarne	KRRiT	18 maja 2028
Polsat Film	TV Polsat	Koncesja na nadawanie satelitarne	KRRiT	4 czerwca 2029
Polsat News 2 <sup>(1)</sup>	Telewizja Polsat Holdings Sp. z o.o.	Koncesja na nadawanie satelitarne	KRRiT	5 października 2024
TV4	TV Polsat	Koncesja na nadawanie satelitarne /Koncesja na nadawanie naziemne (cyfrowe)	KRRiT	2 lutego 2029
TV6	TV Polsat	Koncesja na nadawanie satelitarne /Koncesja na nadawanie naziemne (cyfrowe)	KRRiT	22 lipca 2030
Polsat Romans	TV Polsat	Koncesja na nadawanie satelitarne	KRRiT	15 października 2023
Polsat Sport Fight	TV Polsat	Koncesja na nadawanie satelitarne	KRRiT	15 października 2023
Disco Polo Music	TV Polsat	Koncesja na nadawanie satelitarne	KRRiT	24 kwietnia 2024
Muzo.tv	TV Polsat	Koncesja na nadawanie satelitarne	KRRiT	24 kwietnia 2024
Polsat Film 2 <sup>(2)</sup>	TV Polsat	Koncesja na nadawanie satelitarne	KRRiT	24 kwietnia 2024
Polsat 1 <sup>(3)</sup>	TV Polsat	Koncesja na nadawanie satelitarne	KRRiT	11 maja 2025
Polsat Sport 2 <sup>(4)</sup>	TV Polsat	Koncesja na nadawanie satelitarne	KRRiT	6 marca 2026

Kanał	Właściciel koncesji	Rodzaj koncesji	Organ przyznający koncesję	Data wygaśnięcia
Polsat Doku <sup>(5)</sup>	TV Polsat	Koncesja na nadawanie satelitarne	KRRiT	6 marca 2026
Polsat Sport 3 <sup>(4)</sup>	TV Polsat	Koncesja na nadawanie satelitarne	KRRiT	6 marca 2026
Polsat Reality <sup>(4)</sup>	TV Polsat	Koncesja na nadawanie satelitarne	KRRiT	7 marca 2026
Polsat X <sup>(4)</sup>	TV Polsat	Koncesja na nadawanie satelitarne	KRRiT	7 marca 2026
Polsat Sport News	TV Polsat	Koncesja na nadawanie satelitarne	KRRiT	20 grudnia 2026

- (1) Do czerwca 2014 roku kanał nadawał pod nazwą Polsat Biznes.  
 (2) Koncesja uzyskana w kwietniu 2014 roku, kanał nie rozpoczął jeszcze nadawania.  
 (3) Kanał rozpoczął nadawanie 18 grudnia 2015.  
 (4) Kanał nie rozpoczął jeszcze nadawania.  
 (5) Kanał rozpoczął nadawanie 10 lutego 2017 roku.

Dodatkowo, Polsat JimJam Ltd., podmiot przez nas współkontrolowany będący spółką joint venture powołaną przez Telewizję Polsat oraz JimJam CEE Limited, w której posiadamy 50% udziałów, posiada koncesję na nadawanie satelitarne programu Polsat JimJam udzieloną przez Ofcom na czas nieokreślony.

### **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 i telesprzedaż muszą być łatwo rozpoznawalne i odróżniać się od materiału redakcyjnego;
- czas nadawania reklam i telesprzedaży 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);
- reklamę i telesprzedaż należy emitować pomiędzy audycjami, jednakże dopuszcza się przerywanie w celu emisji reklam i telesprzedaży:
  - filmów wyprodukowanych dla telewizji (z wyłączeniem serii, seriali i audycji dokumentalnych) oraz filmów kinematograficznych tylko jeden raz w ciągu każdego pełnych 45 minut programu,
  - innych audycji (z wyjątkiem transmisji zawodów sportowych zawierających przerwy wynikające z przepisów ich rozgrywania oraz transmisji innych wydarzeń zawierających przerwy, w których reklamy i telesprzedaż mogą być nadawane w tych przerwach), jeżeli okres pomiędzy kolejnymi przerwami w danej audycji wynosi w programie telewizyjnym co najmniej 20 minut,
  - nie można przerywać w celu nadania reklam lub telesprzedaży: serwisów informacyjnych audycji publicystycznych i dokumentalnych o czasie krótszym niż 30 minut, audycji o treści religijnej, audycji dla dzieci;

- bloki poświęcone wyłącznie telesprzedaży muszą być wyraźnie oznaczone w sposób wizualny i dźwiękowy i nadawane w sposób nieprzerwany przez co najmniej 15 minut;
- ograniczenia dotyczące emisji reklam konkretnych produktów, w tym:
  - napojów alkoholowych, których reklamowanie jest zabronione, z wyjątkiem piwa, którego reklama jest dozwolona w godzinach od 20:00 do 6:00;
  - wyrobów tytoniowych, rekwizytów tytoniowych i produktów imitujących wyroby tytoniowe oraz gier hazardowych, których reklama jest zabroniona w każdym czasie;
  - produktów leczniczych, których reklama jest zakazana za wyjątkiem leków dostępnych bez recepty (tzw. OTC), których reklama musi spełniać pewne ściśle określone przez prawo wymagania;
  - świadczeń zdrowotnych w rozumieniu przepisów o działalności leczniczej udzielanych wyłącznie na podstawie skierowania lekarza, których reklama jest zabroniona;
  - substancji psychotropowych i/lub środków odurzających, których reklama jest zakazana,
  - preparatów do początkowego żywienia niemowląt, których reklama jest zakazana.

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 10% kwartalnego czasu nadawania programu (z wyłączeniem reklam i telesprzedaży) zawierało takie udogodnienia.

W dniu 29 października 2014 roku działający na rynku polskim nadawcy telewizyjni: ITI Neovision S.A., Telewizja Polsat Sp. z o.o., Telewizja Polska S.A., Telewizja Puls Sp. z o.o., TVN S.A., VIMN Poland Sp. z o.o. oraz The Walt Disney Company Limited, zawarli porozumienie mające na celu ochronę dzieci przed szkodliwymi treściami, w związku z przeciwdziałaniem promocji niezdrowego sposobu żywienia. Nadawcy we współpracy z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji opracowali zasady kwalifikacji filmów reklamowych i wskazań sponsorskich emitowanych przy audycjach dla dzieci. Opracowane zasady przyjęły postać samoregulacji. Postanowienia obowiązują od 1 stycznia 2015 roku.

### **Znaki towarowe**

Korzystamy z szeregu znaków towarowych, do których posiadamy autorskie prawa majątkowe i które zostały zarejestrowane lub po złożeniu wniosków oczekują na rejestrację, przez właściwe organy administracji w celu zabezpieczenia naszych praw do tych znaków. Najważniejszymi znakami towarowym w naszej działalności biznesowej są znaki słowno-graficzne „Cyfrowy Polsat”, „POLSAT”, „Plus”, „IPLA”, „TV4” oraz „TV6”.

### **Prace badawczo-rozwojowe - nowe usługi i wdrożenia**

W 2016 roku kontynuowaliśmy działania polegające na wdrożeniach nowoczesnych technologii i najnowszych rozwiązań technicznych, które zapewniają klientom Grupy Polsat wyższą jakość i lepszą funkcjonalność posiadanych usług oraz umożliwiają rozszerzenie naszej oferty o nowe usługi i produkty.

W styczniu 2016 roku Cyfrowy Polsat wprowadził komercyjnie do oferty dekodery **EVOBOX PVR** - urządzenie nowej generacji opierające się na najnowszych rozwiązaniach światowych. Dekoder z dyskiem 500 GB daje możliwość nagrywania nawet 3 programów jednocześnie i posiada wbudowany moduł WiFi. Zapewnia on dostęp do usług online - Cyfrowy Polsat GO i HBO GO.

W marcu 2016 roku uruchomiona została aplikacja **Cyfrowy Polsat GO**, który pozwala na dostęp do ponad 90 kanałów linearnych na urządzeniach mobilnych dla klientów Cyfrowego Polsatu.

W maju 2016 roku wprowadzono ofertę ubezpieczeń komunikacyjnych, które można zamówić przez telefon, z poziomu aplikacji mobilnej. Specjalna aplikacja **uBezpiecz** pozwala na wybór najkorzystniejszej polisy komunikacyjnej spośród kilku specjalnie przygotowanych ofert oraz opłacenie jej i zapisanie na swoim smartfonie. W sierpniu 2016 roku została poszerzona oferta ubezpieczeń o produkty od jednego z największych ubezpieczycieli na polskim rynku – ERGO Hestii. Klient może zakupić ubezpieczenie majątkowe, komunikacyjne oraz podrózne w punktach sprzedaży Polkomtela i Cyfrowego Polsatu.

W czerwcu 2016 roku Polkomtel uruchomił dla klientów biznesowych usługę **Plus IT Solution**, dającą możliwość korzystania z najwyższej jakości infrastruktury teleinformatycznej na bazie umowy najmu. W ramach usługi oferowany jest najem sprzętu IT jak np. urządzenia końcowe (laptopy, komputery PC, tablety, drukarki), sprzęt sieciowy (router, sieć WiFi oraz sieć

lokalna), czy serwerów (prekonfigurowane zestawy lub konfigurowane indywidualnie). Polkomtel we współpracy z renomowanymi dostawcami i partnerami oraz ubezpieczycielem zapewnia swoim klientom poza wynajmem wybranego sprzętu również serwis z gwarantowanym czasem naprawy awarii następnego dnia roboczego, wsparcie (instalacja, opcjonalnie wsparcie informatyczne, deinstalacja), ubezpieczenie i gwarancję na cały okres umowy. Korzystając z usługi Plus IT Solution klienci, dzięki możliwości wymiany sprzętu po okresie trzech lat na nowy, mają zawsze dostęp do nowoczesnych rozwiązań technologicznych bez konieczności ponoszenia dodatkowych nakładów inwestycyjnych.

W lipcu 2016 roku klientom biznesowym została udostępniona oferta **Prawnik - dostęp do Centrum Porad Prawnych**, w którym pomocy prawnej udzielają adwokaci i radcowie prawni. Porady świadczone są w formie rozmowy telefonicznej, a w sytuacji gdy niezbędna jest weryfikacja lub sporządzenie dokumentu prawnego – również przez e-mail, fax lub dedykowane konto klienta. Partnerem rozwiązania wdrożonego w sieci Plus jest Availo sp. z o.o.

W listopadzie 2016 roku Plus we współpracy z firmą Locon udostępnił nowe **usługi monitoringu pomieszczeń** bez konieczności montażu okablowania (usługa Bezpieczny Dom i Bezpieczna Firma). Są one dostępne poprzez aplikację mobilną instalowaną na smartfonach i tabletach z systemem Android i iOS oraz na komputerach poprzez serwis www. Rozwiązanie to, dzięki wykorzystaniu kamery IP oraz sieci internetowej pozwala m.in. na: monitoring domu lub firmy, podgląd pomieszczeń w dowolnym momencie, wykrycie ruchu przez kamerę, automatyczne nagranie zdarzenia oraz zapisanie na bezpiecznym serwerze, powiadomienie o wykryciu ruchu.

W 2016 roku Polkomtel komercyjnie uruchomił „LTE Plus Advanced” o przepustowości do 300 Mb/s dla klientów Internetu mobilnego. Szybszy standard LTE dostępny jest dla wszystkich klientów ofert abonamentowych, Internetu mobilnego i Mix.

Grupa Cyfrowy Polsat, w ramach dalszej integracji operacyjnej Plusa i Cyfrowego Polsatu oraz w związku ze strategią rozwoju na rynku usług łączonych, jest w trakcie wdrażania nowego zintegrowanego systemu sprzedaży, obsługi klienta oraz konwergentnego systemu rozliczeniowego dla produktów i usług, realizowanego we współpracy z firmą HUAWEI. Podstawą nowego podejścia jest strategia omnichannel – wielokanałowego podejścia do sprzedaży, utrzymania i obsługi klienta. Zastosowany system umożliwi jeszcze lepsze, prostsze i efektywniejsze zarządzanie sprzedażą, a także elastyczne reagowanie na dynamikę rynkową - łatwiejsze i szybsze stanie się uruchamianie nowych produktów i usług.

## Systemy IT

Systemy informatyczne mają istotne znaczenie dla wielu aspektów prowadzenia naszej działalności biznesowej. W Grupie Polsat korzystamy z szeregu systemów, aplikacji i specjalistycznego oprogramowania opracowanego samodzielnie, jak też przez wiodących lokalnych i międzynarodowych dostawców zewnętrznych.

W segmencie usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym korzystamy z systemów IT pozwalających skutecznie i wydajnie zarządzać naszą bazą klientów. Systemy te obejmują, między innymi, system zarządzania relacjami z klientami, system obsługi sprzedaży, Internetowe Centrum Obsługi Klienta oraz system obsługi transakcji.

W zakresie systemów do dekoderów korzystamy z aplikacji i oprogramowania pozwalającego oferować jak najefektywniejsze produkty. Będąc ich właścicielem i posiadając związane z nimi prawa własności intelektualnej, możemy skutecznie i szybko reagować na wszelkie potrzeby naszych klientów. W segmencie usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym używamy systemów na licencji firm zewnętrznych, takich jak system warunkowego dostępu zabezpieczający dostęp do kanałów oferowanych w naszych płatnych pakietach programowych DTH. Jednocześnie, poszukując optymalizacji kosztu rozwoju linii high-end dla małych wolumenów, współpracujemy z doświadczonymi dostawcami, np. w produkcie EVOBOX, który jest w pełni zintegrowanym rozwiązaniem hybrydowym z PVR.

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.

Dzięki usługom realizowanym w Pionie Projektów Internetowych klientom Grupy, korzystającym z łączy internetowych i szerokopasmowego mobilnego dostępu do internetu, zapewniamy możliwość konsumpcji premium treści audio, wideo i tekstowych. Internetowa telewizja IPLA i aplikacja Cyfrowy Polsat GO są dostępne na większości popularnych w Polsce urządzeń multimedialnych, w tym na komputerach stacjonarnych, smartfonach i odbiornikach telewizyjnych nowych generacji. Wielowęzłowa sieć dystrybucji multimediiów zapewnia symultaniczny dostęp do oferowanych multimediiów dziesiątkom tysięcy internautów. Dystrybuowane treści przygotowujemy, zabezpieczamy i monetizujemy korzystając zarówno z autorskich rozwiązań IPLA, jak i systemów pochodzących od dostawców zewnętrznych oraz naszych partnerów biznesowych.

Systemy informatyczne mają krytyczne znaczenie dla naszej działalności w obszarze telekomunikacji. W zakresie zarządzania siecią sterujemy wszystkimi elementami infrastruktury sieciowej pod kątem ich dostępności, osiągnięć i bezpieczeństwa w celu kontrolowania ruchu i planowania pojemności sieci zgodnie z oczekiwanymi potrzebami.

W zakresie aktywacji klientów i bilingu, korzystamy z systemów, które pozwalają na elastyczny biling dla różnych taryf kontraktowych i prepaid. Systemy obsługi klienta pozwalają na adresowanie potrzeb klientów poprzez różne kanały komunikacji (takie jak telefoniczne biuro obsługi klienta, poczta elektroniczna, IVR, SMS, punkty sprzedaży i Internet). Dodatkowo wykorzystujemy szereg aplikacji, które wspierają segmentację klientów, definiowanie produktów oraz wybór kanałów sprzedaży i metody komunikacji.

Nasza spółka zależna, Polkomtel, korzysta z systemów zarządzania, które obejmują m.in. kontrolę finansową, kontrolę przychodów, systemy wykrywania nadużyć, oceny zdolności kredytowej i tzw. systemy scoringowe, oraz systemy wspierające proces sprawozdawczości dla celów wewnętrznych i regulacyjnych. Oprócz głównego, Polkomtel utrzymuje zapasowe centrum obliczeniowe (data center), które zawiera zduplikowane informacje pochodzące z najważniejszych systemów i dane o decydującym znaczeniu, tak aby w przypadku ewentualnej awarii zapewnić możliwość kontynuowania świadczenia najistotniejszych usług.

Istotnym elementem poprawy efektywności funkcjonowania systemów IT w ostatnich latach było uproszczenie i unowocześnienie procesów rozwoju oprogramowania oraz ich reorientacja na osiągnięcie określonych celów biznesowych. Jednocześnie, zwiększenie konkurencyjności wśród dostawców pozwoliło na znaczące obniżenie kosztów związanych z systemami IT w wielu obszarach.

Realizując działania zmierzające do integracji operacyjnej Polkomtela z Cyfrowym Polsatem oraz wykorzystując już posiadane w Grupie rozwiązania informatyczne, Grupa Polsat uruchomiła projekt mający na celu stworzenie wspólnego środowiska systemowego do rozwoju łączonych ofert wieloproduktowych, obejmujących usługi Cyfrowego Polsatu oraz Polkomtela. Działania te pozwolą także na dalszą optymalizację kosztową oraz wykorzystanie istotnych synergii tak w obszarze wykorzystania zasobów, jak i wiedzy.

Istotnym składnikiem tego przedsięwzięcia jest projekt wdrożenia nowego zintegrowanego systemu sprzedaży, obsługi klienta oraz konwergentnego systemu rozliczeniowego dla produktów i usług.

Zastosowany system umożliwi jeszcze lepsze, prostsze i efektywniejsze zarządzanie sprzedażą, a także elastyczne reagowanie na dynamikę rynkową – łatwiejsze i szybsze stanie się uruchamianie nowych produktów i usług. Stworzony zostanie centralny katalog usług i produktów Grupy z jednym, spójnym i efektywnym, wspólnym rozwiązaniem sprzedażowym dla wszystkich kanałów kontaktu z klientem. Zostanie uproszczona i uelastyczniona architektura IT, co pozwoli na redukcję czasu i kosztów nowych wdrożeń biznesowych.

Wprowadzone rozwiązanie przyczyni się do dalszego rozwoju wspólnej sprzedaży wielu usług oferowanych przez spółki Grupy i umożliwi elastyczne reagowanie na zmiany zachodzące na rynku i oferowanie coraz nowszych produktów z różnych obszarów życia i ich sprzedaż pakietową.

### **Nieruchomości**

Cyfrowy Polsat jest właścicielem zdecydowanej większości nieruchomości, w których zlokalizowana jest infrastruktura naszej telewizji satelitarnej, część biur oraz obiekty studyjne i magazynowe. Wszystkie posiadane przez nas nieruchomości znajdują się w Polsce, są zadbane i utrzymywane w dobrym stanie. Na dzień 31 grudnia 2016 roku na posiadanych przez nas nieruchomościach była ustanowiona hipoteka będąca zabezpieczeniem Połączonego Kredytu Terminowego. Nieznaczna część nieruchomości należących do Cyfrowego Polsatu jest obciążana typowymi prawami służebności w zakresie ułożenia kabli energetycznych i innych mediów. Część nieruchomości jest użytkowana na zasadach dzierżawy od podmiotów trzecich.

Dla realizacji statusowej działalności polegającej w szczególności na świadczeniu usług operatora telekomunikacyjnego Polkomtel wykorzystuje m.in. następujące nieruchomości:

- obiekty biurowe, w tym siedziba główna Polkomtela oraz siedziby regionów, biura techniczne i biura sprzedaży w regionach, które lokowane są w obiektach wynajmowanych;
- kluczowe obiekty technologiczne typu MSC (cyfrowe centrale telefoniczne) oraz DC (centrum danych) – funkcjonalności typu MSC/DC lokowane są w większości w obiektach własnych Polkomtela lub obiektach należących do Grupy Polsat;

- sieć punktów sprzedaży – organizacja w oparciu o obiekty wynajmowane oraz umowy partnerskie z firmami zewnętrznymi;
- stacje bazowe – lokalizowane na wynajmowanych powierzchniach.

Większość nieruchomości należących do Polkomteli jest obciążona typowymi prawami służebności głównie w zakresie ułożenia kabli energetycznych i teletechnicznych.

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 spółki Inwestycje Polskie Sp. z o.o. oraz w studiach nagrań zlokalizowanych przy ul. Łubinowej 4A w Warszawie, należących do Cyfrowego Polsatu.

W celu zabezpieczenia spłaty wiarytelności wynikających z Połączonej Umowy Kredytów, ustanowiono na rzecz Agenta Zabezpieczeń hipotekę umowną na wybranych nieruchomościach będących własnością spółek należących do Grupy Polsat.

### **Zagadnienia ochrony środowiska**

Wszelkie zagadnienia związane z ochroną środowiska są dla nas bardzo ważne. Przestrzeganie przepisów dotyczących ochrony środowiska i prawidłowe wywiązywanie się z obowiązków ciążących na naszym przedsiębiorstwie jest dla nas sprawą priorytetową. Dokładamy wszelkich starań, aby prowadzona przez nas działalność nie naruszała 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. Systematycznie korzystamy również z pomocy niezależnych firm specjalizujących się w doradztwie środowiskowym i kompleksowej obsłudze podmiotów, których działalność może mieć wpływ na środowisko.

Producenci urządzeń elektrycznych zobowiązani są do przestrzegania przepisów o ochronie środowiska, w szczególności w zakresie składowania i utylizacji środków chemicznych niebezpiecznych dla środowiska używanych przy produkcji i naprawach serwisowych. Jako nowoczesna fabryka urządzeń elektronicznych Interphone Service Sp. z o.o. spełnia wszystkie wymagania prawne a także posiada certyfikaty jakościowe w zakresie gospodarki substancjami niebezpiecznymi dla środowiska. Polityka bezpieczeństwa środowiskowego podlega corocznym audytom a w jej zakresie, poza bieżącą ochroną środowiska przed zagrożeniami pochodzącymi z procesu produkcji, znajduje się także weryfikacja komponentów w zakresie substancji zabronionych przez ogólnoeuropejskie standardy produkcji urządzeń elektronicznych, takich jak np. ołów czy rtęć.

Operatorzy sieci komórkowych, w tym Polkomtel, zobowiązani są do przestrzegania przepisów o ochronie środowiska, w szczególności przepisów dotyczących: gospodarki odpadami, postępowania ze zużytym sprzętem elektrycznym i elektronicznym oraz ochrony przed polami elektromagnetycznymi.

Jako podmiot korzystający ze środowiska, Polkomtel jest zobowiązany do dokonywania stosownych zgłoszeń do odpowiednich organów administracji publicznej w tym zakresie. Prowadzona przez Polkomtel działalność nie wymaga jednak uzyskania żadnych pozwoleń dotyczących gospodarki odpadami, postępowania ze zużytym sprzętem oraz ochrony przed polami elektromagnetycznymi, w związku z wytwarzaniem ich na dopuszczalnym poziomie.

W trakcie prowadzonej przez Polkomtel działalności przeprowadzono szereg kontroli mających na celu sprawdzenie przestrzegania przez Polkomtel przepisów dotyczących ochrony środowiska, w trakcie których nie stwierdzono istotnych uchybień. Polkomtel posiada certyfikat systemu zarządzania środowiskowego zgodnego z ISO 14001:2004 w zakresie „sprzedaż produktów i usług telekomunikacyjnych oraz sprzedaż energii elektrycznej, obsługa i utrzymanie klienta”.

Na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania według naszej wiedzy przeciwko nam nie toczą się żadne postępowania, które mogłyby zostać wszczęte w odniesieniu do niezgodności z przepisami środowiskowymi, w wyniku prowadzenia naszej działalności.

### **Umowy ubezpieczenia**

Utrzymujemy ochronę ubezpieczeniową naszych spółek i ich działalności zasadniczo od wszelkich ryzyk i z sumami ubezpieczenia na poziomie typowym dla branży dostawców płatnej telewizji nadawców telewizyjnych oraz podmiotów działających na rynku telekomunikacyjnym w Polsce.

Grupa posiada ubezpieczenia komunikacyjne, ubezpieczenie mienia od wszelkiego ryzyka, jak również ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej z tytułu prowadzenia działalności gospodarczej oraz ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej zawodowej z tytułu działalności nadawczej, ubezpieczenie utraty zysku, oraz ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej członków władz spółek z Grupy.

W 2016 roku Grupa Polsat miała zawarte niżej opisane umowy ubezpieczeniowe.

W zakresie ubezpieczeń majątkowych zawarte zostały umowy generalne na lata 2014-2017 z TUIR Warta S.A. w koasekuracji z STU Ergo Hestia S.A. i PZU S.A. dotyczące ubezpieczenia mienia od wszystkich ryzyk, ubezpieczenia sprzętu elektronicznego, ubezpieczenia maszyn od uszkodzeń, ubezpieczenia utraty zysku, ubezpieczenia mienia w transporcie krajowym i międzynarodowym.

W zakresie ubezpieczeń odpowiedzialności cywilnej zawarta została umowa generalna na lata 2014 – 2017 z TUIR Warta S.A. w koasekuracji z STU Ergo Hestia S.A. i PZU S.A. dotycząca ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej, w tym OC zawodowego. Ponadto zawarte zostało ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej z tytułu prowadzenia ksiąg rachunkowych z PZU S.A. W ubezpieczenie OC dyrektorów i członków zarządów spółek z Grupy Polsat zaangażowane są następujące towarzystwa: TUIR Allianz S.A., AIG Oddział w Polsce, ACE Oddział w Polsce, TUIR Warta S.A., Sopockie TU Ergo Hestia S.A. i PZU S.A.

W 2016 roku Polkomtel zawarł z STU Ergo Hestia S.A. umowę generalną dotyczącą ubezpieczenia floty (OC, AC, Kr, NNW, Assistance) obejmującą swoim zakresem całą flotę Grupy Polsat.

W 2016 roku kontynuowano ubezpieczenie kosztów leczenia w zagranicznych podróżach służbowych z AIG Europe Limited Oddział w Polsce oraz polisę ubezpieczenia następstw nieszczęśliwych wypadków z Aviva Towarzystwo Ubezpieczeń Ogólnych S.A.

Uważamy, że zakres naszej ochrony ubezpieczeniowej odpowiada praktyce stosowanej przez inne podmioty działające w branży dostawców płatnej telewizji, nadawców telewizyjnych oraz operatorów telekomunikacyjnych działających w Polsce.

### **Działalność sponsoringowa i charytatywna**

Społeczna odpowiedzialność biznesu jest dla nas nieodłącznym elementem funkcjonowania na rynku, osiągania celów biznesowych i budowania wartości spółek. W szczególności angażujemy się w inicjatywy mające na celu ochronę życia i zdrowia, propagowanie bezpieczeństwa oraz wsparcie dla potrzebujących lub zagrożonych wykluczeniem (społecznym lub ekonomicznym). W tym zakresie od wielu lat współpracujemy z organizacjami pożytku publicznego, m.in. z Fundacją Polsat, Fundacją Przyjaciółka, Stowarzyszeniem WIOSNA oraz ze służbami ratowniczymi (TOPR, WOPR, GOPR).

Telewizja Polsat jako pierwsza stacja komercyjna w Polsce zaangażowała się w działalność charytatywną i współpracuje w tym zakresie z powołaną w 1996 roku Fundacją POLSAT. Fundacja angażuje się w pomoc dzieciom dotkniętym chorobą i jest obecnie jedną z największych organizacji pozarządowych działających w Polsce. Dotychczas Fundacja objęła swoją pomocą blisko 30 tys. małych pacjentów i wsparła finansowo prawie 1,2 tys. szpitali i ośrodków medycznych w całym kraju, które zostały wyremontowane lub wyposażone w nowoczesny sprzęt medyczny. W sumie na cele statutowe Fundacja przekazała dotąd prawie 217 mln zł. Fundusze na prowadzenie działalności Fundacji POLSAT pochodzą z ogólnopolskich kampanii, darowizn, dotacji wielu firm i osób prywatnych.

Do najbardziej rozpoznawalnych projektów Fundacji Polsat należy kampania „Jesteśmy dla dzieci” oraz „Mikołajkowy Blok Reklamowy” realizowany od 13 lat wspólnie z Telewizją Polsat i Polsat Media Biuro Reklamy „Mikołajkowy Blok Reklamowy” stał się tradycją w naszej Grupie. Co roku jest emitowany na antenie POLSATU – 6 grudnia o godzinie 18:45. W spotach zachęcających do oglądania charytatywnego bloku pojawiają się dziennikarze znani z flagowego programu informacyjnego stacji – „Wydarzenia”. Angażujące zwiastuny i zapowiedzi pojawiają się w kluczowych stacjach Telewizji Polsat i dodatkowo są emitowane w telewizji internetowej IPLA oraz radiu MUZO.FM.

Wpływy z „Mikołajkowego Bloku Reklamowego” obliczone na podstawie wyników oglądalności są w całości przekazywane za pośrednictwem Fundacji POLSAT na leczenie i rehabilitację chorych dzieci. W 2016 roku kampania przyciągnęła przed

telewizory blisko 6,1 mln widzów, co przełożyło się na udział w oglądalności na poziomie 36,5% w grupie komercyjnej. Dzięki tak licznej widowni udało się zebrać blisko 1,25 mln zł.

Od 2010 roku w Cyfrowym Polsacie budżet zaplanowany na tradycyjne upominki świąteczne jest przekazywany na leczenie i rehabilitację podopiecznych Fundacji Polsat. W 2016 roku środki te zostały przeznaczone na zakup protezy dla 14-letniego Błażeja z Józefowa.

Pomimo że działalność wolontariatu pracowniczego nie jest ujęta w formalne procedury wewnętrzne, nasi pracownicy bardzo aktywnie angażują się w inicjatywy charytatywne. W 2016 roku wspólnie zrealizowaliśmy cztery projekty: „Wypełnij Plecak” (przekazano ponad 2,9 tys. artykułów szkolnych i gadżetów w ramach 35 wyprawek szkolnych dla podopiecznych Fundacji Przyjaciółka), „Kurier Świętego Mikołaja” (106 upominków świątecznych dla podopiecznych Fundacji Przyjaciółka o łącznej szacunkowej wartości blisko 13 tys. zł), „Szlachetna Paczka” (132 paczki o łącznej szacunkowej wartości 19,5 tys. zł dla 9 rodzin objętych projektem Stowarzyszenia WIOSNA) oraz kiermasz świąteczny „Małe rzeczy, duża pomoc” (sprzedając ręcznie wykonane ozdoby, uczniowie ze Społecznej Szkoły Podstawowej Nr 14 w Warszawie zgromadzili łącznie 4,8 tys. zł na rzecz dofinansowania bieszczadzkich szkół w Cisnej i Nowym Łupkowie).

Polkomtel już ponad 16 lat angażuje się w akcje promujące bezpieczeństwo. W tym zakresie spółka współpracuje ze służbami ratowniczymi: Górskim Ochotniczym Pogotowiem Ratunkowym, Tatrzańskim Ochotniczym Pogotowiem Ratunkowym oraz Wodnym Ochotniczym Pogotowiem Ratunkowym. Poza typowymi formami współpracy, takimi jak wsparcie finansowe na zakup sprzętu, operator sieci Plus stworzył wspólnie z tym służbami specjalistyczny Zintegrowany System Ratownictwa, a w ramach niego uruchomione zostały dwa numery ratunkowe: działający w górach 601 100 300 oraz funkcjonujący nad wodą 601 100 100. Zintegrowany System Ratownictwa umożliwia m.in. skrócenie czasu dotarcia do poszkodowanego oraz sprawną koordynację działań służb ratowniczych. Jako partner technologiczny służb ratowniczych, Polkomtel współpracuje przy projektach edukacyjnych i profilaktyki z zakresu bezpieczeństwa, np. udostępniając dedykowane aplikacje.

Poza działalnością dobroczynną prowadzimy także szereg działań sponsoringowych. W swojej dotychczasowej aktywności w zakresie sponsoringu Cyfrowy Polsat wspierał m.in. Kevina Mirochę (kierowcę Formuły 2) i Aleksandra Ariana (żeglarza UKS Sailing Team Rzeszów). Od 1998 roku Polkomtel nieprzerwanie wspiera (pod marką Plus) polską siatkówkę, będąc w tym czasie między innymi Głównym Sponsorem Reprezentacji Polski Kobiet i Mężczyzn oraz tytułowym sponsorem PlusLigi.



### 3. ISTOTNE WYDARZENIA I UMOWY

#### 3.1. Wydarzenia o charakterze korporacyjnym

##### **Zakończenie rozpoczętego w 2015 roku procesu refinansowania zadłużenia Grupy**

###### **Zawarcie transakcji zabezpieczających**

W związku z refinansowaniem zadłużenia z tytułu Obligacji Senior Notes PLK i koniecznością wymiany środków pochodzących z Kredytu Terminowego PLK, denominowanego w polskich złotych, na środki w walucie EUR oraz USD Polkomtel zawarł szereg transakcji zabezpieczających kursy wymiany walut. Dodatkowo, w celu ograniczenia ryzyka niekorzystnej zmiany stóp procentowych Spółka i Polkomtel zawarły szereg transakcji zamiany stóp procentowych typu IRS. Łączna wartość zawartych transakcji zabezpieczających w przeliczeniu na polskie złote na dzień 29 stycznia 2016 roku wyniosła 6.581,8 mln zł.

Transakcje były zawierane w różnych terminach z różnymi bankami - Powszechna Kasa Oszczędności Bank Polski S.A., ING Bank Śląski S.A., Société Générale Spółka Akcyjna, Oddział w Polsce, Bank Zachodni WBK S.A., BNP Paribas Fortis SA/NV oraz Credit Agricole Bank Polska S.A. i na dzień 29 stycznia 2016 roku obejmowały w szczególności:

- transakcje walutowe typu forward na USD o łącznej wartości 529,0 mln USD (2.109,2 mln zł), z terminem rozliczenia ustalonym na dzień 27 stycznia 2016 roku i średnim kursem wymiany na poziomie 3,9872 PLN/USD,
- transakcje walutowe typu forward na EUR o łącznej wartości 570,0 mln EUR (2.472,6 mln zł), z terminem rozliczenia ustalonym na dzień 27 stycznia 2016 roku i średnim kursem wymiany na poziomie 4,3378 PLN/EUR oraz
- transakcje zamiany stóp procentowych typu IRS (ang. *Interest Rate Swap*) o łącznej wartości 2.000,0 mln zł, polegających na zamianie płatności odsetek opartych o zmienną stopę procentową WIBOR 3M na płatność odsetek opartych o stałą stopę procentową w średniej wysokości 1,553%. Transakcje zostały zawarte na okres od 30 czerwca 2016 roku do 30 września 2017 roku.

###### **Splata i umorzenie Obligacji Senior Notes PLK**

W dniu 29 stycznia 2016 roku nasza spółka zależna Eileme 2 dokonała całkowitej spłaty zadłużenia z tytułu wyemitowanych przez siebie niepodporządkowanych obligacji o łącznej wartości nominalnej 542,5 mln EUR oraz 500,0 mln USD z terminem zapadalności w 2020 roku i oprocentowaniu, odpowiednio 11,75% dla transzy EUR oraz 11,625% dla transzy USD (Obligacje Senior Notes PLK). Umorzenie Obligacji Senior Notes PLK nastąpiło dnia 1 lutego 2016 roku.

Obligacje Senior Notes PLK zostały umorzone po cenie równej, odpowiednio, 105,875% wartości nominalnej transzy EUR oraz 105,813% wartości nominalnej transzy USD, powiększonej o naliczone i należne odsetki.

Środki na zapłatę kwot związanych z przedterminową spłatą pochodziły z kredytu terminowego udzielonego Polkomtel na podstawie Umowy Kredytów PLK zawartej 21 września 2015 roku.

Szczegóły dotyczące spłaty Obligacji Senior Notes PLK zostały zamieszczone w raporcie bieżącym nr 1 z dnia 29 stycznia 2016 roku oraz nr 4 z dnia 1 lutego 2016 roku.

###### **Konsolidacja Umów Kredytowych**

W związku z przedterminową spłatą i umorzeniem w dniu 1 lutego 2016 roku Obligacji Senior Notes PLK do Umowy Kredytów CP zostały wprowadzone zmiany przewidziane w Umowie Zmieniającej i Konsolidującej z dnia 21 września 2015 roku (szczegóły w punkcie 4.6.5 - *Przegląd sytuacji operacyjnej i finansowej Grupy Polsat – Przegląd sytuacji finansowej – Płynność i zasoby kapitałowe – Istotne umowy finansowania zawarte przez spółki z Grupy*). Ponadto zadłużenie z tytułu Umowy Kredytów PLK zostało spłacone, na zasadzie bezgotówkowej, ze środków udostępnionych Polkomtel na podstawie Umowy Kredytów CP oraz Polkomtel oraz inne jednostki zależne od Spółki przystąpiły do Umowy Kredytów CP w charakterze, odpowiednio, kredytobiorcy i gwaranta lub gwaranta.

W związku z powyższym w dalszej części niniejszego Sprawozdania będziemy odnosić się do połączonych Umów Kredytowych CP i PLK, jako do „Połączonej Umowy Kredytów” lub „Połączonego SFA”.

### Ustanowienie dodatkowych zabezpieczeń Połączonego SFA

W następstwie spłaty zadłużenia z tytułu Obligacji Senior Notes PLK oraz Umowy Kredytów PLK zostały zwolnione zabezpieczenia ustanowione w związku z zaciągnięciem zadłużenia na podstawie powyższych dokumentów finansowych. W dniu 29 stycznia 2016 roku Polkomtel i inne spółki z Grupy oraz UniCredit Bank AG, Oddział w Londynie zawarły i podpisały umowy i inne dokumenty przewidujące ustanowienie zabezpieczeń w związku ze zmianą Umowy Kredytów CP na podstawie Umowy Zmieniającej i Konsolidującej, opisaną w punkcie powyżej, i przystąpieniem do niej w charakterze kredytobiorcy oraz gwaranta Polkomtel oraz innych jednostek zależnych Spółki.

Łączna wartość ewidencyjna aktywów, na których ustanowiono zabezpieczenie, w księgach rachunkowych podmiotów zależnych Spółki wynosiła 18.382 mln zł na dzień 29 stycznia 2016 roku. Szczegółowy wykaz ustanowionych zabezpieczeń został przedstawiony w punkcie 4.6.6. *Przegląd sytuacji operacyjnej i finansowej Grupy Polsat – Przegląd sytuacji finansowej – Informacje o udzieleniu przez Spółkę lub jednostki zależne poręczeń kredytu lub pożyczki lub udzieleniu gwarancji.*

### Nabycie Grupy Midas (obecnie Grupy Aero 2) oraz spłata jej zadłużenia

#### Nabycie Litenite Ltd., podmiotu bezpośrednio kontrolującego Midasa

W dniu 29 lutego 2016 r. Polkomtel nabył od spółki Ortholuck Limited 100% udziałów w spółce Litenite Limited, będącej bezpośrednim właścicielem 976.542.690 akcji spółki Midas S.A., reprezentujących 65,9975% ogólnej liczby głosów i kapitału zakładowego w Midasie. W rezultacie ww. nabycia, w dniu 29 lutego 2016 r., m.in. Spółka oraz Polkomtel uzyskały pośrednio status podmiotów dominujących nad Midasem i jego podmiotami zależnymi - Aero2, AltaLog oraz Sferia. Wynagrodzenie za 100% udziałów w Litenite nabytych przez Polkomtel wyniosło 1,0 EUR, przy czym zostało ono obliczone z uwzględnieniem tego, iż zadłużenie netto Litenite, liczone jako różnica wartości zobowiązań netto i środków pieniężnych według stanu na dzień 31 stycznia 2016 roku wynosiło około 788 mln zł, a jedynym aktywem tej spółki, poza środkami pieniężnymi, były akcje Midasa o zbliżonej wartości.

Pośrednie nabycie akcji Midasa stanowi długoterminową inwestycję Grupy mającą strategiczny charakter.

#### Wezwanie na akcje Midasa

W związku z pośrednim nabyciem 976.542.690 akcji Midasa, reprezentujących 65,9975% ogólnej liczby głosów i kapitału zakładowego w Midasie w dniu 29 lutego 2016 roku, Polkomtel ogłosił wezwanie do zapisywania się na sprzedaż 503.124.060 akcji Midasa uprawniających do 34,0025% ogólnej liczby głosów i kapitału zakładowego w Midasie. Ogłoszenie wezwania nastąpiło na podstawie art. 74 ust. 1 ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych. Cena akcji Midasa w wezwaniu została określona na 0,81 zł za jedną akcję Midasa.

Przyjmowanie zapisów na sprzedaż akcji Midasa w wezwaniu zostało zakończone 19 kwietnia 2016 roku, a wezwanie zostało rozliczone 27 kwietnia 2016 roku. W wezwaniu złożonych zostało 216 zapisów na łącznie 403.054.449 akcji Midasa, uprawniających do 403.054.449 głosów na walnym zgromadzeniu Midasa, reprezentujących 27,2395% ogólnej liczby głosów i kapitału zakładowego w Midasie.

W związku z przekroczeniem progu 90% ogólnej liczby głosów w Midasie, zarząd Polkomtela podjął decyzję o nabyciu do 100% akcji Midasa, w związku z czym ogłosił w dniu 25 maja 2016 roku żądanie przymusowego wykupu akcji Midasa należących do wszystkich pozostałych akcjonariuszy tej spółki. Dzień wykupu został ustalony na 31 maja 2016 roku, a cena wykupu wynosiła 0,81 zł za jedną akcję Midasa. W tym też dniu przymusowy wykup akcji Midasa został skutecznie przeprowadzony.

Dnia 13 czerwca 2016 roku Walne Zgromadzenie Midasa podjęło decyzję o zniesieniu dematerializacji wszystkich akcji Midasa i wycofaniu ich z obrotu na rynku regulowanym prowadzonym przez GPW. Akcje Midasa zostały wykluczone z obrotu dnia 9 sierpnia 2016 roku.

#### Spłata zadłużenia Grupy Midas

W dniu 29 kwietnia 2016 roku spółki z Grupy Aero2 spłaciły w całości zadłużenie wynikające z umowy kredytowej z dnia 10 lipca 2014 roku, z późniejszymi zmianami, z Bankiem Polska Kasa Opieki S.A. w kwocie 326,3 mln zł, a w dniu 10 maja 2016 roku spłaciły w całości zadłużenie wynikające z umów kredytowych z dnia 27 października 2010 roku i 25 listopada 2010 roku, z późniejszymi zmianami, zawartych z Invest Bank S.A. (obecnie Plus Bank S.A.) w kwocie 41,1 mln zł. Spłata zadłużenia została dokonana ze środków własnych.

Jednocześnie w związku z całkowitą spłatą wszelkich kwot należnych z tytułu wyżej wymienionych umów kredytowych oraz innych dokumentów finansowania, które ich dotyczyły, wszelkie zabezpieczenia ustanowione w związku z tymi umowami zostały zwolnione.

W dniu 12 maja 2016 roku Grupa Polsat nabyła większość Obligacji Midas za łączną kwotę 323,6 mln zł. W dniu 9 listopada 2016 roku zarząd Midasa podjął uchwałę w sprawie przedterminowego, obligatoryjnego wykupu wszystkich wyemitowanych Obligacji Midas, których dzień wykupu przypadał na 16 kwietnia 2021 roku, na żądanie spółki. Dzień wcześniejszego wykupu został ustalony na 9 grudnia 2016 roku, a kwota wcześniejszego wykupu przypadająca na jedną Obligację Midas wyniosła 602,07 zł.

### **Przekształcenie Grupy Midas w Grupę Aero2**

W dniu 30 listopada 2016 roku nastąpiło połączenie spółki Midas S.A. z jej spółką zależną Aero2 Sp. z o.o., gdzie spółką przejmującą było Aero2 Sp. z o.o., wobec czego w dalszej części niniejszego Sprawozdania będziemy się odnosić do grupy kapitałowej obejmującej Aero2 i jej spółki zależne jako do Grupy Aero2.

### **Podwyższenie ratingu Cyfrowego Polsatu**

W dniu 16 maja 2016 roku agencja ratingowa Moody's Investors Service („Moody's”) podwyższyła rating korporacyjny Spółki (ang. *corporate family rating - CFR*) z poziomu Ba3 do poziomu Ba2 z perspektywą stabilną. Szczegóły dotyczące ratingu zostały omówione w punkcie 4.6.5. – *Przegląd sytuacji operacyjnej i finansowej Grupy Polsat – Przegląd sytuacji finansowej – Płynność i zasoby kapitałowe – Ratingi.*

### **Zmiany w składzie Zarządu**

W dniu 24 sierpnia 2016 roku pan Tomasz Szelaąg złożył rezygnację z pełnienia funkcji członka Zarządu Spółki z dniem 30 września 2016 roku.

W dniu 25 sierpnia 2016 roku Rada Nadzorcza Spółki powołała z dniem 1 października 2016 roku na stanowisko członka zarządu Spółki panią Katarzynę Ostap-Tomann.

### **Zmiany w składzie Rady Nadzorczej**

W dniu 30 września 2016 roku pan Zygmunt Solorz złożył rezygnację z członkostwa w Radzie Nadzorczej Spółki ze skutkiem natychmiastowym.

Na mocy uchwał podjętych w dniu 30 września 2016 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki powołało z dniem 1 października 2016 roku do Rady Nadzorczej pana Tomasza Szelaęga oraz pana Marka Kapuścińskiego. W dniu 25 października 2016 roku Rada Nadzorcza powierzyła funkcję Przewodniczącego Rady Nadzorczej panu Markowi Kapuścińskiemu.

### **Nowa polityka dywidendowa**

W dniu 8 listopada 2016 roku Zarząd Spółki podjął uchwałę o ustaleniu polityki dywidendowej, zakładającej coroczne przedkładanie Walnemu Zgromadzeniu propozycji wypłaty dywidendy wraz z rekomendacją Zarządu. Pełna treść polityki dywidendowej została przedstawiona w punkcie 7.5 – *Cyfrowy Polsat na giełdzie – Polityka dywidendowa.*

## **3.2. Wydarzenia o charakterze biznesowym**

### **Rejestracja kart prepaid**

Ustawa z dnia 10 czerwca 2016 roku o działaniach antyterrorystycznych nakłada na użytkowników przedpłaconych kart SIM obowiązek rejestracji poprzez przekazanie operatorowi telekomunikacyjnemu świadczącemu usługę swoich danych osobowych. Operator z kolei zobowiązany jest do właściwej weryfikacji otrzymanych danych. Obowiązkowa rejestracja, zarówno już użytkowanych, jak i nowo zakupionych kart SIM, rozpoczęła się 25 lipca 2016 roku. Zgodnie z zapisami ww. ustawy dnia 1 lutego 2017 roku operatorzy telekomunikacyjni zobowiązani byli do wyłączenia wszystkich przedpłaconych kart SIM, które nie zostały do tego czasu prawidłowo zarejestrowane.

W celu ułatwienia procesu udostępniłmy klientom usług przedpłaconych możliwość rejestracji kart SIM w szeregu kanałów, obejmujących własne punkty sprzedaży usług Polkomteli i Cyfrowego Polsatu, kanały zdalne, jak również wybrane ogólnopolskie sieci partnerskie, takie jak Neonet, Ruch, Poczta Polska, Relay, Inmedio, 1Minute czy Statoil.

Równolegle uruchomiliśmy kampanię informacyjną oraz zaproponowaliśmy atrakcyjną ofertę promocyjną zachęcającą klientów do możliwie wczesnego dokonania rejestracji. Klientom rejestrującym kartę SIM oferowaliśmy jednorazowe bonusy w postaci 500 zł na rozmowy i SMSy oraz 50 GB dodatkowego transferu danych, których okres ważności wynosi 30 dni od daty rejestracji. Dodatkowo do wybranych taryf oferowaliśmy opcję ważności konta przez rok. Prowadziliśmy i prowadzimy również działania ukierunkowane na zachęcenie klientów do przeniesienia numeru prepaid do taryf kontraktowych, np. poprzez oferowanie nielimitowanych rozmów i SMSów, dużych pakietów transferu danych oraz zwolnienie z płatności abonamentowych przez określony czas.

Po 5 miesiącach obowiązywania przepisów ustawy o działaniach antyterrorystycznych wyraźnie widoczne były już efekty obowiązku rejestracji kart przedpłaconych, odzwierciedlające się w zintensyfikowanej eliminacji z raportowanych baz operatorów telekomunikacyjnych nieaktywnych kart prepaid, jak również większej niż w przeszłości migracji klientów w kierunku taryf kontraktowych. Według danych opublikowanych przez GUS na koniec grudnia 2016 roku całkowita baza raportowanych kart SIM skurczyła się o ok. 2,4 mln w okresie 6 miesięcy. Na rynku nastąpił również skokowy spadek sprzedaży nowych kart przedpłaconych. Według naszych szacunków od momentu wprowadzenia obowiązku rejestracji sprzedaż nowych kart przedpłaconych na całym rynku zmniejszyła się nawet o 50%.

Na początku marca 2017 roku, po przeprowadzeniu pełnej dezaktywacji dotychczas niezarejestrowanych przedpłaconych kart SIM, nasza baza przedpłaconych usług mobilnej telefonii i dostępu do internetu wyniosła ponad 2,8 mln RGU (bez uwzględnienia RGU płatnej telewizji). Rejestracja kart prepaid jest obecnie prowadzona w sposób ciągły, natomiast klienci, którzy dokonają rejestracji do 15 grudnia 2017 roku mogą uzyskać swój uprzedni numer IMSI, przypisany do wyłączanej na mocy regulacji 1 lutego 2017 karty SIM.

#### **Transmisja Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2016**

Na podstawie nabytej w 2013 roku licencji Grupa Polsat posiadała wyłączne prawa do transmisji wszystkich spotkań Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2016. Na czas rozgrywek EURO 2016 uruchomiony został specjalny pakiet dwóch kanałów, Polsat Sport 2 i Polsat Sport 3, na których dostępne były transmisje wszystkich 51 spotkań na żywo bez reklam w jakości HD, uzupełnione o 200 godzin komentarzy i relacji na żywo oraz dodatkowe ekskluzywne treści. Pakiet UEFA EURO 2016 został zaoferowany w modelu subskrypcyjnym klientom detalicznym Grupy Polsat. Jednocześnie prowadziliśmy akcje promocyjne, w ramach których klienci przedłużający umowę świadczenia usług płatnej telewizji bądź telekomunikacyjnych oraz abonenci pakietu Premium MAX otrzymywali dostęp do pakietu UEFA EURO 2016 bez dodatkowych opłat, co korzystnie wpłynęło na nasze ARPU i churn.

Monetyzacja praw do Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2016 przebiegła wielokanałowo i polegała na odsprzedaży do TVP praw do transmisji 11 meczów, sprzedaży subskrypcji do pakietu UEFA EURO 2016 operatorom kablowym i satelitarnym oraz sprzedaży praw do publicznego odtwarzania meczów. Ponadto zgodnie z obowiązującymi przepisami udostępniliśmy 24 mecze na otwartej antenie POLSAT. Powyższe działania pozytywnie przełożyły się zarówno na przychody hurtowe w segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej, przychody detaliczne z płatnej telewizji, jak i wyniki oglądalności w czerwcu i lipcu 2016 roku.

#### **Wdrożenie zintegrowanego środowiska informatycznego**

Grupa Polsat, w ramach kontynuacji integracji operacyjnej Polkomteli i Cyfrowego Polsatu oraz w związku z realizowaną strategią rozwoju na rynku usług łączonych, wdraża nowy zintegrowany system sprzedaży, obsługi klienta oraz konwergentny system rozliczeniowy dla produktów i usług. Jest on realizowany we współpracy z firmą HUAWEI, która dostarcza systemy informatyczne i jako integrator jest odpowiedzialna za wdrożenie.

Celem wdrożenia jest nowe zdefiniowanie i ujednoczenie procesów sprzedażowych oraz ofert w Grupie Polsat i wyposażenie jej w jedno spójne i efektywne narzędzie pozwalające na zarządzanie sprzedażą i relacjami z klientem detalicznym na wszystkich możliwych płaszczyznach. Podstawą nowego podejścia jest strategia omnichannel – wielokanałowego podejścia do sprzedaży, utrzymania i obsługi klienta. Zastosowany system umożliwi jeszcze lepsze, prostsze i efektywniejsze zarządzanie sprzedażą, a także elastyczne reagowanie na dynamikę rynkową – łatwiejsze i szybsze uruchamianie nowych produktów i usług. Stworzony zostanie centralny katalog usług i produktów Grupy z jednym, spójnym i efektywnym, wspólnym rozwiązaniem sprzedażowym dla wszystkich kanałów kontaktu z klientem.

Realizacja fazy wdrożeniowej jest planowana do końca 2018 roku, a jej koszty zostały rozłożone na czas całego wdrożenia i zostały ujęte we wcześniej komunikowanych planach inwestycyjnych Grupy Polsat zakładających wydatki na CAPEX na poziomie nie wyższym niż 10% przychodów Grupy.

### **Rozszerzenie oferty Cyfrowego Polsatu**

31 marca 2016 roku oferta programowa Cyfrowego Polsatu powiększyła się o dwa nowe kanały tematyczne: Water Planet oraz Novela TV. Oba kanały są dostępne w jednym z naszych najpopularniejszych pakietów – Familijnym Max HD. Oferta popularnonaukowego kanału Water Planet koncentruje się na temacie wodnego świata, turystyki oraz aktywnego stylu życia, kanał Novela TV to przede wszystkim seriale. Ponadto w grudniu 2016 roku rozszerzyliśmy ofertę programową Cyfrowego Polsatu o kanały tematyczne Zoom TV oraz Metro. Obydwa kanały dostępne są od pakietu Mini HD.

Ponadto Cyfrowy Polsat oraz ELEVEN SPORTS NETWORK nawiązały współpracę, której efektem jest udostępnienie kanałów HD Eleven i Eleven Sports abonentom platformy. Nowe kanały uzupełnią bogatą ofertę sportową Cyfrowego Polsatu o takie wydarzenia jak np.: hiszpańska Liga BBVA, włoska Serie A TIM, francuska Ligue 1, Puchar Ligi Francuskiej, angielski Emirates FA Cup, Velux EHF Liga Mistrzów piłkarzy ręcznych, Formuła 1® i wiele innych.

Kanały, dostępne w formie dodatkowego płatnego pakietu, dołączyły do portfolio składającego się dotychczas z 13 kanałów o tematyce sportowej i zapewniającego szeroką gamę wydarzeń sportowych – od eliminacji do Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej 2018 przez mecze reprezentacji Polski w piłce siatkowej mężczyzn i kobiet, najważniejsze rozgrywki ligowe w Polsce: Ekstraklasa, PlusLiga, Tauron Basket Liga, PGNiG Superliga, najśrośniejsze turnieje tenisowe ATP (French Open, Wimbledon, US Open), mecze Bundesligi i Ligi Europy po KSW i największe gale bokserskie.

### **Rozszerzenie portfolio kanałów Telewizji Polsat**

Dnia 1 sierpnia 2016 roku Telewizja Polsat rozszerzyła swoje portfolio o kolejny, obok Polsat Sport, Polsat Sport Extra i Polsat Sport News, kanał sportowy – Polsat Sport Fight HD. Kanał jest nadawany w jakości HD, 7 dni w tygodniu przez co najmniej 18 godzin na dobę. Polsat Sport Fight HD to kanał poświęcony w całości sportom walki. Na antenie transmitowane są największe gale, do których prawa ma Telewizja Polsat, m.in. Polsat Boxing Night, gale boksu zawodowego HBO, TOP Rank, Showtime, Matchroom czy mieszanych sztuk walki spod szyldu KSW, MMA Attack czy FEN.

### **Wzbogacenie oferty telewizji online IPLA**

W 2016 roku należąca do Grupy Polsat największa telewizja internetowa IPLA poszerzyła ofertę o blisko 40 kanałów tv online. Oprócz tysięcy materiałów wideo na życzenie, popularnych filmów, seriali, bajek, najbogatszej w Polsce propozycji legalnych transmisji sportowych, newsów i publicystyki wideo, w IPLI można oglądać ponad 80 kanałów telewizyjnych online. Oferta jest dostępna dla wszystkich użytkowników na terenie Polski, niezależnie od dostawcy Internetu. Można z niej korzystać na wielu urządzeniach: komputerach, smartfonach, tabletach, wybranych dekodernach i smart TV, bez długoterminowych umów i zobowiązań. Rozszerzenie oferty IPLI jest strategicznym etapem jej rozwoju, a także odpowiedzią na wzrastające potrzeby użytkowników oraz zmieniające się trendy w konsumpcji treści wideo i telewizji na świecie.

Podczas gali SAT Kurier Awards 2016 telewizja internetowa IPLA zajęła pierwsze miejsce w kategorii „Najlepsza usługa” w plebiscycie na najlepsze produkty i usługi na rynku telewizji cyfrowej.

### **Cyfrowy Polsat GO**

Cyfrowy Polsat, zgodnie z przyjętą strategią rozszerzania świata multimedialnej rozrywki dla rodziny, wprowadził nowy serwis online - Cyfrowy Polsat GO, wzbogacający pakiety satelitarne o dostęp online nawet do ponad 90 kanałów linearnych i tysięcy treści na życzenie. Klienci, którzy zdecydują się na zakup opcji ON THE GO mogą oglądać telewizję na urządzeniach mobilnych z systemem Android oraz na stronie go.cyfrowypolsat.pl.

Uruchomienie serwisu Cyfrowy Polsat GO to wyjście naprzeciw oczekiwaniom klientów, którzy żyją coraz szybciej, starają się jak najlepiej wykorzystać każdą wolną chwilę i oczekują, że telewizja będzie dostępna w wybranym przez nich czasie i dowolnym miejscu.

### **Rozszerzenie oferty TV Mobilna**

W marcu 2016 roku rozszerzyliśmy ofertę TV Mobilnej Cyfrowego Polsatu, dostępnej na dekodernach do odbioru DVB-T, o 4 nowe kanały tematyczne – Polsat Cafe, Polsat Play, Comedy Central Family i TVN Style. W wyniku powyższego Cyfrowy Polsat w ramach usługi TV Mobilna oferuje klientom w Pakiecie Ekstra 12 kodowanych kanałów telewizyjnych oraz 12 rozgłośni radiowych. Dodatkowo użytkownicy urządzeń do odbioru TV Mobilnej mogą oglądać niekodowane kanały naziemnej telewizji cyfrowej.

### **Komercyjne uruchomienie Internetu LTE Plus Advanced**

W dniu 23 sierpnia 2016 roku udostępniliśmy naszym klientom usługi oparte o technologię agregacji pasm, oferowane pod nazwą LTE Plus Advanced. LTE Plus Advanced Grupy Polsat udostępniany jest w dwóch wariantach. Pierwszy z nich to agregacja dwóch nośnych po 20 MHz w standardzie LTE FDD, działających w pasmach 1800 oraz 2600 MHz. Z kolei w drugim wariantcie jest to agregacja nośnej 20 MHz w paśmie 1800 oraz nośnej 5 MHz na częstotliwości 800 MHz.

Agregacja nośnych w różnych pasmach umożliwiła zwiększenie prędkości transferu danych w ramach usługi dostępu do Internetu do maksymalnie 300 Mb/s oraz, wraz z dalszą rozbudową pokrycia, przyczyni się do zwiększenia stabilności oraz pojemności naszej sieci mobilnej. Przekłada się to na lepszą jakość Internetu dla obecnych klientów oraz możliwość komfortowego korzystania z sieci przez większą liczbę użytkowników.

W styczniu 2017 roku Internet LTE Plus Advanced obejmował swoim zasięgiem już ponad 40% populacji Polski, co oznacza, że z tej najnowszej technologii mogło już korzystać ponad 15 milionów Polaków.

### **Nabycie praw sportowych**

W 2016 roku Telewizja Polsat nabyła prawa do pokazywania spotkań Pucharu Włoch w piłce nożnej w bieżącym (2016) i kolejnym (2017) sezonie oraz prawa do transmisji wszystkich meczów rozgrywanych w ramach Mistrzostw Europy w piłce ręcznej mężczyzn 2016.

We wrześniu 2016 roku Telewizja Polsat nabyła prawa do European Qualifiers (mecze eliminacyjne strefy UEFA) do Euro 2020 i Mundialu 2022 roku oraz do dwóch cykli nowych rozgrywek europejskiej federacji UEFA Nations League (Ligi Narodów) w latach 2018/2019 i 2020/2021.

Ponadto Telewizja Polsat, uatrakcyjniając pakiet posiadanych praw, pokaże odbywające się w Polsce Mistrzostwa Europy U-21 w piłce nożnej - UEFA European Under-21 Championship 2017. Telewizja Polsat będzie oficjalnym nadawcą turnieju i producentem sygnału telewizyjnego do wszystkich krajów, które będą transmitować mistrzostwa.

### **Cyfrowa Strefa Twórców**

W ramach Cyfrowej Strefy Twórców, programu skierowanego do twórców i producentów filmowych, Grupa Polsat wybrała cztery projekty, w które zamierza zainwestować. W efekcie współpracy inicjatorów programu z twórcami, w 2017 i 2018 roku widzowie obejrzą: biografię Anny Przybylskiej, historię inspirowaną życiem sportowca Jerzego Górskiego, zabawną animację opartą na kultowej serii komiksowej i komedię o perypetiach 30-letniej singielki.

Cyfrowa Strefa Twórców to zintegrowana platforma cyfrowa uruchomiona przez nas w maju 2016 r., która pozwala na bezpośrednią komunikację z twórcami, scenarzystami i producentami. Program został pozytywnie odebrany przez środowisko filmowe, czego efektem jest duża liczba zgłoszeń. Za pośrednictwem Cyfrowej Strefy Twórców Grupa Polsat chce zrealizować plany dotyczące zwiększenia zaangażowania swoich spółek w produkcję, koprodukcję i dystrybucję filmową, z myślą o poszerzeniu i uatrakcyjnieniu polskiej oferty oraz zwiększeniu widowni kinowej świadomie wybierającej produkcje rodzime.

### **Nabycie IT Polpager**

W dniu 30 września 2016 roku nabyliśmy za pośrednictwem spółki Polkomtel 100% akcji spółki IT Polpager S.A., która świadczy usługi IT oraz rozwoju i utrzymania infrastruktury telekomunikacyjnej i technicznej głównie dla spółek z Grupy Polsat. IT Polpager S.A. posiada wieloletnie doświadczenie, wiedzę i doskonale wykwalifikowany zespół specjalistów w obszarach dostępowej sieci radiowej, sieci rdzeniowej, systemu IMS oraz w transmisji optycznej i radiowej. Nowo nabyta spółka doskonale uzupełnia zasoby i zespół Polkomteli i Aero2 w związku z realizowanym projektem rozwoju sieci.

### 3.3. Wydarzenia po dacie bilansowej

#### ***Rozszerzenie portfolio kanałów Telewizji Polsat***

Dnia 2 stycznia 2017 roku Telewizja Polsat uruchomiła w ramach naziemnej telewizji cyfrowej nowy kanał Super Polsat, który zastąpił nadawany dotychczas na MUX-2 Polsat Sport News. Jest to ogólnotematyczny kanał, na którym nadajemy programy rozrywkowe, informacyjne, filmy, seriale oraz sport na żywo. Od dnia 2 stycznia 2017 roku kanał Polsat Sport News jest dostępny wyłącznie w dystrybucji kablowo-satelitarnej.

Dnia 10 lutego 2017 roku Telewizja Polsat rozszerzyła swoje portfolio kanałów tematycznych o kanał Polsat Doku HD. W ofercie stacji znajduje się szeroki wybór najlepszych, premierowych światowych produkcji dokumentalnych dla całej rodziny o zróżnicowanej tematyce.

#### ***Rozwój programu smartDOM***

W lutym 2017 roku rozpoczęliśmy kolejny etap rozwoju naszej strategicznej oferty usług łączonych. Program, promowany obecnie pod hasłem „Domowy Program Oszczędnościowy smartDOM” obejmuje portfolio dziewięciu produktów i usług dla każdego domu. Oprócz flagowych i podstawowych usług: telefonii komórkowej Plusa, Internetu LTE Plus i Plus Advanced oraz telewizji satelitarnej Cyfrowego Polsatu, proponujemy naszym klientom również energię elektryczną, usługi bankowe, ubezpieczeniowe oraz z zakresu bezpieczeństwa domu, a także urządzenia telekomunikacyjne oraz sprzęt RTV i AGD. W najbliższej przyszłości do oferty wprowadzona zostanie także sprzedaż gazu. Jedną z głównych, niezmiennych zasad naszego programu lojalnościowego smartDOM jest prosta zależność – im więcej produktów i usług posiada klient, tym więcej oszczędności może zgromadzić dzięki uzyskiwanym rabatami.

## 4. PRZEGLĄD SYTUACJI OPERACYJNEJ I FINANSOWEJ GRUPY POLSAT

### 4.1. Kluczowe czynniki wpływające na naszą działalność operacyjną i osiągnięte wyniki finansowe

#### 4.1.1. Czynniki związane z otoczeniem społeczno-gospodarczym

##### **Sytuacja gospodarcza w Polsce**

Tendencje makroekonomiczne w polskiej gospodarce, jak również koniunktura na rynkach światowych wpływały dotąd i spodziewamy się, że nadal będą wpływać na działalność i wyniki operacyjne Grupy Polsat. W szczególności wzrost PKB, stopa bezrobocia, dynamika płac realnych, poziom wydatków konsumpcyjnych gospodarstw domowych oraz nakładów inwestycyjnych przedsiębiorstw wpływają na naszą działalność, w tym w szczególności na popyt na emisję reklam oraz poziom wydatków na świadczone przez nas usługi.

Według danych Eurostatu w latach 2014-2015 roku nastąpiło wyraźne odbicie zarówno polskiej gospodarki, jak i krajów Unii Europejskiej. Wzrost PKB Polski w latach 2015 i 2016 wyniósł odpowiednio 3,9% i 2,8%. Aktualnie publikowane prognozy krajowych i międzynarodowych instytucji dotyczące perspektyw rozwoju polskiej gospodarki zakładają utrzymanie wysokiego tempa rozwoju polskiego PKB w latach 2017 i 2018, nadal istotnie przekraczającego analogiczne wskaźniki dla całej Unii Europejskiej.

Wierzymy, że średnie wydatki gospodarstw domowych na konsumpcję, w tym na płatną telewizję, telefonię komórkową, usługi dostępu do Internetu oraz usługi łączone, będą rosły wraz ze wzrostem polskiego PKB, przyczyniając się do wzrostu naszych przychodów. Oczekujemy, że utrzymanie pozytywnej dynamiki rozwoju PKB w latach 2017-2018 będzie miało również korzystny wpływ na poziom wydatków reklamowych w Polsce.

##### **Sytuacja na rynku płatnej telewizji w Polsce**

Nasze przychody są zależne od liczby klientów oraz ich lojalności, cen naszych usług, a także od stopnia penetracji rynku płatnej telewizji w Polsce, który według nas jest już bliski pełnego nasycenia.

Rynek, na którym działamy, jest bardzo dynamiczny i konkurencyjny. 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 klientom. Ponadto w związku z dużą konkurencją na rynku stale inwestujemy w programy utrzymaniowe i budowanie lojalności klientów.

Uważamy, że obecnie nasze pakiety programowe charakteryzują się najbardziej atrakcyjnym odniesieniem jakości do ceny na polskim rynku płatnej telewizji. Wierzymy, że dają nam to możliwość przyciągnięcia do naszej platformy dużej części migrujących klientów. Dodatkowo oferujemy usługi płatnej telewizji jako element oferty zintegrowanej w ramach programu smartDOM, co pozytywnie wpływa na lojalizację bazy klientów i przyczynia się do relatywnie niskiego wskaźnika churn.

Globalnym trendem jest dynamiczny rozwój nieliniowego odbioru treści, dostarczanych przez serwisy wideo na żądanie czy serwisy OTT (*over-the-top*). W Polsce ten rynek jest dopiero w początkowej fazie rozwoju w porównaniu z rynkami w krajach Europy Zachodniej i naszym zdaniem posiada duży potencjał rozwoju. Systematycznie rozwijamy nasze usługi dostarczające klientom wideo na żądanie – naszą wypożyczalnię VOD, wiodącą na polskim rynku telewizję internetową IPLA oraz nowy serwis Cyfrowy Polsat GO. Są to produkty komplementarne do naszej podstawowej działalności w obszarze płatnej telewizji, które umożliwiają szerszą dystrybucję naszych treści programowych.

##### **Rozwój rynku reklamy w Polsce**

Istotną część naszych przychodów hurtowych 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. W minionych latach, przy stale rosnącym PKB Polski, rynek reklamy telewizyjnej wykazywał regularny 1-cyfrowy (w ujęciu procentowym) wzrost. Przy założeniu kontynuacji korzystnej dynamiki PKB w kolejnych latach wierzymy, iż oczekiwać można również kontynuacji rozwoju polskiego rynku reklamy. Przykładowo dom mediowy Zenith prognozuje, iż w 2017 roku wydatki na reklamę telewizyjną będą rosły w tempie ok. 0,7%.

Naszym zdaniem telewizja pozostaje 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 wciąż charakteryzuje się dużym potencjałem wzrostu w perspektywie



długoterminowej. Co więcej, oczekiwane w latach 2017-2018 wysokie tempo wzrostu gospodarczego powinno mieć korzystny wpływ na poziom wydatków reklamowych w Polsce. 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.

Według badania IAB AdEx po trzech kwartałach 2016 roku wydatki na reklamę online w Polsce rosły w tempie 17,0% rok do roku i osiągnęły wartość ponad 2,5 mld zł. W znacznym stopniu na tempo rozwoju tej formy reklamy mają wpływ wydatki segmentu reklamy wideo online, z którego bezpośrednio pochodzą nasze wpływy. W pierwszych trzech kwartałach 2016 roku wzrosły o 25% i stanowiły 10% całkowitych wydatków reklamy online. Według prognoz PwC (*Global entertainment and media outlook: 2016–2020*) średni wzrost wydatków na reklamę wideo online w latach 2015-2020 wyniesie 15,1% (CAGR). Uważamy, że dzięki pozycji lidera rynku wideo online, poprzez telewizję internetową IPLA oraz serwis Cyfrowy Polsat GO, możemy stać się beneficjentem wzrostu tego perspektywicznego segmentu rynku reklamy.

### **Rosnące znaczenie kanałów tematycznych**

W wyniku wysokiego nasycenia polskiego rynku płatną telewizją, która oferuje widzom coraz szerszy wybór kanałów tematycznych, oraz poszerzenia oferty kanałów dostępnych przez naziemną telewizję cyfrową, obserwujemy spadek oglądalności głównych, ogólnotematycznych kanałów niekodowanych (FTA). Ponadto według domu mediowego Starcom udział stacji tematycznych oraz stacji emitowanych na multipleksach naziemnej telewizji w rynku reklamy telewizyjnej systematycznie rośnie. Mając na celu utrzymanie całkowitych udziałów w oglądalności oraz w rynku reklamy, koncentrujemy się na rozwoju naszego portfolio kanałów tematycznych oraz zwiększeniu atrakcyjności kontentu oferowanego naszym widzom.

### **Substytucja telekomunikacji stacjonarnej usługami mobilnymi i wzrost nasycenia szerokopasmowego Internetu mobilnego**

Powszechnym trendem na rynkach telekomunikacyjnych jest wypieranie usług stacjonarnych ich mobilnymi odpowiednikami. Liczba linii stacjonarnych i przychody generowane przez operatorów świadczących usługi stacjonarne sukcesywnie maleje wraz ze wzrostem penetracji usług mobilnych. Zjawisko to widoczne było przez szereg lat w obszarze usług głosowych, aktualnie obserwuje się, iż substytucja usług stacjonarnych telekomunikacją mobilną zauważalna staje się również w obszarze szerokopasmowego Internetu.

W Polsce zjawisko zastępowania telefonii stacjonarnej usługami mobilnymi ma większą skalę aniżeli w większości krajów Unii Europejskiej. Według danych UKE w roku 2015 wolumen ruchu głosowego w sieciach stacjonarnych, który wyniósł 9,2 mld minut, był już prawie dziesięciokrotnie niższy niż wolumen ruchu głosowego w sieciach mobilnych, który wyniósł około 91,8 mld minut.

Jednocześnie dostępność stacjonarnego szerokopasmowego Internetu w Polsce jest ograniczona głównie do obszarów miejskich. W obszarach pozamiejskich, dobrej jakości stacjonarny Internet szerokopasmowy dostępny jest w ograniczonym zakresie, co jest efektem historycznie niskich inwestycji spowodowanych wysokim kosztem budowy pętli lokalnych (tzw. ostatnia mila).

Wysoka preferencja Polaków wobec technologii mobilnych w połączeniu z podnoszeniem jakości mobilnego transferu danych w efekcie rozwoju technologii LTE/LTE-Advanced, a w przyszłości 5G, stwarza, w naszej opinii, szansę na dynamiczny wzrost wartości rynku szerokopasmowego Internetu w Polsce w najbliższych latach, z czego zamierzamy korzystać.

### **Rosnący popyt na smartfony i transmisję danych**

W Polsce obserwowana jest sukcesywna popularyzacja i wzrost sprzedaży smartfonów. Aktualnie spośród sprzedawanych przez nas telefonów smartfony niemal zupełnie wyparły urządzenia tradycyjne. Jednocześnie szacujemy, iż spośród urządzeń używanych przez naszych klientów dopiero około 63% stanowią smartfony. Ta dysproporcja pokazuje, iż nasycenie naszej bazy klientów usług mobilnych smartfonami będzie w trakcie najbliższych lat stale rosło.

Popularyzacja smartfonów przekłada się na coraz wyższą sprzedaż transmisji danych w segmencie urządzeń z małym ekranem. Według szacunków przedstawionych w Ericsson Mobility Report z listopada 2016 roku wielkość transmisji danych w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, do którego zalicza się Polska, będzie rosła w średniorocznym tempie 40% w kolejnych 6 latach (CAGR 2016-2022), co przekłada się na dwunastokrotny wzrost do 2022 roku.

Według naszych szacunków klienci Polkomteli i Cyfrowego Polsatu w czwartym kwartale 2016 roku przetransferowali 152 PB danych, czyli o 23% więcej niż kwartał wcześniej i aż o 63% więcej w stosunku do analogicznego okresu 2015 roku. Natomiast w całym 2016 roku nasi klienci detaliczni przetransferowali 514 PB danych, czyli o 80% więcej niż w roku 2015. Oczekujemy, iż rosnąca popularność i coraz większe zaawansowanie techniczne oferowanych przez producentów smartfonów w połączeniu z podnoszonymi przez nas parametrami jakościowymi usługi transmisji danych świadczonej przez naszą sieć mobilną oraz stale poszerzającą się ofertą aplikacji i kontentu dostępnego dla klientów, skutkowałą będą rosnącym popytem na usługi transmisji danych

### **Sezonowość rynku reklamy**

Zazwyczaj najniższe przychody z reklamy osiągamy w trzecim kwartale każdego roku kalendarzowego ze względu na okres letnich wakacji, natomiast najwyższe w czwartym kwartale każdego roku kalendarzowego dzięki wzrostowi wydatków konsumpcyjnych w okresie przedświątecznym. W roku zakończonym 31 grudnia 2016 roku, Grupa Telewizji Polsat wygenerowała około 21,0% przychodów reklamowych w pierwszym kwartale, 28,0% w drugim kwartale, 20,3% w trzecim kwartale i 30,7% w czwartym kwartale.

### **Sezonowość rynku telekomunikacyjnego**

Chociaż nasza działalność telekomunikacyjna nie podlega znaczącym wahaniom sezonowym, przychody z telefonii mobilnej zazwyczaj są nieco wyższe w okresie letnim, co wynika ze zwiększonego użycia usług roamingowych przez klientów odbywających podróże zagraniczne. Z kolei w pierwszym kwartale każdego roku w efekcie mniejszej liczby dni kalendarzowych i biznesowych przypadającej na luty przychody z telefonii mobilnej są nieco niższe niż w pozostałych kwartałach.

Grudniowy okres świąteczny przekłada się również na poziom kosztów w efekcie sezonowej intensyfikacji w zakresie wolumenu kontraktowych transakcji pozyskaniowych i zatrzymaniowych, jak również zwyczajowo większej intensywności komunikacji sprzedażowo-marketingowej, co przekłada się na wyższe koszty sprzedanych towarów oraz usług zewnętrznych, co z kolei zazwyczaj powoduje sezonowy spadek wyniku EBITDA w czwartym kwartale roku.

## **4.1.2. Czynniki związane z działalnością Grupy**

### **Rosnące znaczenie usług zintegrowanych**

Obserwowany wzrost zainteresowania naszych klientów usługami zintegrowanymi daje nam możliwość kreowania wzrostu średniego przychodu na klienta. Uważnie śledzimy ewolucję oczekiwań naszych klientów i dokładamy wszelkich starań, by zaspokoić ich rosnące potrzeby, łącząc nasze usługi płatnej telewizji, dostępu do szerokopasmowego Internetu oraz telefonii komórkowej w atrakcyjne pakiety, dodatkowo uzupełniając je usługami i produktami spoza naszej podstawowej działalności, takimi jak usługi finansowe i ubezpieczeniowe, sprzedaż energii elektrycznej, gazu czy sprzętu AGD.

W ramach oferty usług łączonych adresowanej zarówno do klientów indywidualnych, jak i małego biznesu, umożliwiamy naszym klientom elastyczne łączenie usług w pakiety, na które oferujemy atrakcyjne rabaty. Uruchomiony w 2014 roku smartDOM przynosi bardzo dobre wyniki sprzedaży. Możliwość dosprzedaży naszych produktów i usług (cross-selling) do obecnej bazy klientów Cyfrowego Polsatu i sieci Plus pozytywnie wpływa na nasze przychody oraz poziom ARPU klienta kontraktowego, natomiast w przyszłości spodziewamy się pozytywnych skutków wzrostu lojalności klientów, którzy korzystają z naszych usług zintegrowanych.

Dodatkowo, wychodzimy naprzeciw wymaganiom naszych klientów poprzez oferowanie do każdej usługi podstawowej szerokiego wachlarza usług komplementarnych. Łączymy nasze tradycyjne usługi płatnych pakietów telewizyjnych z usługami VOD, PPV, Multiroom, serwisami online wideo i telewizją mobilną. Do usług dostępu do Internetu i telefonii komórkowej proponujemy tzw. VAS (*Value Added Services*), czyli usługi opcjonalne obejmujące m.in. usługi rozrywkowe, informacyjne, lokalizacyjne, finansowe czy ubezpieczeniowe.

Właściwe wykorzystanie potencjału w obszarze świadczenia naszym klientom usług łączonych i dodatkowych, zarówno poprzez dosprzedaż pojedynczych produktów i usług dodanych, jak i poprzez sprzedaż zintegrowanej oferty i cross-selling, może w znaczący sposób zwiększyć liczbę usług na indywidualnego klienta, podnosząc tym samym średni przychód na klienta (ARPU).

### **Rozwój usług dostępu do Internetu w technologii LTE i LTE-Advanced**

Usługi dostępu do szerokopasmowego Internetu świadczymy w szeregu dostępnych technologii mobilnych, obejmujących HSPA/HSPA+ oraz najnowsze technologie LTE i LTE-Advanced. Obecnie Internet LTE stał się w Polsce standardem bezprzewodowego szerokopasmowego dostępu do Internetu, skutecznie wypierając dotychczas używane technologie 3G. Dzięki swoim właściwościom technicznym oraz parametrom jakościowym Internet LTE często zastępuje Internet stacjonarny, będąc odpowiedzią na coraz wyższe wymagania konsumentów. Dodatkowo posiada atut mobilności, który systematycznie zyskuje na znaczeniu wraz ze zmieniającymi się preferencjami konsumentów. Uważamy, że w dłuższej perspektywie, wraz z rozwojem infrastruktury radiowej oraz urządzeń przenośnych przystosowanych do jego odbioru, Internet LTE i LTE-Advanced, a w przyszłości 5G, zrewolucjonizuje nie tylko rynek usług dostępu do Internetu, ale także dystrybucji treści programowych. Szeroka dostępność i potwierdzona badaniami UKE wysoka jakość świadczonych przez nas usług LTE zapewnia nam znaczącą przewagę nad konkurencją i pozwoli na dalszy wzrost bazy klientów zarówno niezależnej usługi, jak i bazy klientów usług zintegrowanych.

Usługi dostępu do szerokopasmowego Internetu w technologii LTE i LTE-Advanced świadczymy w oparciu o częstotliwości z pasm 1800 MHz, 2600 MHz i 800MHz (w tym także o zagregowane pasma). W marcu 2015 roku, jako pierwsi w Polsce, uruchomiliśmy komercyjną sieć LTE 800, a w 2016 roku wprowadziliśmy do oferty usługi w technologii LTE-Advanced w oparciu o agregację pasm. W styczniu 2017 roku w zasięgu mobilnego Internetu LTE oferowanego przez Plusa i Cyfrowy Polsat znajdowało już 99% Polaków, a w zasięgu najszybszego Internetu LTE-Advanced – 40%.

### **Rozwój serwisu IPLA**

IPLA, będąca liderem rynku wideo online, wzmacnia naszą pozycję rynkową jako agregatora i dystrybutora treści i zapewnia nam istotną przewagę konkurencyjną. Stale rozwijamy serwis, korzystając z naszego doświadczenia w sprzedaży usług płatnej telewizji, co pozwala nam na osiągnięcie synergii w obszarach kosztowych i przychodowych. Synergie kosztowe wynikają 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 pochodzą z oferowania usług łączonych (cross-selling), zwiększenia atrakcyjności obecnych produktów i wprowadzania nowych usług, które mają wpływ na wzrost satysfakcji naszych klientów.

Ruch w sieci generowany przez treści wideo jest najszybciej rosnącym segmentem tego rynku na świecie. Według szacunków przedstawionych w raporcie Ericsson Mobility Report z listopada 2016 roku, będzie rósł w średniorocznym tempie ok. 50% (CAGR 2016-2022). Mając to na uwadze, wierzymy że telewizja internetowa IPLA będzie stawała się coraz bardziej istotnym elementem naszej działalności w przyszłości.

### **Atrakcyjna zawartość naszych kanałów TV**

Oferujemy największe i najbardziej różnorodne portfolio kanałów na polskim rynku dające nam pozycję lidera pod względem udziału w oglądalności wśród prywatnych grup telewizyjnych w Polsce, co przekłada się na nasz udział w rynku reklamowym. Nasza bezpośrednia produkcja koncentruje się głównie na programach informacyjnych, dokumentalnych, rozrywkowych oraz serialach opartych na formatach międzynarodowych, jak również na koncepcjach własnych. Ponadto posiadamy podpisane kontrakty z największymi studiami filmowymi, takimi jak Sony Pictures Entertainment Inc., 20th Century Fox International Television, Inc., The Walt Disney Company, Warner Bros International TV Distribution czy Monolith Films Sp. z o.o., które zapewniają nam dostęp do szerokiego wyboru najbardziej atrakcyjnych filmów i seriali.

Oferujemy także szeroki wybór transmisji sportowych, w tym m.in. eliminacji do piłkarskich mistrzostw świata w 2018 i 2022 roku oraz do mistrzostw Europy w 2020 roku, wielkich turniejów i atrakcyjnych rozgrywek siatkarskich - Mistrzostw Europy w siatkówce 2017 (turniej mężczyzn odbędzie się w Polsce), Ligi Światowej, World Grand Prix i Ligi Mistrzów i Mistrzyń w siatkówce, Plus Ligi i Orlen Ligi; gal bokserskich i mieszanych sztuk walki, Wimbledonu oraz turniejów ATP 1000 i 500 i wielu innych dyscyplin. Wierzymy, że dostęp do atrakcyjnych treści programowych, w tym tych, które nie są dostępne w ofercie innych operatorów płatnej telewizji, daje nam znaczącą przewagę konkurencyjną nad innymi operatorami płatnej telewizji w Polsce.

#### 4.1.3. Czynniki związane z otoczeniem regulacyjnym

##### Roaming międzynarodowy w sieciach komórkowych

Wysokość roamingowych stawek hurtowych i detalicznych za usługi głosowe (wykonywanie i odbieranie połączeń telefonicznych), SMS, MMS i transmisję danych w roamingu na obszarze Europejskiego Obszaru Gospodarczego (EOG) podlega regulacjom.

Zgodnie z Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 listopada 2015 roku opłaty detaliczne za usługi roamingu regulowanego zrównane mają zostać z cenami krajowymi począwszy od 15 czerwca 2017 roku (koncepcja *Roam like at home*). Jako rozwiązanie przejściowe wprowadzono zasadę, iż począwszy od 30 kwietnia 2016 roku ceny za usługi roamingu regulowanego nie mogą przekraczać ceny krajowej powiększonej o dodatkową opłatę roamingową, przy czym suma ceny krajowej i dodatkowej opłaty roamingowej nie może przekraczać określonego poziomu. Maksymalne dozwolone w okresie przejściowym dodatkowe detaliczne opłaty roamingowe, bez uwzględnienia ceny krajowej, wynoszą:

- 5 eurocentów za 1MB w przypadku transmisji danych;
- 5 eurocentów za minutę w przypadku wychodzących połączeń głosowych;
- uśredniona europejska stawka MTR (1,08 eurocenta) w przypadku przychodzących połączeń głosowych;
- 2 eurocenty za SMS.

Dodatkowo, nadal pozostają w mocy maksymalne pułapy cen detalicznych, z uwzględnieniem ceny krajowej, których poziomy kształtują się obecnie zgodnie z poniższą tabelą:

	Maksymalne ceny detaliczne (bez VAT)		Maksymalne średnie ceny hurtowe (rozliczenia pomiędzy operatorami)
	do 29.04.2016	od 30.04.2016	od 01.07.2014 do obecnie
Transmisja danych (za 1 MB)	20 eurocentów	20 eurocentów	5 eurocentów
Połączenia głosowe wychodzące (za minutę)	19 eurocentów	19 eurocentów	5 eurocentów
Połączenia głosowe przychodzące (za minutę)	5 eurocentów	1,14 eurocentów (od 05.01.2017 - 1,08 eurocentów)	n/d
SMS (za 1 SMS)	6 eurocentów	6 eurocentów	2 eurocenty

Zgodnie z powyższymi regulacjami, od dnia 30 kwietnia 2016 roku wprowadziliśmy dla naszych klientów zmiany cen detalicznych w roamingu międzynarodowym, przy czym poziom stawek detalicznych stosowanych w połączeniach krajowych, stanowiący podstawę do wyznaczenia finalnej ceny usługi roamingowej dla klienta detalicznego, określony został na bazie indywidualnych cenników dedykowanych dla poszczególnych taryf telekomunikacyjnych. Tym samym poziom obniżek, z których korzystają nasi klienci od 30 kwietnia 2016 roku, jest zróżnicowany.

Wdrożenie koncepcji *Roam like at home* od 15 czerwca 2017 roku zgodnie z Rozporządzeniem uzależnione jest od rewizji hurtowych opłat za usługi roamingu międzynarodowego, których proponowane poziomy podlegają aktualnie konsultacjom. Ostatnia, przedstawiona 1 lutego 2017 roku przez Parlament Europejski, propozycja kształtuje się następująco:

	Maksymalne średnie ceny hurtowe (rozliczenia między operatorami) od:					
	15 czerwca 2017	1 stycznia 2018	1 stycznia 2019	1 stycznia 2020	1 stycznia 2021	1 stycznia 2022
Transmisja danych (za 1 GB)	7,75 euro	6 euro	4,5 euro	3,5 euro	3 euro	2,5 euro
Połączenia głosowe wychodzące (za minutę)	3,2 eurocenta	3,2 eurocenta	3,2 eurocenta	3,2 eurocenta	3,2 eurocenta	3,2 eurocenta
SMS (za 1 SMS)	1 eurocent	1 eurocent	1 eurocent	1 eurocent	1 eurocent	1 eurocent

Zaznaczyć należy, iż powyżej przedstawiona propozycja roamingowych stawek hurtowych podlegała będzie dalszej ratyfikacji na poziomie Unii Europejskiej i poszczególnych krajów członkowskich.

Jednocześnie Komisja Europejska opracowuje koncepcję tzw. *Fair Usage Policy*, która chroniłaby interesy operatorów w poszczególnych krajach członkowskich po wdrożeniu zasady *Roam like at home*. Dodatkowo, zgodnie z deklaracją Komisji Europejskiej, poszczególni operatorzy będą mogli zostać zwolnieni z obowiązku zrównania detalicznych cen roamingowych ze stawkami krajowymi, poprzez wprowadzenie mechanizmu dopłat do cen krajowych w celu pokrycia strat, o ile zdołają udowodnić, iż nie byłoby w stanie odzyskać kosztów poniesionych w związku ze świadczeniem usług roamingowych.

Na dzień publikacji niniejszego Sprawozdania poziom hurtowych stawek rozliczeniowych nie został jeszcze ostatecznie zatwierdzony. Dodatkowo trwają ustalenia w sprawie szczegółów implementacji zasad *Fair Usage Policy* na gruncie lokalnym.

### **Rezerwacje częstotliwości z pasma 800 MHz**

W wyniku rozstrzygnięcia w 2015 roku aukcji LTE, której przedmiotem było 5 bloków w paśmie 800 MHz oraz 14 bloków w paśmie 2600 MHz, podmioty konkurencyjne w stosunku do Grupy Polsat uzyskały możliwość świadczenia wysokiej jakości usług w technologii LTE opartych o częstotliwości z zakresu 800 MHz. Nasi konkurenci rozbudowują swoje sieci mobilne w oparciu o uzyskane bloki w paśmie 800 MHz, zwiększając tym samym systematycznie pokrycie własną siecią LTE.

Współpraca między niektórymi operatorami telekomunikacyjnymi w zakresie współdzielenia sieci radiowej może mieć istotny wpływ na kształtowanie się polskiego rynku telekomunikacyjnego w najbliższym okresie. W grudniu 2016 roku T-Mobile Polska i Orange Polska podpisały porozumienie, na bazie którego będą prowadziły rozbudowę własnych sieci LTE na bazie pasm 800 MHz korzystając wspólnie z sieci nadajników NetWorks!, jednakże bez współużytkowania posiadanych zasobów radiowych z pasma 800 MHz. Jednocześnie, nie można jednoznacznie przewidzieć, czy bardzo wysokie koszty sfinansowania zakupu pasma 800 MHz poniesione przez naszych konkurentów zostaną odzwierciedlone w ich politykach cenowych dotyczących świadczonych usług mobilnych.

Należy podkreślić, że nie można wykluczyć postępowań sądowych związanych ze zmianą zasad zakończenia aukcji w czasie trwania procesu aukcyjnego z uwagi na silne protesty większości podmiotów uczestniczących w licytacji, poparte licznymi opiniami uznanych konstytucjonalistów oraz ekspertów i analityków rynku telekomunikacyjnego, które zgodne są co do tego, że rozwiązanie wprowadzone przez ministerstwo administracji i cyfryzacji jest sprzeczne z Konstytucją. Istnieje ryzyko, że postępowania prawne mogą doprowadzić do podważenia wyników aukcji, ogłoszonych przez UKE.

### **Rejestracja przedpłaconych kart SIM**

Korzystanie z mobilnych usług telekomunikacyjnych w modelu przedpłaconym w Polsce możliwe było dotychczas w sposób anonimowy, tj. bez konieczności podawania danych osobowych ze strony użytkownika. Zgodnie z zapisami ustawy z dnia 10 czerwca 2016 roku o działaniach antyterrorystycznych, dotychczasowi użytkownicy przedpłaconych kart SIM zostali zobowiązani do przekazania swoim operatorom telekomunikacyjnym danych osobowych do dnia 1 lutego 2017 roku. Jednocześnie operatorzy zobowiązani zostali do właściwego zweryfikowania otrzymanych danych osobowych. W przypadku kart, które nie zostaną prawidłowo zarejestrowane w podanym terminie, operatorzy zobowiązani są zaprzestać świadczenia usług. Dodatkowo, począwszy od 25 lipca 2016 roku operatorzy telekomunikacyjni mogą rozpocząć świadczenie usług w przypadku sprzedaży nowych przedpłaconych kart SIM dopiero po dokonaniu ich rejestracji.

W wyniku wdrożenia regulacji wynikających z ustawy o działaniach antyterrorystycznych oczekiwać należy przemodelowania polskiego mobilnego rynku telekomunikacyjnego, w szczególności zmniejszenia skali sprzedaży nowych przedpłaconych kart SIM przy jednoczesnym wydłużeniu średniego okresu aktywności kart zarejestrowanych oraz ograniczenia wolumenu raportowanych przez poszczególnych operatorów baz przedpłaconych (eliminacja tzw. „martwych dusz”). Doprowadzi to do urealnienia skali wolumenowej i poziomu penetracji polskiego rynku mobilnego. Jednocześnie część klientów usług przedpłaconych zgłaszających się do punktów obsługi klienta decyduje się przy okazji rejestracji karty SIM związać z operatorem umową kontraktową, co ma korzystny wpływ na wielkość naszej bazy klientów kontraktowych.

Po 5 miesiącach obowiązywania przepisów ustawy o działaniach antyterrorystycznych wyraźnie widoczne były już efekty obowiązku rejestracji kart przedpłaconych, odzwierciedlające się w zintensyfikowanej eliminacji z raportowanych baz operatorów telekomunikacyjnych nieaktywnych kart prepaid, jak również większej niż w przeszłości migracji klientów w kierunku taryf kontraktowych. Według danych opublikowanych przez GUS na koniec grudnia 2016 roku całkowita baza raportowanych kart SIM skurczyła się o ok. 2,4 mln w okresie 6 miesięcy. Na rynku nastąpił również skokowy spadek sprzedaży nowych kart przedpłaconych. Według naszych szacunków od momentu wprowadzenia obowiązku rejestracji sprzedaż nowych kart przedpłaconych na całym rynku zmniejszyła się nawet o 50%.

Na początku marca 2017 roku, po przeprowadzeniu pełnej dezaktywacji dotychczas niezarejestrowanych przedpłaconych kart SIM, nasza baza przedpłaconych usług mobilnej telefonii i dostępu do internetu wyniosła ponad 2,8 mln RGU (bez uwzględnienia RGU płatnej telewizji). Rejestracja kart prepaid jest obecnie prowadzona w sposób ciągły, natomiast klienci, którzy dokonają rejestracji do 15 grudnia 2017 roku mogą uzyskać swój uprzedni numer IMSI, przypisany do wyłączonej na mocy regulacji 1 lutego 2017 karty SIM.

#### 4.1.4. Czynniki finansowe

##### **Wahania kursów walut**

Złoty polski jest naszą walutą funkcjonalną i sprawozdawczą. Nasze przychody wyrażone są głównie w złotych, natomiast część kosztów czy nakładów inwestycyjnych wyrażona jest w walutach obcych.

Wahania kursów walut wpływały w przeszłości i spodziewamy się, że nadal będą wpływać na poziom naszych kosztów operacyjnych, kosztów finansowych oraz wysokość zysków i strat z działalności inwestycyjnej. W szczególności nasza ekspozycja na wahania kursów walut związana jest z ponoszonymi przez nas w walutach obcych płatnościami w różnych obszarach naszej działalności, obejmujących m.in. opłaty licencyjne i koncesyjne, najem pojemności transponderów, zakup kontentu i sprzętu czy międzynarodowych umów roamingowych i międzyoperatorskich.

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

##### **Refinansowanie zadłużenia Grupy**

Dnia 21 września 2015 roku Grupa Polsat zawarła z konsorcjum polskich i zagranicznych instytucji finansowych umowy kredytów obejmujące łącznie kredyt terminowy w wysokości do 11,5 mld zł oraz kredyt rewalwingowy w wysokości do 1,0 mld zł, które wraz z wyemitowanymi w lipcu 2015 roku niezabezpieczonymi obligacjami korporacyjnymi na okaziciela Serii A o łącznej wartości nominalnej 1,0 mld zł posłużyły do refinansowania całego dotychczasowego zadłużenia Grupy.

Nowa struktura finansowania dłużnego Grupy cechuje się bardziej korzystnymi warunkami finansowymi oraz gwarantuje większą elastyczność w zakresie bieżącej działalności operacyjnej i inwestycyjnej Grupy. W 2016 roku odnotowaliśmy spadek kosztów odsetkowych na poziomie skonsolidowanym o 224,4 mln zł, czyli o 29,2%, wynikający przede wszystkim z zakończonego w 2016 roku refinansowania zadłużenia Grupy. W 2017 roku oczekujemy dalszych spadków kosztów odsetkowych wynikających z dokonanego refinansowania, co znacząco zwiększy potencjał generowania wolnych środków pieniężnych.

Połączona Umowa Kredytów posiada wbudowane mechanizmy obniżania marży banków wraz ze zmniejszaniem relacji długu netto do zysku EBITDA, co oznacza że, generując środki gotówkowe z naszej działalności operacyjnej i inwestycyjnej oraz dbając o wysoki poziom wyniku EBITDA osiąganego przez Grupę, jesteśmy w stanie zmniejszać koszty i płatności odsetkowe.

Dodatkowo Połączona Umowa Kredytów oraz Obligacje Serii A oparte są o zmienną rynkową stopę procentową, co oznacza, że wzrosty lub spadki stóp procentowych w Polsce będą miały wpływ na wzrost lub obniżkę bieżącego kosztu obsługi naszego zadłużenia z tytułu tych kredytów. Mając na względzie otwartą ekspozycję na ryzyko zmiany stopy procentowej, Grupa aktywnie wykorzystuje transakcje zabezpieczające celem jego ograniczenia.

#### 4.2. Informacje o trendach

Głównymi trendami, które, zgodnie z wiedzą Grupy, mogą mieć znaczący wpływ na perspektywy rozwoju, przychody i rentowność Grupy do końca bieżącego roku obrotowego są:

- pakietyzacja usług polegająca na łączeniu ofert usług medialnych i telekomunikacyjnych, a także usług spoza branży, np. sprzedaż energii elektrycznej czy produktów finansowych i bankowych;
- rosnąca penetracja smartfonów wśród klientów sieci mobilnych, pociągający za sobą rozwój rynku mobilnej transmisji danych;

- rosnące zapotrzebowanie na transmisję danych i szybkie łącza internetowe, wynikające ze zmieniających się preferencji konsumentów i idącej za tym coraz większej złożoności usług świadczonych w oparciu o transmisję danych;
- dynamiczny rozwój nieliniowych treści wideo, dostarczanych przez serwisy VOD i OTT;
- wzrost sprzedaży smartTV - telewizorów z dostępem do Internetu;
- rozwój oferty programowej naziemnej telewizji cyfrowej;
- rosnąca liczba klientów i użytkowników urządzeń mobilnych, wynikająca między innymi ze stopniowej substytucji usług stacjonarnych usługami mobilnymi, jak również popularyzacji rozwiązań typu *machine-to-machine*;
- presja na przychody z tradycyjnych mobilnych usług telekomunikacyjnych, wynikająca z wysokiej konkurencyjności rynku mobilnego, jak również wypierania tradycyjnych mobilnych usług telekomunikacyjnych przez komunikację z użyciem transmisji danych;
- presja na przychody z usług roamingowych, wynikająca z kolejnego etapu regulacji stawek roamingowych na terenie Unii Europejskiej;
- spowolnienie wzrostu na rynku reklamy telewizyjnej;
- dalsza fragmentaryzacja rynku telewizyjnego (rosnący udział kanałów tematycznych w oglądalności i przychodach z reklamy); oraz
- wzrost wydatków na reklamę wideo w Internecie.

#### 4.3. Najważniejsze inwestycje w 2016 roku

##### **Nabycie spółki Litenite**

W dniu 29 lutego 2016 roku Polkomtel nabył od spółki Ortholuck Limited 100% udziałów w spółce Litenite Limited, będącej bezpośrednim właścicielem 976.542.690 akcji spółki Midas S.A., reprezentujących 65,9975% ogólnej liczby głosów i kapitału zakładowego w Midasie. W rezultacie ww. nabycia, w dniu 29 lutego 2016 roku, m.in. Spółka oraz Polkomtel uzyskały pośrednio status podmiotów dominujących nad Midasem i jego podmiotami zależnymi - Aero2, AltaLog oraz Sferia. Wynagrodzenie za 100% udziałów w Litenite nabytych przez Polkomtel wyniosło 1,0 EUR, przy czym zostało ono obliczone z uwzględnieniem tego, iż zadłużenie netto Litenite, liczone jako różnica wartości zobowiązań netto i środków pieniężnych według stanu na dzień 31 stycznia 2016 roku wynosiło około 788 mln zł, a jedynym aktywem tej spółki, poza środkami pieniężnymi, były akcje Midasa o zbliżonej wartości.

Pośrednie nabycie akcji Midasa stanowi długoterminową inwestycję Grupy mającą strategiczny charakter.

##### **Nabycie IT Polpager S.A.**

W dniu 30 września 2016 roku nabyliśmy za pośrednictwem spółki Polkomtel 100% akcji spółki IT Polpager S.A., która świadczy usługi IT oraz rozwoju i utrzymania infrastruktury telekomunikacyjnej i technicznej głównie dla spółek z Grupy Polsat. IT Polpager S.A. posiada wieloletnie doświadczenie, wiedzę i doskonale wykwalifikowany zespół specjalistów w obszarach dostępowej sieci radiowej, sieci rdzeniowej, systemu IMS oraz w transmisji optycznej i radiowej. Nowo nabyta spółka doskonale uzupełnia zasoby i zespół Polkomtela i Aero2 w związku z realizowanym projektem rozwoju sieci.

##### **Wdrożenie zintegrowanego środowiska informatycznego**

Grupa Polsat, w ramach dalszej integracji operacyjnej Polkomtela i Cyfrowego Polsatu oraz w związku z realizowaną strategią rozwoju na rynku usług łączonych, wdraża nowy zintegrowany system sprzedaży, obsługi klienta oraz konwergentny system rozliczeniowy dla produktów i usług. Jest on realizowany we współpracy z firmą HUAWEI, która dostarcza systemy informatyczne i jako integrator jest odpowiedzialna za wdrożenie.

Celem wdrożenia jest nowe zdefiniowanie i ujednoczenie procesów sprzedażowych oraz ofert w Grupie Polsat i wyposażenie jej w jedno spójne i efektywne narzędzie pozwalające na zarządzanie sprzedażą i relacjami z klientem detalicznym na wszystkich możliwych płaszczyznach. Podstawą nowego podejścia jest strategia omnichannel – wielokanałowego podejścia do sprzedaży, utrzymania i obsługi klienta. Zastosowany system umożliwi jeszcze lepsze, prostsze i efektywniejsze zarządzanie sprzedażą, a także elastyczne reagowanie na dynamikę rynkową – łatwiejsze i szybsze uruchamianie nowych produktów i usług. Stworzony zostanie centralny katalog usług i produktów Grupy z jednym, spójnym i efektywnym, wspólnym rozwiązaniem sprzedażowym dla wszystkich kanałów kontaktu z klientem.

Realizacja fazy wdrożeniowej jest planowana do końca 2018 roku, a jej koszty zostały rozłożone na czas całego wdrożenia i zostały ujęte we wcześniej komunikowanych planach inwestycyjnych Grupy Polsat zakładających wydatki na CAPEX na poziomie nie wyższym niż 10% przychodów Grupy.

#### 4.4. Przegląd sytuacji operacyjnej Grupy

Prezentowane poniżej wskaźniki operacyjne (KPI) za czwarty kwartał 2016 roku oraz cały 2016 rok obejmują wyniki operacyjne Grupy Polsat oraz Grupy Aero2 (dawniej Grupa Midas), nabytej dnia 29 lutego 2016 roku. W związku z powyższym wyniki operacyjne za analizowane okresy 2016 roku nie są w pełni porównywalne z wynikami operacyjnymi za analogiczne okresy 2015 roku, jednakże wpływ konsolidacji wyników operacyjnych Grupy Aero2 na raportowany poziom wyników operacyjnych Grupy Polsat jest niematerialny.

Przy ocenie naszej działalności operacyjnej w segmencie usług świadczonych dla klientów indywidualnych i biznesowych osobno analizujemy świadczone przez nas usługi kontraktowe i usługi przedpłacone. W przypadku tych pierwszych bierzemy pod uwagę liczbę pojedynczych, aktywnych usług świadczonych w modelu kontraktowym (RGU), liczbę klientów, wskaźnik odpływu klientów (churn) oraz średni miesięczny przychód na klienta. W przypadku usług przedpłaconych analizowana jest liczba unikalnych, aktywnych usług świadczonych w modelu przedpłaconym (RGU prepaid) oraz średni przychód przypadający na RGU prepaid. Liczba raportowanych RGU prepaid 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 Aero2 do RGU usług przedpłaconych w ramach dostępu do Internetu wliczone zostały wyłącznie te karty SIM, które w ciągu ostatnich 90 dni skorzystały z usług transmisji danych w ramach płatnych pakietów.



Poniższa tabela przedstawia kluczowe wskaźniki dla odpowiednich okresów.

	za okres 3 miesięcy zakończony 31 grudnia			za okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia		
	2016	2015	Zmiana / %	2016	2015	Zmiana / %
<b>Łączna liczba RGU na koniec okresu (kontraktowe+przedpłacone)</b>	<b>16.524.936</b>	<b>16.469.696</b>	<b>0,3%</b>	<b>16.524.936</b>	<b>16.469.696</b>	<b>0,3%</b>
<b>USŁUGI KONTRAKTOWE</b>						
<b>Łączna liczba RGU na koniec okresu, w tym:</b>	<b>13.254.598</b>	<b>12.614.703</b>	<b>5,1%</b>	<b>13.254.598</b>	<b>12.614.703</b>	<b>5,1%</b>
Płatna telewizja, w tym:	4.766.429	4.503.320	5,8%	4.766.429	4.503.320	5,8%
<i>Multiroom</i>	1.021.720	936.307	9,1%	1.021.720	936.307	9,1%
Telefonia komórkowa	6.730.427	6.516.643	3,3%	6.730.427	6.516.643	3,3%
Internet	1.757.742	1.594.740	10,2%	1.757.742	1.594.740	10,2%
<b>Liczba klientów</b>	<b>5.882.804</b>	<b>5.916.103</b>	<b>(0,6%)</b>	<b>5.882.804</b>	<b>5.916.103</b>	<b>(0,6%)</b>
ARPU na klienta [PLN]	90,7	88,3	2,7%	88,7	87,3	1,6%
Churn na klienta	8,3%	10,0%	(1,7 p.p.)	8,3%	10,0%	(1,7 p.p.)
Wskaźnik nasycenia RGU na jednego klienta	2,25	2,13	5,6%	2,25	2,13	5,6%
<b>Średnia liczba RGU, w tym:</b>	<b>13.119.033</b>	<b>12.496.080</b>	<b>5,0%</b>	<b>12.886.254</b>	<b>12.410.649</b>	<b>3,8%</b>
Płatna telewizja, w tym:	4.712.813	4.441.918	6,1%	4.623.881	4.404.966	5,0%
<i>Multiroom</i>	995.820	915.940	8,7%	971.381	887.766	9,4%
Telefonia komórkowa	6.667.869	6.502.872	2,5%	6.579.467	6.528.524	0,8%
Internet	1.738.351	1.551.290	12,1%	1.682.906	1.477.159	13,9%
<b>Średnia liczba klientów</b>	<b>5.868.541</b>	<b>5.922.397</b>	<b>(0,9%)</b>	<b>5.876.500</b>	<b>6.004.937</b>	<b>(2,1%)</b>
<b>USŁUGI PRZEDPŁACONE</b>						
<b>Łączna liczba RGU na koniec okresu, w tym:</b>	<b>3.270.338</b>	<b>3.854.993</b>	<b>(15,2%)</b>	<b>3.270.338</b>	<b>3.854.993</b>	<b>(15,2%)</b>
Płatna telewizja	79.306	31.972	148,0%	79.306	31.972	148,0%
Telefonia komórkowa	2.972.443	3.591.736	(17,2%)	2.972.443	3.591.736	(17,2%)
Internet	218.589	231.285	(5,5%)	218.589	231.285	(5,5%)
ARPU na RGU [PLN]	19,2	18,5	3,8%	18,6	18,3	1,6%
<b>Średnia liczba RGU, w tym:</b>	<b>3.341.220</b>	<b>3.917.979</b>	<b>(14,7%)</b>	<b>3.662.780</b>	<b>3.990.706</b>	<b>(8,2%)</b>
Płatna telewizja	54.083	56.743	(4,7%)	46.356	56.798	(18,4%)
Telefonia komórkowa	3.058.691	3.630.863	(15,8%)	3.362.107	3.724.268	(9,7%)
Internet	228.446	230.373	(0,8%)	254.317	209.640	21,3%
<b>TELEWIZJA</b>						
Udział w oglądalności	25,07%	24,78%	1,2%	24,87%	24,64%	0,9%
Udział w rynku reklamy	27,2%	25,9%	5,0%	26,9%	25,8%	4,3%

#### 4.4.1. Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym

W segmencie usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym na dzień 31 grudnia 2016 roku łączna liczba usług, świadczonych przez Grupę zarówno w modelu kontraktowym jak i przedpłaconym, wyniosła 16.524.936, co stanowi wzrost o 55.240 usług w porównaniu do 16.469.696 usług na dzień 31 grudnia 2015 roku. Na koniec 2016 roku odnotowaliśmy dynamiczny wzrost rok do roku liczby wszystkich naszych podstawowych usług świadczonych w modelu kontraktowym tj. płatnej telewizji, telefonii komórkowej oraz szerokopasmowego dostępu do Internetu. Wzrost ten został częściowo zniwelowany silnym spadkiem liczby usług telefonii komórkowej świadczonych w modelu przedpłaconym w analizowanym okresie, co związane było z obowiązkiem rejestracji przedpłaconych kart SIM, wynikającym z Ustawy z dnia 10 czerwca

2016 roku o działaniach antyterrorystycznych. Podobne spadki dotknęły każdego spośród dużych operatorów mobilnych działających na polskim rynku.

Na dzień 31 grudnia 2016 roku usługi kontraktowe stanowiły 80,2% łącznej liczby świadczonych przez nas usług. Wskaźnik ten wzrósł z poziomu 76,6% osiągniętego na dzień 31 grudnia 2015 roku.

### **Usługi kontraktowe**

Łączna liczba naszych klientów, którym świadczymy usługi w modelu kontraktowym, wyniosła 5.882.804 na dzień 31 grudnia 2016 roku, co stanowi spadek o 0,6% w stosunku do liczby 5.916.103 klientów, których Grupa posiadała na dzień 31 grudnia 2015 roku. Spadek bazy klientów wyraźnie wyhamował w drugiej połowie 2016 roku, a w czwartym kwartale odnotowaliśmy jej wzrost wobec poprzedniego kwartału, m.in. w wyniku zintensyfikowanej migracji użytkowników usług przedpłaconych do taryf kontraktowych, co jest efektem naszych działań nakierowanych na zachęcanie klientów do wyboru taryf kontraktowych przy okazji rejestrowania przez nich swoich kart przedpłaconych. W dalszym ciągu obserwujemy konsolidację kontraktów pod jedną wspólną umową kontraktową w ramach gospodarstwa domowego oraz odpływ klientów posiadających pojedynczą usługę. Zgodnie z założeniami strategicznymi Grupa unika agresywnej polityki sprzedażowej na pojedynczych produktach, skupia się natomiast na zwiększeniu lojalizacji klientów, szczególnie poprzez oferowanie szerokiego portfolio usług łączonych i budowie ARPU klienta kontraktowego.

Liczba usług kontraktowych świadczonych przez nas wzrosła o 639.895, czyli o 5,1%, do 13.254.598 na dzień 31 grudnia 2016 roku z 12.614.703 na dzień 31 grudnia 2015 roku. Zaobserwowaliśmy wzrost liczby wszystkich poszczególnych usług świadczonych w modelu kontraktowym. Najwyższą dynamikę wzrostu odnotowała liczba usług kontraktowych świadczonych w obszarze dostępu do szerokopasmowego Internetu, m.in. dzięki szerokiemu pokryciu i wysokiej jakości naszej sieci LTE/LTE-Advanced, co potwierdzają badania UKE ze stycznia i grudnia 2016 roku. Na dzień 31 grudnia 2016 roku świadczyliśmy 1.757.742 kontraktowe usługi dostępu do internetu, tj. o 163.002, czyli o 10,2% więcej niż na dzień 31 grudnia 2015 roku (1.594.740). Liczba świadczonych usług w obszarze płatnej telewizji wyniosła 4.766.429 na dzień 31 grudnia 2016 roku, co stanowi wzrost o 263.109, czyli o 5,8%, w porównaniu z 4.503.320 na dzień 31 grudnia 2015 roku. Wzrost ten wynika m.in. z rosnącej popularności usługi Multiroom (wzrost o ponad 85 tysięcy RGU rok do roku), jak również z rosnącej sprzedaży płatnych usług typu OTT. Liczba świadczonych kontraktowych usług telefonii komórkowej wzrosła o 213.784, czyli o 3,3%, osiągając poziom 6.730.427 na dzień 31 grudnia 2016 roku z 6.516.643 na dzień 31 grudnia 2015 roku, m.in. w wyniku skutecznej realizacji strategii dosprzedaży usług do pojedynczego klienta, jak również zintensyfikowanej migracji użytkowników usług przedpłaconych do taryf kontraktowych. Wierzymy, że dalsze nasycenie bazy naszych klientów usługami łączonymi, w tym naszym flagowym produktem smartDOM, będzie miało pozytywny wpływ na wzrost liczby świadczonych przez nas usług kontraktowych w przyszłości.

Zgodnie z założeniami długoterminowej strategii dążymy do maksymalizacji przychodu na klienta kontraktowego poprzez dosprzedaż dodatkowych produktów i usług do połączonej bazy klientów Cyfrowego Polsatu i Polkomteli, między innymi w ramach programu smartDOM, który pozytywnie wpływa na ARPU klienta kontraktowego. W konsekwencji wdrażania naszej strategii multiplay obserwujemy sukcesywny wzrost ARPU w segmencie usług kontraktowych. W 2016 roku średni miesięczny przychód na klienta wzrósł o 1,6% do 88,7 zł z 87,3 zł w 2015 roku. Dynamika wzrostu ARPU klienta kontraktowego w 2016 roku pozostawała pod wpływem takich czynników jak zintensyfikowana migracja użytkowników usług prepaid o relatywnie niższym ARPU do taryf kontraktowych, regulacja taryf roamingowych oraz stopniowe zmniejszanie skali sprzedaży ofert telekomunikacyjnych zawierających subsydiowany sprzęt. W czwartym kwartale 2016 roku średni miesięczny przychód na klienta wzrósł o 2,7% do 90,7 zł z 88,3 zł w analogicznym okresie 2015 roku, co jest efektem sukcesu naszej strategii multiplay oraz stabilizacji cenowej na rynku telekomunikacyjnym, przy wsparciu m.in. przez wzmożone użycie w okresie świątecznym usług o podwyższonej opłacie (Premium Rate), jak również wysokiej sprzedaży usług PPV.

Wskaźnik odpływu klientów spadł o 1,7 p.p. do poziomu 8,3% w 12-miesięcznym okresie zakończonym 31 grudnia 2016 roku w porównaniu do 10,0% w okresie 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2015 roku. Jest to przede wszystkim efekt systematycznie rosnącej lojalności naszych klientów związanej z sukcesem naszej strategii multiplay, jak również kontynuowanej stabilizacji cenowej na mocno konkurencyjnym rynku telekomunikacyjnym.

Systematycznie rośnie nasycenie naszej bazy klientów dodatkowymi usługami, oferowanymi w ramach pakietów multiplay. Na dzień 31 grudnia 2016 roku na jednego klienta z naszej bazy przypadało 2,25 aktywnych usług kontraktowych, co stanowi wzrost o 5,6% w porównaniu do 2,13 na dzień 31 grudnia 2015 roku. Wzrost wskaźnika nasycenia RGU na jednego klienta wynika z prowadzonych przez nas działań marketingowych i sprzedażowych, ukierunkowanych na maksymalizację sprzedaży produktów i usług do pojedynczego klienta.

Nasza oferta usług łączonych cieszy się niesłabnącym zainteresowaniem i odnotowuje bardzo dobre wyniki sprzedaży, co pozytywnie przekłada się na poziom wskaźnika nasycenia RGU na jednego klienta, ARPU klienta kontraktowego oraz wskaźnik churn. Na koniec grudnia 2016 roku z oferty smartDOM korzystało już 1.306.463 klientów, co stanowi wzrost o 285.291, czyli o 27,9% rok do roku. Ta grupa klientów posiadała na dzień 31 grudnia 2016 roku łącznie 3.870.173 aktywnych usług (RGU) – o ponad 831 tysięcy, czyli 27,4%, więcej niż rok wcześniej. Jeden klient programu smartDOM posiada średnio 3 usługi. Mając na uwadze długoterminowy cel Grupy, jakim jest maksymalizacja przychodu na klienta kontraktowego poprzez dosprzedaż dodatkowych produktów i usług, program smartDOM doskonale wpisuje się w realizację strategii.

### **Usługi przedpłacone**

Liczba świadczonych przez nas aktywnych usług przedpłaconych spadła o 584.655, czyli o 15,2% do 3.270.338 na dzień 31 grudnia 2016 roku z 3.854.993 na dzień 31 grudnia 2015 roku. Erozja bazy usług przedpłaconych związana jest przede wszystkim z narzuconym przez ustawodawcę obowiązkiem rejestracji nowo zakupionych kart przedpłaconych począwszy od 25 lipca 2016 roku, co spowodowało znaczący spadek nowych aktywacji w drugim półroczu 2016 roku, obserwowany na całym rynku. Spadek naszej bazy usług przedpłaconych jest dodatkowo potęgowany wspieraną przez nas intensywniejszą niż w przeszłości migracją użytkowników usług przedpłaconych do segmentu usług kontraktowych w związku z relatywnie atrakcyjnymi warunkami ofert abonamentowych i promocjami oferowanymi przy zakupie usług zintegrowanych. Silny wzrost w liczbie usług płatnej telewizji w 2016 roku, o 148%, wynikał głównie z dużego zainteresowania transmisjami wydarzeń sportowych oferowanymi w modelu PPV.

Średni miesięczny przychód na RGU prepaid (ARPU) wzrósł o 3,8% do 19,2 zł w czwartym kwartale 2016 roku z 18,5 zł w analogicznym okresie 2015 roku. W ciągu 2016 roku średni miesięczny przychód na RGU prepaid wzrósł o 1,6% do 18,6 zł z 18,3 zł w 2015 roku. Podobnie jak w przypadku ARPU kontraktowego, wysoka dynamika wzrostu ARPU prepaid w czwartym kwartale 2016 roku jest m.in. efektem wysokiej sprzedaży usług Premium Rate oraz wydarzeń sportowych oferowanych w modelu PPV.

#### 4.4.2. Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

Analizując i oceniając naszą działalność w obszarze 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.

##### Udział w oglądalności

	za 3 miesiące zakończone			za 12 miesięcy zakończonych		
	31 grudnia		Zmiana /%	31 grudnia		Zmiana /%
	2016	2015		2016	2015	
<b>Udział w oglądalności<sup>(1) (2)</sup> w</b>	<b>25,07%</b>	<b>24,78%</b>	<b>1,17%</b>	<b>24,87%</b>	<b>24,64%</b>	<b>0,93%</b>
<b>POLSAT (kanał główny)</b>	<b>13,50%</b>	<b>13,20%</b>	<b>2,27%</b>	<b>13,23%</b>	<b>13,21%</b>	<b>0,15%</b>
<b>Kanały tematyczne<sup>(2)</sup></b>	<b>11,57%</b>	<b>11,58%</b>	<b>(0,09%)</b>	<b>11,63%</b>	<b>11,43%</b>	<b>1,75%</b>
TV4	3,94%	3,90%	1,03%	3,65%	3,67%	(0,54%)
TV6	1,58%	1,65%	(4,24%)	1,72%	1,51%	13,91%
Polsat 2	1,41%	1,31%	7,63%	1,44%	1,42%	1,41%
Polsat Film	0,79%	0,74%	6,76%	0,80%	0,83%	(3,61%)
Polsat News	0,78%	0,86%	(9,30%)	0,79%	0,74%	6,76%
Polsat Play	0,66%	0,65%	1,54%	0,68%	0,67%	1,49%
Polsat Cafe	0,40%	0,32%	25,00%	0,39%	0,39%	0,00%
Polsat Sport News <sup>(3)</sup>	0,30%	0,40%	(25,00%)	0,44%	0,52%	(15,38%)
Polsat Sport	0,28%	0,45%	(37,78%)	0,27%	0,26%	3,85%
Disco Polo Music	0,26%	0,25%	4,00%	0,35%	0,44%	(20,45%)
Polsat JimJam	0,26%	0,22%	18,18%	0,24%	0,16%	50,00%
Polsat Romans	0,16%	0,15%	6,67%	0,16%	0,14%	14,29%
Polsat Viasat History	0,16%	0,12%	33,33%	0,14%	0,12%	16,67%
CI Polsat	0,13%	0,12%	8,33%	0,14%	0,11%	27,27%
Polsat Viasat Explore	0,13%	0,08%	62,50%	0,11%	0,06%	83,33%
Polsat Food Network	0,09%	0,11%	(18,18%)	0,10%	0,10%	0,00%
Polsat Sport Extra	0,09%	0,12%	(25,00%)	0,08%	0,09%	(11,11%)
Polsat News 2	0,08%	0,10%	(20,00%)	0,09%	0,12%	(25,00%)
Muzo.tv	0,05%	0,02%	150,00%	0,03%	0,03%	0,00%
Polsat Viasat Nature	0,03%	0,03%	0,00%	0,03%	0,02%	50,00%
Polsat 1 <sup>(4)</sup>	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Polsat Sport Fight <sup>(5)</sup>	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
<b>Udział w rynku reklamy<sup>(6)</sup></b>	<b>27,20%</b>	<b>25,90%</b>	<b>5,02%</b>	<b>26,90%</b>	<b>25,80%</b>	<b>4,26%</b>

(1) Nielsen Audience Measurement, udział w oglądalności w grupie wszyscy 16-49 lat, cała doba.

(2) Licząc sumaryczne udziały Grupy Polsat i kanałów tematycznych uwzględniamy moment włączenia kanałów do naszego portfolio.

(3) Od 2 stycznia 2017 roku kanał dostępny wyłącznie w sieciach kablowo – satelitarnych.

(4) Kanał uruchomiony 18 grudnia 2015 roku, nieobecny w badaniu telemetrycznym.

(5) Kanał uruchomiony 1 sierpnia 2016 roku, objęty badaniem telemetrycznym od 1 stycznia 2017 roku.

(6) Szacunki własne na podstawie danych Starcom.

W całym 2016 roku zaobserwowaliśmy wzrost oglądalności całej Grupy, jak również kanałów tematycznych z naszego portfolio w porównaniu z analogicznymi okresami w ubiegłym roku. Głównym motorem wzrostu były rosnące udziały w oglądalności kanału TV6, co było wynikiem atrakcyjnej oferty programowej połączonej z dostępnością w systemie DTT. Wysoką dynamikę utrzymały także Polsat Jim Jam, Polsat Film, Polsat Viasat Explore oraz Polsat Viasat History (efekt wzrostu zasięgu technicznego).

Zarówno w czwartym kwartale, jak i w całym 2016 roku, w ofercie naszego kanału głównego dużym zainteresowaniem w grupie komercyjnej (wszyscy w wieku 16-49 lat) cieszyły się stałe pozycje. Poniedziałkowe pasmo filmowe Mega Hit dało

stacji 17,3% udziału w widowni w czwartym kwartale i 18,0% w całym 2016 roku, a serial *Pierwsza miłość* miał udział premierowych odcinków w wysokości 19,4% w czwartym kwartale i 19,9% w całym 2016 roku. Emitowany od poniedziałku do soboty o godzinie 19.30 serial *Świat według Kiepskich* oglądany był w czwartym kwartale 2016 roku przez 13,9% widowni, a w całym 2016 roku przez 14,4% widowni.

Wysoki poziom oglądalności utrzymały *Wydarzenia* emitowane o godzinie 18.50, które zgromadziły 18,6% widowni w czwartym kwartale i 18,7% w całym 2016 roku. Warto wspomnieć o emitowanym w godzinach porannych od poniedziałku do piątku bloku programów informacyjnych *Nowy Dzień z Polsat News*. Wspomniany cykl gromadził w czwartym kwartale 2016 widownię dającą 18,2% udziału, a w całym 2016 roku - 17,6%.

Ważnym wydarzeniem czwartego kwartału 2016 roku był mecz eliminacyjny do Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej 2018, Rumunia – Polska z 11 listopada 2016, którego łączny SHR w Polsacie i Polsacie Sport wyniósł 56,2%. Inne mecze z tego cyklu rozgrywek również osiągnęły wysokie poziomy oglądalności. Mecz Polska – Armenia z 11 października 2016, osiągnął łączny SHR w obu stacjach na poziomie 49,9%, natomiast mecz Polska – Dania - 47,2%.

Emitowany na Polsacie 24 grudnia 2016 roku program *Wielkie kolędowanie z Polsatem* przyciągnął znaczną widownię, dając stacji udział na poziomie 28,4%. Z kolei *Sylwestrowa Moc Przebojów* transmitowana 31 grudnia 2016 roku to SHR w wysokości 24,2%. W czwartym kwartale dobre wyniki oglądalności zanotowały kabarety. Emitowane 13 listopada 2016 roku *15-lecie Kabaretu Neonówka – Schody do nieba* dało 23,8% udziału w widowni, z kolei emisja *Strzału w 10 – Urodzin Kabaretu Młodych Panów* uzyskała udział na poziomie 17,6%.

Na wyniki czwartego kwartału i całego 2016 roku istotny wpływ miały programy z sezonowych ramówek. Dużą widownię gromadził show *Twoja Twarz Brzmi Znajomo*, którego sobotnie premierowe emisje dawały średnio 17,3% udziału w widowni w czwartym kwartale i 17,1% w całym 2016 roku. Inna pozycja, show *Nasz nowy dom*, gromadził w czwartym kwartale średnio 15,8% widzów, a w całym 2016 roku – 16,4%. Z kolei reality show *Hell's Kitchen* oglądany był przez 10,8% widowni w czwartym kwartale i przez 13,3% w całym 2016 roku. W czwartym kwartale 2016 roku program *Top Chef Gwiazdy od Kuchni*, będący kontynuacją show *Top Chef*, przyciągnął przed ekrany 11,7% widzów oglądających w tym czasie telewizję. W całym 2016 roku obydwie formaty dały wynik 12,4% udziału. *Dancing with the Stars - Taniec z Gwiazdami* zgromadził 13,3% widowni w czwartym kwartale i 13,5% w całym 2016 roku.

Warto odnotować pozostałe rekordowe wyniki wydarzeń sportowych transmitowanych w 2016 roku. Najlepiej oglądanym meczem reprezentacji Polski w Mistrzostwach Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2016 było spotkanie Polska-Portugalia z 30 czerwca, którego łączny SHR w Polsacie i Polsacie Sport wyniósł 47,1%. Inne godne odnotowania emisje w ramach EURO 2016 to mecz Szwajcaria-Polska z 25 czerwca, z łącznym udziałem na poziomie 43,1%. Z kolei łączny udział meczu Polska-Ukraina z 21 czerwca w Polsacie i Polsacie Sport wyniósł 42,0%. Należy zaznaczyć, że wymienione spotkania miały równoległą emisję na antenie TVP1, na mocy udzielonej przez Polsat sublicencji.

Znaczącą widownię gromadziły transmisje meczów Mistrzostw Europy w Piłce Ręcznej Mężczyzn. Najchętniej oglądany był rozegrany 27 stycznia mecz Polska-Chorwacja, którego łączny udział z transmisji równoległej w Polsacie i Polsacie Sport wyniósł 42,7%. Z kolei transmisja meczu Polska-Norwegia z 23 stycznia na dwóch w/w kanałach dała łączny udział w widowni na poziomie 40,5%. Mecz Polska-Francja, rozegrany 19 stycznia, zapewnił łącznie w Polsacie i Polsacie Sport 38,5% udziału.

W 2016 roku wysoką oglądalnością cieszył się *Polsat Superhit Festiwal 2016 – Sopotki Hit Kabaretowy*. Emisja z 29 maja przyciągnęła przed ekrany 29,3% widowni. Z kolei emisja 4 czerwca na antenie głównej *Płockiej Nocy Kabaretowej* to udział 22,8%. Transmitowany 24 czerwca w Polsacie koncert zespołu Ich Troje, *A wszystko to...*, dał stacji udział w widowni w wysokości 20,2%.

### Dystrybucja i zasięg techniczny

Zasięg techniczny <sup>(1)</sup>	za 3 miesiące zakończone			za 12 miesięcy zakończonych		
	31 grudnia		Zmiana /%	31 grudnia		Zmiana /%
	2016	2015		2016	2015	
Polsat	99,9%	99,8%	0,1%	99,9%	99,8%	0,1%
TV4	99,8%	99,7%	0,1%	99,8%	99,8%	0,0%
Polsat Sport News <sup>(2)</sup>	95,5%	93,7%	1,9%	94,8%	93,8%	1,1%
TV6	95,2%	93,1%	2,3%	94,6%	93,2%	1,5%
Polsat 2	63,0%	62,5%	0,8%	63,1%	61,9%	1,9%
Polsat News 2	56,8%	54,2%	4,8%	56,0%	54,0%	3,7%
Polsat News	55,7%	56,0%	(0,5%)	55,8%	55,6%	0,4%
Polsat Cafe	55,4%	54,5%	1,7%	55,1%	54,1%	1,8%
Polsat Film	51,9%	50,4%	3,0%	51,4%	49,8%	3,2%
Polsat Play	49,7%	47,7%	4,2%	49,0%	47,1%	4,0%
Polsat Viasat History	48,5%	38,6%	25,6%	43,6%	34,8%	25,3%
Polsat Sport	47,7%	48,4%	(1,4%)	48,2%	48,2%	0,0%
Disco Polo Music	46,7%	45,7%	2,2%	46,2%	44,9%	2,9%
Polsat Romans	48,0%	46,3%	3,7%	46,4%	45,0%	3,1%
Polsat JimJam	45,3%	43,6%	3,9%	44,5%	43,3%	2,8%
Polsat Viasat Explore	44,3%	28,1%	57,7%	39,0%	27,2%	43,4%
Polsat Viasat Nature	42,5%	27,0%	57,4%	36,5%	26,3%	38,8%
Muzo.tv	41,7%	39,3%	6,1%	40,8%	38,6%	5,7%
CI Polsat	39,9%	38,7%	3,1%	39,3%	37,9%	3,7%
Polsat Sport Extra	36,2%	35,6%	1,7%	35,9%	35,1%	2,3%
Food Network	25,8%	24,5%	5,3%	25,4%	22,3%	13,9%
Polsat 1 <sup>(3)</sup>	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Polsat Sport Fight <sup>(4)</sup>	10,2%	n/d	n/d	10,2%	n/d	n/d

(1) Nielsen Audience Measurement, odsetek telewizyjnych gospodarstw domowych, które mają możliwość odbioru danego kanału; średnia arytmetyczna zasięgów miesięcznych.

(2) Od 2 stycznia 2017 roku kanał dostępny wyłącznie w sieciach kablowo – satelitarnych.

(3) Kanał nadawany poza granicami Polski, nie jest objęty badaniem telemetrycznym.

(4) Kanał uruchomiony 1 sierpnia 2016 roku, objęty badaniem telemetrycznym od 1 stycznia 2017 roku.

Stacje tematyczne Grupy Polsat dostępne są obecnie we wszystkich znaczących sieciach telewizji kablowej i satelitarnej. Obserwując portfolio widać wyraźnie systematycznie rosnącą dostępność kanałów. Porównując dane zarówno za czwarty kwartał, jak i cały 2016 roku, największe wzrosty miały miejsce w przypadku stacji Polsat Viasat Nature, Polsat Viasat Explore oraz Polsat Viasat History.

### Udział w rynku reklamy i sponsoringu

Według szacunków domu mediowego Starcom wydatki na reklamę i sponsoring w telewizji w czwartym kwartale 2016 roku wyniosły około 1,2 mld zł i wzrosły rok do roku o 2%. Opierając się na tych estymacjach, szacujemy, że nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej w czwartym kwartale 2016 roku wzrósł rok do roku do 27,2% z 25,9%. Analizując cały 2016 roku, wydatki na reklamę i sponsoring wyniosły 4 mld zł, co stanowi wzrost rok do roku o 1,3%. Nasz udział w rynku reklamy w 2016 roku wzrósł rok do roku do 26,9% z 25,9%.

Porównując obecne portfolio kanałów Grupy, w 2016 roku wygenerowaliśmy o 2,4% GRP więcej niż w roku 2015.

#### 4.5. Objasnienie kluczowych pozycji ze skonsolidowanego rachunku zysków i strat

##### **Przychody**

Nasze przychody dzielą się na przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych, przychody hurtowe, przychody ze sprzedaży sprzętu oraz pozostałe przychody ze sprzedaży.

##### **Przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych**

Przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych składają się przede wszystkim z:

- (i) miesięcznych opłat abonamentowych od klientów kontraktowych pakietów programowych płatnej telewizji cyfrowej;
- (ii) opłat abonamentowych za usługi telekomunikacyjne od klientów kontraktowych;
- (iii) opłat za usługi telekomunikacyjne świadczone klientom kontraktowym, które nie zostały objęte opłatą abonamentową;
- (iv) opłat za usługi telekomunikacyjne od użytkowników prepaid oraz mix;
- (v) opłat za wynajem dekodерów;
- (vi) opłat aktywacyjnych;
- (vii) kar umownych; oraz
- (viii) opłat za usługi dodatkowe.

Całkowity przychód z opłat abonamentowych za usługi płatnej telewizji cyfrowej oraz z usług telekomunikacyjnych zależy od liczby klientów oraz ilości świadczonych dla nich usług, jak również od wysokości opłat za oferowane pakiety programowe i telekomunikacyjne oraz od ilości usług dodatkowych świadczonych naszym klientom w danym okresie. Opłaty aktywacyjne naliczane są w momencie aktywacji usług i rozliczane w okresie trwania umowy.

##### **Przychody hurtowe**

Na nasze przychody hurtowe składają się:

- (i) przychody z reklamy i sponsoringu;
- (ii) przychody od operatorów kablowych i satelitarnych;
- (iii) przychody z dzierżawy infrastruktury;
- (iv) przychody z połączeń międzyoperatorskich;
- (v) przychody z roamingu;
- (vi) przychody ze sprzedaży usług emisji i transmisji sygnału; oraz
- (vii) przychody ze sprzedaży licencji, sublicencji i praw majątkowych.

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

Przychody ze sprzedaży sprzętu składają się przede wszystkim z przychodów ze sprzedaży dekodерów, dysków do dekodерów, anten, modemów internetowych, tabletów, laptopów, routerów, telefonów, smartfonów, akcesoriów oraz innych sprzętów.

##### **Pozostałe przychody ze sprzedaży**

Na pozostałe przychody ze sprzedaży składają się m.in. przychody z tytułu wynajmu lokali i urządzeń, przychody z odsetek od sprzedaży ratalnej oraz inne przychody ze sprzedaży.

##### **Koszty operacyjne**

Na koszty operacyjne składają się:

- (i) koszty kontentu;
- (ii) koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta;
- (iii) amortyzacja, utrata wartości i likwidacja;
- (iv) koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich;
- (v) wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników;
- (vi) koszt własny sprzedanego sprzętu;

- (vii) koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności;
- (viii) inne koszty.

### **Koszty kontentu**

Koszty kontentu składają się z:

- (i) kosztów licencji programowych;
- (ii) amortyzacji licencji filmowych;
- (iii) kosztów produkcji własnej i zewnętrznej oraz amortyzacji praw sportowych oraz
- (iv) innych kosztów kontentu.

Koszty licencji programowych obejmują miesięczne opłaty licencyjne na rzecz dostawców programów telewizyjnych, opłaty licencyjne za udostępniania materiałów w ramach VOD oraz opłaty za prawa autorskie na rzecz organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi i Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej.

Amortyzacja licencji filmowych obejmuje 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 produkcji własnej i zewnętrznej oraz amortyzacja praw sportowych 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 cyklu zawodów.

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

Na koszty dystrybucji składają się:

- (i) prowizje dla dystrybutorów stanowiące kwoty należne oraz prowizje dla współpracujących z dystrybutorami autoryzowanych punktów sprzedaży tytułem wynagrodzenia za doprowadzenie do zawarcia umów o świadczenie usług płatnej cyfrowej telewizji i usług telekomunikacyjnych;
- (ii) koszty usług kurierskich, transportu zestawów odbiorczych, koszty magazynowe oraz koszty związane z usługami naszych przedstawicieli regionalnych;
- (iii) koszty serwisu gwarancyjnego; oraz
- (iv) koszty utrzymania salonów sprzedaży.

Koszty marketingu obejmują wydatki na reklamę telewizyjną, radiową, w prasie, Internecie i na nośnikach zewnętrznych (outdoor), koszty działań i materiałów promocyjnych, a także pozostałe wydatki ponoszone w celu zwiększenia sprzedaży oraz rozpoznawalności naszych marek. Koszty obsługi i utrzymania klienta obejmują koszty mailingu, call center oraz pozostałe koszty obsługi klienta.

### **Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja**

Na wartość amortyzacji, utraty wartości i likwidacji składają się głównie:

- (i) amortyzacja elementów systemów sieciowych i wyposażenia sieci telekomunikacyjnej (sprzęt radiowej sieci dostępowej i rdzeniowej, systemy zarządzania siecią, oprogramowanie sieciowe, itp.);
- (ii) amortyzacja kosztów koncesji telekomunikacyjnych nabytych przez Polkomtel, Aero2 i Sferię;
- (iii) amortyzacja dekodeków udostępnionych naszym klientom;
- (iv) amortyzacja urządzeń technicznych i maszyn, sprzętu telewizyjnego i nadawczego;
- (v) amortyzacja wartości niematerialnych, w tym relacji z klientami, znaków towarowych i oprogramowania;
- (vi) utrata wartości aktywów trwałych; oraz
- (vii) wartość netto zlikwidowanych rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, które nie nadają się do dalszego użytku.



### **Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich**

Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich obejmują:

- (i) koszty dzierżawy infrastruktury telekomunikacyjnej i informatycznej;
- (ii) koszty energii elektrycznej związane z funkcjonowaniem sieci telekomunikacyjnej;
- (iii) koszty usług i opłat związanych z utrzymaniem sieci telekomunikacyjnej;
- (iv) koszty utrzymania systemów IT;
- (v) koszty najmu pojemności transponderów;
- (vi) opłaty za system warunkowego dostępu, obliczane na podstawie liczby aktywnych kart;
- (vii) koszty nadawania sygnału telewizyjnego (cyfrowy przekaz naziemny i DVB-T);
- (viii) koszty opłat międzyoperatorskich i roamingu;
- (ix) inne koszty.

### **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, wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników zaangażowanych w produkcję telewizyjną, które są ujęte w kosztach własnej produkcji telewizyjnej oraz wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników zaangażowanych w produkcję oprogramowania, które zostały skapitalizowane na wartościach niematerialnych), umowy menedżerskie i umowy zlecenia, koszty wynagrodzeń członków Rady Nadzorczej, ubezpieczenia społeczne oraz inne świadczenia pracownicze.

### **Koszt własny sprzedanego sprzętu**

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

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

W tej grupie kosztów prezentujemy:

- (i) koszty windykacji;
- (ii) utworzenie odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności oraz
- (iii) zyski i straty z tytułu sprzedaży wierzytelności.

### **Inne koszty operacyjne**

Na inne koszty operacyjne składają się:

- (i) koszt wydanych kart SMART i SIM;
- (ii) wartość sprzedanych licencji i pozostałych aktywów obrotowych;
- (iii) koszty usług prawnych, doradczych i konsultingowych;
- (iv) koszt utrzymania nieruchomości;
- (v) podatki i opłaty;
- (vi) koszty licencji na znaki towarowe;
- (vii) koszty techniczne i produkcyjne, takie jak koszty kostiumów, scenografii, usług związanych z inscenizacją, inne koszty, których nie można bezpośrednio przypisać do produkcji; oraz
- (viii) pozostałe koszty.

### **Pozostałe przychody/koszty operacyjne, netto**

Na nasze pozostałe przychody/koszty operacyjne składają się:

- (i) utworzenie/odwrócenie odpisów aktualizujących wartość zapasów;
- (ii) inne pozostałe przychody/koszty operacyjne, które nie zostały uzyskane w toku zwykłej działalności Grupy.

### Zyski i straty z działalności inwestycyjnej, netto

Zyski i straty z działalności inwestycyjnej obejmują odsetki należne z tytułu zainwestowanych przez Grupę środków pieniężnych, odsetki płatne przez Grupę (inne niż koszty odsetek z tytułu zadłużenia), należne dywidendy, wynik z tytułu zbycia dostępnych do sprzedaży instrumentów finansowych (innych niż zabezpieczających odsetki od zadłużenia), zyski/straty z tytułu zmiany wartości godziwej instrumentów finansowych wycenianych przez wynik finansowy, wynik z tytułu różnic kursowych oraz wynik z tytułu kontraktów forward i opcji walutowych, odpisy z tytułu utraty wartości aktywów finansowych, odwracanie dyskonta z tytułu rezerw.

### Koszty finansowe

Koszty finansowe obejmują odsetki z tytułu zadłużenia (m.in. kredytów, pożyczek i obligacji), wynik z tytułu różnic kursowych z wyceny obligacji, koszt realizacji i wyceny instrumentów zabezpieczających oraz instrumentów pochodnych, dla których nie zastosowano rachunkowości zabezpieczeń, a dotyczących działalności finansowej, koszty opłat i prowizji bankowych z tytułu zadłużenia, oraz koszty gwarancji wynikające z podpisanych umów kredytowych i obligacji. Wszystkie koszty z tytułu odsetek są ustalane w oparciu o efektywną stopę procentową.

## 4.6. Przegląd sytuacji finansowej

Omówienie wyników finansowych za okres trzech i dwunastu miesięcy zakończony 31 grudnia 2016 roku zostało dokonane na podstawie skonsolidowanego sprawozdania finansowego za okres dwunastu miesięcy zakończony 31 grudnia 2016 roku sporządzonego zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej zatwierdzonymi przez Unię Europejską oraz na podstawie analiz własnych.

Należy zwrócić uwagę, iż dane za okresy trzech i dwunastu miesięcy zakończone 31 grudnia 2016 roku nie są w pełni porównywalne do danych za analogiczne okresy 2015 roku ze względu na nabycie spółki Radio PIN w dniu 27 lutego 2015 roku, nabycie spółki Orsen Holding Limited w dniu 1 kwietnia 2015 roku, nabycie Litenite Limited w dniu 29 lutego 2016 roku oraz nabycie IT Polpager S.A. w dniu 30 września 2016 roku.

Ze względu na niską materialność wpływu wyników Radia PIN S.A., grupy kapitałowej Orsen Holding Ltd. i IT Polpager S.A. na wyniki Grupy, nie dokonujemy ich eliminacji przy analizie sytuacji finansowej Grupy. Jednocześnie zwracamy uwagę, że nie dokonujemy również eliminacji wpływu Grupy Aero2 na wyniki Grupy, jednakże wskazujemy te pozycje, na które konsolidacja Grupy Aero2 miała istotny wpływ.

### 4.6.1. Analiza rachunku zysków i strat

#### 4.6.1.1. Porównanie wyników za czwarty kwartał 2016 i 2015 roku

w mln PLN	za 3 miesiące zakończone 31 grudnia		Zmiana	
	2016	2015	[mln PLN]	[%]
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	2.535,1	2.609,9	(74,8)	(2,9%)
Koszty operacyjne	(2.140,6)	(2.159,3)	(18,7)	(0,9%)
Pozostałe przychody/(koszty) operacyjne, netto	(4,6)	(6,2)	(1,6)	(25,8%)
<b>Zysk z działalności operacyjnej</b>	<b>389,9</b>	<b>444,4</b>	<b>(54,5)</b>	<b>(12,3%)</b>
Zyski i straty z działalności inwestycyjnej, netto	(26,3)	(3,2)	(23,1)	(721,9%)
Koszty finansowe	(122,9)	(270,0)	(147,1)	(54,5%)
Udział w zysku wspólnego przedsięwzięcia wycenianego metodą praw własności	-	0,7	(0,7)	(100,0%)
<b>Zysk brutto za okres</b>	<b>240,7</b>	<b>171,9</b>	<b>68,8</b>	<b>40,0%</b>
Podatek dochodowy	101,1	13,7	87,4	638,0%
<b>Zysk netto za okres</b>	<b>341,8</b>	<b>185,6</b>	<b>156,2</b>	<b>84,2%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>902,3</b>	<b>881,1</b>	<b>21,2</b>	<b>2,4%</b>
<b>marża EBITDA</b>	<b>35,6%</b>	<b>33,8%</b>	<b>1,8 p.p.</b>	<b>-</b>

## Przychody

Nasze całkowite przychody ze sprzedaży usług, produktów, towarów i materiałów spadły o 74,8 mln zł, czyli o 2,9% do 2.535,1 mln zł w czwartym kwartale 2016 roku z 2.609,9 mln zł w czwartym kwartale 2015 roku.

w mln PLN	za 3 miesiące zakończone 31 grudnia		Zmiana	
	2016	2015	[mln PLN]	[%]
Przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych	1.589,0	1.620,6	(31,6)	(1,9%)
Przychody hurtowe	658,4	738,0	(79,6)	(10,8%)
Przychody ze sprzedaży sprzętu	265,6	226,9	38,7	17,1%
Pozostałe przychody ze sprzedaży	22,1	24,4	(2,3)	(9,4%)
<b>Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów</b>	<b>2.535,1</b>	<b>2.609,9</b>	<b>(74,8)</b>	<b>(2,9%)</b>

### Przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych

Przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych spadły o 31,6 mln zł, czyli o 1,9% do 1.589,0 mln zł w czwartym kwartale 2016 roku z 1.620,6 mln zł w czwartym kwartale 2015 roku. Spadek ten spowodowany był przede wszystkim niższymi przychodami z usług głosowych, wynikającymi ze zmiany sposobu oferowania sprzętu dla klientów detalicznych (opłaty za sprzęt, w przeszłości zawarte w abonamencie za usługi, wraz z przejściem na model sprzedaży ratalnej przesuwają się do przychodów ze sprzedaży sprzętu), regulacji detalicznych stawek roamingowych, a także z konkurencyjności rynku telekomunikacyjnego. Spadek ten został częściowo skompensowany wyższymi przychodami z usług płatnej telewizji oraz wyższymi przychodami z tytułu usług dostępu do mobilnego Internetu i transmisji danych.

Wpływ konsolidacji Grupy Aero2 na tę pozycję rachunku zysków i strat był niematerialny.

### Przychody hurtowe

Przychody hurtowe spadły o 79,6 mln zł, czyli o 10,8%, do 658,4 mln zł w czwartym kwartale 2016 roku z 738,0 mln zł w czwartym kwartale 2015 roku. W czwartym kwartale 2015 roku w tej pozycji ujmowane były przychody z tytułu dzierżawy infrastruktury przez Grupę Aero2, które w czwartym kwartale 2016 roku podlegają eliminacji konsolidacyjnej w związku z nabyciem Grupy Aero2 w dniu 29 lutego 2016 roku. Spadek przychodów hurtowych został częściowo skompensowany wyższymi przychodami z tytułu połączeń międzyoperatorskich (interconnect) oraz wyższymi przychodami z tytułu reklamy i sponsoringu zrealizowanymi na naszych kanałach tematycznych i antenie głównej.

### Przychody ze sprzedaży sprzętu

Przychody ze sprzedaży sprzętu wzrosły o 38,7 mln zł, czyli o 17,1%, do 265,6 mln zł w czwartym kwartale 2016 roku z 226,9 mln zł w czwartym kwartale 2015 roku, przede wszystkim w wyniku wyższych przychodów ze sprzedaży ratalnej sprzętu w związku z rosnącym udziałem sprzedaży sprzętu w tym modelu.

Wpływ konsolidacji Grupy Aero2 na tę pozycję rachunku zysków i strat był niematerialny.

### Pozostałe przychody ze sprzedaży

Pozostałe przychody ze sprzedaży spadły o 2,3 mln zł, czyli o 9,4%, do 22,1 mln zł w czwartym kwartale 2016 roku z 24,4 mln zł w czwartym kwartale 2015 roku. Spadek spowodowany był przede wszystkim konsolidacją Grupy Aero2 od dnia 29 lutego 2016 roku, co zostało częściowo skompensowane rosnącymi przychodami z odsetek z tytułu sprzedaży ratalnej sprzętu dla klientów detalicznych.

### Koszty operacyjne

Nasze koszty operacyjne wzrosły o 18,7 mln zł, czyli o 0,9% do 2.140,6 mln zł w czwartym kwartale 2016 roku z 2.159,3 mln zł w czwartym kwartale 2015 roku. Wzrost kosztów wynika z czynników opisanych poniżej.

w mln PLN	za 3 miesiące zakończone 31 grudnia		Zmiana	
	2016	2015	[mln PLN]	[%]
Koszty kontentu	297,3	299,1	(1,8)	(0,6%)
Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta	222,5	220,1	2,4	1,1%
Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja	512,4	436,7	75,7	17,3%
Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich	472,6	585,1	(112,5)	(19,2%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	163,9	158,0	5,9	3,7%
Koszt własny sprzedanego sprzętu	380,1	393,6	(13,5)	(3,4%)
Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności	15,3	7,6	7,7	101,3%
Inne koszty	76,5	59,1	17,4	29,4%
<b>Koszty operacyjne</b>	<b>2.140,6</b>	<b>2.159,3</b>	<b>(18,7)</b>	<b>(0,9%)</b>

#### Koszty kontentu

Koszty kontentu spadły o 1,8 mln zł, czyli o 0,6%, do 297,3 mln zł w czwartym kwartale 2016 roku z 299,1 zł w czwartym kwartale 2015 roku. Stabilny poziom kosztów kontentu odzwierciedla prowadzoną przez nas zrównoważoną politykę programową.

Wpływ konsolidacji Grupy Aero2 na tę pozycję rachunku zysków i strat był niematerialny.

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

Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta wyniosły 222,5 mln zł w czwartym kwartale 2016 roku i pozostały na zbliżonym poziomie w porównaniu z 220,1 mln zł w czwartym kwartale 2015 roku.

Wpływ konsolidacji Grupy Aero2 na tę pozycję rachunku zysków i strat był niematerialny.

#### Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja

Koszty amortyzacji, utraty wartości i likwidacji wzrosły o 75,7 mln zł, czyli o 17,3%, do 512,4 mln zł w czwartym kwartale 2016 roku z 436,7 mln zł w czwartym kwartale 2015 roku, głównie w wyniku ujęcia kosztów amortyzacji Grupy Aero2, w tym dodatkowej amortyzacji koncesji telekomunikacyjnych należących do Grupy Aero2, wynikającej z ich wyceny dokonanej w ramach procesu alokacji ceny zakupu Grupy Aero2.

#### Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich

Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich spadły o 112,5 mln zł, czyli o 19,2%, do 472,6 mln zł w czwartym kwartale 2016 roku z 585,1 mln zł w czwartym kwartale 2015 roku. Jest to przede wszystkim efekt eliminacji na konsolidacji rosnących kosztów hurtowego zakupu ruchu w ramach usługi dostępu do szerokopasmowego Internetu, w związku z nabyciem Grupy Aero2 w dniu 29 lutego 2016 roku. W okresie porównawczym wspomniane koszty ruchu płatne były na rzecz ówczesnej Grupy Midas.

Jednocześnie w ramach tej kategorii kosztowej odnotowywaliśmy wzrost kosztów rozliczeń międzyoperatorskich (interconnect) wskutek popularyzacji taryf umożliwiających wykonywanie nielimitowanych połączeń do obcych sieci telekomunikacyjnych.

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

Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników wzrosły o 5,9 mln zł, czyli o 3,7%, do 163,9 mln zł w czwartym kwartale 2016 roku z 158,0 mln zł w czwartym kwartale 2015 roku, na co główny wpływ miało ujęcie kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników Grupy Aero2 w wyniku jej konsolidacji od dnia 29 lutego 2016 roku.

### **Koszt własny sprzedanego sprzętu**

Koszt własny sprzedanego sprzętu spadł o 13,5 mln zł, czyli o 3,4%, do 380,1 mln zł w czwartym kwartale 2016 roku z 393,6 mln zł w czwartym kwartale 2015 roku, głównie w wyniku niższego łącznego wolumenu sprzedanego klientom sprzętu.

Wpływ konsolidacji Grupy Aero2 na tę pozycję rachunku zysków i strat był niematerialny.

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

Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności wzrosły o 7,7 mln zł, czyli o 101,3%, do 15,3 mln zł w czwartym kwartale 2016 roku z 7,6 mln zł w czwartym kwartale 2015 roku, głównie w wyniku zmiany metody kalkulacji odpisów na należności.

Wpływ konsolidacji Grupy Aero2 na tę pozycję rachunku zysków i strat był niematerialny.

### **Inne koszty**

Inne koszty wzrosły o 17,4 mln zł, czyli o 29,4%, do 76,5 mln zł w czwartym kwartale 2016 roku z 59,1 mln zł w czwartym kwartale 2015 roku, m.in. w wyniku ujęcia wyższych kosztów usług doradczych oraz jednorazowych opłat o charakterze administracyjnym.

### **Pozostałe przychody i koszty operacyjne, netto**

Pozostałe koszty operacyjne netto spadły o 1,6 mln zł, czyli o 25,8%, do 4,6 mln zł w czwartym kwartale 2016 roku z 6,2 mln zł w czwartym kwartale 2015 roku. Spadek wynikał m.in. z wyższego zysku z tytułu sprzedaży niefinansowych aktywów trwałych i został w znacznym stopniu zniwelowany przez zawiązanie częściowej rezerwy na kary nałożone w grudniu 2016 roku przez UOKiK na Polkomtel i Cyfrowy Polsat.

Wpływ konsolidacji Grupy Aero2 na tę pozycję rachunku zysków i strat był niematerialny.

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

Straty z działalności inwestycyjnej, netto wyniosły 26,3 mln zł w czwartym kwartale 2016, i zwiększyły się o 23,1 mln zł, czyli o 721,9% wobec straty z działalności inwestycyjnej netto na poziomie 3,2 mln zł w czwartym kwartale 2015 roku, m.in. w wyniku rozpoznania wyższych kosztów z tytułu różnic kursowych związanych z wyceną zobowiązań z tytułu koncesji UMTS w czwartym kwartale 2016 roku niż w okresie porównawczym (silniejsza deprecjacja PLN w stosunku do EUR w czwartym kwartale 2016 roku niż czwartym kwartale 2015).

### **Koszty finansowe**

Koszty finansowe wyniosły 122,9 mln zł w czwartym kwartale 2016 roku i spadły o 147,1 mln zł, czyli o 54,5%, w porównaniu do 270,0 mln zł w czwartym kwartale 2015 roku. Spadek ten wynikał m.in. z braku kosztów netto z tytułu różnic kursowych z tytułu wyceny Obligacji Senior Notes PLK w związku z ich przedterminową spłatą dnia 29 stycznia 2016 roku oraz niższych kosztów odsetek od kredytów i obligacji wynikających z zakończonego w 2016 roku refinansowania zadłużenia Grupy.

W wyniku nabycia grupy Litenite, od dnia 29 lutego 2016 roku, w tej pozycji zostały również ujęte koszty odsetek od obligacji grupy Litenite za okres konsolidacji.

### **Zysk netto za okres**

Zysk netto wzrósł o 156,2 mln zł, czyli o 84,2%, do 341,8 mln zł w czwartym kwartale 2016 roku z 185,6 mln zł w czwartym kwartale 2015 roku.

Jednorazowy wpływ na zysk netto w czwartym kwartale 2016 roku miało rozpoznanie aktywa z tytułu podatku odroczonego dotyczącego transakcji eliminowanych w procesie konsolidacji. Rozpoznanie ww. aktywa miało pozytywny wpływ na skonsolidowany wynik finansowy netto Grupy Polsat za czwarty kwartał 2016 roku w wysokości 104,0 mln zł.

### EBITDA i marża EBITDA

Zysk EBITDA wzrósł o 21,1 mln zł, czyli o 2,4%, do 902,3 mln zł w czwartym kwartale 2016 roku z 881,1 mln zł w czwartym kwartale 2015 roku. Marża EBITDA wzrosła o 1,8 p.p. do 35,6% w czwartym kwartale 2016 roku z 33,8% w czwartym kwartale 2015 roku.

### Zatrudnienie

Średnie zatrudnienie nieprodukcyjnych pracowników stałych w Grupie Polsat, po wyłączeniu pracowników, którzy w raportowanym okresie nie świadczyli pracy z uwagi na długotrwałe nieobecności, wyniosło 4.948 etatów w czwartym kwartale 2016 roku i nieznacznie spadło w porównaniu do przeciętnego zatrudnienia w analogicznym okresie 2015 roku na poziomie 4.986 etatów.

#### 4.6.1.2. Porównanie wyników za rok obrotowy 2016 i 2015

w mln PLN	za 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia		zmiana	
	2016 <sup>(1)</sup>	2015	[mln PLN]	[%]
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	9.729,8	9.823,0	(93,2)	(0,9%)
Koszty operacyjne	(8.069,3)	(7.867,9)	201,4	2,6%
Pozostałe przychody/(koszty) operacyjne, netto	8,8	30,7	(21,9)	(71,3%)
<b>Zysk z działalności operacyjnej</b>	<b>1.669,3</b>	<b>1.985,8</b>	<b>(316,5)</b>	<b>(15,9%)</b>
Zyski i straty z działalności inwestycyjnej, netto	(69,8)	8,6	(78,4)	-
Koszty finansowe	(566,1)	(664,6)	(98,5)	(14,8%)
Udział w zysku wspólnego przedsięwzięcia wycenianego metodą praw własności	-	2,6	(2,6)	(100,0%)
<b>Zysk brutto za okres</b>	<b>1.033,4</b>	<b>1.332,4</b>	<b>(299,0)</b>	<b>(22,4%)</b>
Podatek dochodowy	(12,4)	(169,0)	(156,6)	(92,7%)
<b>Zysk netto za okres</b>	<b>1.021,0</b>	<b>1.163,4</b>	<b>(142,4)</b>	<b>(12,2%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>3.640,8</b>	<b>3.685,1</b>	<b>(44,3)</b>	<b>(1,2%)</b>
<b>marża EBITDA</b>	<b>37,4%</b>	<b>37,5%</b>	<b>(0,1 p.p.)</b>	<b>-</b>

(1) Wyniki Grupy Aero2 konsolidowane od 29 lutego 2016 roku.

### Przychody

Nasze całkowite przychody ze sprzedaży usług, produktów, towarów i materiałów spadły o 93,2 mln zł, czyli o 0,9%, do 9.729,8 mln zł w 2016 roku z 9.823,0 mln zł w 2015 roku.

[mln PLN]	za 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia		Zmiana	
	2016 <sup>(1)</sup>	2015	[mln PLN]	[%]
Przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych	6.325,3	6.553,1	(227,8)	(3,5%)
Przychody hurtowe	2.466,1	2.596,9	(130,8)	(5,0%)
Przychody ze sprzedaży sprzętu	850,8	583,4	267,4	45,8%
Pozostałe przychody ze sprzedaży	87,6	89,6	(2,0)	(2,2%)
<b>Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów</b>	<b>9.729,8</b>	<b>9.823,0</b>	<b>(93,2)</b>	<b>(0,9%)</b>

(1) Wyniki Grupy Aero2 konsolidowane od 29 lutego 2016 roku.

### Przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych

Przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych spadły o 227,8 mln zł, czyli o 3,5% do 6.325,3 mln zł w 2016 roku z 6.553,1 mln zł w 2015 roku. Spadek ten spowodowany był przede wszystkim niższymi przychodami z usług głosowych, wynikającymi ze zmiany sposobu oferowania sprzętu dla klientów detalicznych, regulacji detalicznych stawek roamingowych, a także z konkurencyjności rynku telekomunikacyjnego i został częściowo skompensowany wyższymi przychodami z usług płatnej telewizji oraz rosnącymi przychodami z usług dostępu do mobilnego Internetu i transmisji danych.

Wpływ konsolidacji Grupy Aero2 na tę pozycję rachunku zysków i strat był niematerialny.

### Przychody hurtowe

Przychody hurtowe spadły o 130,8 mln zł, czyli o 5,0%, do 2.466,1 mln zł w 2016 roku z 2.596,9 mln zł w 2015 roku. Spadek spowodowany był niższymi przychodami z tytułu dzierżawy infrastruktury przez Grupę Aero2, które w 2016 roku ujęte zostały tylko za styczeń i luty w związku z nabyciem Grupy Aero2 w dniu 29 lutego 2016 roku, jak również niższymi przychodami z roamingu krajowego świadczonego na rzecz spółki P4. Spadek został częściowo skompensowany wyższymi przychodami z tytułu połączeń międzyoperatorskich (interconnect) oraz wyższymi przychodami reklamowymi, a także dodatkowymi przychodami ze sprzedaży praw do TVP S.A. do transmisji wybranych meczy EURO 2016 i wyższymi przychodami od operatorów satelitarnych i kablowych z tytułu hurtowej sprzedaży pakietów kanałów dedykowanych UEFA EURO 2016.

### Przychody ze sprzedaży sprzętu

Przychody ze sprzedaży sprzętu wzrosły o 267,4 mln zł, czyli o 45,8%, do 850,8 mln zł w 2016 roku z 583,4 mln zł w 2015 roku. Wzrost ten wynikał przede wszystkim z wyższych przychodów z tytułu sprzedaży ratalnej w związku z rosnącym udziałem sprzedaży sprzętu w tym modelu, a także z optymalizacji zarządzania zapasami.

Wpływ konsolidacji Grupy Aero2 na tę pozycję rachunku zysków i strat był niematerialny.

### Pozostałe przychody ze sprzedaży

Pozostałe przychody ze sprzedaży spadły o 2,0 mln zł, czyli o 2,2%, do 87,6 mln zł w 2016 roku z 89,6 mln zł w 2015 roku. Spadek spowodowany był przede wszystkim konsolidacją Grupy Aero2 od dnia 29 lutego 2016 roku, co zostało częściowo skompensowane rosnącymi przychodami z odsetek z tytułu sprzedaży ratalnej sprzętu dla klientów detalicznych.

### Koszty operacyjne

Nasze koszty operacyjne wzrosły o 201,4 mln zł, czyli o 2,6% do 8.069,3 mln zł w 2016 roku z 7.867,9 mln zł w 2015 roku.

[mln PLN]	za 12 miesięcy zakończonych		Zmiana	
	31 grudnia		[mln PLN]	[%]
	2016 <sup>(1)</sup>	2015		
Koszty kontentu	1.114,2	1.065,9	48,3	4,5%
Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta	827,8	802,6	25,2	3,1%
Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja	1.971,5	1.699,3	272,2	16,0%
Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich	1.938,7	2.141,0	(202,3)	(9,4%)
Wy nagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	570,5	550,2	20,3	3,7%
Koszt własny sprzedanego sprzętu	1.354,7	1.332,8	21,9	1,6%
Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności	46,9	62,6	(15,7)	(25,1%)
Inne koszty	245,0	213,5	31,5	14,8%
<b>Koszty operacyjne</b>	<b>8.069,3</b>	<b>7.867,9</b>	<b>201,4</b>	<b>2,6%</b>

(1) Wyniki Grupy Aero2 konsolidowane od 29 lutego 2016 roku.

### **Koszty kontentu**

Koszty kontentu wzrosły o 48,3 mln zł, czyli o 4,5%, do 1.114,2 mln zł w 2016 roku z 1.065,9 mln zł w 2015 roku. Wzrost ten spowodowany był przede wszystkim ujęciem wyższych kosztów licencji sportowych i produkcji własnej w związku z emisją rozgrywek Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2016 oraz meczów eliminacyjnych do Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej 2018.

Wpływ konsolidacji Grupy Aero2 na tę pozycję rachunku zysków i strat był niematerialny.

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

Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta wzrosły o 25,2 mln zł, czyli o 3,1%, do 827,8 mln zł w 2016 roku z 802,6 mln zł w 2015 roku, głównie w wyniku rozpoznania wyższych kosztów prowizji sprzedażowych (efekt księgowy).

Wpływ konsolidacji Grupy Aero2 na tę pozycję rachunku zysków i strat był niematerialny.

### **Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja**

Koszty amortyzacji, utraty wartości i likwidacji wzrosły o 272,2 mln zł, czyli o 16,0%, do 1.971,5 mln zł w 2016 roku z 1.699,3 mln zł w 2015 roku, głównie w wyniku ujęcia kosztów amortyzacji Grupy Aero2 za okres od marca do grudnia 2016 roku, w tym dodatkowej amortyzacji koncesji telekomunikacyjnych należących do Grupy Aero2, wynikającej z ich wyceny dokonanej w ramach procesu alokacji ceny zakupu Grupy Aero2.

### **Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich**

Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich spadły o 202,3 mln zł, czyli o 9,4%, do 1.938,7 mln zł w 2016 roku z 2.141,0 mln zł w 2015 roku. Spadek był efektem netto wyłączenia na konsolidacji rosnących kosztów hurtowego zakupu ruchu w ramach usługi dostępu do szerokopasmowego Internetu, w związku z nabyciem Grupy Aero2 w dniu 29 lutego 2016 roku (w okresie porównawczym wspomniane koszty ruchu płatne były na rzecz ówczesnej Grupy Midas w pełnym okresie 12 miesięcy) oraz wzrostu kosztów interconnect wskutek popularyzacji taryf umożliwiających wykonywanie nielimitowanych połączeń do obcych sieci telekomunikacyjnych.

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

Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników wzrosły o 20,3 mln zł, czyli o 3,7%, do 570,5 mln zł w 2016 roku z 550,2 mln zł w 2015 roku, na co wpływ miało m.in. ujęcie kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników Grupy Midas w wyniku jej konsolidacji od dnia 29 lutego 2016 roku.

### **Koszt własny sprzedanego sprzętu**

Koszt własny sprzedanego sprzętu wzrósł o 21,9 mln zł, czyli o 1,6%, do 1.354,7 mln zł w 2016 roku z 1.332,8 mln zł w 2015 roku. Wzrost ten wynikał przede wszystkim z wyższego średniego kosztu jednostkowego sprzedawanego sprzętu przy malejącym łącznym wolumenie sprzedaży. Wzrost kosztu jednostkowego wynika m.in. z rosnącego udziału umów kontraktowych obejmujących sprzedaż droższego sprzętu w modelu ratalnym przy niższej liczbie tańszych sprzętów sprzedawanych w modelu subsydiowym.

Wpływ konsolidacji Grupy Aero2 na tę pozycję rachunku zysków i strat był niematerialny.

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

Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności spadły o 15,7 mln zł, czyli o 25,1%, do 46,9 mln zł w 2016 roku z 62,6 mln zł w 2015 roku, głównie w wyniku zmiany metody kalkulacji odpisów na należności.

Wpływ konsolidacji Grupy Aero2 na tę pozycję rachunku zysków i strat był niematerialny.

### **Inne koszty**

Inne koszty wzrosły o 31,5 mln zł, czyli o 14,8%, do 245,0 mln zł w 2016 roku z 213,5 mln zł w 2015 roku. Wzrost wynikał przede wszystkim z ujęcia kosztu sprzedanych licencji związanych z Mistrzostwami Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2016 oraz ujęcia wyższych kosztów usług prawnych, doradczych i konsultingowych w związku m.in. z nabyciem Grupy Aero2 dnia 29 lutego 2016 roku i został częściowo zniwelowany przez spadek kosztów związanych z najmem i utrzymaniem nieruchomości biurowych.



### **Pozostałe przychody i koszty operacyjne netto**

Pozostałe przychody operacyjne netto spadły o 21,9 mln zł, czyli o 71,3%, do 8,8 mln zł w 2016 roku z 30,7 mln zł w 2015 roku, przede wszystkim w wyniku zawiązania częściowej rezerwy na kary nałożone w grudniu 2016 roku przez UOKiK na Polkomtel i Cyfrowy Polsat.

Wpływ konsolidacji Grupy Aero2 na tę pozycję rachunku zysków i strat był niematerialny.

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

Strata z działalności inwestycyjnej, netto wyniosła 69,8 mln zł w 2016 roku, co stanowi spadek o 78,4 mln zł wobec zysku z działalności inwestycyjnej, netto na poziomie 8,6 mln zł w 2015 roku. Spadek nastąpił przede wszystkim w wyniku rozpoznania wyższych kosztów z tytułu różnic kursowych z tytułu wyceny zobowiązań związanych z koncesją UMTS (spowodowane deprecjacją PLN w stosunku do EUR w 2016 roku przy aprecjacji kursu w okresie porównawczym) oraz rozpoznania różnicy kursowej na wycenie środków pieniężnych przeznaczonych na spłatę Obligacji Senior Notes PLK w styczniu 2016 roku (strata ta koresponduje z odpowiednio niższym kosztem różnic kursowych z tytułu wyceny Obligacji Senior Notes PLK).

### **Koszty finansowe**

Koszty finansowe wyniosły 566,1 mln zł w 2016 roku i spadły o 98,5 mln zł, czyli o 14,8%, w porównaniu do 664,6 mln zł w 2015 roku. Na spadek kosztów finansowych wpływ miał szereg czynników związanych z przedterminowym wykupem Obligacji Senior Notes PLK, w szczególności ujęcie w 2016 roku jednorazowego przychodu netto związanego z wyceną i realizacją kontraktów forward zabezpieczających spłatę części kapitałowej Obligacji Senior Notes PLK, niższych kosztów odsetek od Obligacji Senior Notes PLK oraz rozpoznanie i ujęcie w kosztach finansowych okresu porównawczego kosztu premii za wcześniejszy wykup Obligacji Senior Notes PLK. Spadek ten został częściowo zniwelowany wskutek efektu bazy – w wyniku ujęcia w 2015 roku jednorazowych, niegotówkowych zdarzeń związanych z procesem refinansowania ówczesnego zadłużenia Grupy rozpoznany został zysk (ujemny koszt) – oraz wyższej wyceny walutowej Obligacji Senior Notes PLK, denominowanych w EUR i USD, wynikającej przede wszystkim z deprecjacji polskiej złotówki w stosunku do obu tych walut.

W wyniku nabycia grupy Litenite, od dnia 29 lutego 2016 roku, w tej pozycji zostały również ujęte koszty odsetek od kredytów i obligacji grupy Litenite za okres konsolidacji.

### **Zysk netto za okres**

W efekcie opisanych powyżej zmian zysk netto spadł o 142,4 mln zł, czyli o 12,2%, do 1.021,0 mln zł w 2016 roku z 1.163,4 mln zł w 2015 roku.

### **EBITDA i marża EBITDA**

Zysk EBITDA spadł o 44,3 mln zł, czyli o 1,2%, do 3.640,8 mln zł w 2016 roku z 3.685,1 mln zł w 2015 roku. Marża EBITDA wyniosła 37,4% w 2016 roku, pozostając na praktycznie niezmiennym poziomie wobec marży EBITDA na poziomie 37,5% w 2015 roku.

### **Zatrudnienie**

Średnie zatrudnienie nieprodukcyjnych pracowników stałych w Grupie Polsat, po wyłączeniu pracowników, którzy w raportowanym okresie nie świadczyli pracy z uwagi na długotrwałą nieobecność, wyniosło 5.010 etatów w 2016 roku i pozostało na stabilnym poziomie w porównaniu do przeciętnego zatrudnienia w analogicznym okresie 2015 roku na poziomie 5.033 etatów.

#### **4.6.2. Segmenty działalności**

Grupa prowadzi działalność w dwóch segmentach:

- w segmencie usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym obejmującym usługi telewizji cyfrowej, usługi telefonii komórkowej, usługi dostępu do Internetu, usługi telewizji mobilnej, usługi telewizji internetowej oraz produkcję dekodów oraz
- 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. Segmenty operacyjne zidentyfikowane przez Grupę są równe segmentom sprawozdawczym.

Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym 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 i mix), które generują przychody głównie z rozliczeń międzyoperatorskich, zrealizowanego ruchu i opłat abonamentowych,
- usługi telefonii komórkowej w ofercie przedpłaconej, które generują przychody głównie ze zrealizowanego ruchu i rozliczeń międzyoperatorskich,
- usługi dostępu do szerokopasmowego Internetu, które generują przychody głównie ze zrealizowanego ruchu i opłat abonamentowych,
- telekomunikacyjne usługi hurtowe, w tym usługi roamingu międzynarodowego i krajowego oraz usługi współdzielenia elementów sieci telekomunikacyjnej,
- usługi telewizji internetowej (IPLA), a przychody pochodzą głównie z opłat abonamentowych oraz przychodów z emisji reklam w Internecie,
- usługi Premium Rate oparte o technologie SMS/IVR/MMS/WAP,
- produkcję dekoderek,
- sprzedaż sprzętu telekomunikacyjnego i do odbioru telewizji.

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

Zarząd ocenia wyniki segmentów działalności poprzez analizę EBITDA. Poziom EBITDA jest odzwierciedleniem możliwości generowania gotówki przez Grupę w warunkach powtarzalnych. Grupa definiuje EBITDA jako zysk z działalności operacyjnej powiększony o amortyzację, utratę wartości i likwidację. Wskaźnik EBITDA nie jest definiowany przez MSSF UE i może być wyliczany inaczej przez inne podmioty.

Poniższa tabela prezentuje podział przychodów, kosztów, nabycie rzeczowych aktywów trwałych, zestawów odbiorczych i innych wartości niematerialnych oraz aktywa Grupy według segmentów działalności za okres dwunastu miesięcy zakończony 31 grudnia 2016 roku:

rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2016 roku [mln PLN]	Usługi dla klientów indywidualnych i biznesowych	Nadawanie i produkcja telewizyjna	Wyłączenia i korekty konsolidacyjne	Razem
Sprzedaż do stron trzecich	8.440,4	1.289,4	-	9.729,8
Sprzedaż pomiędzy segmentami	35,4	194,6	(230,0)	-
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>8.475,8</b>	<b>1.484,0</b>	<b>(230,0)</b>	<b>9.729,8</b>
<b>EBITDA (niebadana)</b>	<b>3.077,4</b>	<b>563,4</b>	<b>-</b>	<b>3.640,8</b>
Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja	1.929,6	41,9	-	1.971,5
<b>Zysk(strata) z działalności operacyjnej</b>	<b>1.147,8</b>	<b>521,5</b>	<b>-</b>	<b>1.669,3</b>
Nabycie rzeczowych aktywów trwałych, zestawów odbiorczych i innych wartości niematerialnych	717,2*	27,7	-	744,9
Na dzień 31 grudnia 2016				
Aktywa segmentu, w tym:	23.324,5	4.459,9**	(55,1)	<b>27.729,3</b>
Inwestycje ww wspólne przedsięwzięcia	-	5,9	-	5,9

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

\*\* Pozycja ta obejmuje także aktywa trwale zlokalizowane poza granicami Polski w wysokości 14,5 mln zł.

Wszystkie istotne przychody generowane są w Polsce.

Należy zwrócić uwagę, iż dane za okres dwunastu miesięcy zakończony 31 grudnia 2016 roku nie są w pełni porównywalne do danych za okres dwunastu miesięcy zakończony 31 grudnia 2015 roku ze względu na nabycie spółki Radio PIN w dniu 27 lutego 2015 roku (alokowane do segmentu „Nadawanie i produkcja telewizyjna”), nabycie spółki Orsen Holding Limited w dniu 1 kwietnia 2015 roku (alokowane do segmentu „Usługi dla klientów indywidualnych i biznesowych”), nabycie Litenite Limited w dniu 29 lutego 2016 roku (alokowane do segmentu „Usługi dla klientów indywidualnych i biznesowych”) oraz nabycie IT Polpager S.A. w dniu 30 września 2016 roku (alokowane do segmentu „Usługi dla klientów indywidualnych i biznesowych”).

Poniższa tabela prezentuje podział przychodów, kosztów, nabycie rzeczowych aktywów trwałych, zestawów odbiorczych i innych wartości niematerialnych oraz aktywa Grupy według segmentów działalności za okres dwunastu miesięcy zakończony 31 grudnia 2015 roku:

rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2015 [mln PLN]	Usługi dla klientów indywidualnych i biznesowych	Nadawanie i produkcja telewizyjna	Wyłączenia i korekty konsolidacyjne	Razem
Sprzedaż do stron trzecich	8.675,5	1.147,5	-	9.823,0
Sprzedaż pomiędzy segmentami	33,7	152,4	(186,1)	-
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>8.709,2</b>	<b>1.299,9</b>	<b>(186,1)</b>	<b>9.823,0</b>
<b>EBITDA (niebadana)</b>	<b>3.240,0</b>	<b>445,1</b>	-	<b>3.685,1</b>
Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja	1.660,5	38,8	-	1.699,3
<b>Zysk/(strata) z działalności operacyjnej</b>	<b>1.579,5</b>	<b>406,3</b>	-	<b>1.985,8</b>
Nabycie rzeczowych aktywów trwałych, zestawów odbiorczych i innych wartości niematerialnych	688,3*	31,9	-	720,2
Na dzień 31 grudnia 2015				
Aktywa segmentu, w tym:	22.110,8	4.421,8**	(42,5)	<b>26.490,1</b>
Inwestycje ww wspólne przedsięwzięcia	-	5,9	-	5,9

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

\*\* Pozycja ta obejmuje także aktywa trwałe zlokalizowane poza granicami Polski w wysokości 15,9 mln zł.

Uzgodnienie EBITDA do zysku netto za okres:

[mln PLN]	rok zakończony	
	31 grudnia 2016	31 grudnia 2015
<b>EBITDA (niebadana)</b>	<b>3.640,8</b>	<b>3.685,1</b>
Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja	(1.971,5)	(1.699,3)
<b>Zysk z działalności operacyjnej</b>	<b>1.669,3</b>	<b>1.985,8</b>
Różnice kursowe netto	(63,5)	(0,7)
Udział w zysku wspólnego przedsięwzięcia wycenianego metodą praw własności	-	2,6
Jednorazowe spisanie przeszacowania wartości obligacji na moment nabycia do wartości godziwej	-	616,2
Koszty odsetkowe	(495,8)	(756,0)
Realizacja i wycena instrumentów, dla których nie zastosowano rachunkowości zabezpieczeń – zabezpieczenie kapitału	203,8	-
Różnice kursowe z wyceny obligacji	(244,8)	(223,6)
Jednorazowy koszt premii za wcześniejszy wykup obligacji	-	(244,8)
Pozostałe	(35,6)	(47,1)
<b>Zysk brutto za okres</b>	<b>1.033,4</b>	<b>1.332,4</b>
Podatek dochodowy	(12,4)	(169,0)
<b>Zysk netto za okres</b>	<b>1.021,0</b>	<b>1.163,4</b>

#### 4.6.3. Analiza sytuacji finansowej Grupy

Na dzień 31 grudnia 2016 roku nasza suma bilansowa wynosiła 27.729,3 mln zł i wzrosła o 1.239,2 mln zł, czyli o 4,7%, z poziomu 26.490,1 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku.

##### Aktywa

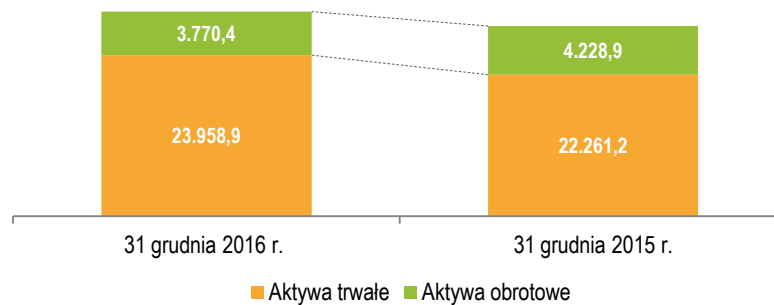
[mIn PLN]	31 grudnia 2016 <sup>(1)</sup>	31 grudnia 2015	Zmiana	
			[mIn PLN]	[%]
Zestawy odbiorcze	350,9	371,0	(20,1)	(5,4%)
Inne rzeczowe aktywa trwałe	2.964,3	2.548,6	415,7	16,3%
Wartość firmy	10.975,4	10.606,4	369,0	3,5%
Relacje z klientami	3.031,2	3.638,5	(607,3)	(16,7%)
Marki	2.056,5	2.080,6	(24,1)	(1,2%)
Inne wartości niematerialne	3.656,2	2.422,2	1.234,0	50,9%
Długoterminowe aktywa programowe	151,8	145,0	6,8	4,7%
Nieruchomości inwestycyjne	5,1	5,2	(0,1)	(1,9%)
Długoterminowe prowizje dla dystrybutorów rozliczane w czasie	82,8	83,3	(0,5)	(0,6%)
Inne aktywa długoterminowe	452,0	272,8	179,2	65,7%
<i>w tym aktywa z tytułu instrumentów pochodnych</i>	9,5	6,9	2,6	37,7%
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	232,7	87,6	145,1	165,6%
<b>Aktywa trwałe razem</b>	<b>23.958,9</b>	<b>22.261,2</b>	<b>1.697,7</b>	<b>7,6%</b>
Krótkoterminowe aktywa programowe	192,0	192,2	(0,2)	(0,1%)
Zapasy	278,7	281,0	(2,3)	(0,8%)
Należności z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe należności	1.688,0	1.619,1	68,9	4,3%
Należności z tytułu podatku dochodowego	29,1	0,7	28,4	4.057,1%
Krótkoterminowe prowizje dla dystrybutorów rozliczane w czasie	207,2	212,7	(5,5)	(2,6%)
Pozostałe aktywa obrotowe	38,7	399,5	(360,8)	(90,3%)
<i>w tym aktywa z tytułu instrumentów pochodnych</i>	6,7	10,5	(3,8)	(36,2%)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	1.326,0	1.512,0	(186,0)	(12,3%)
Środki pieniężne o ograniczonym prawie dysponowania	10,7	11,7	(1,0)	(8,5%)
<b>Aktywa obrotowe razem</b>	<b>3.770,4</b>	<b>4.228,9</b>	<b>(458,5)</b>	<b>(10,8%)</b>
<b>Aktywa razem</b>	<b>27.729,3</b>	<b>26.490,1</b>	<b>1.239,2</b>	<b>4,7%</b>

(1) Wyniki Grupy Aero2 konsolidowane od 29 lutego 2016 roku.

Na dzień 31 grudnia 2016 roku i 31 grudnia 2015 roku nasze aktywa trwałe wynosiły odpowiednio 23.958,9 mln zł i 22.261,2 mln zł i stanowiły odpowiednio 86,4% i 84,0% całości aktywów.

Na dzień 31 grudnia 2016 roku i 31 grudnia 2015 roku nasze aktywa obrotowe wynosiły odpowiednio 3.770,4 mln zł i 4.228,9 mln zł i stanowiły w odpowiednio 13,6% i 16,0% całości aktywów.

### Zmiana stanu aktywów [mln zł]



Wartość zestawów odbiorczych wyniosła 350,9 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku, co stanowi spadek o 20,1 mln zł, czyli o 5,4% wobec 371,0 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku.

Wartość innych rzeczowych aktywów trwałych wzrosła o 415,7 mln zł, czyli o 16,3%, do 2.964,3 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku z 2.548,6 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku przede wszystkim w wyniku ujęcia wartości infrastruktury technicznej i urządzeń sieci telekomunikacyjnej Grupy Aero2 oraz poniesienia nakładów na bieżący roll-out sieci telekomunikacyjnej.

Wartość firmy (ang. *goodwill*) wzrosła o 369,0 mln zł, czyli o 3,5%, do 10.975,4 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku z 10.606,4 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku głównie w wyniku ujęcia wyceny wartości udziałów w spółce Litenite Limited, nabytej 29 lutego 2016 roku.

Wartość relacji z klientami spadła o 607,3 mln zł, czyli o 16,7%, do 3.031,2 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku z 3.638,5 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku, w wyniku naliczenia amortyzacji za okres dwunastu miesięcy zakończony 31 grudnia 2016 roku.

Na dzień 31 grudnia 2016 roku wartość marek wynosiła 2.056,5 mln zł, co stanowi spadek o 24,1 mln zł, czyli o 1,2%, w porównaniu do 2.080,6 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku, w wyniku ujęcia amortyzacji znaku Plus za okres dwunastu miesięcy zakończony 31 grudnia 2016 roku.

Saldo innych wartości niematerialnych wyniosło 3.656,2 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku, co stanowi wzrost o 1.234,0 mln zł, czyli o 50,9%, w porównaniu do 2.422,2 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku. Wzrost ten wynika głównie z ujęcia a następnie przeszacowania wartości koncesji telekomunikacyjnych należących do Grupy Aero2.

Wartość długo- i krótkoterminowych aktywów programowych wzrosła o 6,6 mln zł, czyli o 2,0%, do 343,8 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku z 337,2 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku. Wzrost nastąpił w efekcie nabycia dodatkowych licencji filmowych oraz licencji i praw sportowych w celu wzbogacenia ramówki, i został częściowo zniwelowany odniesieniem w ciężar kosztów wartości licencji sportowych związanych z Mistrzostwami Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2016.

Wartość nieruchomości inwestycyjnych wyniosła 5,1 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku i pozostała na niezmiennym poziomie wobec stanu na poziomie 5,2 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku.

Wartość długo- i krótkoterminowych prowizji dla dystrybutorów rozliczanych w czasie wyniosła 290,0 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku, co stanowi spadek o 6,0 mln zł, czyli o 2,0%, z 296,0 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku.

Wartość innych aktywów długoterminowych wyniosła 452,0 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku i wzrosła o 179,2 mln zł, czyli o 65,7%, w porównaniu do 272,8 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku, głównie w wyniku wzrostu należności z tytułu sprzedaży ratalnej sprzętu.

Wartość aktywów z tytułu odroczonego podatku dochodowego wyniosła na dzień 31 grudnia 2016 roku 232,7 mln zł, co stanowi wzrost o 145,1 mln zł, czyli o 165,6% w porównaniu do 87,6 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku.

Wartość stanu zapasów wyniosła 278,7 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku i pozostała na zbliżonym poziomie wobec stanu na dzień 31 grudnia 2015 roku, który wynosił 281,0 mln zł.

Wartość należności z tytułu dostaw i usług oraz pozostałych należności wzrosła o 68,9 mln zł, czyli o 4,3%, do 1.688,0 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku z 1.619,1 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku, m.in. w wyniku wyższych należności krótkoterminowych z tytułu sprzedaży ratalnej, częściowo zniwelowanych niższymi należnościami publiczno-prawnymi.

Wartość pozostałych aktywów obrotowych wyniosła 38,7 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku, co stanowi spadek o 360,8 mln zł, czyli o 90,3% w porównaniu do 399,5 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku przede wszystkim w wyniku eliminacji rozliczeń dot. nabycia pakietów danych od Grupy Aero2 w wyniku konsolidacji Grupy Aero2 od dnia 29 lutego 2016 roku.

Wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów oraz środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania spadła o 187,0 mln zł, czyli o 12,3%, do 1.336,7 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku z 1.523,7 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku m.in. w wyniku zakupu akcji Midasa w ramach wezwania i przymusowego wykupu, wykupu Obligacji Midas, płatności za rezerwacje częstotliwości oraz harmonogramowych spłat zadłużenia z tytułu Połączonej Umowy Kredytowej.

## Pasywa

[mIn PLN]	31 grudnia 2016 <sup>(1)</sup>	31 grudnia 2015	Zmiana	
			[mIn PLN]	[%]
Kapitał zakładowy	25,6	25,6	-	-
Nadwyżka wartości emisyjnej akcji powyżej ich wartości nominalnej	7.174,0	7.174,0	-	-
Pozostałe kapitały	4,5	(3,7)	8,2	(221,6%)
Zyski zatrzymane /(straty niepokryte)	4.095,5	3.054,2	1.041,3	34,1%
<b>Kapitał przypadający na akcjonariuszy Jednostki Dominującej</b>	<b>11.299,6</b>	<b>10.250,1</b>	<b>1049,5</b>	<b>10,2%</b>
Udziały niekontrolujące	78,0	-	78,0	-
<b>Kapitał własny razem</b>	<b>11.377,6</b>	<b>10.250,1</b>	<b>1.127,5</b>	<b>11,0%</b>
Zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek	9.302,7	5.379,8	3.922,9	72,9%
Zobowiązania z tytułu obligacji	1.835,7	975,3	860,4	88,2%
Zobowiązania z tytułu leasingu finansowego	20,9	20,9	-	-
Zobowiązania z tytułu koncesji UMTS	574,0	652,8	(78,8)	(12,1%)
Zobowiązania z tytułu odroczonego podatku dochodowego	786,9	615,8	171,1	27,8%
Przychody przyszłych okresów	20,1	4,7	15,4	327,7%
Inne długoterminowe zobowiązania i rezerwy	130,2	124,2	6,0	4,8%
<b>Zobowiązania krótkoterminowe razem</b>	<b>12.670,5</b>	<b>7.773,5</b>	<b>4.897,0</b>	<b>63,0%</b>
Zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek	1.270,0	1.230,9	39,1	3,2%
Zobowiązania z tytułu obligacji	42,4	4.776,7	(4.734,3)	(99,1%)
Zobowiązania z tytułu leasingu finansowego	5,0	4,3	0,7	16,3%
Zobowiązania z tytułu koncesji UMTS	121,5	117,0	4,5	3,8%
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe zobowiązania	1.569,5	1.485,4	84,1	5,7%
<i>w tym zobowiązania z tytułu instrumentów pochodnych</i>	-	72,9	(72,9)	(100,0%)
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego	24,9	176,1	(151,2)	(85,9%)
Przychody przyszłych okresów	647,9	676,1	(28,2)	(4,2%)
<b>Zobowiązania długoterminowe razem</b>	<b>3.681,2</b>	<b>8.466,5</b>	<b>(4.785,3)</b>	<b>(56,5%)</b>
<b>Zobowiązania razem</b>	<b>16.351,7</b>	<b>16.240,0</b>	<b>111,7</b>	<b>0,7%</b>
<b>Pasywa</b>	<b>27.729,3</b>	<b>26.490,1</b>	<b>1.239,2</b>	<b>4,7%</b>

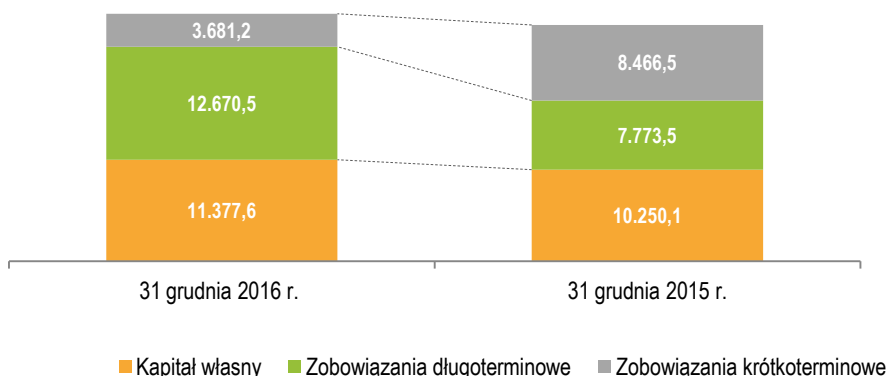
(1) Wyniki Grupy Aero2 konsolidowane od 29 lutego 2016 roku.

Wartość kapitału własnego wzrosła o 1.127,5 mln zł, czyli o 11,0%, do 11.377,6 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku z 10.250,1 mln zł na 31 grudnia 2015 roku głównie w wyniku wypracowania zysku za okres dwunastu miesięcy zakończony 31 grudnia 2016 roku w wysokości 1.021,0 mln zł.

Na dzień 31 grudnia 2016 roku i 31 grudnia 2015 roku wartość zobowiązań długoterminowych wynosiła odpowiednio 12.670,5 mln zł i 7.773,5 mln zł, co stanowiło odpowiednio 77,5% i 47,9% ogółu zobowiązań Grupy.

Na dzień 31 grudnia 2016 roku i 31 grudnia 2015 roku wartość zobowiązań krótkoterminowych wynosiła odpowiednio 3.681,2 mln zł i 8.466,5 mln zł, co stanowiło odpowiednio 22,5% i 52,1% ogółu zobowiązań Grupy.

#### Zmiana stanu pasywów [mln zł]



Wartość zobowiązań z tytułu kredytów i pożyczek (krótko- i długoterminowych) wzrosła o 3.962,0 mln zł, czyli o 59,9%, do 10.572,7 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku z 6.610,7 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku, co było efektem netto zwiększenia wykorzystania Połączonego Kredytu Terminowego o kolejne 4.800,0 mln zł oraz jego harmonogramowych spłat w łącznej kwocie 858,0 mln PLN w trakcie 2016 roku.

Wartość zobowiązań z tytułu obligacji (krótko- i długoterminowych) spadła o 3.873,9 mln zł, czyli o 67,3%, do 1.878,1 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku z 5.752,0 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku. Jest to efekt netto przedterminowego wykupu Obligacji Senior Notes PLK w dniu 29 stycznia 2016 roku w ramach procesu refinansowania zadłużenia Grupy oraz ujęcia zobowiązań z tytułu Obligacji Litenite przejętych w ramach nabycia Litenite.

Wartość zobowiązań z tytułu leasingu finansowego (krótko- i długoterminowego) wyniosła 25,9 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku i wzrosła o 0,7 mln zł, czyli o 2,8%, z 25,2 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku.

Wartość zobowiązań (krótko- i długoterminowych) z tytułu koncesji UMTS spadła o 74,3 mln zł, czyli o 9,7% do 695,5 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku z 769,8 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku, w efekcie dokonania kolejnej płatności z tytułu koncesji UMTS we wrześniu 2016 roku.

Wartość zobowiązań z tytułu odroczonego podatku dochodowego wzrosła o 171,1 mln zł, czyli o 27,8%, do 786,9 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku z 615,8 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku.

Wartość długo- i krótkoterminowych przychodów przyszłych okresów wyniosła 668,0 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku i spadła o 12,8 mln zł, czyli o 1,9%, z poziomu 680,8 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku.

Wartość innych długoterminowych zobowiązań i rezerw wyniosła 130,2 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku, co stanowi wzrost o 6,0 mln zł, czyli o 4,8%, w porównaniu do 124,2 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku, m.in. na skutek ujęcia rezerw Grupy Aero2.

Wartość zobowiązań z tytułu dostaw i usług oraz pozostałych zobowiązań wyniosła 1.569,5 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku, co stanowi wzrost o 84,1 mln zł, czyli o 5,7%, w stosunku do 1.485,4 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku.

Wzrost ten spowodowany był przede wszystkim wyższym saldem rozliczeń międzyokresowych, wyższymi zobowiązaniami z tytułu zakupu aktywów programowych, aktywów trwałych i wartości niematerialnych i został częściowo zniwelowany niższymi kosztami zobowiązań publiczno-prawnych oraz ujęciem w okresie porównawczym wyceny instrumentów pochodnych zabezpieczających przyszłe płatności odsetkowe od kredytów (IRS) i płatności odsetkowych od obligacji denominowanych w USD i EUR (CIRS).

Wartość zobowiązań z tytułu podatku dochodowego spadła o 151,2 mln zł, czyli o 85,9%, do 24,9 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku ze 176,1 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku, m.in. w efekcie dokonanego przez Polkomtel w marcu 2016 roku rozliczenia wstecznego CIT, który płacony był w 2015 roku w modelu zaliczkowym.

#### 4.6.4. Analiza przepływów pieniężnych Grupy

Poniższa tabela prezentuje wybrane dane dotyczące skonsolidowanych przepływów pieniężnych za okres dwunastu miesięcy zakończony 31 grudnia 2016 roku oraz 31 grudnia 2015 roku.

[mln PLN]	za 12 miesięcy zakończonych		Zmiana	
	2016 <sup>(1)</sup>	2015	[mln PLN]	[%]
Zysk netto za okres	1.021,0	1.163,4	(142,4)	(12,2%)
Korekty	2.130,5	1.821,7	308,8	17,0%
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	2.884,7	2.887,7	(3,0)	(0,1%)
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(1.003,4)	(726,6)	276,8	38,1%
<i>Nabycie rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych</i>	<i>(590,4)</i>	<i>(583,1)</i>	<i>7,3</i>	<i>1,3%</i>
Środki pieniężne netto z działalności finansowej	(2.070,8)	(2.386,7)	(315,9)	(13,2%)
Zmiana netto stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(189,5)	(225,6)	(36,1)	(16,0%)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na początek okresu	1.523,7	1.747,9	(224,2)	(12,8%)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na koniec okresu	1.336,7	1.523,7	(187,0)	(12,3%)

(1) Wyniki Grupy Aero2 konsolidowane od 29 lutego 2016 roku.

#### Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej

Wartość wpływów pieniężnych netto z działalności operacyjnej wyniosła 2.884,7 mln zł w 2016 roku i pozostała na podobnym poziomie wobec wpływów pieniężnych netto z działalności operacyjnej na poziomie 2.887,7 mln zł w 2015 roku.

Stabilny strumień środków pieniężnych z działalności operacyjnej netto pozostawał w 2016 roku głównie pod wpływem stabilnego poziomu wyniku EBITDA, pomniejszonego o wyższy zapłacony podatek dochodowy w związku z dokonanym przez Polkomtel w marcu 2016 roku rozliczeniem wstecznym CIT za 2015 rok, co zostało zbilansowane niższym przyrostem zaangażowanego kapitału obrotowego w 2016 roku. Przyrost zaangażowanego kapitału obrotowego wynika przede wszystkim ze wzrostu należności z tytułu sprzedaży klientom detalicznym sprzętu w modelu ratalnym, podczas gdy w roku 2015 na jego poziom wpływały również dodatkowo rozliczenia z Grupą Aero2 za zakup transferu danych.

#### Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej

Wartość środków pieniężnych netto wykorzystanych w działalności inwestycyjnej wyniosła 1.003,4 mln zł w 2016 roku i była wyższa o 276,8 mln zł, czyli o 38,1%, w porównaniu do 726,6 mln zł w 2015 roku. Pozycja ta obejmowała m.in. wydatki na płatności dokonane przez Polkomtel za koncesję UMTS oraz za rezerwację czterech bloków w paśmie 2600 MHz o łącznej wysokości 268,5 mln zł oraz nabycie udziałów w spółkach Litenite Limited i IT Polpager S.A. pomniejszone o przejęte środki pieniężne.

Ponadto na poziom środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej wpływ miały wydatki na nabycie rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych w wysokości 590,4 mln zł w 2016 roku, które były o 7,3 mln zł wyższe niż w 2015 roku, m.in. w efekcie ujęcia wydatków konsolidowanej od 29 lutego 2016 roku Grupy Aero2.

Wydatki na nabycie rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych w trakcie 12 miesięcy 2016 roku obejmowały m.in. kontynuację roll-outu i rozbudowy pojemności sieci telekomunikacyjnej opartej o technologie LTE/LTE-Advanced, nakłady na zwiększenie pojemności sieci dostępowej w paśmie 900 MHz (w ramach przygotowań do refarmingu pasma),



modernizację sieci transmisyjnej, inwestycje związane z wdrożeniem nowego zintegrowanego systemu sprzedaży, obsługi klienta oraz konwergentnego systemu rozliczeniowego dla produktów i usług oraz wydatki związane z budową nowego studia nagraniowego.

#### Środki pieniężne netto z działalności finansowej

Wartość środków pieniężnych netto wykorzystanych w działalności finansowej wyniosła 2.070,8 mln zł w 2016 roku i była niższa o 315,9 mln zł, czyli o 13,2%, w porównaniu do poziomu 2.386,7 mln zł w 2015 roku. Na wysokość środków pieniężnych netto wykorzystanych w działalności finansowej w 2016 roku wpływ miała przede wszystkim spłata zadłużenia z tytułu Obligacji Senior Notes PLK i związana z tym premia zapłacona za wcześniejszy wykup, bieżąca harmonogramowa spłata oraz obsługa Połączonego Kredytu Terminowego, nabycie Obligacji Midas za łączną kwotę 323,6 mln zł, całkowita spłata kredytów bankowych Grupy Aero2, jak również wpływy z tytułu korzystnej realizacji walutowych instrumentów zabezpieczających. Środki pieniężne na wyżej wymienione cele pochodziły z działalności operacyjnej oraz zwiększenia wykorzystania Połączonego Kredytu Terminowego o kolejne 4.800,0 mln zł.

#### 4.6.5. Płynność i zasoby kapitałowe

Utrzymujemy zasoby środków pieniężnych w celu finansowania potrzeb związanych z naszą bieżącą działalnością. Naszym celem jest zapewnienie efektywnego kosztowo dostępu do różnych źródeł finansowania, w tym kredytów bankowych, obligacji i innych pożyczek.

Uważamy, że stan naszych własnych środków pieniężnych, środki generowane z bieżącej działalności oraz środki dostępne w ramach kredytów rewolwingowych (opisanych poniżej) powinny być wystarczające na sfinansowanie naszych przyszłych potrzeb w zakresie środków finansowych, związanych z bieżącą działalnością, rozwojem świadczonych przez nas usług, obsługą zadłużenia oraz realizacją większości założeń inwestycyjnych w obszarze działalności Grupy.

Poniższa tabela przedstawia podsumowanie zadłużenia finansowego Grupy na dzień 31 grudnia 2016 roku.

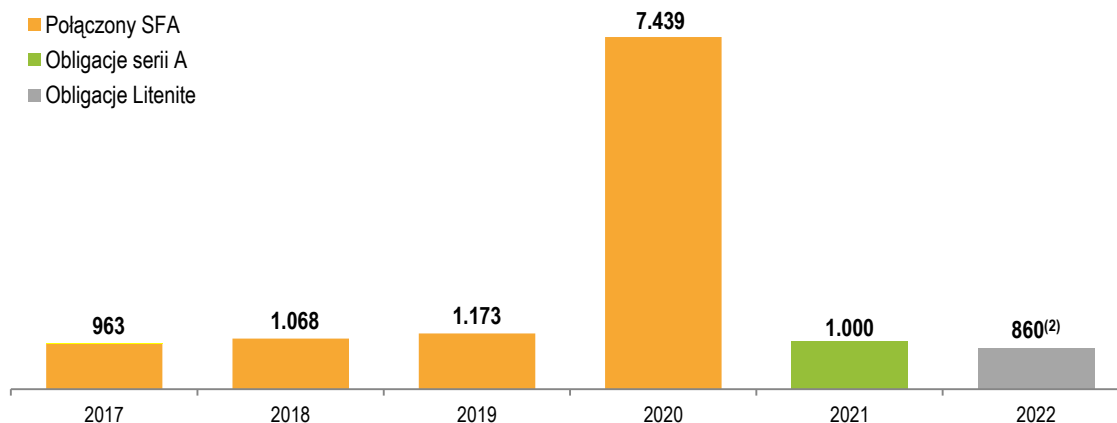
	Wartość bilansowa na 31 grudnia 2016 r. [mln PLN]	Odsetki / kupon / dyskonto	Data zapadalności
Połączony Kredyt Terminowy	10.572,7	WIBOR + marża	2020
Kredyt Rewolwingowy	-	WIBOR + marża	2020
Obligacje Serii A	1.017,9	WIBOR + 2,5%	2021
Obligacje Litenite zerokuponowe	860,2	10%	2022
Leasing i inne	25,9	-	-
<b>Zadłużenie brutto</b>	<b>12.476,7</b>	-	-
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty <sup>(1)</sup>	(1.336,7)	-	-
<b>Zadłużenie netto</b>	<b>11.140,0</b>	-	-
EBITDA LTM	3.640,8	-	-
<b>Zadłużenie netto (wg SFA<sup>(2)</sup>) / EBITDA LTM</b>	<b>2,83</b>	-	-
<b>Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM</b>	<b>3,06</b>	-	-

1) Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, w tym środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania oraz lokat krótkoterminowych.

2) Zadłużenie netto zgodnie z definicją Połączonego SFA, tzn. z wyłączeniem długu, który nie jest obsługiwany gotówkowo.

Poniższe wykresy przedstawiają strukturę zapadalności oraz strukturę rodzajową i walutową zadłużenia finansowego Grupy, wyrażonego w wartościach nominalnych, z wyłączeniem zadłużenia wynikającego z Kredytu Rewolwingowego, na dzień 31 grudnia 2016 roku.

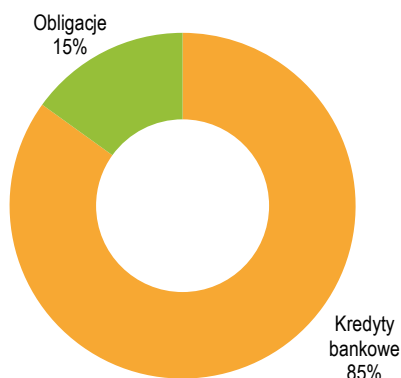
#### Struktura zapadalności zadłużenia<sup>(1)</sup> na dzień 31 grudnia 2016 r. [mln PLN]



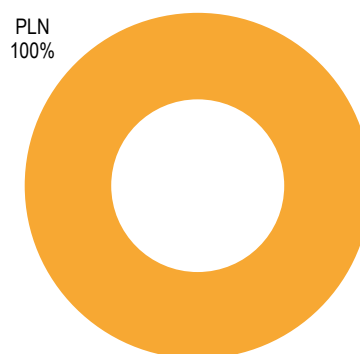
(1) Wartość nominalna zadłużenia na dzień 31 grudnia 2016 r. (z wyłączeniem Kredytu Rewolwingowego i leasingu).

(2) Wartość bilansowa z tytułu zobowiązania z tytułu Obligacji Litenite na dzień 31 grudnia 2016 roku.

#### Struktura rodzajowa zadłużenia<sup>(1)</sup> na dzień 31 grudnia 2016 r.



#### Struktura walutowa zadłużenia<sup>(1)</sup> na dzień 31 grudnia 2016 r.



(1) Wartość nominalna zadłużenia na dzień 31 grudnia 2016 r. (z wyłączeniem Kredytu Rewolwingowego i leasingu).

W celu zmniejszenia ekspozycji na ryzyko stopy procentowej wynikające z płatności odsetek ze zmienną stopą procentową od Połączonego SFA, aktywnie stosujemy strategię hedgingową opartą o instrumenty pochodne, w szczególności swapy (IRS). Na dzień 31 grudnia 2016 roku zawarte przez spółki z Grupy transakcje zabezpieczające zmiany stopy procentowej WIBOR opiewały na łączną kwotę 3.250 mln zł i zapadały w latach 2018-2019.

#### Istotne umowy finansowania zawarte przez spółki z Grupy

Poniżej przedstawiono opis istotnych umów finansowania zawartych przez Spółkę lub spółki z Grupy, które pozostają w mocy na dzień publikacji niniejszego Sprawozdania, jak również zwięzły opis tych umów finansowania, które wygasły w okresie dwunastu miesięcy zakończonym 31 grudnia 2016 roku w związku ze spłatą zadłużenia udzielonego na ich podstawie.

##### Połączona Umowa Kredytów

W dniu 21 września 2015 roku została zawarta umowa kredytów (ang. *Senior Facilities Agreement*) między Spółką jako kredytobiorcą wraz z Telewizją Polsat, Cyfrowym Polsatem Trade Marks, Polsat License Ltd. oraz Polsat Media Biuro

Reklamy a konsorcjum polskich i zagranicznych instytucji finansowych na czele z Powszechną Kasą Oszczędności Bank Polski S.A., Bankiem Zachodnim WBK S.A., ING Bankiem Śląskim S.A., Société Générale (Globalni Bankowi Koordynatorzy) oraz obejmującym PZU Fundusz Inwestycyjny Zamknięty Aktywów Niepublicznych BIS 1, PZU Fundusz Inwestycyjny Zamknięty Aktywów Niepublicznych BIS 2, BNP Paribas Fortis SA/NV, Bank Polska Kasa Opieki S.A., The Bank of Tokyo-Mitsubishi UFJ Ltd., Bank of China (Luxembourg) S.A., Credit Agricole Corporate & Investment Bank, Credit Agricole Bank Polska S.A., DNB Bank Polska S.A., DNB Bank ASA, HSBC Bank Polska S.A., HSBC Bank plc, Bank Handlowy w Warszawie S.A., CaixaBank, S.A. (Spółka Akcyjna) Oddział w Polsce, mBank S.A., Bank Millennium S.A., Raiffeisen Bank Polska S.A., Goldman Sachs Bank USA, Erste Group Bank AG, Deutsche Bank Polska S.A., oraz UniCredit Bank AG, London Branch, działającym jako Agent kredytu (ang. *Agent*) oraz jako Agent Zabezpieczeń (ang. *Security Agent*) („Umowa Kredytów CP”).

Ponadto w dniu 21 września 2015 roku została zawarta umowa kredytów (ang. *Senior Facilities Agreement*) między Polkomtel jako kredytobiorcą wraz z Eileme 2, Eileme 3, Eileme 4, Plus TM Management, TM Rental, Plus TM Group a wymienionym wyżej konsorcjum polskich i zagranicznych instytucji finansowych („Umowa Kredytów PLK”).

Umowa Kredytów CP przewidywała udzielenie Spółce kredytu terminowego do maksymalnej kwoty w wysokości 1.200,0 mln zł oraz kredytu rewolwingowego do maksymalnej kwoty stanowiącej równowartość 300,0 mln zł. Umowa Kredytów PLK przewidywała udzielenie Polkomtel kredytu terminowego do maksymalnej kwoty w wysokości 10.300,0 mln zł oraz kredytu rewolwingowego do maksymalnej kwoty stanowiącej równowartość 700,0 mln zł.

Środki pozyskane w ramach Umowy Kredytów CP zostały wykorzystane przez Spółkę w szczególności na spłatę całości zadłużenia wynikającego z umowy kredytów (ang. *Senior Facilities Agreement*) z dnia 11 kwietnia 2014 roku, zawartej m.in. przez Spółkę (jako kredytobiorcę) („Refinansowana Umowa Kredytów CP”) oraz konsorcjum instytucji finansowych. Środki udostępnione w ramach Umowy Kredytów PLK zostały wykorzystane przez Polkomtel w szczególności na spłatę całości zadłużenia wynikającego z umowy kredytów niepodporządkowanych z dnia 17 czerwca 2013 roku zawartej między Polkomtel, Eileme 2, Eileme 3 oraz Eileme 4 a konsorcjum polskich i zagranicznych banków oraz instytucji finansowych (spłata nastąpiła dnia 28 września 2015 roku) oraz spłatę całości zadłużenia z tytułu Obligacji Senior Notes PLK (spłata nastąpiła dnia 29 stycznia 2016 roku). Ponadto Grupa wykorzystuje środki pozyskane w ramach Umowy Kredytów CP i Umowy Kredytów PLK na finansowanie ogólnych potrzeb korporacyjnych.

W związku z umorzeniem w dniu 1 lutego 2016 roku Obligacji Senior Notes PLK do Umowy Kredytów CP zostały wprowadzone zmiany przewidziane w Umowie Zmieniającej i Konsolidującej z dnia 21 września 2015 roku (szczegóły przedstawione zostały w raporcie bieżącym nr 42/2015 z dnia 21 września 2015 roku). W szczególności wprowadzone zmiany dotyczyły podwyższenia maksymalnej wartości kredytu terminowego do 11.500,0 mln zł, a kredytu rewolwingowego do 1.000,0 mln zł oraz spłaty z udostępnionych środków całości zadłużenia wynikającego z Umowy Kredytów PLK. Ponadto do Umowy Kredytowej CP przystąpił Polkomtel oraz pozostałe spółki z Grupy, które były stronami Umowy Kredytów PLK, w charakterze kredytobiorcy i gwaranta lub gwaranta i ustanowione zostały dodatkowe zabezpieczenia wymagane Umową Zmieniającą i Konsolidującą. W związku z powyższym do zmienionej Umowy Kredytów CP będziemy odnosić się jako do „Połączonej Umowy Kredytów”, a do kredytu terminowego i kredytu rewolwingowego udzielonych na podstawie tej umowy, odpowiednio „Kredyt Terminowy” i „Kredyt Rewolwingowy”.

W dniu 27 maja 2016 roku do Połączonej Umowy Kredytów przystąpiły spółki zależne nabyte 29 lutego 2016 roku przez Polkomtel – Litenite, w charakterze dodatkowego poręczyciela, oraz Midas (którego następcą prawnym jest Aero2) w charakterze dodatkowego kredytobiorcy oraz dodatkowego poręczyciela.

Kredyt Terminowy i Kredyt Rewolwingowy są oprocentowane według zmiennej stopy procentowej będącej sumą stopy WIBOR dla odpowiednich okresów odsetkowych oraz zastosowanej marży. Marża Kredytu Terminowego i Kredytu Rewolwingowego jest uzależniona od poziomu wskaźnika skonsolidowanego długu netto/skonsolidowanej EBITDA, w taki sposób, że im poziom wskaźnika będzie niższy, tym zastosowana marża również będzie niższa, przy czym najwyższy poziom marży będzie miał zastosowanie, gdy wskaźnik skonsolidowanego długu netto/skonsolidowanej EBITDA będzie wyższy niż 3,50:1, a najniższy, gdy wskaźnik ten będzie równy lub niższy niż 1,50:1, przy czym wartość skonsolidowanego długu netto wykorzystywanego do kalkulacji tego wskaźnika na mocy definicji zawartej w Połączonej Umowie Kredytów wyklucza instrumenty dłużne, w przypadku których odsetki nie są wypłacane na bieżąco w formie gotówkowej. Okres kredytowania Kredytu Terminowego oraz Kredytu Rewolwingowego wynosi 5 lat, a ostateczną datą spłaty każdego z kredytów jest 21 września 2020 roku. Kredyt Terminowy i Kredyt Rewolwingowy będą spłacane w kwartalnych ratach o różnej wysokości.

Połączona Umowa Kredytów przewiduje ustanowienie przez Spółkę oraz inne podmioty z Grupy zabezpieczeń spłaty kredytów udzielonych na jej podstawie. W szczególności zabezpieczenia te obejmują zastawy rejestrowe na zbiorach rzeczy ruchomych i praw majątkowych o zmiennym składzie, wchodzących w skład przedsiębiorstwa Spółki i jej wybranych spółek

zależnych, zastawy rejestrowe i finansowe na akcjach i udziałach spółek zależnych Spółki, zastawy finansowe i rejestrowe na wierzytelnościach z rachunków bankowych prowadzonych dla Spółki oraz jej wybranych spółek zależnych, zastawy zwykłe oraz rejestrowe na wybranych znakach towarowych, cesje praw na zabezpieczenie, hipoteki, oświadczenia notarialne o poddaniu się egzekucji oraz analogiczne zabezpieczenia ustanowione na udziałach (akcjach) lub aktywach spółek zależnych Spółki, które będą rządzone prawem obcym. Szczegółowy opis ustanowionych zabezpieczeń znajduje się w punkcie 4.6.6. niniejszego Sprawozdania - *Przegląd sytuacji operacyjnej i finansowej Grupy Polsat – Przegląd sytuacji finansowej – Informacje o udzieleniu przez Spółkę lub jednostki zależne poręczeń kredytu lub pożyczki lub udzieleniu gwarancji.*

W przypadku, gdy wskaźnik skonsolidowanego długu netto/skonsolidowanej EBITDA będzie równy lub niższy niż 1,75:1, Spółka może zażądać zwolnienia zabezpieczeń (z wyłączeniem gwarancji udzielonych na podstawie Połączonej Umowy Kredytów) ustanowionych w związku z Połączoną Umową Kredytów. Zwolnione zabezpieczenie będzie musiało zostać ponownie ustanowione w przypadku, gdy wskaźnik skonsolidowanego długu netto/skonsolidowanej EBITDA będzie wyższy niż 1,75:1. Ponadto w przypadku, gdy określone podmioty z Grupy zaciągną zabezpieczone zadłużenie, na rzecz Agenta Zabezpieczeń (działającego m.in. na rzecz kredytodawców z tytułu Połączonej Umowy Kredytów) zostanie ustanowione takie samo zabezpieczenie na zasadach równorzędności (*pari passu*).

Ponadto, zgodnie z postanowieniami Połączonej Umowy Kredytów, Spółka oraz inne podmioty z Grupy mają możliwość zaciągnięcia dodatkowych kredytów (ang. *additional facilities*). Warunki takich dodatkowych kredytów będą ustalone każdorazowo w osobnej umowie, zawieranej w związku z zaciągnięciem takiego dodatkowego kredytu (ang. *additional facility accession deed*), przy czym warunki te będą musiały spełnić określone wymagania, które będą uzależnione od wskaźnika skonsolidowanego długu netto/skonsolidowanej EBITDA.

Połączona Umowa Kredytów przewiduje udzielenie przez podmioty z Grupy na rzecz każdej ze stron finansujących Połączoną Umowę Kredytów oraz pozostałych dokumentów finansowania zawartych w związku z Połączoną Umową Kredytów, gwarancji (ang. *guarantee*) rządzonej prawem angielskim (w wysokości kwoty udzielonego kredytu powiększonej o wszelkie opłaty i należności wynikające bądź określone w Połączonej Umowie Kredytów lub pozostałych dokumentach finansowania zawartych w związku z tą umową):

- (i) terminowego wykonania zobowiązań wynikających z Połączonej Umowy Kredytów oraz pozostałych dokumentów finansowania zawartych w związku z Połączoną Umową Kredytów,
- (ii) zapłaty kwot wymagalnych na podstawie Połączonej Umowy Kredytów oraz pozostałych dokumentów finansowania zawartych w związku z Połączoną Umową Kredytów oraz
- (iii) zwolnienia stron finansujących, o których mowa powyżej z odpowiedzialności i wynagrodzenia wszelkich kosztów i strat, jakie taka strona finansująca może ponieść w związku z niewykonalnością, nieważnością i niezgodnością z prawem, jakiegokolwiek zobowiązania zabezpieczonego opisaną powyżej gwarancją. Okres, na jaki zostały udzielone gwarancje, nie został określony. Gwarantci otrzymają wynagrodzenie z tytułu udzielenia gwarancji, ustalone na zasadach rynkowych.

Połączona Umowa Kredytów przewiduje obowiązek spełnienia standardowych w tego typu transakcjach warunków zawieszających (ang. *conditions precedent*), wypłatę opisanych powyżej kredytów oraz obowiązek spełnienia, po uruchomieniu kredytów, o których mowa powyżej, warunków następczych (ang. *conditions subsequent*), które również są standardowe dla transakcji tego typu.

### **Obligacje Serii A wyemitowane przez Cyfrowy Polsat**

Na podstawie uchwały Zarządu Spółki z dnia 2 lipca 2015 roku Cyfrowy Polsat wyemitował w dniu 21 lipca 2015 roku 1.000.000 niezabezpieczonych, niepodporządkowanych obligacji na okaziciela Serii A o wartości nominalnej 1.000 zł każda i łącznej wartości nominalnej 1.000,0 mln zł z terminem zapadalności w dniu 21 lipca 2021 roku. Emisja Obligacji odbyła się w trybie oferty publicznej. Szczegółowe warunki emisji, wykupu, wypłaty oprocentowania zostały określone w Warunkach Emisji.

Oprocentowanie Obligacji jest zmienne, oparte o stawkę WIBOR dla sześciomiesięcznych depozytów złotych powiększoną o marżę, której wysokość zależy od wartości wskaźnika zadłużenia (ang. *leverage ratio*), zdefiniowanego w Warunkach Emisji Obligacji jako iloraz zadłużenia finansowego netto i EBITDA, w ten sposób, że:

- (i) marża wynosi 250 bps, gdy wskaźnik zadłużenia w danym okresie jest niższy lub równy 3,5:1;
- (ii) marża wynosi 275 bps, gdy wskaźnik zadłużenia w danym okresie jest wyższy niż 3,5:1 ale niższy lub równy 4,0:1;
- (iii) marża wynosi 325 bps, gdy wskaźnik zadłużenia w danym okresie jest wyższy niż 4,0:1.

Odsetki od Obligacji wypłacane są co pół roku w dniach 21 stycznia i 21 lipca.

Zgodnie z Warunkami Emisji Obligacji Spółka ma w każdym czasie prawo do przeprowadzenia przedterminowego wykupu całość lub część Obligacji, przy czym wykup nie może dotyczyć Obligacji stanowiących mniej niż 10% łącznej wartości nominalnej Obligacji Serii A. Przedterminowy wykup może nastąpić według wartości nominalnej Obligacji wraz z narosłymi odsetkami oraz z zapłatą premii zależnej od daty wykupu w ten sposób, że:

- (i) jeśli przedterminowy wykup nastąpi w okresie między 21 lipca 2016 roku a 21 lipca 2017 roku premia będzie wynosić 2% wartości nominalnej Obligacji podlegających wykupowi;
- (ii) jeśli przedterminowy wykup nastąpi w okresie między 21 lipca 2017 roku a 21 lipca 2018 roku premia będzie wynosić 1% wartości nominalnej Obligacji podlegających wykupowi;
- (iii) jeśli przedterminowy wykup nastąpi po 21 lipca 2018 roku, Obligacje wykupione zostaną po wartości nominalnej.

Warunki Emisji Obligacji nakładają na Spółkę oraz jej spółki zależne obowiązek utrzymywania określonych wskaźników finansowych na wymaganych poziomach, a także ograniczenia m.in. w zakresie:

- (i) nabywania lub obejmowania akcji lub udziałów w spółkach;
- (ii) udzielania gwarancji lub poręczeń, przystępowania do długu oraz zwalniania z odpowiedzialności;
- (iii) udzielania pożyczek;
- (iv) rozporządzania aktywami;
- (v) wypłacania dywidendy, zaliczek na poczet dywidendy, ceny za nabywane akcje własne lub zwrot dopłat;
- (vi) zaciągania zadłużenia finansowego oraz
- (vii) zawierania układów.

W przypadku naruszenia ograniczeń określonych w Warunkach Emisji, Obligatariusze będą uprawnieni do żądania przedterminowego wykupu posiadanych Obligacji za zgodą Zgromadzenia Obligatariuszy.

W przypadku zmiany kontroli rozumianej zgodnie z definicją zawartą w Warunkach Emisji, zaprzestania działalności przez Spółkę lub ogłoszenia niewypłacalności Spółki, m.in. poprzez ogłoszenie upadłości bądź rozpoczęcia likwidacji Spółki Obligatariusze będą uprawnieni do żądania przedterminowego wykupu posiadanych Obligacji.

Obligacje Serii A zostały wprowadzone do alternatywnego systemu obrotu prowadzonego przez GPW w ramach Catalyst dnia 12 sierpnia 2015 roku.

Prawem właściwym dla Obligacji jest prawo polskie, zaś wszelkie spory związane z Obligacjami będą rozstrzygane w postępowaniu przed polskim sądem powszechnym właściwym dla siedziby Spółki.

### **Obligacje Litenite**

Litenite Limited, spółka zależna Cyfrowego Polsat nabyta 29 lutego 2016 roku, wyemitowała niezabezpieczone obligacje zerokuponowe 2022 (*Zero-coupon unsecured loan notes 2022*) o łącznej wartości nominalnej 1.524,4 mln zł i cenie emisyjnej 782,0 mln zł, z terminem zapadalności w dniu 31 grudnia 2022 roku (Obligacje Litenite).

Litenite ma w każdym czasie prawo do przeprowadzenia przedterminowego wykupu całości lub części obligacji. Przedterminowy wykup nastąpi według określonej w nocie emisyjnej wartości teoretycznej na datę wcześniejszego wykupu, powiększonej o premię za wcześniejszy wykup, zależną od daty wykupu w ten sposób, że:

- (i) jeśli przedterminowy wykup nastąpi nie wcześniej niż 2 stycznia 2016 roku i nie później niż 1 stycznia 2017 roku, premia wyniesie 10,0% ceny emisji;
- (ii) jeśli przedterminowy wykup nastąpi pomiędzy nie wcześniej niż 2 stycznia 2017 roku i nie później niż 1 stycznia 2018 roku, premia wyniesie 7,5% ceny emisji;
- (iii) jeśli przedterminowy wykup nastąpi pomiędzy nie wcześniej niż 2 stycznia 2018 roku i nie później niż 1 stycznia 2019 roku, premia wyniesie 5,0% ceny emisji;

- (iv) jeśli przedterminowy wykup nastąpi pomiędzy nie wcześniej niż 2 stycznia 2019 roku i nie później niż 1 stycznia 2020 roku, premia wyniesie 2,5% ceny emisji;
- (v) jeśli przedterminowy wykup nastąpi 2 stycznia 2020 roku lub później, obligacje zostaną wykupione bez premii.

W przypadku naruszenia ograniczeń określonych w warunkach emisji, obligatariusze będą uprawnieni do żądania przedterminowego wykupu posiadanych obligacji.

#### **Obligacje Senior Notes PLK**

W dniu 26 stycznia 2012 roku, Eileme 2, Eileme 3, Eileme 4, Spartan (którego następcą prawnym jest Polkomtel), Ortholuck, Citibank, N.A., London Branch, Citibank, N.A., New York Branch, Citigroup Global Markets Deutschland AG, zawarli umowę dotyczącą warunków emisji (ang. *Indenture*) w sprawie emisji przez Eileme 2 niepodporządkowanych obligacji *senior notes* o łącznej wartości nominalnej 542,5 mln EUR oraz 500,0 mln USD z terminem zapadalności w 2020 roku, do której następnie przystąpiły wybrane spółki zależne Polkomtel.

W dniu 1 lutego 2016 roku Eileme 2 umorzyła w całości Obligacje Senior Notes PLK denominowane w EUR i USD po cenie umorzenia (wyrażonej jako procent wartości nominalnej) wynoszącej 105,875% dla Obligacji Senior Notes PLK denominowanych w EUR oraz 105,813% dla Obligacji Senior Notes PLK denominowanych w USD.

#### **Obligacje serii A wyemitowane przez Midas S.A. (Obligacje Midas)**

W dniu 16 kwietnia 2013 roku Midas wyemitował 583.772 zerokuponowych, zdematerializowanych, zabezpieczonych na wybranych aktywach Grupy Midas obligacji na okaziciela serii A o wartości nominalnej 1.000 zł każda i łącznej wartości nominalnej 583,8 mln zł z terminem zapadalności w dniu 16 kwietnia 2021 roku (Obligacje Midas).

W dniu 9 grudnia 2016 roku Aero2, następcą prawny Midasa, dokonał przedterminowego wykupu wszystkich Obligacji Midas. Na dzień wykupu zdecydowana większość Obligacji Midas była własnością spółek z Grupy Polsat, które dokonały ich zakupu w trakcie 2016 roku.

#### **Umowy kredytów inwestycyjnych między Aero2 a Plus Bank S.A.**

W dniach 27 października 2010 roku i 25 listopada 2010 roku zostały zawarte umowy kredytów inwestycyjnych, z późniejszymi zmianami, między spółką Aero2 Sp. z o.o. jako kredytobiorcą a Invest Bank S.A. (obecnie Plus Bank S.A.) jako kredytodawcą, z przeznaczeniem na refinansowanie i finansowanie nakładów inwestycyjnych dotyczących infrastruktury telekomunikacyjnej.

Umowy te, z późniejszymi zmianami, przewidywały udzielenie Aero2 kredytu terminowego w łącznej wysokości 64,5 mln zł. Zadłużenie wynikające z umowy kredytowej z Plus Bank S.A. zostało w całości spłacone w dniu 10 maja 2016 roku przez spółki z Grupy Aero2 a zabezpieczenia ustanowione zgodnie z umową kredytową zostały zwolnione. Środki przeznaczone na spłatę przedmiotowego zadłużenia pochodziły ze środków własnych Grupy Aero2.

#### **Umowa kredytu inwestycyjnego między Grupą Aero2 a Bankiem Polska Kasa Opieki S.A.**

W dniu 10 lipca 2014 roku została zawarta umowa kredytu inwestycyjnego między Midasem (którego następcą prawnym jest Aero2) i jego spółkami zależnymi: Aero2, CenterNet S.A. oraz Mobyland Sp. z o.o. jako kredytobiorcami a Bankiem Polska Kasa Opieki S.A. jako kredytodawcą, zmieniona aneksami datowanymi na 30 marca 2015 roku, 26 czerwca 2015 roku oraz 22 października 2015 roku.

Zgodnie z warunkami, zmienionymi aneksami, umowa kredytu przewidywała udzielenie Grupie Aero2 kredytu terminowego do kwoty 350,0 mln zł. Środki udostępnione w ramach ww. umowy zostały wykorzystane w szczególności na rozwój sieci telekomunikacyjnej opartej na technologii LTE oraz HSPA+ oraz na refinansowanie istniejącego wcześniej zadłużenia Grupy Aero2 w wysokości 150 mln zł.

Zadłużenie wynikające z umowy kredytowej z Bankiem Polska Kasa Opieki S.A. zostało w całości spłacone w dniu 29 kwietnia 2016 roku przez spółki Midas i Aero2 a zabezpieczenia ustanowione zgodnie z umową kredytową zostały zwolnione. Środki przeznaczone na spłatę przedmiotowego zadłużenia pochodziły z działalności operacyjnej Grupy Aero2.

## Zobowiązania umowne

### Zobowiązania umowne z tytułu nabycia aktywów programowych

Na dzień 31 grudnia 2016 roku Grupa posiadała przyszłe zobowiązania z tytułu nabycia aktywów programowych. Tabela poniżej przedstawia termin realizowania przyszłych płatności z tego tytułu (ogółem):

[mln PLN]	31 grudnia 2016	31 grudnia 2015
do roku	139,4	178,1
1 do 5 lat	83,3	116,4
powyżej 5 lat	20,0	-
<b>Razem</b>	<b>242,7</b>	<b>294,5</b>

Poniższa tabela przedstawia przyszłe zobowiązania z tytułu nabycia aktywów programowych od jednostek powiązanych nieobjętych skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym:

[mln PLN]	31 grudnia 2016	31 grudnia 2015
Do roku	14,6	15,9
<b>Razem</b>	<b>14,6</b>	<b>15,9</b>

### Zobowiązania umowne z tytułu zakupu składników majątku trwałego

Kwota zobowiązań umownych na dzień 31 grudnia 2016 roku z tytułu umów na wytworzenie i zakup rzeczowych aktywów trwałych wyniosła 118,3 mln zł (136,3 mln zł na dzień 31 grudnia 2015). Kwota przyszłych zobowiązań wynikających z umów na zakup wartości niematerialnych wyniosła 115,3 mln zł na dzień 31 grudnia 2016 roku (63,8 mln zł na dzień 31 grudnia 2015).

### Zobowiązania umowne z tytułu zakupu usług transmisji danych

Kwota zobowiązań umownych na dzień 31 grudnia 2016 roku z tytułu umowy na zakup transmisji danych wyniosła 0 zł (2.777,2 mln zł na 31 grudnia 2015 roku).

## Ratingi

Poniższa tabela przedstawia zestawienie ratingów kredytowych przypisanych wybranym spółkom z Grupy na dzień publikacji niniejszego Sprawozdania.

	Moody's Investor Services			Standard & Poor's Rating Services		
	Rating / perspektywa	Poprzedni Rating / perspektywa	Data aktualizacji	Rating / perspektywa	Poprzedni Rating / perspektywa	Data aktualizacji
<b>CYFROWY POLSAT</b>						
Rating korporacyjny	Ba2 / stabilna	Ba3 / pozytywna	16.05.2016	BB+/stabilna	BB/ CreditWatch Positive	25.09.2015

W dniu 16 maja 2016 roku agencja ratingowa Moody's Investors Service podwyższyła rating korporacyjny Spółki (ang. corporate family rating - CFR) z poziomu Ba3 do poziomu Ba2 z perspektywą stabilną. W uzasadnieniu agencja Moody's podała, że podwyższenie ratingu odzwierciedla w szczególności postępy w procesie integracji Cyfrowego Polsatu i Polkomtelu, kontynuację działań mających na celu uproszczenie struktury korporacyjnej oraz struktury zadłużenia, korzyści strategiczne i kosztowe wynikające z nabycia Grupy Midas oraz konsekwentne oddłużanie przez ostatni rok ukierunkowane na osiągnięcie zakładanego progu długu netto do EBITDA na poziomie 1,75x w średnim terminie.

Agencja Moody's podkreśliła również silną pozycję grupy kapitałowej Cyfrowego Polsatu zarówno na rynku płatnej telewizji, jak i na rynku telefonii mobilnej oraz jej stabilne wyniki operacyjne, wspierane ofertą usług łączonych smartDOM. Ponadto na ocenę ratingową pozytywnie wpłynęło zmniejszenie ekspozycji Spółki na ryzyko walutowe, co wynika z zakończonego refinansowania zadłużenia denominowanego w walutach obcych długiem w polskich złotych, oraz wysoka płynność

związana z silnymi generowanymi przepływami wolnych środków pieniężnych, rozłożoną w czasie zapadalnością zadłużenia oraz dostępnym, niewykorzystywanym obecnie kredytem rewalwingowym w wysokości 1 mld zł.

#### 4.6.6. Informacje o udzieleniu przez Spółkę lub jednostki zależne poręczeń kredytu lub pożyczki lub udzieleniu gwarancji

##### **Zabezpieczenia dotyczące zadłużenia z tytułu Połączonej Umowy Kredytów**

W celu zabezpieczenia spłaty wierzytelności wynikających z Połączonej Umowy Kredytów Spółka oraz inne spółki z Grupy wymienione poniżej oraz UniCredit Bank AG, Oddział w Londynie zawarły i podpisały umowy i inne dokumenty przewidujące ustanowienie następujących zabezpieczeń:

- (i) zastawy rejestrowe na zbiorach rzeczy ruchomych i praw majątkowych o zmiennym składzie, wchodzących w skład przedsiębiorstw Spółki, Cyfrowy Polsat Trade Marks Sp. z o.o., Polsat Media Biuro Reklamy Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp.k., Telewizji Polsat, Polkomtel, Plus TM Management Sp. z o.o. oraz Aero2, dla których prawem właściwym jest prawo polskie;
- (ii) zastawy finansowe i rejestrowe na udziałach w Cyfrowy Polsat Trade Marks Sp. z o.o. (o łącznej wartości nominalnej wynoszącej 615.445.000 zł), Telewizja Polsat (o łącznej wartości nominalnej wynoszącej 236.946.700 zł), Polkomtel (o łącznej wartości nominalnej wynoszącej 3.525.300.000 zł) oraz Plus TM Management Sp. z o.o. (o łącznej wartości nominalnej wynoszącej 2.106.000 zł) oraz Aero2 (o łącznej wartości nominalnej wynoszącej 260.000.000 zł), dla których prawem właściwym jest prawo polskie, wraz z pełnomocnictwami do wykonywania praw korporacyjnych z udziałów w wyżej wymienionych spółkach; udziały obciążone zastawami reprezentują 100% kapitału zakładowego każdej ze spółek i stanowią długoterminową lokatę kapitałową Spółki;
- (iii) zastawy finansowe i rejestrowe na wierzytelnościach z tytułu umów rachunków bankowych Spółki, Cyfrowy Polsat Trade Marks Sp. z o.o., Polsat Media Biuro Reklamy Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp.k., Telewizji Polsat, Polkomtel, Eileme 1, Eileme 2, Eileme 3, Eileme 4, Plus TM Management Sp. z o.o. oraz Aero2, dla których prawem właściwym jest prawo polskie;
- (iv) pełnomocnictwa do rachunków bankowych Spółki, Cyfrowy Polsat Trade Marks Sp. z o.o., Polsat Media Biuro Reklamy spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp.k., Telewizja Polsat, Polkomtel, Eileme 1, Eileme 2, Eileme 3, Eileme 4, Plus TM Management Sp. z o.o., Dwa Sp. z o.o., Teleaudio Dwa Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp. k., Polsat Media Biuro Reklamy Sp. z o.o., Interphone Service Sp. z o.o., Muzo.fm Sp. z o.o., Telewizja Polsat Holdings Sp. z o.o., INFO-TV-FM Sp. z o.o., Polkomtel Business Development Sp. z o.o., Nordisk Polska Sp. z o.o., TM Rental Sp. z o.o., Liberty Poland S.A. oraz Aero2, dla których prawem właściwym jest prawo polskie;
- (v) zastawy zwykle i rejestrowe na prawach ochronnych na znakach towarowych przysługujących Polsat Brands AG, dla których prawem właściwym jest prawo polskie;
- (vi) przelewy na zabezpieczenie praw majątkowych w Polsat Media Biuro Reklamy Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp.k., dla którego prawem właściwym jest prawo polskie;
- (vii) hipoteka umowna łączna, dla której prawem właściwym jest prawo polskie, na następujących nieruchomościach będących własnością Spółki: (a) nieruchomość gruntowa, położona w Warszawie, dzielnicy Targówek, w rejonie ulicy Łubinowej, księga wieczysta numer WA3M/00102149/9, (b) nieruchomość gruntowa, położona w Warszawie, dzielnicy Targówek, przy ulicy Łubinowej, księga wieczysta numer WA3M/00136943/2, (c) nieruchomość gruntowa, położona w Warszawie, dzielnicy Targówek, przy ulicy Łubinowej, księga wieczysta numer WA3M/00102615/7, (d) nieruchomość gruntowa, położona w Warszawie, dzielnicy Targówek, przy ulicy Łubinowej, księga wieczysta numer WA3M/00101039/8, (e) nieruchomość gruntowa, położona w Warszawie, dzielnicy Targówek, przy ulicy Łubinowej, księga wieczysta numer WA3M/00132063/1, (f) nieruchomość gruntowa, położona w Warszawie, dzielnicy Targówek, w rejonie ul. Łubinowej, księga wieczysta numer WA3M/00104992/7, (g) nieruchomość gruntowa, położona w Warszawie, dzielnicy Targówek, w rejonie ulicy Łubinowej, księga wieczysta numer WA3M/00100109/3, (h) nieruchomość gruntowa, położona w Warszawie, dzielnicy Targówek, przy ul. Łubinowej, księga wieczysta numer WA3M/00103400/4, (i) nieruchomość gruntowa, położona w Warszawie, dzielnicy Targówek, w rejonie ul. Łubinowej, księga wieczysta numer WA3M/00100110/3, (j) nieruchomość gruntowa, położona w Warszawie, dzielnicy Targówek, przy ul. Łubinowej, księga wieczysta numer WA3M/00131411/9;



- (viii) hipoteka umowna, dla której prawem właściwym jest prawo polskie, na nieruchomości gruntowej będącej własnością Polkomtel, położonej w Warszawie, dzielnica Ursynów, w rejonie ulicy Baletowej, składającej się z działek o numerach 131/4 oraz 132/6, księga wieczysta numer nr WA5M/00478842/7;
- (ix) przelew na zabezpieczenie wierzytelności z tytułu umów hedgingowych przysługujących Spółce i Polkomtel, dla których prawem właściwym jest prawo angielskie;
- (x) przelew na zabezpieczenie praw z umów ubezpieczenia składników majątkowych, o których mowa w punkcie (i) i punkcie (vii) powyżej;
- (xi) zastaw na udziałach w Polsat License Ltd. (o łącznej wartości nominalnej wynoszącej 1.000.000 CHF), dla którego prawem właściwym jest prawo szwajcarskie; udziały obciążone zastawem reprezentują 100% kapitału zakładowego spółki i stanowią długoterminową lokatę kapitałową Spółki;
- (xii) zastaw na udziałach w Eileme 1 (o łącznej wartości nominalnej wynoszącej 500.000 SEK), dla którego prawem właściwym jest prawo szwedzkie; udziały obciążone zastawem reprezentują 100% kapitału zakładowego spółki i stanowią długoterminową lokatę kapitałową Spółki;
- (xiii) na udziałach w Eileme 2 (o łącznej wartości nominalnej wynoszącej 500.000 SEK), dla którego prawem właściwym jest prawo szwedzkie; udziały obciążone zastawem reprezentują 100% kapitału zakładowego spółki i stanowią długoterminową lokatę kapitałową Spółki;
- (xiv) zastaw na udziałach w Eileme 3 (o łącznej wartości nominalnej wynoszącej 500.000 SEK), dla którego prawem właściwym jest prawo szwedzkie; udziały obciążone zastawem reprezentują 100% kapitału zakładowego spółki i stanowią długoterminową lokatę kapitałową Spółki;
- (xv) zastaw na udziałach w Eileme 4 (o łącznej wartości nominalnej wynoszącej 500.000 SEK), dla którego prawem właściwym jest prawo szwedzkie; udziały obciążone zastawem reprezentują 100% kapitału zakładowego spółki i stanowią długoterminową lokatę kapitałową Spółki;
- (xvi) zastaw na udziałach w Metelem (o łącznej wartości nominalnej wynoszącej 2.212.325,00 EUR) oraz Litenite (o łącznej wartości nominalnej wynoszącej 1.800 EUR), dla których prawem właściwym jest prawo cypryjskie;
- (xvii) przelew na zabezpieczenie: (a) wierzytelności wobec różnych dłużników, (b) wierzytelności i praw z umów rachunków bankowych oraz (c) praw z umów ubezpieczenia przysługujących Polsat License Ltd., dla którego prawem właściwym jest prawo szwajcarskie;
- (xviii) przelew na zabezpieczenie praw z umowy licencyjnej zawartej przez Polsat Brands AG oraz Polsat License Ltd. oraz praw z umów rachunków bankowych, dla którego prawem właściwym jest prawo szwajcarskie;
- (xix) zastaw na rachunkach bankowych Metelem, dla którego prawem właściwym jest prawo cypryjskie;
- (xx) przelew na zabezpieczenie wierzytelności i praw z umów rachunków bankowych przysługujących Metelem, dla którego prawem właściwym jest prawo szwajcarskie;
- (xxi) zastaw na akcjach Polsat Brands AG (o łącznej wartości nominalnej wynoszącej 250.074 CHF), dla którego prawem właściwym jest prawo szwajcarskie;
- (xxii) zastaw na wierzytelnościach z tytułu umów rachunków bankowych Litenite, dla których prawem właściwym jest prawo szwajcarskie;
- (xxiii) oświadczenia Spółki, Cyfrowy Polsat Trade Marks sp. z o.o., Polsat Media Biuro Reklamy spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp.k., Telewizji Polsat, Polkomtel, Plus TM Management Sp. z o.o. oraz Aero2 o poddaniu się egzekucji z aktu notarialnego, dla którego prawem właściwym jest prawo polskie; oraz
- (xxiv) oświadczenia Litenite oraz Eileme 4 o poddaniu się egzekucji z aktu notarialnego (z całego majątku znajdującego się w Polsce lub podlegającego prawu polskiemu), dla których prawem właściwym jest prawo polskie.

## 5. POZOSTAŁE ISTOTNE INFORMACJE

### 5.1. Transakcje z podmiotami powiązаныmi

Transakcje z podmiotami powiązаныmi Grupy Polsat w 2016 roku były zawierane wyłącznie na warunkach rynkowych i zostały opisane w Nocie 42 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2016 roku.

### 5.2. Informacje o udzielonych pożyczkach

Informacje o udzielonych pożyczkach zostały zamieszczone w Nocie 38 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2016 roku.

### 5.3. Stanowisko Zarządu odnośnie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników

Grupa Cyfrowy Polsat nie publikowała prognoz wyników finansowych na 2016 rok.

### 5.4. Istotne postępowania toczące się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej

W opinii Zarządu, poziom rezerw na 31 grudnia 2016 roku jest wystarczający do pokrycia ewentualnych przyszłych wpływów, a niekorzystne rozwiązanie kwestii spornych nie będzie miało istotnie negatywnego wpływu na sytuację finansową Grupy.

#### **Postępowania wszczęte przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów**

W dniu 24 lutego 2011 roku Prezes UOKiK nałożył na Polkomtel karę pieniężną w wysokości 130,7 mln zł w związku ze stwierdzeniem rzekomego braku współdziałania w toku kontroli prowadzonej przez Prezesa UOKiK w Polkomtel. Polkomtel odwołał się od decyzji Prezesa UOKiK do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Zdaniem Zarządu w trakcie kontroli Polkomtel w pełni i przez cały czas współpracował z UOKiK w zakresie przewidzianym prawem. W dniu 18 czerwca 2014 roku SOKiK zmienił decyzję Prezesa UOKiK, obniżając kwotę kary do wysokości 4 mln zł (tj. równowartość 1 mln euro). Wyrokiem z dnia 20 października 2015 roku sąd uchylił wyrok SOKiK w przedmiotowej sprawie i przekazał sprawę do ponownego rozpoznania. W opinii Zarządu jest bardziej prawdopodobne, iż ostateczne rozstrzygnięcie postępowania będzie korzystne dla Polkomtel w związku z tym nie utworzono rezerwy z tego tytułu.

W dniu 23 listopada 2011 roku do Polkomtel doręczono decyzję Prezesa UOKiK, którą uznaje rzekome zawarcie porozumienia przez Polkomtel, PTK Centertel Sp. z o.o., PTC S.A. oraz P4 za praktykę ograniczającą konkurencję na krajowym detalicznym rynku telefonii komórkowej oraz na krajowym hurtowym rynku usług telewizyjnej świadczonej w technologii DVB-H. Decyzją tą Prezes UOKiK nałożył na Polkomtel karę w wysokości 33,5 mln zł. Zdaniem Zarządu przedmiotowe porozumienie nie miało miejsca. Polkomtel złożył odwołanie od ww. decyzji Prezesa UOKiK nakładającą karę do SOKiK. Wyrokiem z dnia 19 czerwca 2015 roku SOKiK uchylił karę w całości. Wyrok nie jest prawomocny. Prezes UOKiK złożył apelację od wyroku.

W dniu 27 grudnia 2012 roku do Polkomtel doręczono decyzję Prezesa UOKiK, którą kończy postępowanie prowadzone w związku z podejrzeniem rzekomego stosowania przez Polkomtel praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów dotyczące podawania w reklamach informacji w sposób, który mógł wprowadzać w błąd. Decyzją tą Prezes UOKiK nałożył na Polkomtel karę w wysokości 4,5 mln zł. Polkomtel złożył odwołanie od ww. decyzji Prezesa UOKiK do SOKiK. W dniu 15 października 2014 roku wyrokiem SOKiK wysokość kary została obniżona do poziomu 1,5 mln zł. Wyrokiem z dnia 10 lutego 2016 roku sąd uchylił wyrok SOKiK przywracając wysokość kary do poziomu 4,5 mln zł. W dniu 15 marca 2016 roku Polkomtel zapłacił karę w wysokości 1,8 mln zł. Zarząd oczekuje na ponowne rozpatrzenie sprawy przez SOKiK zgodnie z wyrokiem sądu.

W dniu 23 grudnia 2014 roku do Polkomtel doręczono decyzję Prezesa UOKiK, którą kończy postępowanie w związku z podejrzeniem rzekomego stosowania przez Polkomtel praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów dotyczące niektórych zapisów znajdujących się w regulaminie sklepu internetowego oraz zapisów dotyczących zwrotu zakupionych urządzeń w przypadku rozwiązania przez abonenta umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Decyzją tą Prezes UOKiK nałożył na Polkomtel kary w łącznej wysokości 8,8 mln zł. Polkomtel złożył odwołanie od ww. decyzji do SOKiK.

W dniu 30 grudnia 2014 roku do Polkomtel doręczono decyzję Prezesa UOKiK, którą kończy postępowanie prowadzone w związku z podejrzeniem rzekomego stosowania przez Polkomtel praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na niedostarczeniu konsumentom zawierającym umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych w formie pisemnej wraz z umową regulaminu promocji oraz o nieinformowaniu o zakończeniu promocji dotyczącej rachunku szczegółowego. Decyzją tą Prezes UOKiK nałożył na Polkomtel karę w wysokości 6 mln zł. Polkomtel złożył odwołanie od ww. decyzji do SOKiK.

W dniu 15 grudnia 2014 roku Polkomtel otrzymał za pośrednictwem sądu pozew od Orange o zapłatę kwoty 21 mln zł z tytułu działań rzekomo sprzecznych ze zobowiązaniami wynikającymi z umowy o przeniesienie praw do dysponowania częstotliwościami radiowymi. W dniu 13 stycznia 2015 roku spółka złożyła odpowiedź na pozew. Sąd Okręgowy w Warszawie obniżył wysokość kary umownej do poziomu 9 mln zł. Spółka złożyła apelację od przedmiotowej decyzji. Polkomtel uznaje zgłoszone przez Orange roszczenia za bezpodstawne.

We wrześniu 2015 roku Polkomtel otrzymał pozew P4, w którym spółka ta żąda zapłaty odszkodowania w kwocie 316 mln zł, w tym odsetki 85 mln zł, dotyczącego detalicznych cen usług mobilnych świadczonych w okresie pomiędzy lipcem 2009 roku a marcem 2012 roku. Roszczenie P4 zakłada zapłatę powyższej kwoty solidarnie przez Orange, Polkomtel i T-Mobile. Zdaniem Zarządu pozew jest bezpodstawny, jako że Polkomtel nie dopuszczał się samodzielnie lub z innymi podmiotami czynów niedozwolonych, w szczególności związanych z wysokością cen detalicznych za usługi połączeń telefonicznych kierowanych do sieci telekomunikacyjnej P4. W ocenie Zarządu Polkomtel, brak jest podstaw prawnych dla łącznej oceny zachowań poszczególnych operatorów na rynku usług telekomunikacyjnych, który jest rynkiem w pełni konkurencyjnym, a każdy z przedsiębiorców prowadzi samodzielną politykę handlową, w tym cenową. Objęte pozwem roszczenia P4 nie zostały wykazane ani co do zasady (przesłanki odpowiedzialności odszkodowawczej), ani co do wysokości.

Decyzjami z dnia 30 grudnia 2016 roku Prezes UOKiK uznał praktyki stosowane przez Spółkę oraz Polkomtel za rzekomo naruszające zbiorowe interesy konsumentów polegające na posługiwaniu się w reklamach hasłami, które w opinii organu sugerują, że transmisja danych realizowana w technologii LTE nie będzie ograniczana. Prezes UOKiK nałożył na Spółkę oraz Polkomtel karę pieniężną w wysokości odpowiednio 5,3 mln zł oraz 18,4 mln zł. Grupa złożyła odwołanie od ww. decyzji do SOKiK.

Decyzją z dnia 30 grudnia 2016 roku Prezes UOKiK uznał praktyki stosowane przez Spółkę oraz za rzekomo naruszające zbiorowe interesy konsumentów polegające na prezentowaniu ofert promocyjnych, podczas gdy w opinii organu nie było możliwości zawarcia umowy na danych warunkach. Prezes UOKiK nałożył na Spółkę oraz Polkomtel karę pieniężną w wysokości odpowiednio 4,4 mln zł oraz 12,3 mln zł. Grupa złożyła odwołanie od ww. decyzji do SOKiK. Ponadto toczą się również inne postępowania, w których stroną jest Grupa, na które utworzono rezerwy zgodnie z najlepszą oceną Zarządu wartości ewentualnych przyszłych wpływów korzyści ekonomicznych związanych z uregulowaniem tych spraw. Informacje dotyczące wartości utworzonych rezerw na poszczególne tytuły nie zostały ujawnione, gdyż zdaniem Zarządu, takie ujawnienie mogłoby wpłynąć na rozstrzygnięcie toczących się spraw.

## 5.5. Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania Spółką i Grupą Kapitałową

W 2016 roku nie było zmian w podstawowych zasadach zarządzania Spółką i Grupą Kapitałową.

## 5.6. 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.

## 5.7. Związki zawodowe

W Grupie Polkomtel działają dwa związki zawodowe: Niezależny Samorządny Związek Zawodowy „Solidarność” i Ogólnopolskie Porozumienie Związków Zawodowych. Na dzień 31 grudnia 2016 roku, 138 pracowników, czyli 3,7% łącznej liczby stałych pracowników Grupy Polkomtel (w przeliczeniu na pełne etaty), było członkami związków zawodowych. Na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania, nie posiadamy wiedzy o jakichkolwiek sporach ze związkami zawodowymi lub innych sporach zbiorowych w ramach Grupy Polkomtel.

## 6. ISTOTNE CZYNNIKI RYZYKA I ZAGROŻEŃ

### 6.1. Czynniki ryzyka związane z naszą działalnością i sektorami, w których działamy

***Wyniki naszej działalności operacyjnej w obszarze telekomunikacji zależą od umiejętnego zachęcenia istniejących klientów do korzystania z szerszej gamy usług oferowanych przez nas, zdolności pozyskania klientów konkurencyjnych operatorów komórkowych i stacjonarnych oraz zmniejszenia wskaźnika odejść***

Oczekuje się, że dalszy rozwój naszej działalności na dojrzałym polskim rynku telefonii komórkowej będzie zależał głównie od umiejętnego zachęcenia istniejących klientów do korzystania z szerszej gamy oferowanych przez nas usług, zdolności pozyskania klientów konkurencyjnych operatorów komórkowych i stacjonarnych oraz zmniejszenia wskaźnika churn. Nie jesteśmy w stanie zapewnić, że nasze działania będą skutkować korzystaniem przez obecnych klientów z szerszej gamy usług lub pozyskaniem klientów konkurencyjnych operatorów komórkowych i stacjonarnych, lub że nasze działania w celu zwiększenia lojalności klientów będą skutkować spadkiem wskaźnika odejść, lub że umożliwią spółce utrzymanie tego wskaźnika na obecnym poziomie. Jeżeli nie będziemy w stanie w udany sposób zarządzać wskaźnikiem churn, możemy stanąć przed koniecznością gwałtownej redukcji kosztów, aby utrzymać marżę zysku na satysfakcjonującym poziomie lub podjęcia alternatywnych kroków, które z kolei mogłyby skutkować zwiększeniem kosztu pozyskania i utrzymania klientów.

Co więcej branża telefonii komórkowej charakteryzuje się częstymi zmianami ofert produktowych, jak również nieustannym rozwojem technologii sieci i telefonów. Jeżeli nie będziemy w stanie efektywnie utrzymywać i modernizować swojej sieci lub zaoferować klientom atrakcyjnych produktów i usług, możemy nie być w stanie utrzymać swoich klientów lub też koszty ich utrzymania mogą wzrosnąć. Podobnie, jeżeli nie będziemy w stanie efektywnie reklamować swoich produktów i usług, pozyskanie nowych klientów może nie być możliwe lub być znacznie utrudnione.

Dodatkowo konkurujący z nami operatorzy sieci komórkowych mogą, na przykład poprzez zaoferowanie swoich produktów lub usług po niższych cenach, zwiększyć swoją atrakcyjność dla klientów, co również mogłoby utrudnić nam utrzymanie obecnej bazy klientów, a także mogłoby doprowadzić do wzrostu kosztu utrzymania i pozyskania nowych klientów.

Wszystkie powyższe zdarzenia mogą mieć, w konsekwencji, znaczący niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywy rozwoju.

***Wyniki naszej działalności zależą od zadowolenia klientów, akceptacji naszych programów przez widzów, jak również od naszej zdolności do rentownego wytwarzania lub pozyskiwania praw do emisji programów***

Prowadzimy działalność na rynkach, gdzie sukces komercyjny zależy przede wszystkim od zadowolenia klientów i akceptacji treści programowych, które są często trudne do przewidzenia. Staramy się pozyskać i utrzymać klientów płatnej telewizji, zapewniając im dostęp do szerokiej oferty kanałów, obejmującej kanały sportowe, muzyczne, rozrywkowe, informacyjne, dla dzieci, edukacyjne, filmowe oraz wszystkie główne kanały telewizyjne naziemne dostępne w Polsce, jak również kanały nadawane w wysokiej rozdzielczości oraz niekodowane kanały telewizyjne i radiowe. Zadowolenie klientów z naszej oferty programowej ma zasadnicze znaczenie dla możliwości pozyskania i utrzymania klientów, jak również osiągania i zwiększania przychodów uzyskiwanych z abonamentu.

Nasza zdolność do generowania przychodów z reklam w ramach naszej działalności w segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej jest prawie całkowicie uzależniona od zapotrzebowania odbiorców na nadawane przez nas programy telewizyjne. Oglądalność nadawanych przez nas programów wpływa bezpośrednio zarówno na atrakcyjność naszych kanałów telewizyjnych dla obecnych i potencjalnych reklamodawców, jak również na wysokość opłat, które możemy pobierać za czas emisji reklam. W ramach naszej działalności w segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej osiągamy również przychody z wytwarzania i sprzedaży programów telewizyjnych dla osób trzecich, działających w Polsce oraz w mniejszym stopniu, za granicą. Cena, jaką jesteśmy w stanie uzyskać od potencjalnych nabywców za programy wytwarzane we własnym zakresie jest powiązana 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. Możemy nie być w stanie przyciągać ani utrzymać klientów 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, co w efekcie może spowodować zwiększenie współczynnika odpływu klientów, a w odniesieniu do segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej, spadek oglądalności naszych programów i związane z tym trudności w pozyskiwaniu reklamodawców.

Nasza rentowność zależy częściowo od naszej zdolności do produkowania lub pozyskiwania praw do emisji najbardziej atrakcyjnych programów przy zachowaniu efektywności ponoszonych kosztów. Chociaż lokalna produkcja treści telewizyjnych jest zazwyczaj droższa od ich nabywania 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 finansowe, jakie już ponieśliśmy lub poniesiemy w przyszłości, na wytworzenie polskich treści programowych zostaną w pełni odzyskane, ani też, że będziemy w stanie wygenerować wystarczające przychody w celu zrekompensowania powyższych kosztów.

W konsekwencji, brak akceptacji naszej oferty programowej przez naszych klientów lub brak zdolności do rentownego wytwarzania lub pozyskiwania praw do emisji programów może mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywy rozwoju.

***Możemy nie być w stanie przyciągać ani utrzymać klientów i reklamodawców, jeśli nie zdołamy zawrzeć lub przedłużyć umów licencyjnych, które dają nam prawo do dystrybucji kluczowych programów***

Wyniki naszej działalności są uzależnione od naszej umiejętności pozyskania atrakcyjnych programów telewizyjnych. W celu zapewnienia klientom płatnej telewizji 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 w przypadku treści sportowych. W pewnych okolicznościach licencjodawca może rozwiązać umowę licencyjną przed upływem okresu obowiązywania umowy bez naszej zgody, w szczególności jeśli nie wywiążemy się z naszych zobowiązań, w tym z obowiązku zapłaty odpowiednich opłat licencyjnych. Utrzymywanie w ofercie programowej atrakcyjnych programów telewizyjnych jest niezbędne w celu pozyskiwania i zatrzymywania klientów i reklamodawców. Nie możemy zagwarantować, że nasze 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 rozwiążą umów licencyjnych przed ich wygaśnięciem. Brak możliwości utrzymania, zawarcia lub przedłużenia istotnych licencji na treści programowe może utrudniać nam dostarczanie i wprowadzanie do oferty nowych atrakcyjnych kanałów i programów i może wiązać się z utratą zdolności do pozyskiwania i utrzymania klientów i reklamodawców, co z kolei może mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywy rozwoju.

***Możliwości zwiększenia sprzedaży naszych usług zależą od efektywności naszej sieci sprzedaży***

Posiadamy zorganizowaną i wyspecjalizowaną sieć sprzedaży obejmującą swoim zasięgiem teren całego kraju, której zadaniem jest dystrybucja produktów i usług oferowanych przez naszą Grupę. Ze względu na nasilającą się konkurencję z innymi dostawcami usług płatnej telewizji oraz usług telekomunikacyjnych możemy zostać zmuszeni do podniesienia wysokości prowizji wypłacanych naszym dystrybutorom, dążąc do rozszerzenia sieci sprzedaży i dystrybucji oraz zmiany kanałów dystrybucji naszych usług. Ewentualny wzrost prowizji wypłacanych dystrybutorom działającym w naszej sieci sprzedaży i dystrybucji będzie skutkował zwiększeniem ponoszonych kosztów operacyjnych oraz prawdopodobnie spadkiem zysku z działalności operacyjnej. Ponadto jeśli stwierdzimy, że nasza sieć dystrybucji wymaga znaczącej reorganizacji lub przebudowy, możemy zostać zmuszeni do poniesienia znaczących nakładów finansowych. Wszelkie niepowodzenia w zakresie utrzymania, rozszerzenia lub modyfikacji naszej sieci sprzedaży i dystrybucji mogą znacznie utrudnić pozyskiwanie i utrzymanie klientów naszych usług, co może mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywy rozwoju.

***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***

Dostawcy zewnętrzni świadczą usługi wsparcia oraz dostarczają sprzęt i infrastrukturę niezbędne do prowadzenia naszej działalności. Posiadamy ograniczony wpływ lub nie posiadamy żadnego wpływu na sposób i czas wykonania przez dostawców zewnętrznych ich zobowiązań.

Współpracujemy z podmiotami zewnętrznymi przy świadczeniu naszych usług płatnej telewizji, dostępu do Internetu szerokopasmowego i telefonii komórkowej. Dostarczanie usług płatnej telewizji do naszych klientów jest uzależnione od prawidłowego funkcjonowania infrastruktury i urządzeń u podmiotów, z którymi współpracujemy. Przykładowo, od Eutelsat S.A. wynajmujemy transpondery, które umożliwiają nam dostarczanie cyfrowego sygnału telewizyjnego drogą satelitarną na terenie całej Polski. Instalacje antenowe naszych klientów są w większości przystosowane do odbioru sygnału nadawanego za pośrednictwem transponderów Eutelsat S.A. W przypadku konieczności zmiany operatora satelitarnego w związku z nieprzedłużeniem umów, wypowiedzeniem ich przez Eutelsat S.A. lub z innych przyczyn bylibyśmy zmuszeni znaleźć

alternatywnego dostawcę pojemności satelitarnej oraz potencjalnie repositionować anteny satelitarne znajdujące się u naszych klientów, co uwzględniając wielkość naszej bazy, byłoby operacją kosztowną i czasochłonną.

W zakresie emisji naszych kanałów naziemnych korzystamy z usług świadczonych przez Emitel Sp. z o.o. Jednocześnie polegamy na innym podmiocie zewnętrznym, Nagravisio S.A., dostarczającym nam system warunkowego dostępu, który zabezpiecza nasze sieci przed nieuprawnionym dostępem piratów i hakerów. Przy świadczeniu usług nadawczych korzystamy z pomocy wielu podmiotów zewnętrznych, jak również zlecamy dostawcom zewnętrznym wykonanie szeregu czynności niezwiązanych z naszą działalnością nadawczą, w tym zlecamy niektóre funkcje informatyczne. Te i inne usługi mają często kluczowe znaczenie dla wielu naszych działań operacyjnych.

Możemy doświadczyć zakłóceń lub przerw w dostarczaniu naszych usług w przypadku, gdy którykolwiek z naszych kontrahentów nie będzie w stanie lub odmówi świadczenia usług lub udostępniania infrastruktury lub sprzętu w sposób terminowy, na akceptowalnych warunkach handlowych lub całkowicie. Wystąpienie tych i innych zakłóceń lub przerw w dostarczaniu naszych usług może mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywę rozwoju.

Rozwijanie naszej bazy klientów usług telekomunikacyjnych zależy od naszej zdolności do zaoferowania wysokiej jakości, niezawodnych usług i produktów. Oferując usługi i produkty, polegamy na szeregu zewnętrznych dostawców sieci, usług, sprzętu, produktów i treści, nad którymi nie mamy kontroli. Jeżeli dostawcy nie będą wywiązywać się z zawartych z nami umów lub nie dostosują się do zmieniającego się zapotrzebowania spółek z Grupy, nasi klienci mogą doświadczyć przerw w dostępie do usług, co może mieć negatywny wpływ na postrzeganą jakość usług i produktów oferowanych przez nas, a tym samym negatywnie wpływać na wizerunek marki i reputację spółek Grupy oraz mieć znaczący negatywny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową lub perspektywę rozwoju.

Możliwość świadczenia usług telekomunikacyjnych zależy w dużej mierze od możliwości łączenia się z sieciami telekomunikacyjnymi i usługami innych operatorów telekomunikacyjnych, w tym także bezpośrednich konkurentów Polkomtela. Ponadto polegamy na operatorach zewnętrznych w zakresie świadczenia usług roamingu międzynarodowego dla naszych klientów. Pomimo, iż operatorzy ci są stronami zawartych z Polkomtalem umów dotyczących wzajemnych połączeń sieci i roamingu, w związku z faktem, iż nie posiadamy bezpośredniego wpływu na dostępność i jakość sieci takich operatorów ani usług wzajemnego połączenia sieci i roamingowych, nie można zagwarantować, iż ich dostępność i jakość będą zgodne z umową. Jakikolwiek trudności lub opóźnienia we wzajemnym połączeniu z sieciami i usługami innych operatorów, niemożność świadczenia usług wzajemnego połączenia sieci lub usług roamingowych, lub rozwiązanie którejkolwiek z istotnych umów łączenia sieci lub umów roamingowych, mogą doprowadzić do braku możliwości lub ograniczenia możliwości świadczenia oferowanych usług na rzecz naszych klientów lub pogorszenia ich jakości, co w konsekwencji może doprowadzić do utraty klientów lub spadku korzystania z naszych usług, co może mieć znaczący negatywny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową lub perspektywę rozwoju.

Korzystamy z usług dostaw sprzętu telekomunikacyjnego i usług utrzymania infrastruktury telekomunikacyjnej świadczonych przez producentów sprzętu telekomunikacyjnego, w tym między innymi Nokia Solutions and Networks, Ericsson oraz Huawei. Trwała współpraca z niektórymi z zewnętrznych dostawców jest istotna dla możliwości prowadzenia niezakłóconej działalności operacyjnej. Polegamy również na zewnętrznych dostawcach telefonów i modemów (w tym Samsung, Sony, LG, Huawei i Microsoft Mobile) oraz zewnętrznych dostawcach usług IT (m.in. Huawei, Intec Billing, CGI, Infovide Matrix, Oracle). Nie posiadamy kontroli nad kluczowymi zewnętrznymi dostawcami i mamy ograniczony wpływ na wywiązywanie się przez takie podmioty z zawartych umów. Nie można zagwarantować, że dostawcy ci nie wypowiedzą zawartych z nami umów, że przedłużą takie umowy w przypadku ich wygaśnięcia, lub że przedłużą je na równie lub bardziej korzystnych warunkach, ani że będziemy w stanie pozyskać niezbędny sprzęt i usługi w koniecznym zakresie i w odpowiednich ramach czasowych od tych lub innych dostawców, lub w ogóle. W związku z powyższym, zależność od zewnętrznych dostawców naraża nas na ryzyko opóźnień lub braku dostaw niezbędnych usług lub sprzętu.

Jeżeli którykolwiek z istotnych dostawców nie będzie w stanie lub odmówi dostarczenia nam usług lub sprzętu, od których zależy możliwość terminowego i ekonomicznie racjonalnego dostarczenia klientom określonych usług lub produktów, możemy nie móc zaoferować swoim klientom takich usług lub produktów, lub być zmuszonymi do czasowego wstrzymania dostaw takich usług lub produktów, lub ich jakość może ulec pogorszeniu, co mogłoby istotnie zaszkodzić naszej reputacji i obniżyć zaufanie klientów oraz spowodować spadek przychodów ze sprzedaży takich towarów i usług, a w konsekwencji wywrzeć znaczący negatywny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową lub perspektywę rozwoju.

**Możemy nie być w stanie dostosować się do zmieniających się technologii wykorzystywanych na rynkach, na których działamy**

Technologie stosowane na rynkach płatnej telewizji, telefonii komórkowej, szerokopasmowego dostępu do Internetu i nadawania telewizji rozwijają się bardzo dynamicznie. Nie możemy zapewnić, że będziemy w stanie w wystarczająco szybki i efektywny sposób wdrażać nowe lub ulepszone technologie, usługi i produkty.

Systemy kompresji, kodowania sygnału i zarządzania klientami niezbędne do prawidłowego funkcjonowania naszego centrum satelitarne, produkowane przez nas dekodery, 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 klientów na rzecz konkurentów, którzy dokonali aktualizacji stosowanej technologii.

Rozwój technologii wymaga 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 pozwalając użytkownikom na oglądanie telewizji z dala od domu lub w późniejszym czasie oraz dając 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.

Oczekuje się, że pewne technologie łączności, które znajdują się obecnie w fazie rozwoju, a mianowicie LTE, LTE-Advanced czy 5G, jak również technologie światłowodowe umożliwiające szybszą transmisję danych z jednoczesnym obniżeniem jej kosztu jednostkowego, będą coraz bardziej zyskiwać na znaczeniu w obszarach, na których działamy. Rozwój technologiczny może ponadto skrócić cykle życia produktów i ułatwić konwergencję różnych segmentów branży telekomunikacyjnej. Dodatkowo, nie jesteśmy w stanie przewidzieć, w jaki sposób obecnie obserwowane i przyszłe zmiany technologiczne wpłyną na działalność Grupy, ani czy oczekiwane technologie, wymagane do wsparcia usług, których wprowadzenie planujemy, będą dostępne w oczekiwanym okresie lub czy będą dostępne w ogóle.

W związku z szybkim tempem zmian technologicznych oraz rosnącymi oczekiwaniami klientów, a także w przypadku zaoferowania klientom, przez naszych konkurentów, produktów i usług telekomunikacyjnych opartych o nowe technologie, które są bardziej zaawansowane technologicznie, tańsze lub w inny sposób bardziej atrakcyjne dla klientów, niż te świadczone przez nas, możemy być zmuszeni do nagłego wprowadzenia nowych technologii, produktów lub usług. Szybka ewolucja technologii na rynkach, na których działamy, a także złożoność naszych systemów informatycznych oraz szereg innych czynników, w tym ekonomicznych, może wpłynąć na naszą zdolność do terminowego wdrożenia nowych technologii, produktów lub usług. Nie można zagwarantować, że przewidzimy w prawidłowy sposób rozwój nowych technologii, produktów lub popyt na nie, a tym samym w odpowiednim czasie poświęcimy odpowiednią ilość kapitału i zasobów do rozwoju właściwych technologii, produktów lub usług, które zadowolą istniejących i przyciągną nowych klientów. Niewdrożenie lub zbyt późne wdrożenie przez nas nowych technologii, produktów lub usług może spowodować, że technologie, oferowane przez nas produkty lub usługi staną się mniej rentowne lub mniej atrakcyjne od tych oferowanych przez konkurentów. Dodatkowo nowe lub ulepszone technologie, usługi lub produkty, które wprowadzamy, mogą nie zostać odpowiednio przyjęte na rynku lub mogą być ograniczone możliwościami technicznymi. Możemy też nie być w stanie uzyskać zwrotu inwestycji, które poczyniliśmy lub możemy poczynić w celu wdrożenia takich technologii, usług i produktów. W związku z tym nie można zapewnić, że będziemy w stanie zrealizować takie działania w sposób efektywny kosztowo, co również doprowadziłoby do zmniejszenia rentowności naszej działalności. Ponadto możemy nie być w stanie pozyskać finansowania w wystarczającej wysokości lub na akceptowalnych warunkach, w celu sfinansowania nakładów koniecznych, aby dotrzymać kroku zmianom technologicznym zachodzącym na rynku oraz konkurencji.

Brak dostosowania naszej oferty do zmian stylu życia i preferencji naszych klientów lub niewystarczające wykorzystanie postępu technologicznego w naszej działalności może mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywy rozwoju.

### **Obawy o szkodliwy wpływ urządzeń łączności bezprzewodowej na zdrowie mogą doprowadzić do spadku użycia urządzeń mobilnych lub utrudnień w pozyskiwaniu lokalizacji na stacje bazowe**

W przeszłości publikowane były raporty wskazujące na potencjalne zagrożenia dla zdrowia związane z oddziaływaniem sygnału elektromagnetycznego z lokalizacji, w których zainstalowane są anteny radiowe oraz telefonów komórkowych i innych urządzeń mobilnych. Nie można zapewnić, że dalsze badania i analizy nie dowiodą szkodliwego wpływu sygnałów elektromagnetycznych lub radiowych na zdrowie.

Faktyczne lub rzekome zagrożenie dla zdrowia ze strony urządzeń mobilnych, raporty prasowe o zagrożeniach płynących z ich strony lub pozwy konsumenckie związane z takimi zagrożeniami mogą doprowadzić, między innymi, do spadku użycia urządzeń lub usług mobilnych, zmniejszenia liczby klientów, utrudnień w pozyskiwaniu lokalizacji na stacje bazowe oraz do związanych z nimi potencjalnych roszczeń lub pozwów użytkowników. Co więcej obawy zdrowotne mogą skutkować zaostrzeniem regulacji prawnych dotyczących budowy poszczególnych komponentów sieci komórkowej, takich jak stacje bazowe lub inne elementy infrastruktury sieci, co może prowadzić do wzrostu kosztów naszej działalności w segmencie usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym, a także przeszkodzić w rozbudowie sieci i komercyjnej dostępności nowych usług lub zwiększyć koszty takiej rozbudowy. Wszystko to może mieć znaczący negatywny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową lub perspektywy rozwoju.

### **Jesteśmy narażeni na nadużycia ze strony klientów**

Specyfika rynku telekomunikacyjnego, związana ze sposobem rozliczeń międzyoperatorskich związanych z wymianą międzynarodowego i krajowego ruchu telekomunikacyjnego oraz płatności za sprzedane usługi premium powoduje, iż część naszych klientów korzysta z usług telekomunikacyjnych w sposób odbiegający od standardowego sposobu ich użytkowania przez klienta końcowego, np. masowo zakańczając ruch w sieci innego operatora z pominięciem międzyoperatorskich rozliczeń hurtowych. Przeciwdziałamy tego typu zjawiskom, analizując nietypowe wzorce ruchowe na poszczególnych kartach SIM, których rozpoznanie, zgodnie z regulaminami świadczenia usług, może powodować natychmiastową dezaktywację danej karty. Niemniej jednak nie można zagwarantować, iż stosowany przez nas proces przeciwdziałania tego typu nadużyciom będzie wystarczająco skuteczny. W przypadku nierozpoznania bądź zbyt późnego rozpoznania konkretnego nadużycia, możemy być narażeni na dodatkowe koszty bądź utracić część należnych przychodów, co może mieć znaczący negatywny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową lub perspektywy rozwoju.

### **Możemy nie być w stanie utrzymać historycznej renomy marek Cyfrowego Polsatu, Plusa, Telewizji Polsat, IPLI, TV4 oraz TV6**

Renoma marek „Cyfrowy Polsat”, „Plus”, „Telewizja Polsat”, „IPLA”, „TV4” i „TV6” stanowi istotną część składową wartości Grupy. Utrzymanie przez nas renomy związanej z markami „Cyfrowy Polsat”, „Plus”, „Telewizja Polsat”, „IPLA”, „TV4” i „TV6” ma podstawowe znaczenie dla pozyskiwania i utrzymania klientów i reklamodawców. Nasza renoma może ucierpieć, jeśli ze względu na usterki techniczne, brak niezbędnych urządzeń lub inne okoliczności powstaną trudności w dostarczaniu istniejących produktów i usług, lub wdrażaniu nowych produktów i usług. Ponadto jakość oferowanych przez nas produktów i usług jest uzależniona od jakości infrastruktury udostępnianej oraz usług świadczonych na naszą rzecz przez dostawców zewnętrznych, na których nasz wpływ jest ograniczony. Jeśli nasi kontrahenci nie będą spełniali odpowiednich norm wykonania lub będą dostarczali technicznie wadliwe produkty lub usługi, jakość naszych produktów i usług oraz nasza renoma zostaną narażone na uszczerbek. Nie możemy zagwarantować, że powyższe lub inne zagrożenia dla renomy marek „Cyfrowy Polsat”, „Plus”, „Telewizja Polsat”, „IPLA”, „TV4” i „TV6” nigdy się nie zmaterializują. Uszczerbek na reputacji może mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywy rozwoju.

### **Wartości firmy (ang. goodwill) i marek mogą podlegać utracie wartości**

W wyniku dokonanych w przeszłości przejęć, w szczególności dotyczących Telewizji Polsat, Metelem, pośredniego właściciela Polkomtel, oraz Litenite, właściciela Aero2 (następca prawny Midas), w bilansie wykazujemy jako aktywa znaczne wartości firmy (ang. goodwill) oraz aktywa niematerialne reprezentujące wartość marek. Co roku przeprowadzamy testy na utratę wartości firmy i marek przypisanych do naszych segmentów działalności, 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 istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności.

### **Możemy utracić naszą kadrę zarządzającą oraz kluczowych pracowników**

Wyniki 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 pozyskiwania i utrzymania wykwalifikowanych pracowników, którzy zapewnią skuteczne działanie naszych



obszarów biznesowych. W branży telewizyjnej i telekomunikacyjnej, 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 pozyskać i utrzymać członków zarządu lub wykwalifikowanych pracowników. Utrata naszych kluczowych menedżerów lub niemożność pozyskania, odpowiedniego wykształcenia, zmotywowania i utrzymania kluczowych pracowników, jak i opóźnienia w tym zakresie, mogą mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywy rozwoju.

#### ***Zakłócenia w produkcji dekoderów mogą zaszkodzić naszej renomie i zwiększyć współczynnik odpływu klientów***

W celu ograniczenia kosztów pozyskania zestawów do odbioru telewizji satelitarnej oraz oferowania naszym klientom płatnej telewizji zakupu lub udostępnienia dekoderów po niższych cenach, większość oferowanych przez nas dekoderów produkujemy obecnie w naszej fabryce w Mielcu. W 2016 roku wyprodukowane przez nas dekodery stanowiły ponad 91% wszystkich sprzedanych lub udostępnionych przez nas dekoderów. Jeśli jakkolwiek partia wyprodukowanych przez nas dekoderów okazałaby się wadliwa i została wycofana, to w przypadku dekoderów udostępnionych naszym klientom będziemy zobowiązani do ich wymiany, a w odniesieniu do dekoderów sprzedawanych moglibyśmy być zobowiązani do pokrycia potencjalnie znaczących kosztów wymiany lub naprawy takiego sprzętu. Co więcej wycofanie zestawów odbiorczych w związku z ich wadliwością mogłoby zaszkodzić naszej renomie. Ewentualne problemy z produkcją dekoderów w naszej fabryce zmusiłyby nas do pozyskiwania większej liczby oferowanych dekoderów ze źródeł zewnętrznych. Istnieje ryzyko, że nie byłibyśmy w stanie nabyć wymaganej ilości dekoderów od dostawców zewnętrznych w odpowiednim czasie. Ponadto w przypadku znakomitej większości oferowanych przez nas dekoderów, koszty ich nabycia ze źródeł zewnętrznych byłyby zdecydowanie wyższe od kosztu ich wytworzenia w naszej fabryce. Jeśli nie udało się pozyskać dekoderów od dostawców zewnętrznych na zadowalających warunkach cenowych, moglibyśmy zostać zmuszeni do podniesienia cen pobieranych od naszych klientów, w związku ze wzrostem naszych kosztów amortyzacji. Ponadto jeśli uzyskane dostawy dekoderów byłyby niewystarczające do zaspokojenia popytu ze strony klientów, nasza renoma wśród obecnych i potencjalnych klientów doznałaby uszczerbku. Ponieważ do produkcji naszych dekoderów używamy komponentów nabywanych od zewnętrznych dostawców, nie jest wykluczone, że na skutek m.in. zaprzestania ich produkcji, zmiany technologii lub produktu, możemy utracić do nich dostęp. Brak dostępu do określonych komponentów mógłby wymagać zmiany konstrukcji naszych dekoderów, co w efekcie mogłoby skutkować przerwą w ich produkcji oraz ograniczeniem możliwości oferowania ich naszym klientom. Trudności z wytwarzaniem większości oferowanych przez nas dekoderów w naszej fabryce mogłyby doprowadzić do utraty obecnych klientów lub ograniczyć naszą zdolność do pozyskiwania nowych klientów na nasze usługi płatnej telewizji. Zakłócenia w naszej produkcji dekoderów oraz pozyskiwanie większej liczby dekoderów ze źródeł zewnętrznych mogłyby zaszkodzić naszej renomie oraz w efekcie obniżyć wartość związaną z naszymi markami, co w konsekwencji mogłoby mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywy rozwoju.

#### ***Infrastruktura sieciowa, w tym systemy informatyczne i telekomunikacyjne, może być podatna na okoliczności leżące poza kontrolą Grupy, które mogą zakłócać świadczone usługi***

Prowadzenie konkurencyjnej działalności w obszarze telefonii komórkowej wymaga świadczenia na rzecz klientów niezawodnych usług, w tym zapewnienia odpowiedniej pojemności i bezpieczeństwa sieci. Istnieje wiele potencjalnych czynników, które mogą powodować zakłócenia usług świadczonych przez nas, w tym m.in. przerwy w dostawie prądu, akty terroryzmu i wandalizmu lub błędy popełniane przez człowieka, jak również pożary, powodzie lub inne klęski żywiołowe.

Szczególnie ważnym elementem naszej infrastruktury sieciowej są stacje bazowe, na których instalowane są urządzenia radiowe. Są one rozmieszczone w bardzo różnych, często odległych lokalizacjach na słabo zaludnionych obszarach. Takie rozmieszczenie i usytuowanie niektórych stacji bazowych zwiększa ryzyko kradzieży i aktów wandalizmu, także ze strony osób sprzeciwiających się umieszczeniu stacji bazowych w określonych lokalizacjach.

W związku z faktem, iż część infrastruktury sieciowej Grupy jest zlokalizowana w obiektach należących do osób trzecich, ewentualne spory pomiędzy takimi osobami a spółkami z Grupy, niewywiązanie się takich osób trzecich z umów, a także szereg innych zdarzeń i czynników, mogą doprowadzić do tego, że część naszej infrastruktury sieciowej będzie niedostępna, co może mieć negatywny wpływ na naszą zdolność do świadczenia usług lub możliwość utrzymywania i modernizacji sieci. Dodatkowo mogą wystąpić przerwy w świadczeniu przez nas usług spowodowane, między innymi, błędami w oprogramowaniu, atakami wirusów komputerowych lub nieautoryzowanym dostępem. Wszelkie przerwy w zdolności do świadczenia przez nas usług mogą w poważnym stopniu zaszkodzić naszej reputacji i obniżyć zaufanie klientów, co może znacząco pogorszyć naszą zdolność do pozyskiwania i utrzymywania klientów, zarówno indywidualnych i biznesowych, jak też hurtowych. Takie przerwy mogą doprowadzić także do powstania zobowiązań do zapłaty przez nas kar umownych, rozwiązania umów przez klientów lub nałożenia kar regulacyjnych z uwagi na naruszenia warunków rezerwacji częstotliwości, a także skutkować koniecznością poniesienia znaczących nakładów finansowych w celu przywrócenia funkcjonalności sieci telekomunikacyjnej oraz zapewnienia klientom niezawodnych usług.

W celu świadczenia naszym klientom usług płatnej telewizji wykorzystujemy głównie nasze centrum satelitarne, jak również transpondery satelitarne, system zarządzania klientami, systemy raportowania, system obsługi sprzedaży oraz system zarządzania relacjami z klientami. Każda awaria poszczególnych komponentów naszego centrum satelitarnego, w tym awaria transponderów satelitarnych lub jakiegokolwiek ogniwa pośredniego, może skutkować poważnymi zakłóceniami lub nawet zawieszeniem naszej działalności na pewien 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 któregokolwiek z naszych systemów IT może uniemożliwić nam skuteczne prowadzenie działalności, a także może wymagać poniesienia znacznych nakładów finansowych w celu przywrócenia sprawności tych systemów.

Powyższe zdarzenia mogą mieć znaczący niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową lub perspektywy rozwoju.

### **Grupa może utracić posiadane rezerwy częstotliwości wykorzystywanych do rozbudowy sieci LTE**

Spółki należące do Grupy posiadają obecnie rezerwy częstotliwości z zakresu 800 MHz, 900 MHz, 1800 MHz, 2100 MHz oraz 2600 MHz. Rezerwy te stanowią podstawę dla rozwoju naszej telekomunikacyjnej sieci mobilnej. Nasi konkurenci poczynili szereg kroków, z których niektóre nadal mogą wywołać skutki w postaci cofnięcia rezerwy częstotliwości przyznanych spółkom z Grupy Aero2, m.in. pasma 800 MHz i 1800 MHz, które stanowią aktualnie podstawę świadczenia usług LTE.

Nie można zagwarantować, iż w wyniku toczących się postępowań lub których możliwości wszczęcia nie można wykluczyć, jako zdarzeń poza kontrolą beneficjentów decyzji rezerwacyjnych dotyczących rezerwy 1800 MHz mogłaby zostać uchylona, co mogłoby znacząco wpłynąć na możliwość świadczenia usług LTE. Na wnioski T-Mobile i Orange wszczęte zostało postępowanie o unieważnienie samego przetargu na częstotliwość 1800 MHz. Wyrokiem z dnia 8 maja 2014 roku Naczelny Sąd Administracyjny podtrzymał wyrok sądu pierwszej instancji i uchylił decyzję Prezesa UKE z dnia 23 września 2011 roku dotyczącą częściowego unieważnienia wspomnianego przetargu. Po decyzji Naczelnego Sądu Administracyjnego UKE poinformowało, iż „decyzje co do powtórzenia przetargu zostaną podjęte przez Urząd po szczegółowym przeanalizowaniu pisemnego uzasadnienia wyroku Naczelnego Sądu Administracyjnego, wskazań Sądu co do dalszego postępowania oraz analizie stanu prawnego” oraz że „decyzje rezerwacyjne Prezesa UKE pozostają w mocy, a operatorzy mogą nadal świadczyć usługi przy wykorzystaniu tych częstotliwości”. Pismem z dnia 23 grudnia 2016 roku Prezes UKE zawiadomił strony o podjęciu postępowania o unieważnienie przetargu na częstotliwość 1800 MHz. Wszczęcie ww. postępowania przez UKE pozostaje bez wpływu ostateczny i prawomocny charakter decyzji rezerwacyjnych, które dają podstawę do wykorzystywania przez Grupę Polsat pojemności wytworzonej w paśmie 1800 MHz.

T-Mobile Polska, Orange Polska i P4 oraz Francuska Izba Przemysłowo-Handlowa podjęły szereg działań prawnych zmierzających do zablokowania możliwości korzystania przez naszą spółkę zależną, Sferię, z częstotliwości z zakresu 800 MHz. Na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania toczą się postępowania przed Sądem Okręgowym w Warszawie, Wojewódzkim Sądem Administracyjnym w Warszawie i Naczelnym Sądem Administracyjnym w Warszawie a wszystkie pozostające w mocy rozstrzygnięcia sądów są korzystne dla Sferii. Niemniej do czasu prawomocnego zakończenia postępowań nie da się wykluczyć niekorzystnej dla Sferii modyfikacji orzeczeń w ramach trwających obecnie postępowań, co mogłoby skutkować niekorzystną zmianą decyzji rezerwacyjnej częstotliwości z zakresu 800 MHz lub jej cofnięciem.

Nie można zagwarantować, iż w przypadku, gdybyśmy utracili wybrane rezerwy częstotliwości, w oparciu o które świadczymy usługi oparte o technologie HSPA+, LTE oraz LTE-Advanced byłibyśmy w stanie uzyskać dostęp do wystarczających zasobów alternatywnego pasma częstotliwości na akceptowalnych warunkach lub w ogóle, co mogłoby istotnie niekorzystnie wpłynąć na możliwość wdrożenia strategii biznesowych i mieć znaczący niekorzystny wpływ na naszą sytuację finansową, wyniki działalności operacyjnej i perspektywy rozwoju.

### **Konieczność uzyskania pozwoleń budowlanych może opóźnić lub uniemożliwić rozbudowę sieci telekomunikacyjnej**

Rozbudowa naszej infrastruktury sieciowej, w tym w szczególności budowa i instalacja stacji bazowych, może wymagać uzyskania pozwoleń budowlanych. Nie można zagwarantować uzyskania wszystkich niezbędnych pozwoleń budowlanych lub ich uzyskania w planowanych terminach, co rodzi ryzyko, odpowiednio, konieczności wstrzymania prac związanych z rozbudową elementów infrastruktury sieciowej lub ich znacznego opóźnienia. Ponadto uzyskane pozwolenie budowlane może, w pewnych okolicznościach, zostać cofnięte, nawet po oddaniu danego elementu infrastruktury sieciowej do eksploatacji, co z kolei może, w określonych okolicznościach, skutkować koniecznością wstrzymania eksploatacji danego elementu infrastruktury i przeprowadzenia procedury legalizacyjnej, a w przypadku gdyby taka procedura nie była możliwa, nawet obowiązkiem rozbioru takiego elementu infrastruktury.

Konieczność ograniczenia rozbudowy naszej infrastruktury sieciowej w związku z nieuzyskaniem wymaganych pozwoleń budowlanych, opóźnienie prac związanych z rozbudową elementów infrastruktury sieciowej lub, w przypadku cofnięcia wydanego wcześniej pozwolenia budowlanego, konieczność wstrzymania eksploatacji lub dokonania rozbioru elementów tej infrastruktury może mieć znaczący niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową lub perspektywy rozwoju.

### ***Możemy stać się stroną sporów z pracownikami lub doświadczyć wzrostu kosztów pracy***

Pomimo utrzymywania poprawnych relacji z pracownikami, nie możemy wykluczyć ryzyka wystąpienia zakłóceń w pracy, sporów z pracownikami, strajków lub znacznego wzrostu kosztów pracy w jednej lub wielu z naszych spółek. 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 lub oczekiwanej jakości. Wszelkie tego typu zakłócenia mogą mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywy rozwoju.

W Polkomtelu działają dwa związki zawodowe: Niezależny Samorządny Związek Zawodowy "Solidarność" i Ogólnopolskie Porozumienie Związków Zawodowych. Na dzień 31 grudnia 2016 roku, 138 pracowników, czyli 3,7% łącznej liczby pracowników Grupy Polkomtel (w przeliczeniu na pełne etaty), było członkami związków zawodowych. Na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania nie posiadamy wiedzy o jakichkolwiek sporach ze związkami zawodowymi lub innych sporach zbiorowych w Polkomtelu. Pomimo tego, w przyszłości nie można wykluczyć konieczności prowadzenia długotrwałych negocjacji ze związkami zawodowymi lub sporów zbiorowych, strajków, przerw w pracy lub innych akcji protestacyjnych (spowodowanych, na przykład, próbą optymalizacji poziomu zatrudnienia lub kosztów pracy, czy też koniecznością wprowadzenia restrukturyzacji zatrudnienia), a także żądaniami pracowników co do zwiększenia ich wynagrodzenia. Wystąpienie strajków, istotnych sporów ze związkami zawodowymi działającymi w Polkomtelu lub wzrost kosztów zatrudnienia mogą spowodować zakłócenia w działalności operacyjnej Polkomtelu, w tym niemożność terminowego lub efektywnego kosztowo świadczenia usług na rzecz naszych klientów, co może mieć znaczący niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową lub perspektywy rozwoju.

### ***W naszych postępowaniach administracyjnych lub sądowych mogą zapaść niekorzystne rozstrzygnięcia***

W związku z naszą działalnością byliśmy w przeszłości i jesteśmy stroną postępowań administracyjnych lub sądowych. Istnieje w związku z tym ryzyko wszczęcia przeciwko nam w przyszłości postępowań, których rozstrzygnięcie może być dla nas niekorzystne, w tym postępowań wszczętych w związku z wniesieniem roszczeń przez organizacje zbiorowego zarządzania prawami autorskimi. 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. Pomimo, że zawarliśmy stosowne umowy z kilkoma organizacjami zbiorowego zarządzania prawami autorskimi, istnieje ryzyko wniesienia roszczeń przeciwko nam przez inne tego typu organizacje. Z kolei Polkomtel jest stroną postępowań administracyjnych i sądowych, w tym inicjowanych przez urzędy regulacyjne, ochrony konkurencji i konsumenta oraz podatkowe, a także stroną sporów i postępowań sądowych z podmiotami trzecimi.

Niekorzystne rozstrzygnięcia przyszłych postępowań sądowych, arbitrażowych lub administracyjnych mogą mieć niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywy rozwoju.

### ***W przypadku zgłoszenia wobec nas roszczeń z tytułu naruszenia praw własności intelektualnej osób trzecich, możemy zostać zmuszeni do poniesienia znaczących wydatków w celu obrony przed takimi roszczeniami, uzyskania praw licencyjnych do technologii lub określenia sposobów prowadzenia naszej działalności bez dalszego naruszania powyższych praw***

Powodzenie naszej działalności zależy w znacznym stopniu od wykorzystania praw własności intelektualnej osób trzecich, 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 naruszenia mogą narazić nas na roszczenia odszkodowawcze ze strony osób trzecich. Możemy zostać również 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 czasu, zasobów pracowniczych i środków pieniężnych w celu obrony przed zarzutami naruszenia praw osób trzecich. Poniesienie kosztów na obronę przed roszczeniami z tytułu naruszenia praw własności intelektualnej lub na uzyskanie licencji niezbędnych do prowadzenia naszej działalności, jak również zaangażowanie czasu i zasobów kadrowych, w tym kadry zarządzającej w związku z potencjalnymi naruszeniami lub

brakiem praw własności intelektualnej mogą mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową 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 nadawanych kanałów, interaktywnych usług telewizyjnych oraz 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, przy czym nie możemy zagwarantować, że nasze prawa własności intelektualnej nie zostaną zakwestionowane, zniesione lub pominięte.

Nawet jeśli nasze prawa własności intelektualnej zachowają pełną skuteczność, 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 oraz odpłatnego rozprowadzania treści. 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 różnych nośnikach, wysokiej jakości nieautoryzowanych kopii programów dostarczanych w systemie pay-per-view przez dekodery, nielicencjonowane i niekodowane transmisje w telewizji, lub poprzez Internet. Ponadto problemy w egzekucji przepisów regulujących naruszanie praw autorskich i znaków towarowych w Internecie utrudniają ochronę naszych praw własności intelektualnej w sieci. Nieuprawnione wykorzystanie naszej własności intelektualnej może wpłynąć negatywnie na naszą działalność, szkodząc naszej reputacji oraz ograniczając zaufanie naszych partnerów biznesowych do naszych możliwości ochrony własnych oraz licencjonowanych treści, a w konsekwencji może mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywy rozwoju.

***Nasze koncesje na nadawanie telewizji mogą zostać cofnięte lub mogą nie zostać przedłużone***

Prowadzenie naszej działalności wymaga uzyskania koncesji wydawanych przez KRRiT. Koncesje te mogą zostać cofnięte lub mogą nie zostać przedłużone. W odniesieniu do naszego segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym w obszarze usług płatnej telewizji, rozprowadzanie programów telewizyjnych przez dostawców DTH wymaga jedynie rejestracji przez Przewodniczącego KRRiT i nie wymaga posiadania koncesji. Na dzień 31 grudnia 2016 roku posiadaliśmy 7 koncesji na nadawanie naziemne oraz 26 koncesji na nadawanie satelitarne. Wszystkie koncesje na nadawanie telewizji wydawane przez KRRiT udzielane są na czas określony. Nasze koncesje na nadawanie telewizji naziemnej oraz koncesje na nadawanie drogą satelitarną wygasną w różnych okresach w latach 2023-2030.

Nasze usługi płatnej telewizji mobilnej świadczymy na częstotliwościach z zakresu 470–790 MHz, na które posiadamy rezerwację wydaną na czas określony. Nie można zagwarantować, że powyższa rezerwacja częstotliwości zostanie przedłużona przed jej wygaśnięciem. W szczególności, zgodnie z Prawem Telekomunikacyjnym, Prezes UKE może zdecydować o nieprzedłużeniu naszej rezerwacji częstotliwości lub o jej cofnięciu, jeśli uzna, że rażąco naruszyliśmy warunki korzystania z przyznaných częstotliwości lub gdy przemawia za tym potrzeba zapewnienia równoważnej i skutecznej konkurencji lub istotnego zwiększenia efektywności wykorzystania częstotliwości, w szczególności w przypadku gdy dokonanie naszej rezerwacji częstotliwości na kolejny okres mogłoby doprowadzić do nadmiernego skupienia częstotliwości przez Grupę.

W celu utrzymania posiadanej rezerwacji częstotliwości Grupa musi dotrzymać warunków rezerwacji oraz przestrzegać odpowiednich przepisów oraz regulacji ustanawianych przez Prezesa UKE oraz Ministra Cyfryzacji. Naruszenie takich warunków, przepisów lub regulacji przez Grupę, w tym szczególnie nieuiszczenie opłat z tytułu rezerwacji częstotliwości, może spowodować cofnięcie rezerwacji i nałożenie na spółki z Grupy kar. W szczególności ze względu na złożoność i częste zmiany przepisów i regulacji, jakim podlega branża telekomunikacyjna w Polsce, nie można zagwarantować, że Grupa nie naruszy żadnych przepisów, regulacji lub warunków rezerwacji częstotliwości.

W celu utrzymania naszych koncesji na nadawanie telewizji, musimy przestrzegać odpowiednich przepisów prawa, 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 stanu sprzeczności w stosownym okresie karencji. Oprócz możliwości cofnięcia koncesji, istnieje ryzyko, że koncesje udzielone nam przez KRRiT nie zostaną przedłużone.

Nieprzedłużenie lub cofnięcie którejkolwiek z posiadanych przez nas koncesji lub rezerwacji częstotliwości Grupy bądź przedłużenie jej na niekorzystnych warunkach mogłoby spowodować konieczność czasowego lub stałego przerwania świadczenia niektórych świadczonych przez Grupę usług, niemożność oferowania usług w określonej technologii lub konieczność poniesienia znaczących nakładów finansowych, a w konsekwencji mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową lub perspektywy rozwoju.

***Obecne rezerwy częstotliwości posiadane przez Grupę mogą być cofnięte lub nie zostać przedłużone w ogóle lub na akceptowalnych warunkach***

Wszystkie rezerwy częstotliwości posiadane przez Grupę zostały wydane na czas określony. Nie można zagwarantować, że posiadane przez nas rezerwy częstotliwości zostaną przedłużone przed ich wygaśnięciem. W szczególności, zgodnie z Prawem Telekomunikacyjnym, Prezes UKE może zdecydować o nieprzedłużeniu rezerwy częstotliwości Grupy lub o ich cofnięciu, jeśli uzna, że spółki wchodzące w skład Grupy rażąco naruszyły warunki korzystania z przyznanych częstotliwości lub gdy przemawia za tym potrzeba zapewnienia równoważnej i skutecznej konkurencji lub istotnego zwiększenia efektywności wykorzystania częstotliwości, w szczególności w przypadku gdy dokonanie rezerwy częstotliwości na kolejny okres mogłoby doprowadzić do nadmiernego skupienia częstotliwości przez Grupę Polsat.

W celu utrzymania posiadanych rezerwacji częstotliwości spółki z Grupy muszą dotrzymać warunków rezerwy oraz przestrzegać odpowiednich przepisów oraz regulacji ustanawianych przez Prezesa UKE oraz Ministra Cyfryzacji. Naruszenie takich warunków, przepisów lub regulacji, w tym szczególnie nieuiszczenie opłat z tytułu rezerwy częstotliwości, może spowodować cofnięcie rezerwy i nałożenie na daną spółkę kar. Ze względu na, w szczególności, złożoność i częste zmiany przepisów i regulacji, jakim podlega branża telekomunikacyjna w Polsce, nie można zagwarantować, że spółki z Grupy nie naruszają żadnych przepisów, regulacji lub warunków rezerwy częstotliwości.

Nieprzedłużenie lub cofnięcie którejkolwiek z rezerwy częstotliwości Grupy bądź przedłużenie jej na niekorzystnych warunkach mogłoby spowodować konieczność czasowego lub stałego przerwania świadczenia niektórych lub wszystkich świadczonych przez nas usług, niemożność oferowania usług w określonej technologii lub konieczność poniesienia znaczących nakładów finansowych na umożliwienie świadczenia usług klientom z wykorzystaniem innych pasm częstotliwości, w konsekwencji mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową lub perspektywy rozwoju.

***Spektrum częstotliwości radiowych dostępnych dla branży telefonii komórkowej jest ograniczone, w związku z czym możemy nie być w stanie uzyskać nowych rezerwacji częstotliwości***

Możliwość utrzymania istniejących i wdrożenia nowych lub ulepszonych technologii mobilnych oraz nasza zdolność do efektywnego konkurowania na rynku usług telekomunikacyjnych jest częściowo zależna od możliwości uzyskania przez spółki z Grupy dalszych zasobów częstotliwości radiowych. Wielkość spektrum częstotliwości radiowych dostępnych w Polsce do alokacji jest ograniczona, a proces ich uzyskiwania jest długotrwały i bardzo konkurencyjny.

W maju 2016 roku Rada Unii Europejskiej przyjęła ogólne podejście w sprawie projektu decyzji, mającej na celu rozwój usług szerokopasmowych w Unii Europejskiej. Zgodnie z propozycją pasmo 700 MHz (tzw. druga dywidenda cyfrowa, częstotliwości z zakresu 694-790 MHz) miałyby zostać udostępnione operatorom telekomunikacyjnym na potrzeby bezprzewodowej łączności szerokopasmowej najpóźniej do 30 czerwca 2020 roku. W uzasadnionych przypadkach możliwe byłoby przesunięcie tego terminu o dwa lata. Jednocześnie nadawcy telewizyjni, którzy w wyniku podjętej decyzji będą musieli zwolnić zakres 694-790 MHz i korzystać jedynie z częstotliwości 470-694 MHz, otrzymali gwarancję utrzymania tego drugiego zakresu przynajmniej do roku 2030.

Brak możliwości lub ograniczona możliwość uzyskania przez nas dostępu do pasm częstotliwości istotnych dla dalszego rozwoju naszej działalności telekomunikacyjnej (na korzystnych warunkach lub w ogóle), w tym utrzymania istniejących lub do wdrożenia nowych lub ulepszonych technologii mobilnych, bądź uzyskanie takiego dostępu przez podmioty konkurencyjne, może mieć znaczący negatywny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową lub perspektywy rozwoju.

## 6.2. Czynniki ryzyka związane z profilem finansowym Grupy

### **Obsługa naszego zadłużenia wymaga znacznych środków pieniężnych, a zaciągnięte przez nas zobowiązania w zakresie obsługi długu mogą ograniczać naszą zdolność do finansowania naszej działalności**

Nasza Grupa w znacznym stopniu korzysta z dźwigni finansowej. 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, Metelem oraz powiązanych transakcji finansowych, nastąpił znaczny wzrost naszych zobowiązań z tytułu obsługi zadłużenia.

Nasze możliwości obsługi oraz spłaty naszego zadłużenia zależą 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, na które często nie mamy wpływu. 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 utracić nasze rzeczowe aktywa trwale stanowiące zabezpieczenie spłaty naszego zadłużenia albo możemy zostać zmuszeni do (i) ograniczenia lub odroczenia pewnych działań biznesowych oraz projektów inwestycyjnych; (ii) sprzedaży aktywów; (iii) zaciągnięcia dodatkowego zadłużenia lub pozyskania kapitału; lub (iv) restrukturyzacji lub refinansowania całości lub części naszego zadłużenia w terminie jego wymagalności lub wcześniej. Warunki naszego zadłużenia ograniczają naszą zdolność do podejmowania powyższych działań i, jeśli zajdzie taka potrzeba, nie możemy zagwarantować, że uda nam się je przeprowadzić lub że uda nam się je przeprowadzić na warunkach ekonomicznie uzasadnionych.

Z kolei konieczność refinansowania naszego zadłużenia w momencie, w którym warunki rynkowe byłyby dla nas niekorzystne, mogłoby wymagać przyjęcia wyższych stóp procentowych lub spełnienia bardziej uciążliwych zobowiązań, które mogłyby dodatkowo ograniczać naszą działalność. Gdybyśmy uzyskali dodatkowe finansowanie poprzez zadłużenie, związane z tym ryzyko będzie wyższe. Ponadto poważne zmiany sytuacji płynnościowej rynków finansowych 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.

Nasza umowa kredytowa oraz umowa emisji obligacji zawierają szereg ograniczeń i zobowiązań (w tym, między innymi, do utrzymywania określonych wskaźników finansowych), ograniczających zdolność Grupy do zaciągania dalszego zadłużenia w celu finansowania przyszłej działalności czy też realizacji działań, które mogą być w naszym interesie.

Jeśli nie będziemy regulowali naszych płatności zgodnie z warunkami danej umowy dotyczącej naszego zadłużenia, zadłużenie to wraz z zadłużeniem zaciągniętym na podstawie innych umów lub instrumentów dłużnych, zawierających klauzule wzajemnego niewykonania (*cross-default*) lub wzajemnej wcześniejszej spłaty (*cross-acceleration*), mogą zostać postawione w stan natychmiastowej wymagalności, a my możemy nie mieć wystarczających środków na spłatę wszystkich naszych zobowiązań. 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 może mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywy rozwoju.

W przyszłości możemy mieć potrzebę zaciągnięcia znacznych kwot dodatkowego długu. W szczególności, warunki Połączonej Umowy Kredytów oraz Warunki Emisji Obligacji Serii A ograniczają, lecz nie zabraniają nam, zaciągania dalszego zadłużenia lub innych zobowiązań niestanowiących zadłużenia. Znaczny poziom naszego zadłużenia może, w szczególności, (i) utrudnić nam wywiązywanie się z zobowiązań z tytułu Połączonej Umowy Kredytów oraz innego zadłużenia; (ii) 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 obrotowego oraz innych potrzeb Grupy i możliwości biznesowych; (iii) obniżyć naszą konkurencyjność w stosunku do naszych konkurentów, którzy posiadają niższe zadłużenie; (iv) ograniczać naszą elastyczność planowania działań lub reagowania na ogólne lub konkretne niekorzystne warunki gospodarcze występujące w naszej branży; oraz (v) ograniczać nasze możliwości pożyczania dodatkowych środków, powodować wzrost kosztu takich pożyczek i/lub ograniczać naszą zdolność do finansowania kapitałem. W konsekwencji, zaciągnięcie dodatkowego zadłużenia skutkować będzie dalszym ograniczeniem naszej zdolności do zewnętrznego finansowania naszej działalności, co może mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywy rozwoju.

***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 ryzyko związane z pozyskiwaniem finansowania poprzez zadłużenie, w tym również na ryzyko, że takie zadłużenie nie zostanie spłacone, przedłużone 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. Brak możliwości pozyskania finansowania zewnętrznego może skutkować koniecznością zaniechania nowych projektów, co może mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywę rozwoju.

***W przypadku zmiany kontroli nad Spółką możemy nie być w stanie spłacić naszego zadłużenia***

W przypadku dojścia do zmiany kontroli nad Spółką, w rozumieniu zapisów Połączonej Umowy Kredytów, będziemy zobowiązani do spłaty naszego zadłużenia. Ponadto, jeśli nastąpi zmiana kontroli, nasza zdolność do spłaty zadłużenia będzie ograniczona środkami finansowymi, którymi będziemy w tym czasie dysponować, w związku z czym nie możemy zapewnić, że takie fundusze będą wystarczające do spłaty zadłużenia. W związku z powyższym uważamy, że w przypadku zmiany kontroli, w celu spłaty kredytów musielibyśmy uzyskać finansowanie zewnętrzne.

Ograniczenia wynikające z naszych zobowiązań umownych mogą uniemożliwić nam spłatę kredytów lub uzyskanie finansowania zewnętrznego w przypadku wystąpienia określonych zdarzeń stanowiących zmianę kontroli. Naruszenie tych ograniczeń może spowodować niedotrzymanie warunków innych umów oraz postawienie w stan natychmiastowej wymagalności innego zadłużenia, co może mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywę rozwoju.

### **6.3. Czynniki ryzyka związane z otoczeniem rynkowym i sytuacją gospodarczą**

***Jesteśmy narażeni na skutki regionalnego lub globalnego spowolnienia gospodarczego odczuwalne na polskim rynku reklamy lub mające wpływ na poziom wydatków konsumpcyjnych w Polsce***

Przychody Grupy pochodzą w większości od klientów usług telekomunikacyjnych, płatnej telewizji i od reklamodawców telewizyjnych na terenie Polski. Wysokość przychodów osiąganych przez nas jest uzależniona od wielkości środków, które obecni i potencjalni klienci są w stanie przeznaczyć na rozrywkę, rekreację i usługi telekomunikacyjne. Jeśli koniunktura gospodarcza w Polsce ulegnie pogorszeniu, konsumenci mogą przeznaczać mniej środków na rozrywkę, rekreację i usługi telekomunikacyjne, co może wpłynąć negatywnie na liczbę naszych klientów, czy też na kwoty wydatkowane przez nich na nasze usługi. Spadek wydatków konsumpcyjnych spowodowany spowolnieniem gospodarczym może również doprowadzić istniejących i potencjalnych klientów do wyboru tańszych pakietów naszych usług lub rezygnacji z naszych usług, co z kolei może wywrzeć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywę rozwoju.

Spadek wydatków na reklamę w Polsce może negatywnie wpłynąć na poziom naszych przychodów oraz na perspektywę rozwoju naszej działalności w segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej. Spadek tempa wzrostu PKB w Polsce skutkuje zazwyczaj obniżeniem wydatków na reklamę. Dodatkowo, ponieważ wśród klientów naszych kanałów telewizyjnych znajduje się wiele firm globalnych, globalne spowolnienie gospodarcze, nawet niemające bezpośredniego lub tak istotnego wpływu na Polskę jak na inne kraje, jak i spowolnienie tempa wzrostu gospodarczego w Polsce, może spowodować ograniczenie przez klientów ich budżetów na reklamę w Polsce, a przez to spadek popytu na usługi reklamowe w Polsce. Spadek naszych przychodów z reklamy może skutkować koniecznością dostosowania ponoszonych przez nas kosztów do zmniejszonych przychodów. Ponieważ dostosowanie kosztów do bieżącej sytuacji rynkowej z reguły nie kompensuje w pełni spadku przychodów, konsekwencją tych czynników może być obniżenie naszej marży EBITDA, obniżenie jakości nadawanych przez nas programów lub ograniczenie liczby udostępnianych programów zarówno wytwarzanych przez nas, jak i nabywanych. 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 z kolei może obniżyć naszą atrakcyjność dla potencjalnych reklamodawców i sponsorów.

Pogorszenie się warunków makroekonomicznych na świecie, jak też ewentualna niepewność co do przyszłej sytuacji gospodarczej, mogą mieć, między innymi, negatywny wpływ na możliwość pozyskania przez nas wystarczającego finansowania na światowych rynkach kapitałowych.

W związku z powyższym, pogorszenie się warunków makroekonomicznych w Polsce lub na świecie może, w rezultacie, mieć znaczący niekorzystny wpływ na sytuację finansową, wyniki działalności operacyjnej i perspektywy rozwoju naszej Grupy.

### **Polski rynek usług telekomunikacyjnych cechuje silna konkurencja**

We wszystkich obszarach swojej podstawowej działalności nasza Grupa stoi w obliczu silnej konkurencji, w tym w szczególności ze strony operatorów telekomunikacyjnych takich jak Orange Polska, T-Mobile Polska oraz P4. Nie możemy zagwarantować, że oferta tych operatorów nie okaże się bardziej atrakcyjna dla naszych obecnych klientów.

Zmiana modelu biznesowego operatorów sieci komórkowych w Polsce, prowadząca do zawiązywania spółek joint venture lub strategicznych sojuszy pomiędzy konkurującymi dostawcami usług telekomunikacyjnych, lub wprowadzanie nowych rodzajów usług, produktów i technologii może mieć dodatkowy wpływ na nasilenie konkurencji na rynku usług telekomunikacyjnych. Sytuacja na rynku usług telekomunikacyjnych w Polsce może również ulec daleko idącej zmianie w wyniku potencjalnych przejęć lub może się również zaostrzyć w wyniku wejścia na polski rynek nowych operatorów telefonii komórkowej lub świadczenia usług szerokopasmowego dostępu do Internetu przez podmioty inne niż operatorzy telefonii komórkowej.

Napotykać możemy rosnącą konkurencję ze strony podmiotów oferujących nietradycyjne usługi głosowe i transmisji danych wykorzystujących protokoły VoIP, takich jak Skype, WhatsApp lub Viber, które są w stanie zapewnić użytkownikom korzystającym wyłącznie z mobilnej transmisji danych usługi komórkowych połączeń głosowych i wideo oraz zapewnić użytkownikom korzystającym ze stacjonarnego dostępu do Internetu usługi głosowe i wideo w sieci stacjonarnej, zazwyczaj po cenach niższych niż tradycyjne usługi głosowe i transmisji danych. Podmioty takie wykorzystują, między innymi, możliwość świadczenia usług w oparciu o istniejącą infrastrukturę, należącą do operatorów telekomunikacyjnych, aby uniknąć konieczności samodzielnego wdrażania kapitałochłonnych modeli biznesowych. Jeżeli popularność takich usług będzie nadal rosła, mogą one spowodować spadek ARPU na klienta oraz wielkości bazy abonenckiej operatorów telekomunikacyjnych, w tym naszej. Można spodziewać się, że w przyszłości będziemy musieli konkutować także z dostawcami usług wspieranych przez technologie łączności, które na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania znajdują się we wczesnej fazie rozwoju, lub które zostaną opracowane w przyszłości. Obecni konkurenci naszej Grupy, a także nowi gracze na polskim rynku, mogą wprowadzić inne, nowe usługi lub usługi telekomunikacyjne, bazujące na lepszych technologiach niż te, z których korzystamy, zanim je wprowadzimy lub wprowadzą je po bardziej konkurencyjnych cenach. Konkurencją dla usług oferowanych przez operatorów sieci komórkowych stanowią również operatorzy wirtualnych sieci komórkowych (MVNO).

Negatywny wpływ na naszą zdolność do efektywnego rozwoju prowadzonej działalności na polskim rynku usług telekomunikacyjnych może mieć także nałożenie na podmioty działające w Polsce nowych obowiązków regulacyjnych bądź nowych opłat czy podatków, ewentualnie dalsze zmiany prawa lub polityka regulatora zorientowana na zwiększenie konkurencyjności rynku usług telekomunikacyjnych.

Dodatkowo wysoki wskaźnik penetracji usług komórkowych i wysoce skonsolidowany charakter polskiego rynku telefonii komórkowej mogą doprowadzić do zwiększonej presji cenowej, a nasza zdolność do efektywnego konkutowania na rynku będzie zależała od umiejętności wprowadzenia nowych technologii, usług konwergentnych i atrakcyjnych pakietów produktów po konkurencyjnych cenach. Nie można wykluczyć, iż polityka cenowa naszych głównych konkurentów wymusi na nas obniżenie cen określonych produktów i usług, co może mieć negatywny wpływ na nasze przychody i rentowność.

Oslabienie konkurencyjności naszej Grupy oraz zwiększona presja cenowa mogą mieć znaczący niekorzystny wpływ na sytuację finansową, wyniki działalności operacyjnej i perspektywy rozwoju Grupy w przyszłości.

### **Jesteśmy narażeni na konkurencję ze strony podmiotów oferujących alternatywne formy rozrywki i wypoczynku**

Postęp technologiczny, a także szereg innych różnorodnych czynników sprawiają, że nasza działalność jest narażona na rosnącą konkurencję w zakresie formy i czasu, jaki klienci przeznaczają na wypoczynek i rozrywkę. W szczególności w naszej działalności konkurujemy z podmiotami oferującymi alternatywne formy wypoczynku i rozrywki, takie jak kino, audycje radiowe, produkty wideo do użytku domowego, media drukowane oraz inne, niezwiązane z mediami formy wypoczynku, w tym imprezy na żywo. Ponadto nowe rozwiązania technologiczne, takie jak usługi wideo na żądanie, usługi strumieniowej transmisji i pobierania danych przez Internet (*streaming* czy *downloading*) poszerzyły i w przyszłości mogą nadal poszerzać wybór usług rozrywkowych dostępnych obecnym i potencjalnym odbiorcom naszych usług. Rosnący wybór form wypoczynku i rozrywki oferowanych zarówno przez obecnych jak i nowych konkurentów może skutkować spadkiem popytu na oferowane przez nas produkty i usługi, a także spadkiem oddziaływania telewizji jako medium reklamowego, co



może mieć istotny niekorzystny wpływ na sytuację finansową, wyniki działalności operacyjnej i perspektywy rozwoju Grupy w przyszłości.

**Wyniki operacyjne naszej działalności w segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej są uzależnione od znaczenia telewizji jako nośnika reklamy**

W 2016 roku około 77% przychodów osiągniętych w segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej pochodziło 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 uprzywilejowały innych mediów reklamowych lub innych nadawców telewizyjnych. Dalsze nasilenie konkurencji wśród mediów reklamowych wynikające ze wzrostu znaczenia reklamy internetowej w Polsce, znaczny wzrost wydatków na kanały tematyczne oraz rozwój nowych form reklamy może mieć negatywny wpływ na poziom przychodów reklamowych osiągniętych przez nasz segment nadawania i produkcji telewizyjnej, a w konsekwencji na naszą działalność, sytuację finansową, osiągnięte wyniki i przepływy pieniężne.

Nasze możliwości osiągnięcia 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 może skutkować obniżeniem popytu na nasze bloki reklamowe oraz może mieć 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 istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywy rozwoju.

**Z uwagi na silną konkurencję na rynkach, na których prowadzimy działalność, nie możemy zagwarantować, że w przyszłości klienci korzystający z naszych usług i reklamodawcy skorzystają z naszej oferty, a nie z 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 osiągać satysfakcjonujące przychody z abonamentu płatnej telewizji i reklamy telewizyjnej w porównaniu z naszymi konkurentami. Nasi obecni i potencjalni konkurenci mogą dysponować większymi zasobami finansowymi i marketingowymi, które umożliwią im skuteczniejsze pozyskiwanie klientów i reklamodawców na swoje usługi.

Naszym głównym konkurentem na rynku telewizji satelitarnej jest platforma nc+, powstała pod koniec 2012 roku z połączenia dwóch platform telewizji satelitarnej: Cyfra+ i platforma „n”. Oprócz bezpośrednich konkurentów DTH, konkurujemy z nadawcami korzystającymi z innych technologii transmisji, takich jak telewizja naziemna, telewizja kablowa i telewizja internetowa. 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.

W wyniku zakończenia w lipcu 2013 roku procesu cyfryzacji telewizji naziemnej w Polsce, w dystrybucji naziemnej znajduje się obecnie 27 kanałów telewizyjnych. Zgodnie z danymi Nielsen Audience Measurement w 2016 roku udziały w oglądalności wszystkich kanałów dostępnych w DTT w grupie wiekowej 16-49 lat wyniosły 67,4%, w porównaniu z 67,2% w roku 2015. Udziały w widowni czterech wiodących kanałów (POLSAT, TVN, TVP1 i TVP2) wyniosły łącznie w 2016 roku 41,1% w porównaniu z 41,7% w 2015 roku. Udziały w widowni pozostałych kanałów dostępnych w DTT wyniosły łącznie 26,8% w 2016 roku w porównaniu z 25,4% w 2015 roku, co wskazuje na postępującą fragmentaryzację rynku odbywającą się w istotnym stopniu kosztem wiodących kanałów telewizyjnych, wśród których znajduje się kanał POLSAT. Dnia 5 listopada 2015 roku KRRiT rozstrzygnęła konkurs na zagospodarowanie kolejnego multipleksu naziemnej telewizji cyfrowej - MUX-8, i wybrała nadawców, którzy otrzymali koncesje na nadawanie swoich kanałów. Obecnie na MUX-8 nadawane są 4 kanały nadawców prywatnych, nie zostały natomiast jeszcze uruchomione kanały nadawcy publicznego.

Naszymi głównymi konkurentami na rynku reklamy telewizyjnej są inni nadawcy, tacy jak TVN - wiodący nadawca komercyjny w Polsce i TVP - nadawca finansowany częściowo ze środków publicznych, który wypełnia misję telewizji publicznej. W związku z pełnieniem misji telewizji publicznej, TVP nie może przerywać poszczególnych audycji i filmów reklamami. Wszelkie zmiany nałożonego na TVP ograniczenia w zakresie transmisji reklam mogą nasilić konkurencję ze strony TVP oraz ograniczyć nasze wpływy z reklam. Ponadto będziemy zmuszeni 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 wielu większych nadawców, posiadających lepszą rozpoznawalność marki oraz większe zasoby. Dotyczy to zwłaszcza zagranicznych nadawców, dla których polski rynek TV może być atrakcyjny z szeregu powodów, obejmujących m.in. otoczenie regulacyjne umożliwiające zamieszczanie większej ilości reklam

w programach TV i filmach nadawanych w Polsce niż w innych krajach, jak również rozszerzający się zakres innych dozwolonych działań reklamowych. Wreszcie dalszy rozwój dostawców telewizji satelitarnej, telewizji kablowej i naziemnej telewizji cyfrowej w Polsce może doprowadzić do dalszej fragmentaryzacji rynku i rozproszenia struktury telewidzów, w wyniku czego będzie nam trudniej przekonywać reklamodawców do zakupu czasu antenowego na naszych kanałach. Utrata klientów i reklamodawców na rzecz naszych konkurentów może mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową 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 płatnej telewizji, a zarazem zmniejszeniem naszego udziału w oglądalności***

Przejęcie z analogowego na cyfrowe nadawanie telewizji naziemnej w Polsce znacznie zwiększyło liczbę konkurencyjnych dostawców telewizji. Możliwe jest również, że obecne limity dotyczące przyznawania koncesji na częstotliwości nadawania naziemnej telewizji cyfrowej zostaną zniesione. Prawdopodobnie spowodowałoby to wzrost liczby kanałów cyfrowych dostępnych na polskim rynku telewizyjnym, co mogłyby doprowadzić do odpowiedniego zmniejszenia naszego udziału w oglądalności. W wyniku przeprowadzenia zakończonego w lipcu 2013 roku procesu cyfryzacji telewizji naziemnej, liczba naziemnych kanałów FTA w Polsce znacznie się zwiększyła, a ich oferta programowa staje się coraz bardziej atrakcyjna, co może doprowadzić do obniżenia popytu na nasze usługi płatnej telewizji (DTH, DVB-T), a zarazem zmniejszenia naszego udziału w oglądalności oraz odpływu istniejących klientów oraz wywrzeć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywy rozwoju.

#### 6.4. Czynniki związane z ryzykiem rynkowym

##### **Zarządzanie ryzykiem 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. 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 (IRS/CIRS)
- 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 części kosztów i nakładów kapitałowych, które ponoszone są w walutach obcych. Ryzyko walutowe Jednostki Dominującej 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). Po nabyciu akcji Telewizji Polsat Sp. z o.o. ekspozycja na ryzyko walutowe wynika także z zakupów zagranicznych licencji programowych (USD). Po nabyciu akcji spółki Metelem Holding Company Ltd. ekspozycja na ryzyko walutowe wynika także ze zobowiązania z tytułu koncesji UMTS (EUR), umów z dostawcami towarów, głównie telefonów i z dostawcami sprzętu do sieci telekomunikacyjnej (EUR), umów roamingowych, międzyoperatorskich oraz niektórych umów dzierżawy gruntów dla lokalizacji sieciowych i umów najmu powierzchni biurowej (różne waluty). Dodatkowo, nabycie akcji spółki Metelem Holding Company Ltd. spowodowało powstanie ryzyka walutowego związanego ze zobowiązaniami z tytułu obligacji denominowanych w euro i dolarach amerykańskich.

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. Część ryzyka walutowego wynikającego z płatności operacyjnych i odsetkowych zabezpieczana jest instrumentami forward i CIRS.

Grupa nie posiada aktywów przeznaczonych do obrotu denominowanych w walutach obcych.

Tabela poniżej przedstawia ekspozycję Grupy na ryzyko walutowe oparte na kwotach w walutach:

mln PLN	31 grudnia 2016					
	EUR	USD	CHF	GBP	SEK	XDR
Należności z tytułu dostaw i usług	5,8	4,5	-	0,5	-	0,4
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	3,3	18,0	1,1	0,4	1,5	-
Zobowiązania z tytułu koncesji UMTS	(157,2)	-	-	-	-	-
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	(5,1)	(16,6)	-	-	-	(0,6)
<b>Ekspozycja brutto</b>	<b>(153,2)</b>	<b>5,9</b>	<b>1,1</b>	<b>0,9</b>	<b>1,5</b>	<b>(0,2)</b>
Transakcje forward	-	-	-	-	-	-
<b>Ekspozycja netto</b>	<b>(153,2)</b>	<b>5,9</b>	<b>1,1</b>	<b>0,9</b>	<b>1,5</b>	<b>(0,2)</b>

mln PLN	31 grudnia 2015					
	EUR	USD	CHF	GBP	SEK	XDR
Należności z tytułu dostaw i usług	9,4	8,4	-	-	-	0,5
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	9,7	9,7	1,9	0,1	2,5	-
Obligacje <i>Senior Notes</i>	(569,1)	(524,2)	-	-	-	-
Zobowiązania z tytułu koncesji UMTS	(180,6)	-	-	-	-	-
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	(3,6)	(14,0)	-	(0,1)	-	(0,9)
<b>Ekspozycja brutto</b>	<b>(734,2)</b>	<b>(520,1)</b>	<b>1,9</b>	<b>-</b>	<b>2,5</b>	<b>(0,4)</b>
Transakcje forward	390,9	482,1	-	-	-	-
<b>Ekspozycja netto</b>	<b>(343,3)</b>	<b>(38,0)</b>	<b>1,9</b>	<b>-</b>	<b>2,5</b>	<b>(0,4)</b>

W prezentowanych okresach miały zastosowanie następujące kursy walut:

PLN	Kursy średnioroczne		Kursy na dzień bilansowy	
	2016	2015	31 grudnia 2016	31 grudnia 2015
1 EUR	4,3625	4,1839	4,4240	4,2615
1 USD	3,9431	3,7701	4,1793	3,9011
1 GBP	5,3431	5,7637	5,1445	5,7862
1 CHF	4,0021	3,9200	4,1173	3,9394
1 XDR	5,4805	5,2749	5,6716	5,4092
1 SEK	0,4611	0,4474	0,4619	0,4646
1 AUD	2,9330	2,8352	3,0180	2,8546

W celu przeprowadzenia analizy wrażliwości Grupy na zmiany kursów walut na dzień 31 grudnia 2016 roku oraz 31 grudnia 2015 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 niezmienionym poziomie. Dla roku 2015 poniższa analiza wrażliwości została wykonana w taki sam sposób.

mIn PLN	2016					2015				
	Stan na 31 grudnia 2016		Szacowa- wana zmiana kursu w %	Skutki zmiany kursów walut w PLN	Szacowana zmiana w zestawie- niu pozostałego zysku całkowitego w PLN	Stan na 31 grudnia 2015		Szacowa na zmiana kursu w %	Skutki zmiany kursów walut w PLN	Szacowana zmiana w zestawieni u pozostałego zysku całkowitego w PLN
	w walucie	w PLN				w walucie	w PLN			
<b>Należności z tytułu dostaw i usług</b>										
EUR	5,8	25,8	5%	1,3	-	9,4	40,2	5%	2,0	-
USD	4,5	18,8	5%	0,9	-	8,4	32,7	5%	1,6	-
XDR	0,4	2,3	5%	0,1	-	0,5	2,6	5%	0,1	-
GBP	0,5	2,6	5%	0,1	-	-	-	5%	-	-
<b>Środki pieniężne i ich ekwiwalenty</b>										
EUR	3,3	14,6	5%	0,7	-	9,7	41,2	5%	2,1	-
USD	18,0	75,2	5%	3,8	-	9,7	37,9	5%	1,9	-
CHF	1,1	4,7	5%	0,2	-	1,9	7,3	5%	0,4	-
GBP	0,4	1,9	5%	0,1	-	0,1	0,1	5%	-	-
SEK	1,5	0,7	5%	-	-	2,5	1,1	5%	0,1	-
<b>Obligacje</b>										
EUR	-	-	5%	-	-	(569,1)	(2.425,2)	5%	(121,3)	-
USD	-	-	5%	-	-	(524,2)	(2.045,0)	5%	(102,3)	-
<b>Zobowiązania z tytułu koncesji UMTS</b>										
EUR	(157,2)	(695,5)	5%	(34,8)	-	(180,6)	(769,6)	5%	(38,5)	-
<b>Zobowiązania z tytułu dostaw i usług</b>										
EUR	(5,1)	(22,6)	5%	(1,1)	-	(3,6)	(15,3)	5%	(0,8)	-
USD	(16,6)	(69,4)	5%	(3,5)	-	(14,0)	(54,7)	5%	(2,7)	-
XDR	(0,6)	(3,2)	5%	(0,2)	-	(0,9)	(4,9)	5%	(0,2)	-
CHF	-	-	5%	-	-	(0,1)	(0,2)	5%	-	-
<b>Razem wpływ na wynik operacyjny okresu</b>				<b>(32,4)</b>	-	<b>(257,6)</b>				-
<b>Transakcje forward</b>										
EUR	-	-	5%	-	-	390,9	1.665,8	5%	83,3	-
USD	-	-	5%	-	-	482,1	1.880,7	5%	94,0	-
Podatek dochodowy				6,2	-	15,3				-
<b>Razem wpływ na wynik netto okresu</b>				<b>(26,2)</b>	-	<b>(65,0)</b>				-

mIn PLN	2016					2015					
	Stan na 31 grudnia 2016		Szaco- wana zmiana a kursu w %	Skutki zmiany kursów walut w PLN	Szacowana zmiana w zestawie- niu pozosta- łego zysku całkowite- go w PLN	Stan na 31 grudnia 2015		Szaco- wana zmiana a kursu w %	Skutki zmiany kursów walut w PLN	Szacowana zmiana w zestawieni- u pozostałego zysku całkowitego w PLN	
	w walucie	w PLN				w walucie	w PLN				
Należności z tytułu dostaw i usług											
EUR	5,8	25,8	-5%	(1,3)	-	9,4	40,2	-5%	(2,0)	-	
USD	4,5	18,8	-5%	(0,9)	-	8,4	32,7	-5%	(1,6)	-	
XDR	0,4	2,3	-5%	(0,1)	-	0,5	2,6	-5%	(0,1)	-	
GBP	0,5	2,6	-5%	(0,1)	-	-	-	-5%	-	-	
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty											
EUR	3,3	14,6	-5%	(0,7)	-	9,7	41,2	-5%	(2,1)	-	
USD	18,0	75,2	-5%	(3,8)	-	9,7	37,9	-5%	(1,9)	-	
CHF	1,1	4,7	-5%	(0,2)	-	1,9	7,3	-5%	(0,4)	-	
GBP	0,4	1,9	-5%	(0,1)	-	0,1	0,1	-5%	-	-	
SEK	1,5	0,7	-5%	-	-	2,5	1,1	-5%	(0,1)	-	
Obligacje											
EUR	-	-	-5%	-	-	(569,1)	(2.425,2)	-5%	121,3	-	
USD	-	-	-5%	-	-	(524,2)	(2.045,0)	-5%	102,3	-	
Zobowiązania z tytułu koncesji UMTS											
EUR	(157,2)	(695,5)	-5%	34,8	-	(180,6)	(769,6)	-5%	38,5	-	
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług											
EUR	(5,1)	(22,6)	-5%	1,1	-	(3,6)	(15,3)	-5%	0,8	-	
USD	(16,6)	(69,4)	-5%	3,5	-	(14,0)	(54,7)	-5%	2,7	-	
XDR	(0,6)	(3,2)	-5%	0,2	-	(0,9)	(4,9)	-5%	0,2	-	
CHF	-	-	-5%	-	-	(0,1)	(0,2)	-5%	-	-	
<b>Razem wpływ na wynik operacyjny okresu</b>				<b>32,4</b>	<b>-</b>					<b>257,6</b>	<b>-</b>
Transakcje forward											
EUR	-	-	-5%	-	-	390,9	1.665,8	-5%	(83,3)	-	
USD	-	-	-5%	-	-	482,1	1.880,7	-5%	(94,0)	-	
Podatek dochodowy				(6,2)	-					(15,3)	-
<b>Razem wpływ na wynik netto okresu</b>				<b>26,2</b>	<b>-</b>					<b>65,0</b>	<b>-</b>

mln PLN	2016		2015	
	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 zmiana kursu o 5%</b>				
EUR	(27,5)	-	(59,2)	-
USD	1,0	-	(6,0)	-
CHF	0,2	-	0,3	-
GBP	0,2	-	-	-
SEK	-	-	-	-
XDR	(0,1)	-	(0,1)	-
<b>Szacowana zmiana kursu o -5%</b>				
EUR	27,5	-	59,2	-
USD	(1,0)	-	6,0	-
CHF	(0,2)	-	(0,3)	-
GBP	(0,2)	-	-	-
SEK	-	-	-	-
XDR	0,1	-	0,1	-

Gdyby na dzień 31 grudnia 2016 roku oraz 31 grudnia 2015 roku kurs złotego polskiego w stosunku do koszyka walut był wyższy o 5%, wówczas wynik netto Grupy byłby odpowiednio niższy o 26,2 mln zł oraz niższy o 65,0 mln zł a pozostały zysk całkowity nie zmieniłby się w 2016 roku oraz w 2015 roku. Osłabienie wartości złotego o 5% spowodowałoby odpowiednio wzrost wyniku netto o 26,2 mln zł i wzrost o 65,0 mln zł. Obowiązuje założenie, że wszelkie inne zmienne pozostają niezmiennione. 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 i obligacji.

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 od kredytu zaciągniętego przez Jednostkę Dominującą Grupa zawarła transakcje IRS ujemne jako instrumenty zabezpieczające. Grupa posiada także instrumenty IRS zabezpieczające płatności odsetek ze zmienną stopą procentową od kredytów zaciągniętych przez grupę Metelem Holding Company Ltd., dla instrumentów tych nie jest wdrożona rachunkowość zabezpieczeń.

Poniższa tabela przedstawia profil ryzyka stopy procentowej na dzień bilansowy dla instrumentów finansowych posiadających stopy procentowe.

mIn PLN	Wartość na dzień	
	31 grudnia 2016	31 grudnia 2015
<b>Instrumenty oparte na stałej stopie procentowej</b>		
Aktywa finansowe	472,3	1.158,5
Zobowiązania finansowe*	(860,3)	(4.262,4)
<b>Instrumenty wrażliwe na zmianę stopy procentowej</b>		
Aktywa finansowe	909,8	411,5
Zobowiązania finansowe*	(11.668,2)	(7.725,1)
<b>Ekspozycja netto</b>	<b>(11.146,4)</b>	<b>(7.313,6)</b>

\*zadłużenie nominalne

Grupa traktuje Kredyt Terminowy CP i Kredyt Terminowy PLK jako instrumenty o zmiennej stopie procentowej. Zmiana komponentów stopy procentowej nie powoduje bilansowej zmiany stanu zobowiązania z tytułu kredytu. Zmiany te mają perspektywny wpływ na koszt odsetkowy.

Analiza wrażliwości przepływów pieniężnych na instrumenty o zmiennej stopie procentowej (przed opodatkowaniem):

mIn PLN	Rachunek zysków i strat		Zestawienie pozostałego 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 2016</b>						
Instrumenty finansowe o zmiennej stopie procentowej*	(107,6)	107,6	3,7	(3,7)	(103,9)	103,9
<b>Wrażliwość przepływów pieniężnych (netto)</b>	<b>(107,6)</b>	<b>107,6</b>	<b>3,7</b>	<b>(3,7)</b>	<b>(103,9)</b>	<b>103,9</b>
<b>Na dzień 31 grudnia 2015</b>						
Instrumenty finansowe o zmiennej stopie procentowej*	(73,1)	73,1	6,6	(6,6)	(66,5)	66,5
<b>Wrażliwość przepływów pieniężnych (netto)</b>	<b>(73,1)</b>	<b>73,1</b>	<b>6,6</b>	<b>(6,6)</b>	<b>(66,5)</b>	<b>66,5</b>

\* obejmuje wrażliwość na zmiany wartości godziwej instrumentów zabezpieczających (IRS) wynikające ze zmian stóp procentowych

Dla części instrumentów Grupa stosuje model zabezpieczenia przepływów pieniężnych zgodnie z MSR 39 dla ekspozycji na ryzyko stopy procentowej, które wynika z płatności odsetek w złotychkach ze zmienną stopą procentową zabezpieczonych transakcjami IRS.

Informacje o instrumentach finansowych w zakresie:

- ryzyka: zmiany cen, kredytowego, istotnych zakłóceń przepływów środków pieniężnych oraz utraty płynności finansowej, na jakie narażona jest Grupa,
- przyjętych przez Grupę celach i metodach zarządzania ryzykiem finansowym, łącznie z metodami zabezpieczenia istotnych rodzajów planowanych transakcji, dla których stosowana jest rachunkowość zabezpieczeń

opisano w nocie 38 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2016 roku.



## 6.5. Czynniki ryzyka związane z otoczeniem prawno-regulacyjnym

### ***Polskie przepisy podatkowe są skomplikowane i niejasne, a przy tym mogą podlegać zmianom, co w efekcie może prowadzić do sporów z organami podatkowymi***

Przepisy polskiego prawa podatkowego są skomplikowane, niejasne oraz podlegają częstym i nieprzewidywalnym zmianom. W związku z tym stosowaniu przepisów prawa podatkowego przez podatników i organy podatkowe towarzyszą liczne kontrowersje oraz spory, które zazwyczaj rozstrzygane są dopiero przez sądy administracyjne.

Częste zmiany w zakresie prawa podatkowego oraz trudności interpretacyjne związane ze stosowaniem prawa podatkowego utrudniają zarówno naszą bieżącą działalność, jak i prawidłowe planowanie podatkowe. Powoduje to brak pewności w zakresie stosowania przez nas przepisów prawa podatkowego w codziennej działalności oraz niesie ze sobą ryzyko błędów. Ponadto często brakuje jednolitej interpretacji przepisów prawa oraz praktyki jego stosowania przez organy podatkowe.

Rozbieżności występują również w praktyce organów podatkowych oraz w orzecznictwie sądów administracyjnych. W rezultacie istnieje ryzyko, że w konkretnych sprawach poszczególne organy mogą wydawać decyzje i interpretacje podatkowe, które będą nieprzewidywalne lub nawet wzajemnie ze sobą sprzeczne.

Ze względu na częste zmiany, które w praktyce stosowania przepisów prawa mogą mieć charakter retroaktywny, jak również ze względu na istniejące nieścisłości, brak jednolitej interpretacji przepisów prawa podatkowego oraz stosunkowo długi okres przedawnienia zobowiązań podatkowych, ryzyko związane z niewłaściwym stosowaniem prawa podatkowego w Polsce może być większe niż w systemach prawnych właściwych dla rynków bardziej rozwiniętych. W efekcie, ponosimy ryzyko, że nasza działalność w wybranych dziedzinach może być niedostosowana do zmieniających się regulacji oraz zmiennej praktyki ich stosowania. Z uwagi na powyższe nie można wykluczyć potencjalnych sporów z organami podatkowymi, a w rezultacie zakwestionowania przez te organy prawidłowości rozliczeń podatkowych podmiotów z Grupy w zakresie nieprzedawnionych zobowiązań podatkowych (w tym należytego wywiązywania się przez podmioty z Grupy z obowiązków płatnika) oraz określenia zaległości podatkowych tych podmiotów. W przypadku wydania decyzji, interpretacji (w tym zmiany interpretacji uzyskanych przez podmioty z Grupy) czy orzeczeń niekorzystnych dla nas, mogą one mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywę rozwoju.

### ***Organy podatkowe mogą na podstawie regulacji dotyczących cen transferowych zakwestionować rozliczenia pomiędzy spółkami z Grupy oraz spółkami z Grupy a podmiotami powiązanymi***

W toku prowadzonej działalności spółki z Grupy zawierają transakcje z podmiotami powiązanymi w rozumieniu Ustawy o Podatku Dochodowym od Osób Prawnych. Transakcje te zapewniają efektywne prowadzenie działalności gospodarczej w ramach Grupy i obejmują, między innymi, wzajemne świadczenie usług i sprzedaż towarów. W trakcie zawierania i wykonywania transakcji z podmiotami powiązanymi, spółki z Grupy podejmują działania mające na celu zapewnienie zgodności warunków transakcji z regulacjami w zakresie cen transferowych. Jednocześnie nie można wykluczyć, że spółki z Grupy mogą być przedmiotem kontroli i innych czynności sprawdzających podejmowanych przez organy podatkowe i organy kontroli skarbowej w powyższym zakresie. Ze względu na specyfikę i różnorodność transakcji z podmiotami powiązanymi, złożoność i niejednoznaczność regulacji prawnych w zakresie metod badania stosowanych cen, dynamiczne zmiany warunków rynkowych oddziałujące na kalkulację cen stosowanych w przypadku takich transakcji, a także trudności w identyfikacji transakcji porównywalnych, nie można wykluczyć ryzyka zakwestionowania przez organy podatkowe przyjętych w transakcjach metodologii określenia warunków rynkowych, a w rezultacie zakwestionowania na podstawie regulacji dotyczących cen transferowych rozliczeń między spółkami z Grupy a podmiotami powiązanymi, co może mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywę rozwoju.

### ***Polskie organy podatkowe mogą dokonać, odmiennej od Grupy, oceny skutków podatkowych działań restrukturyzacyjnych Grupy***

Obecny kształt Grupy jest efektem działań konsolidacyjnych, restrukturyzacyjnych i innych transakcji, których przedmiotem były aktywa o znacznej wartości, realizowanych na przestrzeni ostatnich lat pomiędzy spółkami wchodzącymi w skład tej Grupy. Czynności te miały wpływ na rozliczenia podatkowe nie tylko spółek biorących udział w takich działaniach konsolidacyjnych, restrukturyzacyjnych i innych transakcjach, których przedmiotem były aktywa o znacznej wartości, ale również wspólników lub akcjonariuszy tych spółek.

Pomimo monitorowania ryzyk w poszczególnych obszarach działalności, zarówno w odniesieniu do już przeprowadzonych, jak i do planowanych działań restrukturyzacyjnych, nie można wykluczyć, że polskie organy podatkowe dokonają odmiennej oceny skutków podatkowych poszczególnych zdarzeń i czynności restrukturyzacyjnych, zarówno już dokonanych, jak i planowanych, w szczególności w zakresie możliwości, sposobu i momentu rozpoznawania przez podmioty biorące udział

w takich zdarzeniach i czynnościach przychodów oraz kosztów uzyskania przychodów lub że zakwestionują one warunki finansowe takich działań, co może mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywy rozwoju.

### **Zasady opodatkowania naszej działalności oraz sektora, w którym działamy budzą liczne wątpliwości**

Zasady opodatkowania czynności i zdarzeń charakterystycznych dla naszej działalności oraz sektora, w którym działamy, budzą liczne wątpliwości interpretacyjne. Wątpliwości te odnoszą się, między innymi, do przepisów dotyczących podatków dochodowych w zakresie, w szczególności, możliwości, sposobu i momentu rozpoznawania przychodów oraz kosztów uzyskania przychodów z tytułu poszczególnych zdarzeń lub czynności jak również obowiązków dokumentacyjnych związanych z takimi zdarzeniami lub czynnościami. Innym obszarem niejasnych i skomplikowanych regulacji są przepisy dotyczące podatku od towarów i usług, zwłaszcza w zakresie przedmiotu opodatkowania, stawki podatku, podstawy opodatkowania czy momentu powstania obowiązku podatkowego w przypadku czynności podlegających opodatkowaniu podatkiem od towarów i usług. Co więcej, przepisy polskiego prawa podatkowego nie określają również w sposób jednoznaczny zasad opodatkowania innymi podatkami, w tym podatkiem od nieruchomości (zwłaszcza w zakresie ustalania przedmiotu i podstawy opodatkowania) czy cłem.

Z uwagi na częste zmiany, istniejące nieścisłości, brak jednolitej interpretacji przepisów prawa podatkowego oraz stosunkowo długi okres przedawnienia zobowiązań podatkowych, istnieje ryzyko, że nasza działalność w wybranych dziedzinach może być niedostosowana do zmieniających się regulacji prawnych (w tym podatkowych) oraz zmiennej praktyki ich stosowania.

Pomimo monitorowania ryzyk w poszczególnych obszarach naszej działalności, nie można wykluczyć ryzyka powstania sporów z organami podatkowymi w zakresie oceny skutków podatkowych poszczególnych zdarzeń i czynności charakterystycznych dla naszej działalności oraz sektora, w którym działamy, co może skutkować zakwestionowaniem przez organy podatkowe prawidłowości rozliczeń podatkowych podmiotów z Grupy Polsat w zakresie nieprzedawnionych zobowiązań podatkowych (w tym należytego wywiązywania się przez podmioty z Grupy z obowiązków płatnika) oraz określenia zaległości podatkowych tych podmiotów. Nie można również wykluczyć ryzyka kwestionowania przez organy podatkowe warunków finansowych, na których zostały dokonane poszczególne czynności lub zdarzenia. Może to mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywy rozwoju.

### **Przepisy dotyczące podatku od nieruchomości są przedmiotem licznych wątpliwości interpretacyjnych**

Grupa Polkomtel korzysta ze znacznej liczby urządzeń infrastruktury telekomunikacyjnej zlokalizowanych na nieruchomościach. Przepisy dotyczące podatku od nieruchomości są przedmiotem licznych wątpliwości interpretacyjnych, zwłaszcza w zakresie określenia przedmiotu i podstawy opodatkowania tym podatkiem. Przyczyną sporów z organami podatkowymi może być, w szczególności, kwestia interpretacji oraz zastosowania praktycznego definicji budowli na gruncie Ustawy o Podatkach i Opłatach Lokalnych. W rezultacie, nie można wykluczyć, iż spółki z Grupy Polkomtel będą prowadziły z organami podatkowymi spory dotyczące wysokości należnego podatku od nieruchomości, jak również nie można wykluczyć niekorzystnych rozstrzygnięć w tym zakresie.

Obecnie trwające prace legislacyjne nad nowelizacją Ustawy o Podatkach i Opłatach Lokalnych mają na celu, w szczególności, zmianę (doprecyzowanie) definicji budynku i budowli na gruncie tej ustawy. Ze względu na wczesny etap procesu legislacyjnego nie jest jeszcze znany ostateczny kształt tej regulacji. Jednocześnie należy mieć na uwadze, że projektowane zmiany w tej ustawie (w szczególności w zakresie ustalenia przedmiotu i podstawy opodatkowania podatkiem od nieruchomości) mogą mieć wpływ na wysokość należnego podatku od nieruchomości w zakresie wykorzystywanych przez Grupę Polkomtel urządzeń infrastruktury telekomunikacyjnej. Powyższe okoliczności mogą mieć niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową lub perspektywy rozwoju.

### **Spółki z Grupy podlegają regulacjom prawnym (w tym podatkowym) właściwym dla różnych systemów prawnych**

Z uwagi na międzynarodową strukturę Grupy, spółki należące do niej podlegają przepisom prawnym (w tym podatkowym) właściwym dla różnych systemów prawnych. Może to powodować ryzyko rozbieżności w interpretacji przepisów prawa lokalnego (w tym przepisów prawa podatkowego) przez Grupę i właściwe organy podatkowe w tych krajach, wynikające z odmienności systemów prawnych. Zróżnicowanie przepisów jakim podlegają poszczególne spółki z Grupy może skutkować również powstaniem problemów wewnątrz Grupy, w tym w zakresie prawa właściwego dla stosunków prawnych pomiędzy podmiotami należącymi do Grupy. Wątpliwości może budzić również zastosowanie i interpretacja w stosunkach między podmiotami z Grupy postanowień odpowiednich umów o unikaniu podwójnego opodatkowania zawartych pomiędzy krajami, w których prowadzą działalność spółki z Grupy.

Jednocześnie, niejednokrotnie przepisy prawa (w tym podatkowego) w krajach, w których Grupa prowadzi działalność, są niejednoznaczne i często nie istnieje jedna lub jednakowa ich interpretacja lub jednolita praktyka organów podatkowych. Ponadto, przepisy podatkowe (w tym postanowienia odpowiednich umów o unikaniu podwójnego opodatkowania) obowiązujące w krajach, w których spółki z Grupy prowadzą działalność, mogą podlegać zmianom. Zmianie może ulec również praktyka stosowania danych przepisów podatkowych przez organy podatkowe, przy czym taka zmiana może mieć charakter retroaktywny.

Z uwagi na powyższe, nie można wykluczyć potencjalnych sporów z organami podatkowymi w poszczególnych krajach, w których Grupa prowadzi działalność, a w rezultacie zakwestionowania przez te organy prawidłowości rozliczeń podatkowych podmiotów z Grupy w zakresie nieprzedawnionych zobowiązań podatkowych oraz określenia zaległości podatkowych tych podmiotów, co może mieć istotny, niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywy rozwoju.

***Nie możemy wykluczyć, że w przyszłości Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) uzna – pomimo naszej odmiennej oceny - że stosowane przez nas praktyki ograniczają konkurencję lub naruszają polskie przepisy dotyczące ochrony konsumentów***

Nasze działania podlegają kontroli organów ochrony konkurencji i konsumentów pod kątem przestrzegania polskich i europejskich przepisów zakazujących stosowania praktyk ograniczających konkurencję lub naruszających zbiorowe interesy konsumentów, takich jak np. podawanie nieścisłych informacji, nieuczciwe praktyki rynkowe, czy stosowanie zakazanych klauzul umownych. Co do zasady, nasze działania podlegają ocenie Prezesa UOKiK. Jeżeli regulator uzna nasze praktyki lub warunki umowy za sprzeczne z polskim lub unijnym prawem ochrony konkurencji i konsumentów, możemy zostać ukarani karą pieniężną oraz może ucierpieć na tym nasza reputacja. Ponadto, w przypadku uznania określonych postanowień wzorców umownych, stosowanych przez nas w umowach z konsumentami, za niedozwolone, postanowienia te zostaną wpisane do Rejestru Klauzul Niedozwolonych prowadzonego przez Prezesa UOKiK i konieczne będzie zaprzestanie ich stosowania, a co za tym idzie konieczne będzie dokonanie zmian w stosowanych przez nas wzorcach umownych.

W przypadku stwierdzenia przez Prezesa UOKiK, że stosowane przez nas praktyki ograniczają konkurencję lub naruszają prawa 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, a także zgodnie z przepisami znowelizowanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nałożyć na nas np. obowiązek wypłaty rekompensaty konsumentom, których praktyki naruszające interesy, zgodnie z decyzją, dotyczyły lub też zastosować inne środki. Ponadto w przypadku choćby nieumyślnego braku przekazywania Prezesowi UOKiK żądanych przez niego informacji lub przekazywania informacji wprowadzających w błąd, może on nałożyć na nas karę do wysokości 50 mln EUR za takie naruszenie.

Wszelkie decyzje Prezesa UOKiK oraz organów odwoławczych potwierdzające naruszenie przez nas przepisów mogą także skutkować roszczeniami odszkodowawczymi ze strony naszych konsumentów, kontrahentów oraz konkurentów. Potencjalna kwota takich roszczeń jest trudna do oszacowania, ale może być znaczna. Jeśli praktyki lub warunki naszych umów zostaną uznane za niezgodne z prawem, na spółkę mogą zostać nałożone kary oraz może ona być zobowiązana do wypłaty odszkodowań, a jej reputacja może ucierpieć, co może mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową lub perspektywy rozwoju.

Dodatkowo zmiany przepisów dotyczących ochrony konsumentów mogą zwiększyć zakres lub skalę potencjalnej naszej odpowiedzialności lub też zakres uprawnień konsumentów. Powyższe zdarzenia mogą mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową lub perspektywy rozwoju.

***Jesteśmy narażeni na niekorzystne zmiany polskich i unijnych regulacji dotyczących poziomu stawek rozliczeń międzyoperatorских (MTR) i rozliczeń roamingowych***

W ramach regulowania rynku telekomunikacyjnego w Polsce, Prezes UKE może ustalać stawki rozliczeń międzyoperatorских (MTR) za zakańczanie połączeń głosowych dla sieci telefonii komórkowej. W przeszłości regulator niejednokrotnie korzystał z powyższego uprawnienia, doprowadzając do obniżek stawki MTR. W wyniku działań Prezesa UKE, w okresie od stycznia 2010 roku do lipca 2013 roku, zanotowano spadek głosowej stawki MTR o 74%. Nie można wykluczyć, że w przyszłości zostaną dokonane kolejne obniżki stawek MTR, co może mieć bezpośredni wpływ na nasze wyniki finansowe.

Regulacjom podlegają także stosowane przez nas stawki roamingowe. W UE wprowadzone zostały ograniczenia cenowe mające zastosowanie do wszystkich operatorów sieci komórkowych działających w UE (zarówno na poziomie detalicznym

jak i hurtowym). Obecnie wysokość stawek roamingowych na terenie UE reguluje Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 listopada 2015 roku. Wprowadziło ono kolejną obniżkę opłat począwszy od 30 kwietnia 2016 roku. Dodatkowo w ramach projektu rozporządzenia w sprawie jednolitego rynku telekomunikacyjnego przewiduje się docelowe zrównanie stawek detalicznych stosowanych w roamingu w ramach UE ze stawkami krajowymi, co planowane jest na czerwiec 2017 roku. Na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania trwają konsultacje dotyczące szczegółów tych regulacji. Obniżki lub wyeliminowanie opłat roamingowych w ramach UE mogą mieć niekorzystny wpływ na nasze przychody, a w konsekwencji wyniki naszej działalności oraz sytuację finansową.

***Możemy naruszyć ustawy i rozporządzenia, które podlegają okresowym zmianom i które regulują naszą działalność w zakresie dystrybucji telewizji satelitarnej, działalności telekomunikacyjnej, nadawania telewizji, reklamy i sponsoringu***

Jesteśmy zobowiązani do przestrzegania przepisów prawa polskiego i prawa UE, które ograniczają sposób prowadzenia naszej działalności. Nasza działalność regulowana jest wieloma przepisami ustanowionymi przez władze państwowe oraz regulatorów rynku, zwłaszcza przez Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej (UKE) oraz Krajową Radę Radiofonii i Telewizji (KRRiT), które są organami odpowiedzialnymi za przestrzeganie przepisów Prawa Telekomunikacyjnego, Ustawy o Radiofonii i Telewizji oraz warunków naszych koncesji na nadawanie. Decyzje Prezesa UKE, Przewodniczącego KRRiT lub innych regulatorów mogą ograniczać sposób prowadzenia naszej działalności.

Prezes UKE reguluje naszą działalność telekomunikacyjną oraz działalność w zakresie nadawania i produkcji telewizyjnej. W ramach działalności telekomunikacyjnej dostarczamy przede wszystkim usługi telefonii komórkowej, szerokopasmowego dostępu do Internetu oraz określone usługi hurtowe na rynku międzyoperatorskim. Przedsiębiorcy telekomunikacyjni działający w Polsce podlegają licznym obowiązkom o charakterze prawnym i administracyjnym, mającym bezpośredni wpływ na prowadzoną działalność zarówno w relacjach z klientami indywidualnymi i biznesowymi (np. poprzez określanie zakresu uprawnień klientów, treść regulaminów świadczenia usług telekomunikacyjnych, wprowadzanie maksymalnych cen usług świadczonych w roamingu międzynarodowym czy ograniczanie długości kontraktów, jakie możemy zawierać z naszymi klientami) jak i klientami hurtowymi (np. poprzez określanie maksymalnej stawki za usługi zakończenia połączeń – MTR czy określanie maksymalnych stawek w rozliczeniach roamingowych). Z kolei działalność w segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej jest monitorowana przez Prezesa UKE pod kątem zgodności prowadzenia naszej działalności z warunkami rezerwacji częstotliwości przyznanych nam przez Prezesa 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 przypadku naruszenia przez nas przepisów Prawa Telekomunikacyjnego, Prezes UKE może na nas nałożyć karę pieniężną w wysokości do 3% przychodu osiągniętego przez nas w roku poprzedzającym nałożenie kary.

Regulacje KRRiT mają wpływ przede wszystkim na działalność w segmencie 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 regulacyjne nałożone na działalność naszego segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej w naszych koncesjach nadawczych. 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 częstym zmianom, dlatego też nie możemy zagwarantować, że przyszłe zmiany przepisów nie wpłyną negatywnie na naszą ofertę programową, zdolność pozyskiwania reklamodawców lub na sposób prowadzenia naszej działalności.

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 lokalnych społeczności odnośnie umiejscowienia naszych anten satelitarnych. Wszelkie ograniczenia prawne lub konflikty społeczne związane z umiejscowieniem anten satelitarnych mogą obniżyć atrakcyjność naszych usług DTH oraz doprowadzić do utraty klientów.

Postępowanie niezgodne z obowiązującymi nas przepisami prawa lub przepisami wydanymi przez organy regulacyjne może mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową i perspektywę rozwoju.

***Działalność spółek z Grupy podlega szeregowi regulacji prawnych oraz wymogom wynikającym z warunków przyznanych im rezerwacji częstotliwości, które w przyszłości mogą ulegać zmianom***

Jako operator sieci komórkowej Polkomtel podlega szeregowi regulacji prawnych, związanych z zagadnieniami takimi jak maksymalne stawki za określone usługi telekomunikacyjne, ochrona konkurencji, zapobieganie dyskryminacji, przejrzystość cen za usługi telekomunikacyjne, sprawozdawczość, ochrona danych osobowych, czy też bezpieczeństwo narodowe. Ewentualne naruszenie obowiązujących regulacji prawnych lub warunków przyznanych Polkomtelowi oraz innych spółkom z Grupy rezerwacji częstotliwości może, w określonych przypadkach, skutkować nałożeniem na Polkomtel i inne spółki z Grupy kar, utratą reputacji, brakiem możliwości pozyskania nowych częstotliwości, a nawet utratą obecnych rezerwacji. Przyszłe zmiany w otoczeniu regulacyjnym Grupy mogą okazać się niekorzystne dla prowadzonej przez nas działalności, na przykład poprzez zwiększenie kosztów takiej działalności.

Istotną i aktywną rolę w zapewnieniu przestrzegania przepisów telekomunikacyjnych przez podmioty działające na rynku telekomunikacyjnym w Polsce, odgrywają regulatorzy polskiego rynku telekomunikacyjnego, w tym w szczególności Prezes UKE. Prezes UKE posiada szereg uprawnień regulacyjnych i nadzorczych, między innymi w zakresie świadczenia usług łączności elektronicznej oraz zarządzania zasobami częstotliwości radiowych i zasobami orbitalnymi. Jeśli uzna on, że określony rynek nie jest wystarczająco konkurencyjny, może wyznaczyć jednego lub większą liczbę operatorów jako operatorów o znaczącej pozycji rynkowej (SMP) na takim rynku i nałożyć na nich określone obowiązki, takie jak, między innymi, obowiązek przyjmowania wniosków innych dostawców usług telekomunikacyjnych o udzielenie dostępu telekomunikacyjnego oraz obowiązek przygotowywania i składania projektów ramowych ofert na dostęp telekomunikacyjny, które mają służyć jako podstawa współpracy pomiędzy operatorem mającym znaczącą pozycję rynkową, a jego konkurentami. Polkomtel został wyznaczony jako operator o znaczącej pozycji rynkowej na hurtowym rynku zakańczania połączeń głosowych w sieciach komórkowych oraz hurtowym rynku zakańczania połączeń w sieciach stacjonarnych, w wyniku czego podlega na nich ścisłemu obowiązkowi regulacyjnym. W ramach ciągłego świadczenia usług telekomunikacyjnych w Polsce Polkomtel podlega też częstym kontrolom prowadzonym przez Prezesa UKE, w szczególności celem zapewnienia przestrzegania warunków rezerwacji częstotliwości przyznanych przez Prezesa UKE. W przypadku gdyby Prezes UKE stwierdził, że Polkomtel naruszył przepisy Prawa Telekomunikacyjnego, spółka może zostać zmuszona do zapłaty kary w wysokości do 3% jej przychodów za rok poprzedzający datę nałożenia kary oraz ukarana zakazem dalszego świadczenia usług telekomunikacyjnych w Polsce.

Ponadto Prezes UKE może wyznaczyć jednego lub większą liczbę operatorów telekomunikacyjnych do zagwarantowania świadczenia usług powszechnych, które obejmują usługi głosowe i dostęp do Internetu, a także świadczenie i utrzymywanie dostępu do sieci dla klientów, a operator taki może następnie zwrócić się do Prezesa UKE o rekompensatę, wyliczoną w oparciu o poniesione koszty netto, od pozostałych operatorów telekomunikacyjnych, w tym Polkomtelu.

Rynek telekomunikacyjny w Polsce podlega także nadzorowi Ministra Cyfryzacji, którego uprawnienia obejmują, między innymi, prawo do ustalania ogólnych zasad oraz konkretnych wymogów dotyczących przetargów i konkursów na rezerwacje częstotliwości, opłat za korzystanie z krajowych zasobów numeracyjnych, opłaty telekomunikacyjnej, szczególnych wymagań dotyczących dostępu do sieci telekomunikacyjnych, rachunkowości regulacyjnej i wyliczania kosztów usług, a także jakości usług telekomunikacyjnych i procesów reklamacyjnych. W swojej działalności Polkomtel podlega także nadzorowi Prezesa UOKiK, Generalnego Inspektora Ochrony Danych Osobowych oraz innych organów administracji.

Nie można zagwarantować, że Polkomtel będzie w stanie spełnić wszystkie wymogi jakie nakładają na spółkę, lub będą w przyszłości nakładać, przepisy polskie oraz UE, jak też warunki rezerwacji częstotliwości, z których korzysta Polkomtel, jak również, że będzie on w stanie przestrzegać wszystkich mających zastosowanie do jego działalności przepisów prawa lub warunków rezerwacji oraz że nie będzie on narażony na koszty, kary, sankcje lub roszczenia związane z ewentualnymi naruszeniami takich wymogów lub przepisów, co z kolei może mieć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową lub perspektywę rozwoju.

***Nie można wykluczyć naruszenia przez nas przepisów o ochronie danych osobowych lub wymogów stawianych przez Generalnego Inspektora Ochrony Danych Osobowych***

W ramach swojej działalności, gromadzimy, przechowujemy i wykorzystujemy dane klientów podlegające ochronie prawnej na mocy przepisów o ochronie danych osobowych. Ewentualna nieskuteczność wdrożonych przez nas rozwiązań mających na celu ochronę danych osobowych, może skutkować, przykładowo, ujawnieniem danych osobowych klientów, czy to w wyniku ludzkiego błędu, umyślnego, bezprawnego działania osób trzecich czy też awarii systemów informatycznych, lub skutkować innym, niewłaściwym wykorzystaniem tych danych. Naruszenie przepisów o ochronie danych osobowych, a także wymogów stawianych przez GIODO, może skutkować nałożeniem na nas grzywnien, a także utratą zaufania klientów, a tym samym wywrzeć znaczący niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową lub perspektywę rozwoju.

Korzystamy z dostawców zewnętrznych, współpracujemy z zewnętrznymi partnerami, agentami, dostawcami i innymi zewnętrznymi podmiotami, w związku z czym nie jesteśmy w stanie wyeliminować ryzyka wystąpienia awarii systemów związanych z przechowywaniem lub przesyłaniem informacji zastrzeżonych w tych podmiotach. Naruszenie przepisów prawa dotyczących ochrony danych osobowych przez nas lub przez te podmioty może skutkować nałożeniem grzywnien, utratą reputacji i utratą klientów, a w konsekwencji wywrzeć istotny niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności, sytuację finansową lub perspektywy rozwoju.

## 6.6. Czynniki ryzyka związane z Obligacjami Serii A

### ***Obligacje mogą nie zostać spłacone***

Inwestycja w Obligacje wiąże się z ryzykiem kredytowym Spółki, którego rozmiar jest determinowany przez zdolność Spółki do spłaty zadłużenia. Ryzyko to może się zrealizować, gdy Obligacje nie zostaną wykupione, nie zostaną zapłacone odsetki od Obligacji albo obie te czynności łącznie nie zostaną dokonane w terminach określonych w Warunkach Emisji. Zdolność Spółki do spłaty zadłużenia zależy od szeregu czynników, zarówno znajdujących się pod jej kontrolą, jak i poza nią. Niektóre z istniejących lub przyszłych zobowiązań finansowych Spółki, w tym zobowiązania kredytowe, a także inne zobowiązania o podobnym charakterze, mogą stać się wymagalne przed dniem wykupu Obligacji. Jeżeli Spółka nie będzie zdolna do wygenerowania wystarczających przepływów pieniężnych, może nie mieć środków do terminowej spłaty całości lub części swojego zadłużenia, w tym zadłużenia wynikającego z Obligacji.

Zdolność Spółki do obsługi zadłużenia każdorazowo zależy m.in. od sytuacji finansowej Spółki w danym czasie oraz, w przypadku refinansowania, ograniczeń dotyczących zaciągania zadłużenia zawartych w umowach kredytowych, którym podlega Spółka lub jej majątek, oraz warunków rynkowych, na jakich zadłużenie mogłoby zostać zrefinansowane. Nie można zapewnić, że w przyszłości refinansowanie będzie możliwe na warunkach akceptowalnych dla Spółki. Nie można ponadto zapewnić, że w przyszłości możliwe będzie pozyskanie dodatkowego finansowania. Jeżeli refinansowanie lub pozyskanie dodatkowego finansowania nie będzie w przyszłości możliwe, Spółka może być zmuszona do sprzedaży swoich aktywów w okolicznościach, które mogą uniemożliwić uzyskanie optymalnych warunków sprzedaży.

Ziszczenie się ryzyka kredytowego Spółki może mieć istotny negatywny wpływ na wartość Obligacji i spowodować, że Obligatariusze nie odzyskają kwoty, którą zainwestowali w Obligacje albo odzyskają kwotę niższą od zainwestowanej.

### ***Obligacje nie są zabezpieczone rzeczowo***

Obligacje będą emitowane jako obligacje nieposiadające zabezpieczenia rzeczowego. Niektóre nasze zobowiązania zostały zabezpieczone poprzez ustanowienie hipotek lub zastawów na składnikach naszego majątku albo poprzez przewłaszczenie lub cesję na zabezpieczenie. W przyszłości możemy ponadto ustanowić inne zabezpieczenia o charakterze rzeczowym lub nierzeczowym w związku z obecnym lub przyszłym zadłużeniem. Oznacza to, że w przypadku dochodzenia zaspokojenia ze składników naszego majątku przez wierzycieli, składniki majątku obciążone zabezpieczeniami zostaną w pierwszej kolejności przeznaczone na zaspokojenie roszczeń wierzycieli zabezpieczonych rzeczowo. Niewykluczone, że w takiej sytuacji wartość pozostałych składników majątku przeznaczonych dla zaspokojenia pozostałych wierzycieli, w tym Obligatariuszy, będzie niewystarczająca do ich zaspokojenia, w związku z czym Obligatariusze nie odzyskają kwoty, którą zainwestowali w Obligacje albo odzyskają kwotę niższą od zainwestowanej.

### ***Obligacje mogą zostać przedterminowo wykupione na żądanie Obligatariusza***

Warunki Emisji przewidują możliwość żądania przez Obligatariuszy przedterminowego wykupu posiadanych przez nich Obligacji po wystąpieniu tzw. Przypadków Naruszenia. Obligatariusze powinni mieć świadomość, że w odniesieniu do większości Przypadków Naruszenia prawo do żądania przedterminowego wykupu może być wykonane dopiero po uzyskaniu zgody Zgromadzenia Obligatariuszy. W przypadku, gdyby tylko niektórzy Obligatariusze wystąpili z żądaniem przedterminowego wykupu Obligacji, wykupienie jedynie części Obligacji może mieć negatywny wpływ na ich płynność, a w konsekwencji na ich wartość.

### ***Obligacje mogą zostać przedterminowo wykupione z innych powodów niż na żądanie Obligatariusza***

Zgodnie z Warunkami Emisji Spółka ma w każdym czasie prawo do dokonania przedterminowego wykupu Obligacji. Prawo to może zostać wykonane w każdym czasie przed dniem wykupu, zarówno w odniesieniu do wszystkich, jak i części wyemitowanych i niewykupionych Obligacji, jednak przedterminowy wykup każdorazowo nie może dotyczyć Obligacji stanowiących mniej niż 10% łącznej wartości nominalnej Obligacji lub wszystkich niewykupionych Obligacji, w przypadku gdy ich łączna wartość nominalna była niższa niż kwota wskazana powyżej. Ponadto zgodnie z art. 74 ust. 5 Ustawy o Obligacjach w razie likwidacji Spółki Obligacje podlegają natychmiastowemu wykupowi z dniem otwarcia likwidacji, chociażby termin ich wykupu jeszcze nie nastąpił.

W przypadku likwidacji Spółki lub skorzystania przez nią z prawa do przedterminowego wykupu Obligacji, w odniesieniu do Obligacji objętych przedterminowym wykupem skróceniu ulegnie horyzont inwestycyjny Obligatariusza, co może spowodować, że stopa zwrotu z inwestycji w Obligacje będzie niższa od oczekiwanej.

***Nasze zadłużenie może się zwiększyć i możemy dokonać innych czynności, które mogą nie być w najlepszym interesie Obligatariuszy***

Spółka oraz spółki z Grupy mogą zwiększyć swoje zadłużenie poprzez m.in. zaciągnięcie pożyczek, kredytów lub emisje nowych dłużnych papierów wartościowych. Dodatkowo możemy realizować zmiany w ramach struktury Grupy, rozporządzać naszymi aktywami albo dokonywać określonych transakcji, a w szczególności transakcji wewnątrzgrupowych, oraz dokonywać podziału zysku na rzecz naszych akcjonariuszy. W pewnych okolicznościach opisane powyżej przypadki mogą nie być w najlepszym interesie Obligatariuszy i mogą, z jednej strony, negatywnie wpływać na naszą zdolność do spełnienia zobowiązań z Obligacji (oraz naszą ogólną sytuację finansową), a z drugiej strony mogą ograniczyć zdolność Obligatariuszy do realizacji uprawnień wynikających z Obligacji.

***Zgromadzenie Obligatariuszy może nie podjąć określonych uchwał lub podejmować uchwały sprzeczne z interesem Obligatariuszy głosujących przeciw uchwałom lub nieuczestniczących w Zgromadzeniu Obligatariuszy***

Zgodnie z Warunkami Emisji, część decyzji dotyczących Obligacji jest podejmowanych na Zgromadzeniu Obligatariuszy. Zwołanie Zgromadzenia Obligatariuszy wymaga podjęcia określonych czynności, zaś decyzje podejmowane są większością głosów. Ponadto zgodnie z regulaminem Zgromadzenia Obligatariuszy jest ono ważne, w przypadku gdy w Zgromadzeniu Obligatariuszy biorą udział Obligatariusze reprezentujący co najmniej 50% Skorygowanej Łącznej Wartości Nominalnej Obligacji. Zgromadzenie Obligatariuszy nie będzie więc mogło podejmować uchwał, jeżeli wezmą w nim udział Obligatariusze reprezentujący mniej niż wskazaną powyżej wartość nominalną Obligacji.

W związku z powyższym istnieje ryzyko, że działania podejmowane w wyniku uchwał podjętych przez Zgromadzenia Obligatariuszy mogą być sprzeczne z interesem Obligatariuszy głosujących przeciw uchwałom lub nieuczestniczących w Zgromadzeniu Obligatariuszy. Istnieje ponadto ryzyko, że Obligatariusze ubiegający się o podjęcie określonej uchwały, w szczególności dotyczącej możliwości skorzystania przez Obligatariusza z prawa do żądania w określonych przypadkach przedterminowego wykupu Obligacji, mogą nie uzyskać większości głosów lub kworum wymaganego do podjęcia takiej uchwały.

***Uchwały Zgromadzenia Obligatariuszy mogą zostać zaskarżone***

Zgodnie z art. 70 ust. 1 Ustawy o Obligacjach uchwała Zgromadzenia Obligatariuszy, która rażąco narusza interesy Obligatariuszy lub jest sprzeczna z dobrymi obyczajami, może być zaskarżona w drodze wytoczonego przeciwko Spółce powództwa o uchylenie uchwały. Natomiast zgodnie z art. 71 ust. 1 Ustawy o Obligacjach uchwała Zgromadzenia Obligatariuszy, która jest sprzeczna z prawem, może być zaskarżona w drodze wytoczonego przeciwko Spółce powództwa o stwierdzenie nieważności uchwały.

Nie można wykluczyć, że uchwały podjęte przez Zgromadzenie Obligatariuszy zostaną zaskarżone przez niektórych Obligatariuszy. W przypadku skutecznego zaskarżenia uchwały Zgromadzenia Obligatariuszy umożliwiającej Obligatariuszom żądanie przedterminowego wykupu Obligacji, Obligatariusze mogą zostać pozbawieni tej możliwości. Natomiast skuteczne zaskarżenie niektórych uchwał Zgromadzenia Obligatariuszy dotyczących zmiany Warunków Emisji może negatywnie wpłynąć na zdolność Spółki do wykonywania w terminie zobowiązań wynikających z Obligacji, w tym w szczególności na zdolność do dokonywania płatności z Obligacji.

***Po Dniu Ustalenia Praw do Świadczeń z Obligacji z tytułu wykupu Obligacje mogą być wyłączone z obrotu***

Zgodnie z art. 8 ust. 6 Ustawy o Obligacjach po ustaleniu uprawnionych do świadczeń z tytułu wykupu obligacji niemającej postaci dokumentu prawa z tej obligacji nie mogą być przenoszone. Warunki Emisji przewidują rejestrację Obligacji w depozycie papierów wartościowych prowadzonym przez KDPW. Oznacza to, że dopóki Obligacje będą zarejestrowane w tym depozycie albo pozbawione postaci dokumentu w inny sposób, wraz z upływem Dnia Ustalenia Praw do Świadczeń z Obligacji z tytułu wykupu nie będzie możliwe przenoszenie praw z Obligacji, a w szczególności może nie być możliwa sprzedaż Obligacji w razie niedokonania przez Spółkę ich terminowego wykupu. W powyższych przypadkach Obligatariusze mogą zostać pozbawieni możliwości wyjścia z inwestycji w Obligacje nawet, gdy pozyskają osobę zainteresowaną nabyciem Obligacji.

***Kurs notowań i płynność Obligacji mogą podlegać wahanom***

Nie można zapewnić, że utrzymać się będzie płynny rynek Obligacji na rynku ASO. Nie można przewidzieć poziomu zainteresowania inwestorów Obligacjami. W związku z tym nie można wykluczyć występowania znacznych wahań kursów

Obligacji, ani że inwestorzy nie będą w stanie kupić lub sprzedać Obligacji po oczekiwanych cenach lub w oczekiwanych terminach. Na kurs notowań Obligacji może wpływać ponadto szereg innych czynników, w tym m.in. ogólne trendy ekonomiczne, zmiany ogólnej sytuacji na rynkach finansowych, zmiany prawa i innych regulacji w Polsce i UE, zmiany prognoz przez analityków giełdowych oraz faktyczne lub przewidywane zmiany w naszej działalności, naszej sytuacji lub naszych wynikach finansowych. Wahania na rynku papierów wartościowych w przyszłości mogą również mieć niekorzystny wpływ na kurs Obligacji, niezależnie od naszej działalności, naszej sytuacji finansowej i naszych wyników z działalności lub naszych perspektyw rozwoju.

### **Ryzyko stóp procentowych**

Nie można wykluczyć, że stopy procentowe, w tym stopa bazowa Obligacji, nie będą w przyszłości ulegały istotnym zmianom. W stosunku do Obligacji stopę procentową dla danego okresu odsetkowego stanowi stopa bazowa (równa stawce WIBOR dla sześciomiesięcznych depozytów złotych) powiększona o marżę odsetkową. Obniżenie stóp procentowych, w tym stopy bazowej Obligacji, w szczególności związane z pogarszającymi się warunkami gospodarczymi, może spowodować obniżenie rentowności Obligacji. Z drugiej strony, znaczne podwyższenie stóp procentowych, w tym stopy bazowej Obligacji, może zwiększyć koszty obsługi zadłużenia wynikającego z Obligacji lub innych źródeł finansowania dłużnego i negatywnie wpłynąć na naszą sytuację finansową i wyniki naszej działalności, a w konsekwencji na wartość Obligacji oraz na naszą zdolność do dokonywania płatności z Obligacji.

### **Warunki Emisji nie zawierają klauzuli ubruutowienia dotyczącej należnych podatków**

Inwestycja w Obligacje może wiązać się z koniecznością poniesienia przez Obligatariuszy kosztów należnych podatków.

Warunki Emisji nie zawierają klauzuli „ubruutowienia” dotyczącej podatków od płatności dokonywanych na rzecz Obligatariuszy. Jeżeli z jakiegokolwiek tytułu Obligacji związany będzie obowiązek pobrania i zapłaty przez Spółkę jakiegokolwiek podatku, opłaty lub innych należności publicznoprawnych, Spółka nie będzie zobowiązana do dokonania na rzecz Obligatariuszy zapłaty jakichkolwiek kwot wyrównujących pobrane podatki, opłaty lub inne należności publicznoprawne, ani jakichkolwiek innych płatności.

Obowiązek ponoszenia kosztów należnych podatków w związku z nabywaniem, posiadaniem (w zakresie jakichkolwiek płatności z tytułu Obligacji) lub zbywaniem Obligacji może spowodować, iż stopa zwrotu z inwestycji w Obligacje będzie niższa od oczekiwanej.

### **Podlegamy ograniczeniom określonym w Warunkach Emisji**

Warunki Emisji nakładają na nas pewne obowiązki, które ograniczają naszą możliwość do pozyskania finansowania przyszłej działalności operacyjnej lub inwestycyjnej, a także do korzystania z innych okazji biznesowych, które mogą nas interesować. Warunki Emisji nakładają na nas obowiązek utrzymywania określonych wskaźników finansowych na wymaganych poziomach, a także ograniczają m.in.:

- nabywanie lub obejmowanie akcji lub udziałów w spółkach;
- udzielanie gwarancji lub poręczeń, przystępowanie do długu oraz zwalnianie z odpowiedzialności;
- udzielanie pożyczek;
- rozporządzanie aktywami;
- wypłacanie dywidendy, zaliczek na poczet dywidendy, ceny za nabywane akcje własne lub zwrot dopłat;
- zaciąganie zadłużenia finansowego; oraz
- zawieranie układów.

Pełna lista ograniczeń została zawarta w Warunkach Emisji.

Jeżeli zgodnie z warunkami naszego zadłużenia finansowego nastąpi przypadek naruszenia, który nie zostanie naprawiony lub uchylony, wierzyciele mogą wstrzymać zaangażowanie dotyczące takiego zadłużenia i sprawić, że wszelkie niespłacone kwoty z tytułu tego zadłużenia staną się wymagalne, co z kolei mogłoby skutkować naruszeniem warunków innego zadłużenia finansowego, w tym Obligacji. Jakiegokolwiek działania w tym kierunku mogłyby postawić nas w stan upadłości lub likwidacji, co mogłoby sprawić, że Obligatariusze nie odzyskają kwoty, którą zainwestowali w Obligacje albo odzyskają kwotę niższą od zainwestowanej.



### **Obrót Obligacjami może zostać zawieszony**

Zgodnie z art. 78 ust. 3 ustawy o obrocie instrumentami finansowymi z dnia 29 lipca 2005 roku, w przypadku, gdy obrót określonymi instrumentami finansowymi jest dokonywany w okolicznościach, które wskazują na możliwość zagrożenia prawidłowego funkcjonowania alternatywnego systemu obrotu lub bezpieczeństwa obrotu dokonywanego w tym alternatywnym systemie obrotu, lub naruszenia interesów inwestorów, firma inwestycyjna organizująca alternatywny system obrotu, na żądanie KNF, jest obowiązana zawiesić obrót tymi instrumentami na okres nie dłuższy niż miesiąc.

GPW, jako właściwy organizator alternatywnego systemu obrotu, może na podstawie § 11 Regulaminu ASO GPW zawiesić obrót instrumentami finansowymi na okres nie dłuższy niż trzy miesiące:

- na wniosek Spółki;
- jeżeli uzna, że wymaga tego interes i bezpieczeństwo uczestników obrotu.

Ponadto GPW może bezterminowo zawiesić obrót instrumentami dłużnymi przed podjęciem decyzji o ich wykluczeniu z obrotu oraz w przypadku opisanym w punkcie *GPW może nałożyć na Spółkę kary regulaminowe* poniżej.

Nie możemy wykluczyć, że w przyszłości powstaną przesłanki zawieszenia obrotu Obligacjami. W okresie zawieszenia obrotu Obligacjami inwestorzy nie mają możliwości nabywania i zbywania takich papierów wartościowych w ASO, co wpływa negatywnie na ich płynność. Sprzedaż Obligacji poza ASO może zostać dokonana po istotnie niższych cenach w stosunku do ostatnich kursów transakcyjnych w obrocie w ASO.

### **Obligacje mogą zostać wykluczone z obrotu**

Zgodnie z art. 78 ust. 4 ustawy o obrocie instrumentami finansowymi z dnia 29 lipca 2005 roku, na żądanie KNF, organizator alternatywnego systemu obrotu wyklucza wskazane przez KNF instrumenty finansowe, w przypadku gdy obrót nimi zagraża w sposób istotny prawidłowemu funkcjonowaniu alternatywnego systemu obrotu lub bezpieczeństwu obrotu dokonywanego w tym alternatywnym systemie obrotu, lub powoduje naruszenie interesów inwestorów.

Stosownie do Regulaminu ASO, GPW jako właściwy organizator alternatywnego systemu obrotu, może wykluczyć instrumenty finansowe z obrotu:

- na wniosek Spółki, z zastrzeżeniem możliwości uzależnienia decyzji w tym zakresie od spełnienia przez Spółkę dodatkowych warunków;
- jeżeli uznają, że wymagają tego interes i bezpieczeństwo uczestników obrotu;
- wskutek ogłoszenia upadłości Spółki albo w przypadku oddalenia przez sąd wniosku o ogłoszenie upadłości z powodu braku środków w majątku Spółki na zaspokojenie kosztów postępowania;
- wskutek otwarcia likwidacji Spółki.

GPW może wykluczyć instrumenty finansowe z obrotu również wskutek podjęcia decyzji o połączeniu Spółki z innym podmiotem, jego podziale lub przekształceniu, przy czym wykluczenie instrumentów finansowych z obrotu może nastąpić odpowiednio nie wcześniej niż z dniem połączenia, dniem podziału (wydzielenia) albo z dniem przekształcenia.

Ponadto GPW może wykluczyć instrumenty finansowe z obrotu również w przypadku opisanym w punkcie *GPW może nałożyć na Spółkę kary regulaminowe* poniżej.

Dodatkowo GPW wykluczy z obrotu instrumenty finansowe:

- w przypadkach określonych przepisami prawa;
- jeżeli zbywalność tych instrumentów jest ograniczona;
- w przypadku zniesienia dematerializacji tych instrumentów;
- po upływie 6 miesięcy od dnia uprawomocnienia się postanowienia o ogłoszeniu upadłości Spółki, obejmującej likwidację jej majątku, lub postanowienia o oddaleniu przez sąd wniosku o ogłoszenie tej upadłości z powodu braku środków w majątku Spółki na zaspokojenie kosztów postępowania.

Nie jesteśmy w stanie przewidzieć, czy w przyszłości nie wystąpi którakolwiek z przesłanek stanowiących podstawę do wykluczenia Obligacji z obrotu. Wraz z wykluczeniem Obligacji z obrotu inwestorzy tracą możliwość dokonywania obrotu tymi

papierami wartościowymi w ASO, co w negatywny sposób może wpłynąć na ich płynność. Sprzedaż Obligacji poza ASO może zostać dokonana po istotnie niższych cenach w stosunku do ostatnich kursów transakcyjnych w obrocie w ASO.

#### **GPW może nałożyć na Spółkę kary regulaminowe**

Zgodnie z § 17c ust. 1 Regulaminu ASO GPW w przypadku, gdy Spółka nie przestrzega zasad lub przepisów obowiązujących na ASO lub nie wykonuje albo wykonuje nienależycie określone w Regulaminie ASO obowiązki, w tym w szczególności ciążące na Spółce obowiązki informacyjne, GPW może upomnieć Spółkę lub nałożyć na nią karę pieniężną w wysokości do 50.000 zł. Podejmując decyzję o nałożeniu kary upomnienia lub kary pieniężnej, GPW może wyznaczyć Spółce termin na zaniechanie dotychczasowych naruszeń lub podjęcie działań mających na celu zapobieżenie takim naruszeniom w przyszłości, w szczególności może zobowiązać Spółkę do opublikowania określonych dokumentów lub informacji w trybie i na warunkach obowiązujących w ASO.

Ponadto, zgodnie z Regulaminem ASO, w przypadku gdy Spółka:

- nie wykonuje nałożonej na nią kary; lub
- pomimo jej nałożenia nadal nie przestrzega zasad lub przepisów obowiązujących na ASO; lub
- nie wykonuje lub nienależycie wykonuje obowiązki określone w rozdziale V Regulaminu ASO GPW; lub
- nie wykonuje nałożonych na nią obowiązków w zakresie zaniechania, w terminie wyznaczonym przez GPW, dotychczasowych naruszeń lub podjęcia w takim terminie działań mających na celu zapobieżenie takim naruszeniom w przyszłości (w szczególności poprzez opublikowanie określonych dokumentów lub informacji w trybie i na warunkach obowiązujących na ASO).

Wówczas GPW może:

- nałożyć na Spółkę karę pieniężną, przy czym kara ta łącznie z karą pieniężną nałożoną na podstawie przepisu, o którym mowa w akapicie powyżej, nie może przekraczać 50.000 zł;
- zawiesić obrót instrumentami dłużnymi Spółki na ASO;
- wykluczyć instrumenty dłużne Spółki z obrotu na ASO.

Ponadto GPW może opublikować na swojej stronie internetowej informację o stwierdzeniu naruszenia przez Spółkę zasad lub przepisów obowiązujących w ASO, niewykonywania lub nienależytego wykonywania przez Spółkę obowiązków, lub o nałożeniu kary na Spółkę.

Zaistnienie powyższych okoliczności może mieć negatywny wpływ na wartość Obligacji.

## 7. CYFROWY POLSAT NA RYNKU KAPITAŁOWYM

### 7.1. 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 2016 roku:

Seria	Liczba akcji	Rodzaj	Liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu	Wartość nominalna /PLN
A	2.500.000	Uprzywilejowane co do prawa głosu (2 głosy na akcję)	5.000.000	100.000,0
B	2.500.000	Uprzywilejowane co do prawa głosu (2 głosy na akcję)	5.000.000	100.000,0
C	7.500.000	Uprzywilejowane co do prawa głosu (2 głosy na akcję)	15.000.000	300.000,0
D	166.917.501	Uprzywilejowane co do prawa głosu (2 głosy na akcję)	333.835.002	6.676.700,0
D	8.082.499	Zwykłe na okaziciela	8.082.499	323.300,0
E	75.000.000	Zwykłe na okaziciela	75.000.000	3.000.000,0
F	5.825.000	Zwykłe na okaziciela	5.825.000	233.000,0
H	80.027.836	Zwykłe na okaziciela	80.027.836	3.201.113,4
I	47.260.690	Zwykłe na okaziciela	47.260.690	1.890.427,6
J	243.932.490	Zwykłe na okaziciela	243.932.490	9.757.299,6
<b>Razem</b>	<b>639.546.016</b>		<b>818.963.517</b>	<b>25.581.840,6</b>
w tym:	179.417.501	imiennie	358.835.002	7.176.700,0
	460.128.515	w obrocie giełdowym	460.128.515	18.405.140,6

Obecnie kapitał zakładowy Spółki wynosi 25.581.840,64 zł i składa się z 639.546.016 akcji. Całkowita liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki wynosi obecnie 818.963.517.

Struktura akcjonariatu na dzień zatwierdzenia niniejszego Sprawozdania oraz opis zmian w strukturze własności znacznych pakietów akcji Spółki w okresie od przekazania poprzedniego raportu okresowego zostały szczegółowo przedstawione w punkcie 8.4 – *Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego – Kapitał zakładowy i akcjonariat Cyfrowego Polsatu*.

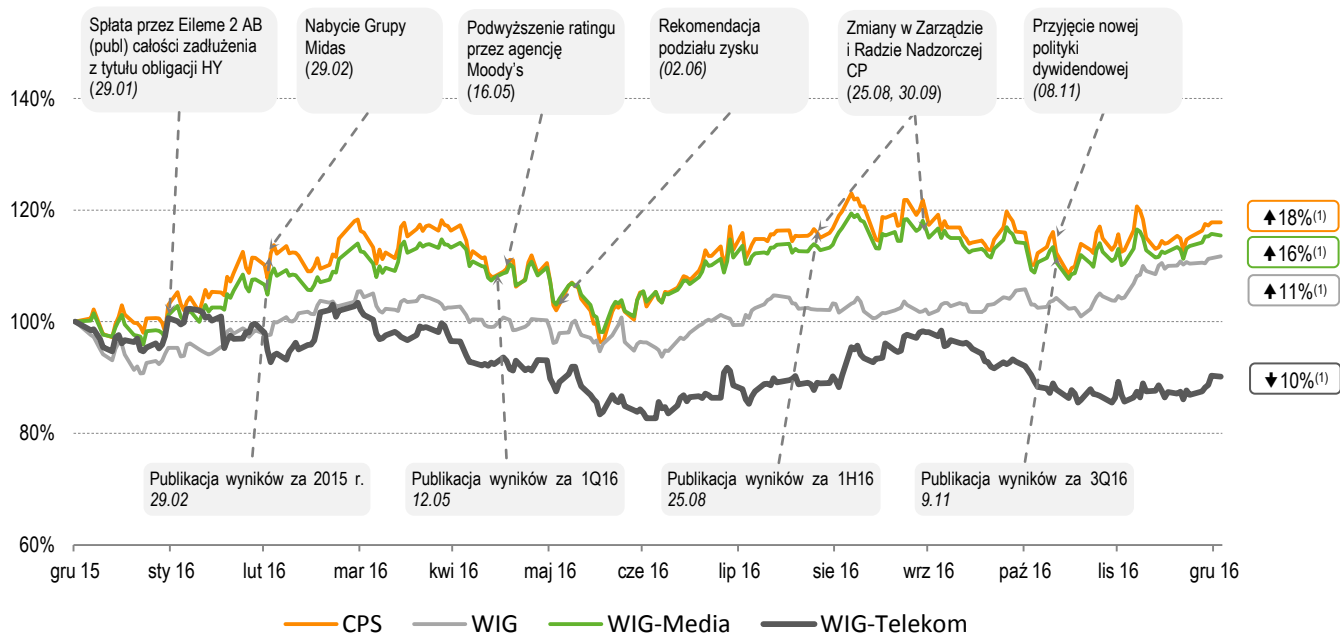
#### Podstawowe dane o akcjach w obrocie giełdowym

Data pierwszego notowania	6 maja 2008 r.
Składowa indeksów	WIG, WIG20, WIG30, WIG-telekomunikacja
Makrosektor/sektor	TECHNOLOGIE/telekomunikacja
Rynek	podstawowy
System notowań	ciągły
International Securities Identification Number (ISIN)	PLCFRPT00013
Kody identyfikacyjne Cyfrowego Polsatu:	
• GPW	CPS
• Reuters	CYFWF.PK
• Bloomberg	CPS:PW

## 7.2. Notowania akcji

### Kurs akcji Cyfrowego Polsatu w 2016 roku

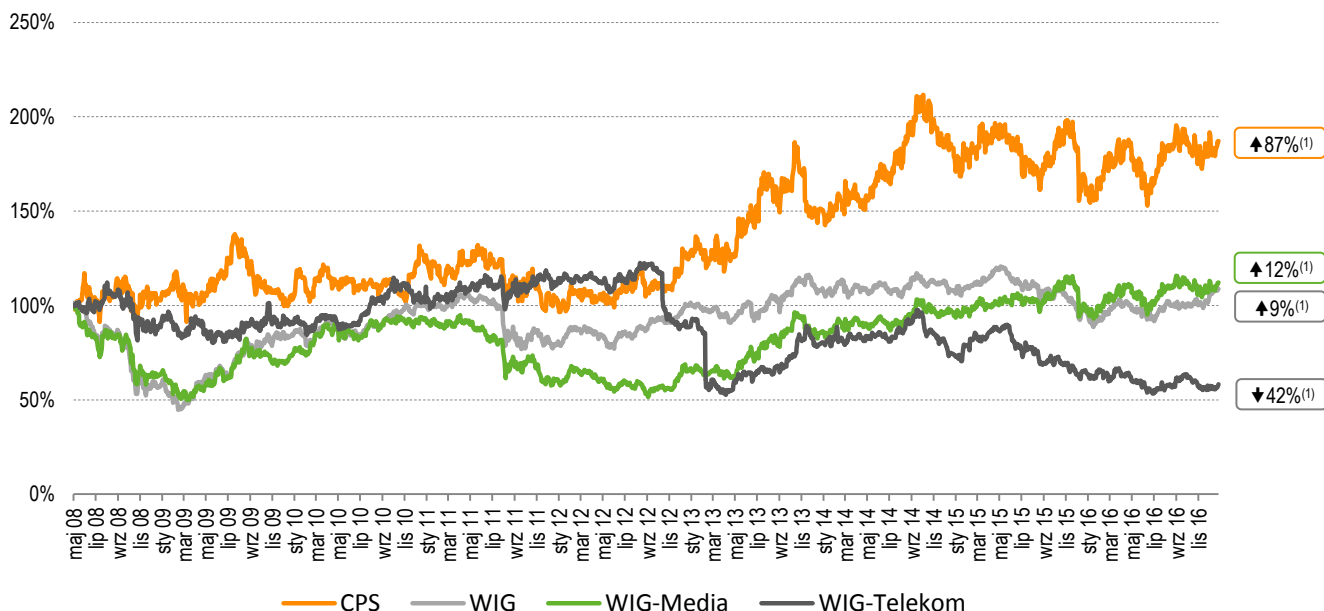
(rebazowany; 100 = zamknięcie sesji 30 grudnia 2015 roku)



<sup>(1)</sup> zmiana 30.12.2016 vs 30.12.2015

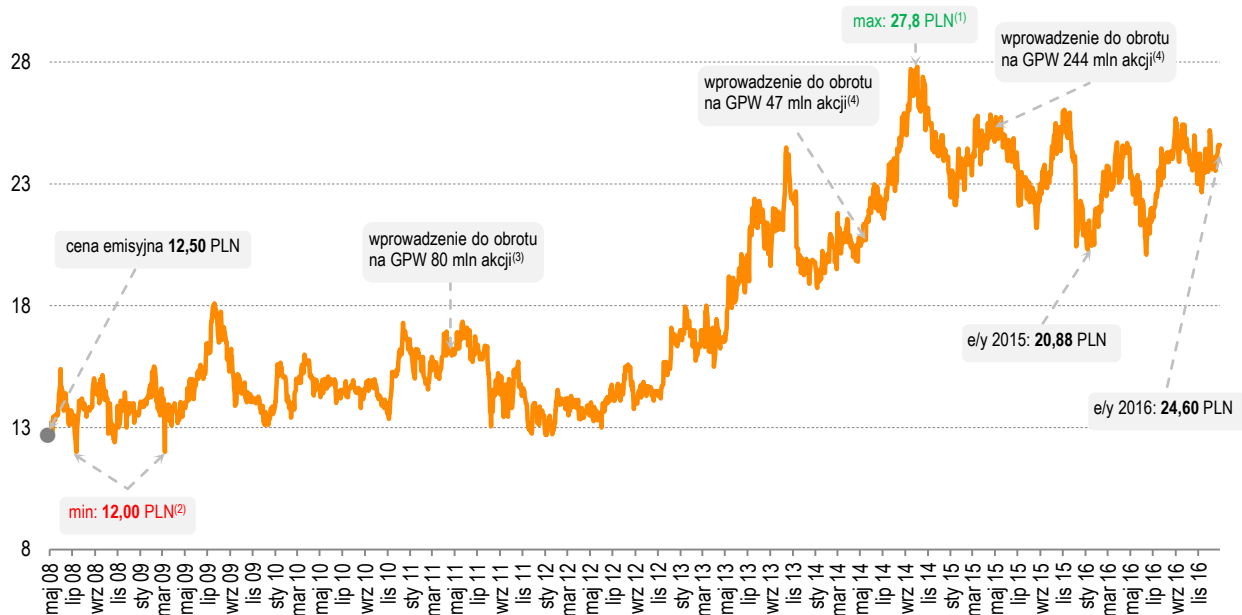
### Kurs akcji Cyfrowego Polsatu od debiutu na GPW w maju 2008 roku do końca 2016 roku na tle indeksów giełdowych

(rebazowany; 100 = zamknięcie sesji 6 maja 2008 roku)



<sup>(1)</sup> zmiana 30.12.2016 vs. 06.05.2008

### Cena akcji Cyfrowego Polsatu od debiutu na GPW (PLN)



(1) Kurs z dnia 6-7.10.2014

(2) Kurs z dnia: 15-16.07.2008, 12.03.2009

(3) W dniu 20 kwietnia 2011 roku Spółka wyemitowała 80.027.836 akcji zwykłych na okaziciela Serii H o wartości nominalnej 0,04 zł każda. W dniu 30 maja 2011 roku, 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 roku zgodnie z uchwałą 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.

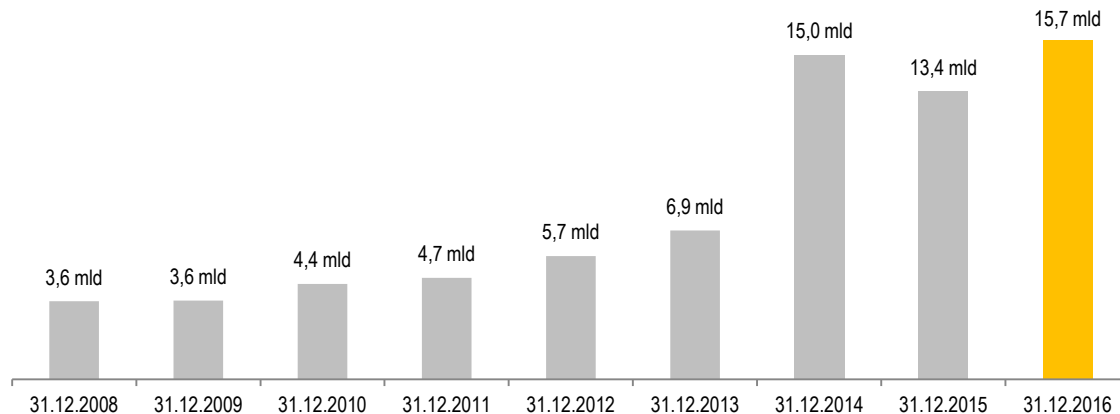
(4) W dniu 7 maja 2014 roku Spółka wyemitowała 47.260.690 akcji Serii i oraz 243.932.490 akcji Serii J o wartości nominalnej 0,04 zł każda. W dniu 14 maja 2014 roku, akcje te zostały zarejestrowane w Krajowym Depozycie Papierów Wartościowych pod kodami ISIN odpowiednio PLCFRPT00013 oraz PLCFRPT00021. Akcje serii I zostały dopuszczone do obrotu w dniu 12 maja 2014 roku, natomiast akcje serii J w dniu 20 kwietnia 2015 r. Zgodnie z uchwałami Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Emisja akcji serii I i J posłużyła jako źródło finansowania transakcji nabycia Metelem Holding Company Limited. Wyemitowane akcje zostały objęte przez akcjonariuszy Metelem Holding Company Limited.

### Akcje Cyfrowego Polsatu na giełdzie w 2016 roku

		2016	2015
Cena akcji na koniec roku	PLN	24,60	20,88
Najwyższa cena w roku	PLN	25,69	26,05
Najniższa cena w roku	PLN	20,09	20,43
Średnia cena w okresie	PLN	23,25	23,91
Średnia dzienna wartość obrotów	tys. PLN	9.210	10.585
Średni dzienny wolumen obrotów	sztuk	398.461	444.522
Liczba akcji na koniec roku	sztuk	639.546.016	639.546.016
Liczba akcji w obrocie giełdowym	sztuk	460.128.515	460.128.515
Kapitalizacja na koniec roku	tys. PLN	15.732.832	13.353.721

### Kapitalizacja Cyfrowego Polsatu od debiutu na GPW (PLN)

Cyfrowy Polsat pod względem kapitalizacji, która na koniec 2016 roku wyniosła 15,7 mld zł, jest największą spółką medialno-telekomunikacyjną notowaną na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie oraz jedną z największych w Europie Środkowo-Wschodniej.



### 7.3. Rekomendacje analityków

#### Biura maklerskie pokrywające spółkę:

##### Lokalne

- Dom Maklerski BDM S.A.
- Dom Maklerski BOŚ S.A.
- Dom Maklerski BZ WBK S.A.
- Dom Maklerski mBanku S.A.
- Dom Maklerski PKO BP S.A.
- Trigon Dom Maklerski S.A.
- IPOPEMA Securities S.A.
- Pekao Investment Banking S.A.

##### Zagraniczne

- Berenberg
- Citigroup Global Markets Inc.
- Deutsche Bank Securities S.A.
- ERSTE Group Research
- Goldman Sachs
- Haitong Bank S.A.
- Patria Finance a.s.
- Raiffeisen Centrobank AG
- UBS Investment Bank
- Wood&Company

#### Rekomendacje dla akcji Cyfrowego Polsatu wydane w 2016 roku

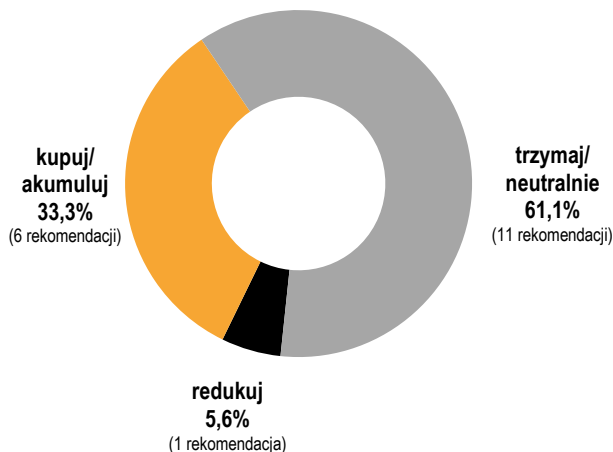
Data	Instytucja	Rekomendacja	Cena docelowa(PLN)
14 grudnia	Goldman Sachs	– Neutralnie	25,20
14 grudnia	DM PKO BP S.A	▲ Kupuj	27,50
grudzień	Trigon Dom Maklerski S.A.	▲ Kupuj	28,10
4 grudnia	Dom Maklerski BOŚ S.A	– Trzymaj	25,10
2 grudnia	Haitong Bank S.A.	▲ Kupuj	27,10
24 października	Trigon Dom Maklerski S.A.	▲ Kupuj	29,30
20 października	Raiffeisen CENTROBANK	– Trzymaj	27,00
5 października	ERSTE Group Research	– Trzymaj	26,00
4 października	Deutsche Bank Securities S.A.	– Trzymaj	26,00

Data	Instytucja	Rekomendacja	Cena docelowa(PLN)
23 września	DM PKO BP S.A	▲ Kupuj	29,00
15 września	Dom Maklerski BDM S.A.	– Akumuluj	26,36
13 września	DM mBanku S.A.	▼ Redukuj	21,80
1 września	Goldman Sachs	– Neutralnie	24,30
22 sierpnia	IPOPEMA Securities S.A.	▲ Kupuj	27,40
22 sierpnia	Haitong Bank S.A.	▲ Kupuj	27,00
10 sierpnia	Wood&Co	▲ Kupuj	27,80
21 lipca.	Dom Maklerski BOŚ S.A	– Trzymaj	24,40
13 lipca	Citigroup Global Markets Inc.	– Neutralnie	24,80
17 czerwca	Pekao Investment Banking S.A.	▲ Kupuj	24,00
8 czerwca	DM PKO BP S.A	▲ Kupuj	26,10
11 maja	Berenberg	– Trzymaj	25,70
10 maja	Goldman Sachs	– Trzymaj	24,00
kwiecień.	Patria Finance a.s.	– Trzymaj	25,30
22 kwietnia	Dom Maklerski BZ WBK S.A.	▲ Kupuj	31,00
18 kwietnia	Dom Maklerski BOŚ S.A	– Trzymaj	25,10
8 kwietnia	Trigon Dom Maklerski S.A.	▲ Kupuj	28,60
31 marca	ERSTE Group Research	– Trzymaj	26,00
29 marca	Raiffeisen CENTROBANK	▲ Kupuj	27,70
21 marca	ING Securities S.A.	▲ Kupuj	27,80
17 marca	UBS Investment Bank	▲ Kupuj	28,00
24 lutego	Goldman Sachs	– Neutralnie	23,40
11 lutego	Dom Maklerski BDM S.A.	▲ Akumuluj	24,65
9 lutego	IPOPEMA Securities S.A.	▲ Kupuj	24,00
2 lutego	DM mBanku S.A.	– Trzymaj	22,10
20 stycznia	Raiffeisen CENTROBANK	▲ Kupuj	26,50
13 stycznia	Deutsche Bank Securities S.A.	▲ Kupuj	26,00

**Rekomendacje wydane w 2017 roku po okresie raportowania**

Data	Instytucja	Rekomendacja	Cena docelowa(PLN)
3 marca	ERSTE	▲ Akumuluj	26,00
17 lutego	BZ WBK	▲ Kupuj	28,50
30 stycznia	Ipopema	– Trzymaj	25,00
27 stycznia	DM mBanku	▼ Redukuj	22,30

### Struktura rekomendacji na dzień 14 marca 2017 roku



### Cena docelowa na 14 marca 2017 roku [PLN]

minimalna	22,3
maksymalna	28,5
<b>średnia</b>	<b>26,1</b>

#### 7.4. Bliski dialog z rynkiem kapitałowym

Celem naszej strategii korporacyjnej jest budowanie trwałej wartości Spółki. Strategię tę 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 rynku akcji oraz telekonferencje z przedstawicielami władz Spółki. Oba wydarzenia mają charakter otwarty. W sumie w 2016 roku odbyliśmy spotkania z około 300 przedstawicielami rynku kapitałowego, w tym podczas 17 konferencji i zagranicznych roadshow.

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.

W związku z wejściem w życie Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/57/UE z dnia 16 kwietnia 2014 r. w sprawie sankcji karnych za nadużycia na rynku (Market Abuse Directive - MAD) oraz Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 596/2014 z dnia 16 kwietnia 2014 r. w sprawie nadużyć na rynku (Market Abuse Regulation - MAR), na polskim rynku kapitałowym fundamentalnie zmieniły się standardy raportowania i obowiązki informacyjne emitentów papierów wartościowych. W celu zapewnienia prawidłowego wypełniania przez Cyfrowy Polsat obowiązków informacyjnych nałożonych odpowiednimi przepisami, w tym Rozporządzeniem MAR, wdrożyliśmy na poziomie Grupy Kapitałowej szczegółowe regulacje wewnętrzne, określające m.in. zasady analizowania i identyfikacji zdarzeń powstających w naszej organizacji, postępowania w związku z wejściem w posiadanie informacji podlegających raportowaniu oraz terminów wykonywania obowiązków informacyjnych. Przyjęliśmy także do stosowania tzw. Indywidualny Standard Raportowania, który wspiera identyfikację i klasyfikację zdarzeń jako cenotwórczych.

W celu dotarcia do szerokiego grona odbiorców stosujemy również nowoczesne narzędzia komunikacji z przedstawicielami rynku kapitałowego. Korzystamy z takich narzędzi jak dedykowana inwestorom strona internetowa (<http://www.grupapolsat.pl/pl/relacje-inwestorskie>), która jest wiarygodnym i użytecznym źródłem informacji o Grupie, newslettery elektroniczne, RSS, cykliczne biuletyny informacyjne na temat zarówno bieżących wydarzeń w Spółce jak i branży (przegląd prasy), a także z przypomnieniem o najważniejszych wydarzeniach w Spółce.

Potwierdzeniem naszych starań mających na celu zapewnienie wysokiej jakości i najlepszych standardów komunikacji Grupy Polsat z rynkiem kapitałowym w Polsce i na świecie są liczne wyróżnienia, które Cyfrowy Polsat otrzymał w obszarze relacji inwestorskich. W ubiegłych latach kilkakrotnie zajmowaliśmy czołowe pozycje w rankingu Gieldowa Spółka Roku dziennika



„Puls Biznesu” a w 2016 roku zostaliśmy nagrodzeni statuetką w kategorii „Najlepszy departament IR w spółce giełdowej” w Polsce podczas II edycji konkursu CEE Capital Markets Awards.

## 7.5. Polityka dywidendy

Dnia 8 listopada 2016 roku Zarząd Spółki przyjął nową politykę dywidendową Spółki w następującym brzmieniu:

„Nadrzędnym celem strategii Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat S.A. („Grupa”, „Grupa Polsat”) jest trwały wzrost wartości Cyfrowego Polsatu S.A. („Spółka”) dla jej akcjonariuszy. Grupa zamierza ten cel osiągnąć poprzez realizację głównych elementów swojej strategii operacyjnej, ukierunkowanej na:

1. wzrost przychodów z usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym poprzez konsekwentną budowę wartości bazy klientów, dzięki maksymalizacji liczby użytkowników usług oraz liczby usług oferowanych jednemu klientowi, przy jednoczesnym zwiększaniu ARPU i utrzymaniu wysokiego poziomu satysfakcji klientów,
2. wzrost przychodów z produkowanych i kupowanych treści programowych poprzez ich szeroką dystrybucję, utrzymanie oglądalności nadawanych kanałów oraz poprawę profilu widza,
3. efektywne zarządzanie bazą kosztową poprzez wykorzystanie efektów synergii i efektów skali w ramach zintegrowanej grupy medialno-telekomunikacyjnej,
4. efektywne zarządzanie finansami Grupy, w tym jej zasobami kapitałowymi.

Jednym z podstawowych zadań polityki zarządzania zasobami kapitałowymi jest wypłacanie akcjonariuszom dywidendy w sposób przewidywalny. Aby zapewnić atrakcyjny dla akcjonariuszy poziom rentowności zainwestowanego kapitału, a jednocześnie mając na względzie strategię zmniejszania poziomu zadłużenia Grupy, Zarząd wyznaczył pożądany poziom skonsolidowanego zadłużenia, mierzonego wskaźnikiem dług netto/EBITDA, który powinien zostać obniżony poniżej poziomu 1,75x.

W związku z tym, Zarząd Cyfrowego Polsatu S.A. podjął uchwałę o ustaleniu polityki dywidendowej, zakładającej coroczne przedkładanie Walnemu Zgromadzeniu propozycji wypłaty dywidendy wraz z rekomendacją Zarządu, z zastrzeżeniem poniższych zasad:

1. jeżeli relacja długu netto Grupy do skonsolidowanego wyniku operacyjnego powiększonego o amortyzację, utratę wartości i likwidację aktywów trwałych (EBITDA), wyliczona na koniec kwartału poprzedzającego kwartał, w którym podjęta jest uchwała o wypłacie dywidendy, z uwzględnieniem wpływu na dług netto wypłaty rekomendowanej kwoty dywidendy, będzie niższa niż 3,2x ale wyższa niż 2,5x, Zarząd Cyfrowego Polsatu S.A. będzie rekomendował wypłatę dywidendy w przedziale kwotowym od 200 do 400 mln PLN,
2. jeżeli relacja długu netto Grupy do skonsolidowanego wyniku operacyjnego powiększonego o amortyzację, utratę wartości i likwidację aktywów trwałych (EBITDA), wyliczona na koniec kwartału poprzedzającego kwartał, w którym podjęta jest uchwała o wypłacie dywidendy, z uwzględnieniem wpływu na dług netto wypłaty rekomendowanej kwoty dywidendy, będzie równa lub niższa niż 2,5x, ale wyższa niż 1,75x, Zarząd Cyfrowego Polsatu S.A. będzie rekomendował wypłatę dywidendy w przedziale od 25% do 50% skonsolidowanego zysku netto Grupy za miniony rok obrotowy,
3. jeżeli relacja długu netto Grupy do skonsolidowanego wyniku operacyjnego powiększonego o amortyzację, utratę wartości i likwidację aktywów trwałych (EBITDA), wyliczona na koniec kwartału poprzedzającego kwartał, w którym podjęta jest uchwała o wypłacie dywidendy, z uwzględnieniem wpływu na dług netto wypłaty rekomendowanej kwoty dywidendy, będzie niższa niż 1,75x, Zarząd Cyfrowego Polsatu S.A. będzie rekomendował wypłatę dywidendy w przedziale od 50% do 100% skonsolidowanego zysku netto Grupy za miniony rok obrotowy.

Każdorazowo przy przedkładaniu propozycji podziału zysku wraz z rekomendacją, Zarząd Spółki będzie brał pod uwagę wynik netto, sytuację finansową i płynność Grupy, istniejące i przyszłe zobowiązania (w tym potencjalne ograniczenia związane z umowami kredytowymi i innymi dokumentami finansowymi), ocenę perspektyw Grupy w określonych uwarunkowaniach rynkowych i makroekonomicznych, ewentualną konieczność wydatkowania środków w związku z

rozwojem Grupy, w szczególności poprzez akwizycje i podejmowanie nowych projektów, czynniki o charakterze jednorazowym oraz obowiązujące przepisy prawa. Ponadto, z uwagi na fakt, iż znaczną część generowanych zasobów kapitałowych Grupa pozyskuje poprzez dywidendy od swoich spółek zależnych, powyższa polityka oraz rekomendacja Zarządu każdorazowo uwarunkowana będzie sytuacją finansową spółek zależnych oraz Spółki.

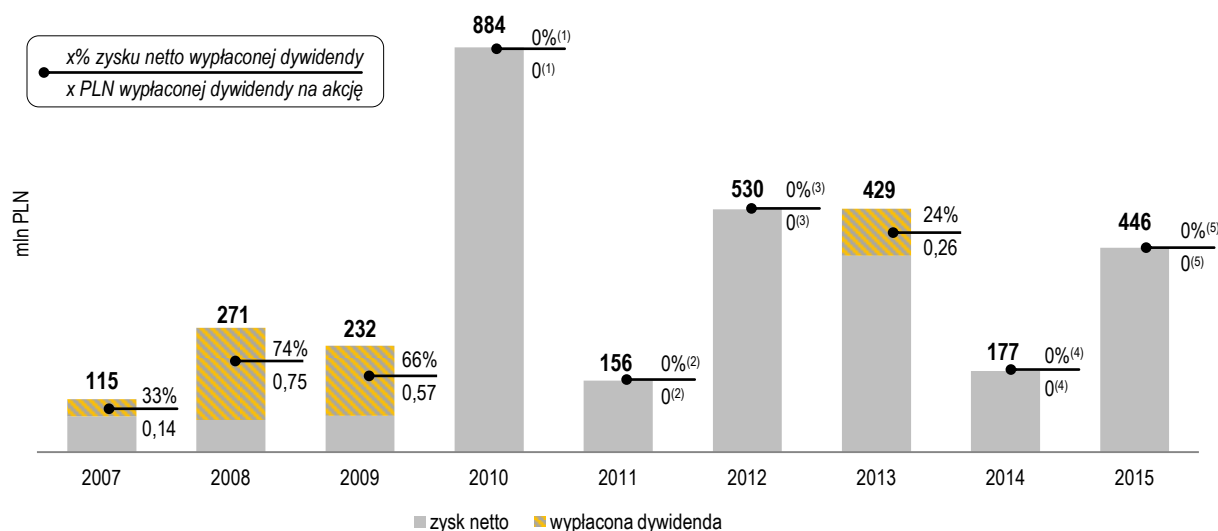
Polityka dywidendy będzie podlegać okresowej weryfikacji przez Zarząd Spółki. W szczególności Zarząd Spółki przewiduje modyfikację niniejszej polityki dywidendy po przeprowadzeniu oczekiwanego na rok 2020 refinansowania zadłużenia Grupy Polsat.

Nowa polityka dywidendowa znajduje zastosowanie począwszy od 1 stycznia 2017 roku, przy czym źródłem wypłaty dywidendy będzie zysk netto Spółki za rok obrotowy zakończony dnia 31 grudnia 2016 r."

### Podział zysku za 2015 rok

Zgodnie z uchwałą nr 29 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia z dnia 29 czerwca 2016 roku w sprawie podziału zysku, zysk netto Spółki za rok obrotowy zakończony w dniu 31 grudnia 2015 roku w kwocie 446,1 mln zł został w całości przeznaczony na kapitał zapasowy.

### Historia podziału zysku



- (1) Zysk przeznaczony w całości na kapitał zapasowy zgodnie z uchwałą Walnego Zgromadzenia z dnia 19 maja 2011 roku.
- (2) Zysk przeznaczony w całości na kapitał zapasowy i pokrycie strat z lat ubiegłych zgodnie z uchwałą Walnego Zgromadzenia z dnia 5 czerwca 2012 roku.
- (3) Zysk przeznaczony w całości na kapitał zapasowy zgodnie z uchwałą Walnego Zgromadzenia z dnia 11 czerwca 2013 roku.
- (4) Zysk przeznaczony w całości na kapitał zapasowy zgodnie z uchwałą Walnego Zgromadzenia z dnia 2 kwietnia 2015 roku.
- (5) Zysk przeznaczony w całości na kapitał zapasowy zgodnie z uchwałą Walnego Zgromadzenia z dnia 29 czerwca 2016 roku.

## 8. OŚWIADCZENIE O STOSOWANIU ŁADU KORPORACYJNEGO

### 8.1. Zasady ładu korporacyjnego, którym podlega Spółka

W 2016 roku Spółka Cyfrowy Polsat S.A. podlegała zbiorowi zasad ładu korporacyjnego zebranemu w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016” („Dobre Praktyki 2016”), będącym załącznikiem do uchwały Nr 26/1413/2015 Rady Giełdy z dnia 13 października 2015 roku. Zasady określone w Dobrych Praktykach 2016 weszły w życie 1 stycznia 2016 roku. Dokument ten jest dostępny na stronie internetowej <http://www.corp-gov.gpw.pl>, która jest oficjalną stroną Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie, poświęconą zagadnieniom ładu korporacyjnego spółek notowanych.

#### Stosowanie zasad ładu korporacyjnego

W związku z wejściem w życie z dniem 1 stycznia 2016 r. zbioru Dobrych Praktyk 2016 Zarząd Spółki przyjął do stosowania rekomendacje i zasady określone ww. dokumencie, z wyjątkiem rekomendacji zawartych w punktach II.R.2., III.R.1., IV.R.2., VI.R.1., VI.R.2., VI.R.3. oraz zasad szczegółowych określonych w punktach I.Z.1.3., I.Z.1.16., I.Z.1.20., II.Z.1., II.Z.7., III.Z.1., III.Z.2., III.Z.4., III.Z.5., IV.Z.2., V.Z.6., VI.Z.4. Równocześnie Zarząd uznał, iż rekomendacje i zasady szczegółowe oznaczone jako I.Z.1.10., III.Z.6., VI.Z.1 oraz VI.Z.2. nie dotyczą Spółki.

Na podstawie § 29 ust. 3 Regulaminu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., w dniu 29 stycznia 2016 roku Spółka przekazała do publicznej wiadomości za pośrednictwem systemu Elektronicznej Bazy Informacji raport nr 1/2016/CG dotyczący niestosowania szczegółowych zasad zawartych w zbiorze Dobre Praktyki 2016. Równocześnie Spółka zamieściła na swojej stronie internetowej, zgodnie z wymogami zasady I.Z.1.13., informację na temat stanu stosowania przez Spółkę rekomendacji i zasad zawartych w Dobrych Praktykach 2016.

Spółka nie przyjęła do stosowania, lub stosuje w niepełnym zakresie, wymienione poniżej rekomendacje i szczegółowe zasady zawarte w Dobrych Praktykach 2016:

- **Rekomendacja I.R.2.** dotycząca zamieszczania na stronie internetowej Spółki informacji o prowadzonej polityce w zakresie działalności sponsoringowej i charytatywnej, stosowana jest w ograniczonym zakresie. Pomimo, iż w Spółce nie obowiązuje oficjalna polityka w zakresie prowadzonej działalności sponsoringowej i charytatywnej, w obrębie Grupy Polsat prowadzimy szereg działań o takim charakterze, obejmujących m.in. wsparcie sportu czy współpracę z licznymi fundacjami oraz organizacjami pożytku publicznego. Opis prowadzonych działań jest zamieszczony w niniejszym Sprawozdaniu w rozdziale 2.8 – *Pozostałe aspekty naszej działalności – Działalność sponsoringowa i charytatywna*.
- **Rekomendacji II.R.2.** stanowiącej, że osoby podejmujące decyzję w sprawie wyboru członków zarządu lub rady nadzorczej spółki powinny dążyć do zapewnienia wszechstronności i różnorodności tych organów, między innymi pod względem płci, kierunku wykształcenia, wieku i doświadczenia zawodowego. Spółka nie opracowała i nie realizuje polityki różnorodności w odniesieniu do władz Spółki oraz jej kluczowych menedżerów. W Spółce wyboru członków wchodzących w skład Rady Nadzorczej i Zarządu oraz kluczowych menedżerów dokonują odpowiednio Walne Zgromadzenie, Rada Nadzorcza i Zarząd, 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 wykonywania funkcji zarządu i nadzoru.
- **Zasady II.Z.1.** dotyczącej sformułowania w sposób jednoznaczny i przejrzysty wewnętrznego podziału odpowiedzialności za poszczególne obszary działalności Spółki pomiędzy członków Zarządu. W konsekwencji Spółka nie stosuje także **zasady oznaczonej jako I.Z.1.3.**, wymagającej zamieszczenia na stronie korporacyjnej ww. schematu. Kodeks spółek handlowych przewiduje, że sprawy w spółce akcyjnej są prowadzone przez zarząd w sposób kolegialny, a jedynie fakultatywnie może być przeprowadzony formalny podział obowiązków. Spółka zdecydowała o odstąpieniu od stosowania przedmiotowej zasady m.in. ze względu na toczący się proces integracji operacyjnej w ramach Grupy Polsat. Z uwagi na szeroki wachlarz odpowiedzialności każdego z członków Zarządu, zarówno w całej Grupie kapitałowej, jak i w ramach poszczególnych spółek z Grupy, nie jest możliwe jednoznaczne określenie i przypisanie do danego członka Zarządu odrębnych zadań i odpowiedzialności.
- **Zasady II.Z.7.** dotyczącej zastosowania postanowień Załącznika I do Zalecenia Komisji Europejskiej 2005/162/WE z dnia 15 lutego 2005 r. w zakresie zadań i funkcjonowania komitetów działających w radzie nadzorczej. Spółka nie stosuje wszystkich szczegółowych wymogów dotyczących funkcjonowania komitetów w radzie nadzorczej wymienionych w Załączniku I do Zalecenia Komisji Europejskiej, o którym mowa powyżej.

Zasady powoływania i funkcjonowania poszczególnych komitetów w Radzie Nadzorczej Spółki określone zostały w § 7 Regulaminu Rady Nadzorczej.

Na obecnym etapie funkcjonowania Komitetów Rady Nadzorczej władze Spółki nie widzą potrzeby wprowadzania bardziej szczegółowych regulacji precyzujących funkcjonowanie komitetów.

- **Rekomendacji III.R.1.** stanowiącej, że Spółka wyodrębnia w swojej strukturze jednostki odpowiedzialne za realizację zadań w poszczególnych systemach lub funkcjach (tj. systemy kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem i compliance oraz funkcję audytu wewnętrznego). W Spółce funkcjonuje pion audytu wewnętrznego i kontroli wewnętrznej. W strukturze organizacyjnej Spółki nie zostały wyodrębnione natomiast osobne jednostki organizacyjne odpowiedzialne za realizację zadań w ramach zarządzania ryzykiem i compliance. Niemniej jednak w Spółce zostały wdrożone i skutecznie działają odpowiednie procesy wewnętrzne i procedury, które zapewniają efektywne zarządzanie ryzykiem finansowym i operacyjnym oraz monitorowanie zgodności działalności Spółki z obowiązującymi regulacjami. W opinii Zarządu wdrożone przepisy i procesy wewnętrzne w zakresie zarządzania ryzykiem funkcjonują w sposób prawidłowy i skuteczny, a wyodrębnienie dedykowanych komórek odpowiedzialnych za zarządzanie ryzykiem i compliance nie wpłynie w istotny sposób na poprawę skuteczności ich funkcjonowania. Jednocześnie Zarząd uważa, że koszt związany z wyodrębnieniem i utrzymaniem dedykowanych komórek organizacyjnych, o których mowa powyżej, byłby niewspółmierny z potencjalnymi korzyściami płynącymi z ich utworzenia.
- W związku z tym, że w Spółce nie zostały wdrożone scentralizowane, formalne systemy zarządzania ryzykiem oraz compliance, Spółka nie stosuje **zasad oznaczonych jako III.Z.1., III.Z.2. III.Z.4. oraz III.Z.5.** w zakresie odnoszącym się do istniejących w strukturze organizacyjnej Spółki systemu kontroli wewnętrznej oraz audytu wewnętrznego.

W Spółce stosowany jest szereg procedur i procesów wewnętrznych w zakresie zarządzania ryzykiem operacyjnym i finansowym, obejmującym m.in. proces sporządzania sprawozdań finansowych. Procedury te zapewniają skuteczną identyfikację i monitorowanie różnego rodzaju ryzyk na poziomie odpowiednich komórek organizacyjnych oraz przewidują działania, które należy podjąć w przypadku zmaterializowania się danego ryzyka. Za skuteczność i prawidłowość funkcjonowania tych procedur odpowiadają menedżerowie wysokiego szczebla, podlegający bezpośrednio Zarządowi Spółki, zarządzający obszarem działalności, który dane procedury obejmują.

Pomimo braku scentralizowanego systemu compliance, kontrola zgodności działalności Spółki w różnych obszarach z obowiązującymi przepisami prawa regulowana jest wewnętrznymi przepisami Spółki i odbywa się na poziomie poszczególnych komórek organizacyjnych, zajmujących się danym obszarem działalności.

Zarząd na bieżąco weryfikuje prawidłowość funkcjonowania procesów wewnętrznych w zakresie zarządzania ryzykiem oraz zgodności prowadzonej działalności z regulacjami i w razie potrzeby podejmuje niezbędne działania. Rada Nadzorcza, a w szczególności Komitet Audytu, monitoruje i ocenia skuteczność funkcjonowania procesów wewnętrznych w zakresie zarządzania ryzykiem operacyjnym i finansowym, w tym procesu sporządzania sprawozdań finansowych, na podstawie przedłożonych przez Zarząd oraz osobę odpowiedzialną za audyt wewnętrzny dokumentów i raportów oraz innych informacji uzyskanych w toku bieżącej działalności Rady Nadzorczej.

- **Rekomendacji IV.R.2.** dotyczącej umożliwienia akcjonariuszom udziału w walnym zgromadzeniu przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej, w szczególności poprzez
  - transmisję obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym,
  - dwustronną komunikację w czasie rzeczywistym, w ramach której akcjonariusze mogą wypowiadać się w toku obrad walnego zgromadzenia, przebywając w miejscu innym niż miejsce obrad walnego zgromadzenia,
  - wykonywanie, osobiście lub przez pełnomocnika, prawa głosu w toku walnego zgromadzenia.

Zarząd priorytetowo traktuje kwestie zapewnienia sprawnego przebiegu obrad walnego zgromadzenia oraz prawidłowości podejmowania uchwał przez walne zgromadzenie. Niewielkie rozpowszechnienie praktyki przeprowadzania walnych zgromadzeń przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej oraz niedostateczne przygotowanie rynku może prowadzić do wzmożonego ryzyka wystąpienia problemów natury organizacyjno-technicznej, mogących zaburzyć sprawny przebieg walnego zgromadzenia, jak również ryzyka ewentualnego podważenia podjętych uchwał walnego zgromadzenia w szczególności z powodu wystąpienia usterek technicznych. Ponadto inwestorzy, zarówno krajowi jak i zagraniczni, dotychczas nie zgłaszali Spółce zainteresowania czy potrzeby organizacji walnych zgromadzeń w tej formie. Wobec powyższego Zarząd zdecydował, że Spółka nie będzie stosowała w sposób trwały przedmiotowej rekomendacji.

- **Zasady IV.Z.2.** o zapewnieniu powszechnie dostępnej transmisji obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym, a w konsekwencji Spółka nie stosuje także **zasad oznaczonych jako I.Z.1.16. i I.Z.1.20.**, zalecających zamieszczenie na stronie internetowej Spółki, odpowiednio, informacji o planowanej transmisji oraz zapisu przebiegu obrad walnego zgromadzenia w formie audio lub wideo. Zarząd priorytetowo traktuje kwestie zapewnienia sprawnego przebiegu obrad oraz optymalizacji kosztów i dokłada wszelkich starań, aby dokumentowanie oraz przebieg walnych zgromadzeń zapewniały transparentność oraz chroniły prawa wszystkich akcjonariuszy. Informacje dotyczące projektów uchwał i podejmowanych uchwał oraz materiały dodatkowe przekazywane są w formie raportów bieżących oraz publikowane na stronie internetowej Spółki, umożliwiając interesariuszom równy dostęp do informacji dotyczących spraw poruszanych na walnym zgromadzeniu. Z uwagi na powyższe zdaniem Zarządu zapewnianie transmisji obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym oraz udostępnianie zapisu przebiegu tych obrad nie jest ekonomicznie uzasadnione. Na chwilę obecną Zarząd nie planuje wprowadzenia zmian w sposobie organizacji walnego zgromadzenia.
- **Zasady V.Z.6.** dotyczącej określenia w regulacjach wewnętrznych kryteriów i okoliczności, w których może dojść w spółce do konfliktu interesów. Regulacje wewnętrzne Spółki w zakresie zapobiegania, identyfikacji i rozwiązywania konfliktów interesów nie spełniają wymogów zawartych w zasadzie V.Z.6., w szczególności nie obejmują skatalogowanego wykazu kryteriów i okoliczności, w których może dojść w Spółce do konfliktu interesów. Zgodnie z § 3 pkt 4 Regulaminu Rady Nadzorczej oraz § 3 pkt 3 Regulaminu Zarządu, odpowiednio członek Rady Nadzorczej lub Zarządu powinien informować Radę Nadzorczą, a w przypadku członka Zarządu – Radę Nadzorczą oraz Zarząd, o zaistniałym konflikcie interesów lub możliwości jego powstania oraz powstrzymać się od zabierania głosu w dyskusji oraz od głosowania nad uchwałą w sprawie, w której zaistniał konflikt interesów. W opinii Zarządu Spółki obecnie obowiązujące regulacje wewnętrzne w wystarczający sposób adresują zasady postępowania w sytuacji konfliktu interesów.
- **Rekomendacji VI.R.1.**, stanowiącej, iż wynagrodzenie członków organów spółki i kluczowych menedżerów powinno wynikać z przyjętej polityki wynagrodzeń oraz **rekomendacji VI.R.2.**, stanowiącej, że polityka wynagrodzeń powinna być ściśle powiązana ze strategią spółki, jej celami krótko- i długoterminowymi, długoterminowymi interesami i wynikami, a także powinna uwzględniać rozwiązania służące unikaniu dyskryminacji z jakichkolwiek przyczyn.

Spółka odstępuje od stosowania rekomendacji VI.R.1. z uwagi na brak sformalizowanej polityki wynagrodzeń członków organów Spółki i jej kluczowych menedżerów. Niemniej jednak poszczególne dokumenty korporacyjne oraz regulacje wewnętrzne definiują sposób ustalania wysokości wynagrodzeń członków organów Spółki oraz jej pracowników.

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.

Zgodnie z art. 19 punkt 2 g) Statutu Spółki, określanie zasad wynagradzania członków Zarządu należy do kompetencji Rady Nadzorczej i odpowiada zakresowi obowiązków i odpowiedzialności im powierzonych.

Zgodnie z obowiązującym w Spółce Regulaminem Wynagradzania Pracowników, ustalanie struktury i wysokości wynagrodzenia kluczowych menedżerów Spółki należy do kompetencji Zarządu.

- **Rekomendacji VI.R.3.**, stanowiącej, że jeżeli w radzie nadzorczej funkcjonuje komitet do spraw wynagrodzeń, w zakresie jego funkcjonowania ma zastosowanie zasada II.Z.7. W ramach Rady Nadzorczej Spółki działa Komitet ds. Wynagrodzeń jako stały komitet. Spółka nie stosuje wszystkich szczegółowych wymogów dotyczących funkcjonowania Komitetu ds. wynagrodzeń wymienionych w Załączniku I do Zalecenia Komisji Europejskiej, o którym mowa w zasadzie II.Z.7.

Zasady powoływania i funkcjonowania poszczególnych komitetów w Radzie Nadzorczej Spółki określone zostały w § 7 Regulaminu Rady Nadzorczej. Na obecnym etapie funkcjonowania Komitetów Rady Nadzorczej władze Spółki nie widzą potrzeby wprowadzania bardziej szczegółowych regulacji precyzujących funkcjonowanie Komitetu ds. Wynagrodzeń.

- **Zasady VI.Z.4.** dotyczącej przekazywania informacji na temat polityki wynagrodzeń. Spółka nie posiada sformalizowanej polityki wynagrodzeń członków organów Spółki i jej kluczowych menedżerów. 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.

Zgodnie z art. 19 punkt 2 g) Statutu Spółki, określanie zasad wynagradzania członków Zarządu należy do kompetencji Rady Nadzorczej i odpowiada zakresowi obowiązków i odpowiedzialności im powierzonych. Zgodnie z obowiązującym w Spółce Regulaminem Wynagradzania Pracowników, ustalanie struktury i wysokości wynagrodzenia kluczowych menedżerów Spółki należy do kompetencji Zarządu.

Należy tym niemniej podkreślić, że zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa w zakresie obowiązków informacyjnych, w rocznym sprawozdaniu z działalności Spółka przedstawia ogólne informacje o obowiązujących w Spółce zasadach wynagradzania jak również informacje na temat wysokości wynagrodzenia w danym roku obrotowym członków Zarządu i Rady Nadzorczej Spółki w podziale na stałe i zmienne składniki wynagrodzenia oraz zasady wypłat odpraw i innych płatności z tytułu rozwiązania stosunku pracy.

## 8.2. Systemy kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych

Zarząd jest odpowiedzialny za system kontroli wewnętrznej w Grupie Kapitałowej i 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 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 długoterminowych 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 – odpowiednio 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 2016 w punkcie II.Z.4., oraz wymogi wymienione w art. 86 punkcie 4 Ustawy z 7 maja 2009 roku o biegłych rewidentach i ich samorządzie, podmiotach uprawnionych do badania sprawozdań finansowych oraz o nadzorze publicznym.

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.

### 8.3. Umowy z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych

W dniu 18 października 2016 roku Spółka zawarła z PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przy Al. Armii Ludowej 14 umowę o przeprowadzenie badania sprawozdania finansowego Spółki za rok finansowy zakończony 31 grudnia 2016 roku oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej za rok finansowy zakończony 31 grudnia 2016 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 2016 roku oraz 31 grudnia 2015 roku.

[mln zł]	za rok zakończony	
	31 grudnia 2016	31 grudnia 2015
Wynagrodzenie za badanie rocznego sprawozdania finansowego oraz inne usługi poświadczające, w tym przegląd sprawozdań finansowych	1,9	1,7
Pozostałe usługi	0,5	0,6
<b>Razem</b>	<b>2,4</b>	<b>2,3</b>

## 8.4. Kapitał zakładowy i akcjonariat Cyfrowego Polsatu

### 8.4.1. Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio znaczące pakiety akcji

W poniższej tabeli przedstawiono właścicieli znaczących pakietów akcji Cyfrowy Polsat S.A. na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania. 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 wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych.

Akcjonariusz	Liczba akcji	Udział w ogólnej liczbie akcji [%]	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów [%]
<b>Reddev Investments Limited <sup>(1)</sup>, w tym:</b>	<b>154.204.296</b>	<b>24,11%</b>	<b>306.709.172</b>	<b>37,45%</b>
- akcje imienne uprzywilejowane	152.504.876	23,85%	305.009.752	37,24%
- akcje zwykłe na okaziciela	1.699.420	0,27%	1.699.420	0,21%
<b>Embud Sp. z o.o. <sup>(2)</sup></b>	<b>58.063.948</b>	<b>9,08%</b>	<b>58.063.948</b>	<b>7,09%</b>
<b>Karswell Limited <sup>(2)</sup></b>	<b>157.988.268</b>	<b>24,70%</b>	<b>157.988.268</b>	<b>19,29%</b>
<b>Sensor Overseas Limited <sup>(3)</sup>, w tym:</b>	<b>54.921.546</b>	<b>8,59%</b>	<b>81.662.921</b>	<b>9,97%</b>
- akcje imienne uprzywilejowane	26.741.375	4,18%	53.482.750	6,53%
- akcje zwykłe na okaziciela	28.180.171	4,41%	28.180.171	3,44%
<b>Pozostali</b>	<b>214.367.958</b>	<b>33,52%</b>	<b>214.539.208</b>	<b>26,20%</b>
<b>Razem</b>	<b>639.546.016</b>	<b>100,00%</b>	<b>818.963.517</b>	<b>100,00%</b>

(1) Reddev Investments Limited jest podmiotem pośrednio zależnym od Pana Zygmunta Solorza.

(2) Podmiot kontrolowany przez Pana Zygmunta Solorza.

(3) Podmiot kontrolowany przez EVO Foundation z siedzibą w Vaduz, Liechtenstein.

### Zmiany w strukturze własności znacznych pakietów akcji Spółki w okresie od przekazania poprzedniego raportu okresowego

W okresie od przekazania poprzedniego raportu okresowego, tj. od dnia 9 listopada 2016 roku (raport kwartalny za trzeci kwartał 2016 roku) do dnia zatwierdzenia niniejszego Sprawozdania, tj. do 15 marca 2017 roku, nie miały miejsca zmiany w strukturze własności znacznych pakietów akcji Spółki.

### Informacja o znanych umowach, w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy

Na dzień zatwierdzenia niniejszego Sprawozdania, tj. 15 marca 2017 roku, Spółka nie posiadała informacji o umowach, w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy.

### 8.4.2. Akcje Cyfrowego Polsatu S.A. w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących Spółkę

Według najlepszej wiedzy Spółki zarówno na dzień zatwierdzenia niniejszego Sprawozdania, tj. 15 marca 2017 roku, jak i na dzień publikacji poprzedniego raportu okresowego, tj. 9 listopada 2016 roku (raport kwartalny za trzeci kwartał 2016 roku), Członkowie Zarządu Cyfrowego Polsatu nie posiadali, pośrednio ani bezpośrednio, akcji Spółki.

Na dzień zatwierdzenia niniejszego Sprawozdania tj. na 15 marca 2017 roku Członek Rady Nadzorczej, Pan Aleksander Myszka posiadał bezpośrednio 50.000 akcji Spółki o wartości nominalnej PLN 2.000,00. Według najlepszej wiedzy Spółki na dzień zatwierdzenia niniejszego Sprawozdania, tj. 15 marca 2017 roku, pozostali Członkowie Rady Nadzorczej nie posiadali, pośrednio ani bezpośrednio, akcji Spółki.



### 8.4.3. Specjalne uprawnienia kontrolne

Dotychczasowi akcjonariusze nie posiadają innych praw głosu na Walnym Zgromadzeniu, niż wynikające z posiadania naszych akcji. Na dzień 31 grudnia 2016 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:

- Reddev Investments Ltd. (152.504.876 akcji dających prawo do 305.009.752 głosów na Walnym Zgromadzeniu),
- Sensor Overseas Ltd. (26.741.375 akcji dających prawo do 53.482.750 głosów na Walnym Zgromadzeniu) oraz
- TRIGON XVIII Fundusz Inwestycyjny Zamknięty (171.250 akcji dających prawo do 342.500 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, Akcje Serii H w liczbie 80.027.836, Akcje serii I w liczbie 47.260.690 oraz Akcje Serii J w liczbie 243.932.490 są akcjami zwykłymi na okaziciela.

### 8.4.4. Ograniczenia dotyczące akcji

W Spółce nie występują jakiegokolwiek ograniczenia dotyczące wykonywania prawa głosu z posiadanych akcji.

Z wyjątkiem ograniczeń dotyczących przenoszenia prawa własności akcji Spółki, które wynikają z powszechnie obowiązujących przepisów prawa nie istnieją żadne inne ograniczenia, w tym w szczególności ograniczenia umowne, dotyczące przenoszenia własności akcji Spółki.

## 8.5. Statut 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.

## 8.6. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki

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 działalności Spółki,
- g. podwyższenia lub obniżenia kapitału zakładowego,
- h. połączenia lub przekształcenia Spółki,
- i. rozwiązania lub likwidacji Spółki,
- j. emisji obligacji zamiennych lub obligacji z prawem pierwszeństwa,
- k. zbycia lub wydzierżawienia przedsiębiorstwa oraz ustanowienia na nim prawa użytkowania oraz zbycia nieruchomości fabrycznych Spółki,
- l. nabycia dla Spółki nieruchomości lub urządzeń służących do trwałego użytku za cenę przewyższającą 1/5 wpłaconego kapitału zakładowego, jeżeli nabycie miałyby miejsce przed upływem lat dwóch od zarejestrowania Spółki,
- m. wszelkich postanowień dotyczących roszczeń o naprawienie szkody wyrządzonej przy zawiązaniu Spółki lub sprawowaniu zarządu lub nadzoru,
- n. innych spraw przewidzianych przepisami kodeksu spółek handlowych.

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 głosowaniem 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 wystąpień 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 2016 roku uczestniczący w Walnym Zgromadzeniu akcjonariusze posiadali liczbę głosów odpowiadającą liczbie posiadanych akcji z zastrzeżeniem, że akcje imienne wymienione w punkcie 8.4.3. powyżej - *Specjalne uprawnienia kontrolne* – 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.

## 8.7. Zarząd Spółki

### 8.7.1. Zasady powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz ich uprawnienia

Zgodnie z art. 15 Statutu Spółki, Zarząd składa się z jednego albo większej liczby członków, w tym Prezesa Zarządu i Wiceprezesa Zarządu lub Wiceprezesów 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.

### 8.7.2. Skład osobowy Zarządu oraz zmiany w 2016 roku

Na dzień zatwierdzenia niniejszego Sprawozdania, tj. na 15 marca 2017 roku, Zarząd Spółki liczył siedmiu Członków. W 2016 roku nastąpiły zmiany w składzie osobowym Zarządu, które zostały przedstawione w poniższej tabeli.

Data	Opis
1 marca 2016 roku	Do składu Zarządu dołączyła Agnieszka Odorowicz, powołana uchwałą Rady Nadzorczej z dnia 8 grudnia 2015 roku. Objęła funkcję Członka Zarządu.
30 września 2016 roku	Tomasz Szelaż zrezygnował z pełnienia funkcji członka Zarządu.
1 października 2016 roku	Do składu Zarządu dołączyła Katarzyna Ostap-Tomann, powołana uchwałą Rady Nadzorczej z dnia 25 sierpnia 2016 roku. Objęła funkcję Członka Zarządu.

W poniższej tabeli przedstawiono imiona, nazwiska, stanowiska, rok powołania i rok, w którym wygasa bieżąca kadencja, poszczególnych członków Zarządu na dzień 31 grudnia 2016 roku.

Imię i nazwisko	Stanowisko	Rok pierwszego powołania	Rok powołania na obecną kadencję	Rok upływu kadencji
Tobias Solorz	Prezes Zarządu	2014	2016	2019
Dariusz Działkowski	Członek Zarządu	2007	2016	2019
Tomasz Gillner-Gorywoda	Członek Zarządu	2014	2016	2019
Aneta Jaskólska	Członek Zarządu	2010	2016	2019
Agnieszka Odorowicz	Członek Zarządu	2016	2016	2019
Katarzyna Ostap-Tomann	Członek Zarządu	2016	2016	2019
Maciej Stec	Członek Zarządu	2014	2016	2019

**Tobias Solorz** posiada wieloletnie doświadczenie zawodowe w branży telekomunikacyjnej, finansowej i w kontrolingu. Karierę zawodową rozpoczął w 2003 roku w Telewizji Polsat S.A. (obecnie Telewizja Polsat Sp. z o.o.). W latach 2007-2008 pełnił funkcję Menedżera ds. Promocji w Cyfrowym Polsacie. W latach 2008-2010 pełnił funkcję Członka Zarządu Sferii S.A., gdzie do marca 2011 roku pełnił również funkcję Dyrektora ds. Marketingu, Reklamy, Sprzedaży i Operacji.

Od listopada 2011 roku zasiada w Zarządzie spółki Polkomtel, gdzie od lutego 2014 roku pełni funkcję Prezesa Zarządu. Został powołany do Zarządu Cyfrowego Polsatu we wrześniu 2014 roku, gdzie od grudnia 2014 roku pełni funkcję Wiceprezesa Zarządu. Od grudnia 2015 roku zajmuje stanowisko Prezesa Zarządu Cyfrowego Polsatu. Pełni również funkcję Prezesa Zarządu Plus TM Management Sp. z o.o. Zasiada w radzie nadzorczej Liberty Poland S.A. oraz Polkomtel Business Development Sp. z o.o.

Jest absolwentem Wydziału Zarządzania i Marketingu Uniwersytetu Warszawskiego.

**Dariusz Działkowski** jest Członkiem Zarządu ds. Technicznych spółki Cyfrowy Polsat od sierpnia 2007 roku. Od listopada 2001 roku pełnił funkcję Dyrektora ds. Technicznych w Spółce. Pełni również funkcję Członka Zarządu w INFO-TV-FM Sp. z o.o. oraz Polskiego Operatora Telewizyjnego Sp. z o.o.

Od 2010 roku zasiada w Zarządzie Krajowej Izby Gospodarczej Elektroniki i Telekomunikacji, pełni również funkcję Przewodniczącego Komisji Rewizyjnej Stowarzyszenia Sygnał. Wcześniej doświadczenie 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.

**Tomasz Gillner-Gorywoda** pełnił funkcję Prezesa Spółki od października 2014 roku do grudnia 2015 roku. Od grudnia 2015 roku jest Członkiem Zarządu. Jednocześnie pełni funkcję Dyrektora Generalnego i Prokurenta spółki Polkomtel.

Karierę zawodową rozpoczął w 1979 roku w pionie operacyjnym w spółce PLL LOT, gdzie pracował blisko 10 lat. Od 1988 roku przebywał za granicą, sprawując funkcje kierownicze i zarządcze w firmach z siedzibą w Kanadzie (1988-1993) oraz w Australii (1993-2007). Od 2008 roku, po powrocie do Polski, pełnił funkcje zarządcze oraz działań w charakterze prokurenta w kilku spółkach, m.in. zajmował stanowisko Prezesa Zarządu w Laris Investments Sp. z o.o. (2008-2013) oraz Apena S.A. (2011-2012), a także Wiceprezesa Zarządu spółki PRN Polska Sp. z o.o. (od 2008 roku do chwili obecnej). Działal również w charakterze Prokurenta w spółkach SPV Grodzisk Sp. z o.o. (2012-2013), JK Project Sp. z o.o. (2010-2013) oraz 3G Sp. z o.o. (od 2011 roku do chwili obecnej). Ponadto w latach 2011-2012 zajmował stanowisko Członka Rady Nadzorczej spółki Tower-Service Sp. z o.o.

Jest absolwentem Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego oraz podyplomowych studiów zarządzania Uniwersytetu Monash w Melbourne.

**Aneta Jaskólska** jest Członkiem Zarządu Spółki Cyfrowy Polsat od lipca 2010 roku. W ramach sprawowania swojej funkcji odpowiada w Spółce za Pion Obsługi Klienta 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. Liberty Poland S.A. oraz Polkomtel.

W latach 2004-2007 pełniła funkcję Prokurenta i Dyrektora Departamentu Prawnego UPC Polska Sp. z o.o. Wchodziła w skład Komisji Prawa Autorskiego. 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).

**Agnieszka Odorowicz** jest członkiem Zarządu Spółki od 1 marca 2016 roku i odpowiada za produkcję filmową. W latach 2001-2009 była pracowniczką naukową w Katedrze Handlu i Instytucji Rynkowych Akademii Ekonomicznej w Krakowie, autorką publikacji nt. zarządzania kulturą, ekonomii kultury i promocji regionów. Władze uczelni powołały ją w latach 2002-2004 na funkcję dyrektora Centrum Rozwoju i Promocji Akademii Ekonomicznej w Krakowie. W latach 2003-2004 była pełnomocniczką Ministra Kultury ds. funduszy strukturalnych, odpowiedzialną za negocjacje z Komisją Europejską ws. wykorzystania funduszy unijnych dla rozwoju infrastruktury kultury. W latach 1997-2003 dyrektor artystyczna Międzynarodowego Konkursu Współczesnej Muzyki Kameralnej, producentka kilkudziesięciu programów dla telewizji publicznej. W latach 2004-2005 pełniła funkcję sekretarza stanu w Ministerstwie Kultury, odpowiadała za departament prawny, departament ekonomiczny, sprawy europejskie i współpracę z Parlamentem. W tym samym czasie była przewodniczącą międzyresortowego zespołu do spraw polityki państwa w dziedzinie mediów. W latach 2005-2010 pierwsza dyrektor Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej. W 2010 roku ponownie wybrana w konkursie na to stanowisko, zarządzała Polskim Instytutem Sztuki Filmowej do października 2015 roku.

Jest absolwentką Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, z zawodu ekonomistką i managerem kultury.

**Maciej Stec** jest Członkiem Zarządu Spółki Cyfrowy Polsat od listopada 2014 roku. Jednocześnie jest Członkiem Zarządu Telewizji Polsat, gdzie pełni funkcję Dyrektora Sprzedaży i Zakupów Zagranicznych. Zasiada w radzie nadzorczej spółki Muzo.fm Sp. z o.o.

Od początku swojej kariery zawodowej związany jest z rynkiem telewizyjnym. Od 1998 roku pracował m.in. w domu mediowym OMD Poland Sp. z o.o. należącym do Omnicom Group, gdzie w latach 1998-2003 zajmował stanowisko dyrektora Brand & Media OMD. Od lutego 2003 do maja 2007 roku pełnił funkcję dyrektora zarządzającego biura reklamy Telewizji Polsat - Polsat Media Sp. z o.o. (obecnie Polsat Media Biuro Reklamy Sp. z o.o. Sp.k.).

Ukończył studia na kierunku zarządzanie i marketing Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości im. Leona Koźmińskiego w Warszawie.

**Katarzyna Ostap-Tomann** związana jest z Grupą Cyfrowego Polsatu od 2009 roku, gdzie od 2015 roku pełniła funkcję zastępcy CFO Grupy Kapitałowej, a od października 2016 roku jest członkiem Zarządu odpowiedzialnym za finanse Grupy. Pełni również funkcję Prezesa Zarządu spółki Telewizja Polsat Holdings Sp. z o.o., a także członka Zarządu w spółkach Telewizja Polsat Sp. z o.o. i Polsat License Ltd. z siedzibą w Szwajcarii.

W latach 1996–2004 pracowała w Philip Morris w Polsce i w regionalnej centrali firmy w Szwajcarii na różnych stanowiskach związanych z finansami, gdzie zdobywała wszechstronne doświadczenie w obszarze finansów korporacyjnych, sprawozdawczości finansowej, rachunkowości zarządczej oraz audytu wewnętrznego. W latach 2004–2009 pracowała w Grupie TVN na stanowisku kontrolera finansowego grupy kapitałowej. Była odpowiedzialna za przygotowanie sprawozdań finansowych na poziomie grupy kapitałowej oraz raportowanie wewnętrzne. W 2009 roku objęła stanowisko dyrektora Kontrolingu a w 2012 Dyrektora Finansowego w Cyfrowym Polsacie. Od 2011 roku pełniła funkcję Dyrektora Finansowego a następnie od 2014 roku Członka Zarządu Telewizji Polsat. Od 2001 roku jest członkiem ACCA. W 2015 roku powołana na drugą kadencję do Rady Członków ACCA w Polsce.

Jest absolwentką Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, na kierunku Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze i Polityczne oraz posiada tytuł MBA Oxford Brookes University.

### 8.7.3. Kompetencje i zasady 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 2016. Przy podejmowaniu decyzji w sprawach Spółki, członkowie Zarządu działają w granicach uzasadnionego ryzyka gospodarczego.

Do składania oświadczeń w imieniu Spółki uprawnieni są:

- w przypadku Zarządu jednoosobowego - Prezes Zarządu działający samodzielnie,
- w przypadku zarządu wieloosobowego - Prezes Zarządu działający samodzielnie, Wiceprezes działający łącznie z członkiem zarządu lub innym Wiceprezesem Zarządu, dwóch członków zarządu działających łącznie, dwóch Wiceprezesów Zarządu działających łącznie, Wiceprezes Zarządu działający łącznie z prokurentem 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).

#### 8.7.4. Wynagrodzenia członków Zarządu

Informacje dotyczące wynagrodzenia członków Zarządu zostały zawarte w Nocie nr 44 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2016 roku.

#### 8.7.5. Umowy zawarte z osobami zarządzającymi przewidujące rekompensatę w wyniku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny

Spółka zawarła umowy menedżerskie z następującymi Członkami Zarządu: Dariusz Działkowski, Tomasz Gillner-Gorywoda, Aneta Jaskólska, Agnieszka Odorowicz oraz Katarzyna Ostap-Tomann. Umowy te nie przewidują wypłaty rekompensaty w przypadku rezygnacji wymienionych Członków Zarządu lub zwolnienia ich z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie następuje z powodu połączenia Spółki przez przejęcie.

### 8.8. Rada Nadzorcza

#### 8.8.1. Skład osobowy Rady Nadzorczej

W skład Rady Nadzorczej Spółki na dzień 1 stycznia 2016 roku wchodziły następujące osoby:

- Zygmunt Solorz - Przewodniczący Rady Nadzorczej,
- Józef Birka - Członek Rady Nadzorczej,
- Robert Gwiazdowski - Niezależny członek Rady Nadzorczej,
- Aleksander Myszka - Członek Rady Nadzorczej,
- Leszek Rekxa - Niezależny członek Rady Nadzorczej,
- Heronim Ruta - Członek Rady Nadzorczej.

W dniu 30 września 2016 roku pan Zygmunt Solorz złożył rezygnację z członkostwa w Radzie Nadzorczej Spółki ze skutkiem natychmiastowym. Na mocy uchwał podjętych w dniu 30 września 2016 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki powołało z dniem 1 października 2016 roku do Rady Nadzorczej pana Tomasza Szeląga oraz pana Marka Kapuścińskiego.

W dniu 25 października 2016 roku Rada Nadzorcza, działając na podstawie art. 20 pkt 3 Statutu Spółki, powierzyła funkcję Przewodniczącego Rady Nadzorczej panu Markowi Kapuścińskiemu. Ponadto Rada Nadzorcza, działając na podstawie § 7 ust. 1 Regulaminu Rady Nadzorczej Spółki, dokonała uzupełnienia składu funkcjonującego w jej ramach Komitetu ds. Wynagrodzeń, powołując na Członka Komitetu ds. Wynagrodzeń pana Tomasza Szeląga. Rada Nadzorcza, działając na podstawie § 7 ust. 1 Regulaminu Rady Nadzorczej Spółki, rozszerzyła także skład Komitetu Audytu, powierzając funkcję Członka Komitetu Audytu panu Tomaszowi Szelągowi.

Na dzień 31 grudnia 2016 roku w skład Rady Nadzorczej Spółki wchodziły następujące osoby:

Imię i nazwisko	Stanowisko	Rok pierwszego powołania	Rok powołania na obecną kadencję	Rok upływu kadencji
Marek Kapuściński	Przewodniczący Rady Nadzorczej Niezależny <sup>(1)</sup> członek Rady Nadzorczej	2016	2016	2018
Józef Birka	Członek Rady Nadzorczej	2015	2015	2018
Robert Gwiazdowski	Niezależny <sup>(1)</sup> członek Rady Nadzorczej Przewodniczący Komitetu Audytu	2008	2015	2018
Aleksander Myszka	Członek Rady Nadzorczej	2015	2015	2018
Leszek Reksa	Niezależny <sup>(1)</sup> członek Rady Nadzorczej Członek Komitetu Audytu	2008	2015	2018
Heronim Ruta	Członek Rady Nadzorczej Członek Komitetu Audytu Członek Komitetu ds. Wynagrodzeń	2001	2015	2018
Tomasz Szela	Członek Rady Nadzorczej Członek Komitetu Audytu Członek Komitetu ds. Wynagrodzeń	2016	2016	2018

(1) spełnia kryteria niezależności wymienione w zbiorze zasad ładu korporacyjnego Dobre Praktyki 2016 w zasadzie II.Z.4

**Marek Kapuściński** wszedł w skład Rady Nadzorczej Spółki dnia 1 października 2016 roku, a od 25 października pełni funkcję jej Przewodniczącego. Ukończył studia magisterskie na Wydziale Handlu Zagranicznego Szkoły Głównej Planowania i Statystyki w Warszawie (obecnie Szkoła Główna Handlowa w Warszawie) oraz studia podyplomowe w SEHNAP we współpracy ze Stern School of Business – New York University.

Do końca września 2016 roku przez ponad 25 lat związany był z firmą Procter&Gamble. Od lipca 2011 roku jako Dyrektor Generalny i Wiceprezydent (czyt. Prezes Zarządu/CEO) dla kluczowych 9 rynków Europy Środkowej, a przedtem od stycznia 2007 roku dla Polski i krajów bałtyckich. Obecnie sprawuje również funkcję członka rad nadzorczych w Banku Handlowym w Warszawie S.A. oraz Cydrownia S.A. oraz zajmuje się działalnością doradczą w ramach Essences Consulting Group. Zaangażowany jest także w działalność organizacji pożytku publicznego działających na rzecz rozwoju młodej polskiej kultury i sztuki.

**Józef Birka** wszedł w skład Rady Nadzorczej Spółki w kwietniu 2015 roku. Jest adwokatem, absolwentem Uniwersytetu Wrocławskiego. Od samego początku związany z Telewizją Polsat, pełnił funkcję Prezesa Zarządu Telewizji Polsat w okresie pierwszego procesu koncesyjnego, w wyniku którego Polsat otrzymał koncesję na nadawanie pierwszego niezależnego ogólnopolskiego kanału telewizyjnego. Od momentu powstania Członek Rady Fundacji Polsat, jednej z największych charytatywnych organizacji pozarządowych w Polsce.

Posiada wieloletnie doświadczenie w pracy w organach statutowych spółek prawa handlowego. Jest członkiem Rady Nadzorczej Polkomtel, Telewizji Polsat oraz Elektrim S.A. W latach 2004-2006 był członkiem Rady Nadzorczej Polskiej Telefonii Cyfrowej Sp. z o.o. Aktywnie działał w Związku Pracodawców Prywatnych Mediów w ramach Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych „Lewiatan”. Uhonorowany przez Naczelną Radę Adwokacką odznaczeniem „Adwokatura zasłużonym”.

**Robert Gwiazdowski** zasiada w Radzie Nadzorczej Spółki od lipca 2008 roku. Jest doktorem habilitowanym nauk prawnych i profesorem Uczelni Łazarskiego. Jest praktykującym adwokatem i doradcą podatkowym.

W latach 2005-2014 był Prezydentem Centrum Adama Smitha. Obecnie jest Przewodniczącym Rady Programowej. W latach 2006–2007 był przewodniczącym rady nadzorczej Zakładu Ubezpieczeń Społecznych. Obecnie jest członkiem rad nadzorczych spółek giełdowych: DGA S.A., SARE S.A. oraz Domu Maklerskiego IDM S.A. i MNI S.A., która prowadzi działalność w zakresie telefonii i telewizji.

**Aleksander Myszka** wszedł w skład Rady Nadzorczej Spółki w kwietniu 2015 roku. Jest adwokatem, absolwentem Wydziału Prawa Uniwersytetu Wrocławskiego. W roku 1976 rozpoczął wykonywanie zawodu adwokata w Zespole Adwokackim w Oleśnicy, a następnie w Zespole adwokackim Nr 4 we Wrocławiu, którym kierował przez dwie kadencje. Prowadził bogatą praktykę cywilistyczną, a od połowy lat 80-tych specjalizował się w dziedzinie prawa handlowego, rozwijając obsługę podmiotów gospodarczych. Z Telewizją Polsat związany od początku jej istnienia, jest jednym z współtwórców stacji. Przez 12 lat – w okresie od 1995 do 2007 - roku zajmował stanowisko Prezesa Zarządu Telewizji Polsat.



Od kwietnia 2007 roku Aleksander Myszkowski zasiada w Radzie Nadzorczej Telewizji Polsat a od listopada 2011 roku w Radzie Nadzorczej Polkomtel. Zasiada również w Radzie Fundacji Polsat od początku jej powstania, tj. od 1996 roku. Jest także współzałożycielem i członkiem Stowarzyszenia Kreatywna Polska – skupiającym środowisko twórców i przemysłów kreatywnych, którego celem jest głównie ochrona praw autorskich i własności intelektualnej. W 2015 roku został powołany na trzyletnią kadencję do Rady Instytutu Sztuki Filmowej. Od 2016 jest członkiem Zarządu Związku Prywatnych Pracodawców Mediów w Konfederacji Lewiatan.

**Leszek Reksa** został powołany w skład Rady Nadzorczej Spółki w lipcu 2008 roku. Jest absolwentem Wydziału Handlu Zagranicznego Szkoły Głównej Planowania i Statystyki (obecnie Szkoła Główna Handlowa). Ukończył wiele seminariów i szkoleń specjalistycznych z zakresu zarządzania i finansów, w tym seminarium na temat zarządzania spółkami kapitałowymi na Wydziale Finansów DePaul University w Chicago.

Posiada wieloletnie doświadczenie zawodowe na stanowiskach kierowniczych w różnych przedsiębiorstwach, w tym dwudziestoletnie w bankowości na różnych stanowiskach menedżerskich (Powszechna Kasa Oszczędności Bank Polski S.A.). 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. Aktualnie jest członkiem Zarządu AGRAIMPEX Sp. z o.o. oraz członkiem rad nadzorczych PLUS BANK S.A. i EBU Węgrzynowo.

**Heronim Ruta** ukończył studia na Wydziale Elektrycznym Politechniki Warszawskiej. Posiada blisko 40-letnie doświadczenie biznesowe w branżach takich jak: media, telekomunikacja, handel czy usługi. Od początku zaangażowany w budowanie strategii i konsekwentny rozwój głównych spółek z Grupy Polsat. W latach 1978-1979 pracował w Centralnym Ośrodku Badań Techniki Kolejnictwa. W latach 1980-1987 kierował zakładem Wytwórczo-Usługowej Spółdzielni Pracy w Radomiu. W roku 1987 założył spółkę Herom Sp. z o.o., której był prezesem do 1992 roku. W latach 1992-1994 pełnił funkcję prezesa spółki Ster Sp. z o.o., w latach 2002-2005 – członka zarządu Polaris Finance B.V., a w latach 2002-2004 – członka rady nadzorczej litewskiej stacji telewizyjnej Baltijos Televizija, UAB. Posiada wieloletnie doświadczenie w pracy w organach statutowych spółek prawa handlowego. Obecnie pełni funkcje w radach nadzorczych m.in. Cyfrowego Polsatu S.A., Telewizji Polsat Sp. z o.o., Plus Banku S.A., PAI Media S.A. oraz Polkomtelu Sp. z o.o.

**Tomasz Szelaąg** jest członkiem Rady Nadzorczej Spółki od października 2016 roku, wchodzi w skład Komitetu Audytu oraz Komitetu ds. Wynagrodzeń. Ukończył Akademię Ekonomiczną we Wrocławiu na Wydziale Gospodarki Narodowej, kierunek Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze i Polityczne, specjalizacja Handel Zagraniczny. Z Cyfrowym Polsatem związany jest od 2009 roku. W 2016 roku został powołany w skład rad nadzorczych spółek Polkomtel, Telewizja Polsat, ZE PAK S.A. oraz Plus Banku S.A.

W latach 2000-2003 był asystentem w Katedrze Handlu Zagranicznego Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, by w maju 2003 roku obronić doktorat na temat transakcji hedgingowych stosowanych przez światowych producentów miedzi i zostać adiunktem Katedry Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu. W latach 2003 - 2004 zajmował też stanowisko adiunkta w Wyższej Szkole Bankowej we Wrocławiu - Katedra Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych. Równoległe z karierą naukową rozwijał karierę zawodową, zdobywając doświadczenia na stanowiskach menedżerskich w obszarze finansów i inwestycji. Od 2003 roku pełnił funkcję Głównego Specjalisty Wydziału Ryzyka Walutowego w KGHM Polska Miedź S.A., a następnie Departamentu Analiz i Ryzyka Rynkowego, by we wrześniu 2004 roku zostać Dyrektorem tego Departamentu. W grudniu 2004 roku został Dyrektorem Departamentu Zabezpieczeń KGHM i funkcję tę pełnił do marca 2007 roku. Od kwietnia 2007 roku do czerwca 2008 roku pracował jako Dyrektor Oddziału Banku Société Générale we Wrocławiu. W lipcu 2008 roku objął stanowisko Wiceprezesa Zarządu ds. Finansów Telefonii Dialog S.A., które sprawował do marca 2009 roku. W Telefonii Dialog S.A. odpowiadał za zarządzanie finansami, księgowość, kontroling i budżetowanie, nadzór właścicielski i inwestycje kapitałowe, logistykę i zakupy, zarządzanie projektami oraz IT.

Od maja 2009 roku do września 2016 roku pełnił w Cyfrowym Polsacie funkcję Członka Zarządu ds. Finansów i odpowiadał za szeroko rozumiane finanse w całej grupie kapitałowej. W latach 2010-2016 roku zasiadał w zarządach licznych spółek z Grupy Polsat, w tym: Telewizja Polsat (październik 2011 – październik 2014), INFO-TV-FM Sp. z o.o. (lipiec 2012 – listopad 2016), CPSPV1 i CPSPV2 (kwiecień 2013 – listopad 2016) Plus TM Management (kwiecień 2014 – grudzień 2016) oraz Polkomtel (wrzesień 2014 – grudzień 2016). Z zajmował także stanowiska Prezesa Zarządu w Cyfrowy Polsat Trade Marks Sp. z o.o. (2010-2016) oraz Telewizji Polsat Holdings Sp. z o.o. (2012-2016).

### 8.8.2. Kompetencje i zasady 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 powiązanym,
- 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 10,0 milionów zł, 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 wchodzi trzech członków spełniających kryteria niezależności, określone w zasadach ładu korporacyjnego zawartych w Dobrych Praktykach 2016 w zasadzie II.Z.4.

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 pisemnego 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.

### 8.8.3. 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 2016 roku wchodził następujący członkowie Rady Nadzorczej:

- Heronim Ruta,
- Robert Gwiazdowski, niezależny członek Rady Nadzorczej,
- Leszek Reksa, niezależny członek Rady Nadzorczej,
- Tomasz Szelaąg (od 25 października 2016 roku).

W dniu 8 stycznia 2016 roku na stanowisko Przewodniczącego Komitetu Audytu został powołany pan Robert Gwiazdowski, co stanowi spełnienie wymogów zasady II.Z.8 Dobrych Praktyk 2016, zgodnie z którą Przewodniczący Komitetu Audytu spełnia kryteria niezależności określone w załączniku II do Zalecenia Komisji Europejskiej 2005/162/WE z dnia 15 lutego 2005 roku.

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.

W 2016 roku skład Komitetu do spraw Wynagrodzeń przedstawiał się następująco:

- Zygmunt Solorz (od 1 stycznia 2016 roku do 30 września 2016 roku),
- Heronim Ruta,
- Tomasz Szelaż (od 25 października 2016 roku).

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.

#### 8.8.4. Wynagrodzenia członków Rady Nadzorczej

Informacje dotyczące wynagrodzenia członków Rady Nadzorczej zostały zawarte w Nocie nr 45 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2016 roku.

---

Tobias Solorz  
*Prezes Zarządu*

---

Katarzyna Ostap-Tomann  
*Członek Zarządu*

---

Dariusz Działkowski  
*Członek Zarządu*

---

Tomasz Gillner-Gorywoda  
*Członek Zarządu*

---

Aneta Jaskólska  
*Członek Zarządu*

---

Agnieszka Odorowicz  
*Członek Zarządu*

---

Maciej Stec  
*Członek Zarządu*

Warszawa, 15 marca 2017 roku

## DEFINICJE I SŁOWNICZEK POJĘĆ TECHNICZNYCH

Terminy pisane wielką literą, które nie zostały zdefiniowane w Sprawozdaniu, mają znaczenie nadane im poniżej, o ile z kontekstu nie wynika inaczej.

### Słownik terminów ogólnych

Termin	Definicja
<b>Aero2</b>	Aero2 spółka z ograniczoną odpowiedzialnością zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców KRS pod numerem 0000305767, spółka zależna Litenite.
<b>AltaLog</b>	AltaLog spółka z ograniczoną odpowiedzialnością zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców KRS pod numerem 0000493305, spółka zależna Aero2.
<b>B2B</b>	Transakcja pomiędzy przedsiębiorcami ( <i>Business to Business</i> ).
<b>ASO, ASO GPW</b>	Alternatywny system obrotu instrumentami dłużnymi organizowany przez GPW w ramach Catalyst.
<b>Catalyst</b>	System obrotu dłużnymi instrumentami finansowymi na organizowanych przez GPW i BondSpot rynkach, o którym mowa w § 1 Zasad Działania Catalyst przyjętych uchwałą nr 59/2010 Zarządu GPW z dnia 27 stycznia 2010 r. (ze zm.).
<b>B2C</b>	Transakcja pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem ( <i>Business to Consumer</i> ).
<b>Cyfrowy Polsat, Spółka</b>	Cyfrowy Polsat Spółka Akcyjna zarejestrowany w rejestrze przedsiębiorców KRS pod numerem 0000010078.
<b>Cyfrowy Polsat Trade Marks, CPTM</b>	Cyfrowy Polsat Trade Marks spółka z ograniczoną odpowiedzialnością zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców KRS pod numerem 0000373011.
<b>Eileme 1</b>	Eileme 1 AB (publ), spółka prawa szwedzkiego zarejestrowana pod numerem 556854-5668.
<b>Eileme 2</b>	Eileme 2 AB (publ), spółka prawa szwedzkiego zarejestrowana pod numerem 556854-5676.
<b>Eileme 3</b>	Eileme 3 AB (publ), spółka prawa szwedzkiego zarejestrowana pod numerem 556854-5692.
<b>Eileme 4</b>	Eileme 4 AB (publ), spółka prawa szwedzkiego zarejestrowana pod numerem 556854-5684.
<b>Embud</b>	Embud spółka z ograniczoną odpowiedzialnością zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców KRS pod numerem 0000165473.
<b>Grupa Aero2</b>	Aero 2 wraz ze spółkami bezpośrednio i pośrednio zależnymi od Aero 2 – Sferia i AltaLog.
<b>Grupa Metelem</b>	Metelem wraz z następującymi spółkami: Eileme 1, Eileme 2, Eileme 3, Eileme 4, Polkomtel, Nordisk Polska Sp. z o.o., Liberty Poland S.A., Polkomtel Finance AB (publ), Polkomtel Business Development Sp. z o.o., TM Rental, LTE Holdings, Plus TM Management, Litenite Ltd., Aero2, Sferia, AltaLog oraz IT Polpager Sp. z o.o.
<b>Grupa Polkomtel</b>	Polkomtel wraz z następującymi spółkami: Nordisk Polska Sp. z o.o., Liberty Poland S.A., Polkomtel Finance AB (publ), Polkomtel Business Development Sp. z o.o., TM Rental, LTE Holdings, Plus TM Management, Litenite Ltd., Aero2, Sferia, AltaLog oraz IT Polpager Sp. z o.o.
<b>Grupa Telewizji Polsat, Grupa TV Polsat</b>	Telewizja Polsat wraz ze spółkami bezpośrednio i pośrednio zależnymi od Telewizji Polsat.
<b>Grupa, Grupa Polsat, Grupa Cyfrowy Polsat</b>	Cyfrowy Polsat wraz ze spółkami bezpośrednio i pośrednio zależnymi od Spółki.
<b>Karswell</b>	Karswell Limited, spółka prawa cypryjskiego z siedzibą w Nikozji, Cypr.
<b>KDPW</b>	Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych S.A.
<b>Kredyt Rewolwingowy CP</b>	Udzielony na podstawie Umowy Kredytów CP kredyt rewolwingowy ( <i>Revolving Facility Loan</i> ) do maksymalnej kwoty w wysokości stanowiącej równowartość 300 mln PLN o terminie spłaty do 21 września 2020 roku.
<b>Kredyt Rewolwingowy PLK</b>	Udzielony na podstawie Umowy Kredytów PLK kredyt rewolwingowy ( <i>Revolving Facility Loan</i> ) do maksymalnej kwoty w wysokości 700 mln zł o terminie spłaty do 21 września 2020 roku.
<b>Kredyt Terminowy CP</b>	Udzielony na podstawie Umowy Kredytów CP z dnia 21 września 2015 roku kredyt terminowy ( <i>Term Facility Loan</i> ) do maksymalnej kwoty w wysokości 1.200 mln PLN o terminie spłaty do 21 września 2020 roku.
<b>Kredyt Terminowy PLK</b>	Udzielony na podstawie Umowy Kredytów PLK z dnia 21 września 2015 roku kredyt terminowy ( <i>Term Facility Loan</i> ) do maksymalnej kwoty w wysokości 10.300 mln PLN o terminie spłaty do 21 września 2020 roku.

Termin	Definicja
<b>KRRiT</b>	Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji.
<b>Litenite</b>	Litenite Limited, spółka prawa cypryjskiego zarejestrowana pod numerem 240249.
<b>Metelem</b>	Metelem Holding Company Limited, spółka prawa cypryjskiego zarejestrowana pod numerem 286591, pośrednio kontrolująca 100% udziałów w Polkomtelu.
<b>Midas</b>	Midas Spółka Akcyjna dawniej zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców KRS pod numerem 0000025704. W dniu 30 listopada 2016 roku nastąpiło połączenie Midasa z Aero2.
<b>MSSF</b>	Określone w art. 2 Rozporządzenia (WE) nr 1606/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 19 lipca 2002 roku w sprawie stosowania międzynarodowych standardów rachunkowości (Dz. U. UE L 243/1 z 11 września 2002 roku, ze zm.) Międzynarodowe Standardy Rachunkowości, Międzynarodowe Standardy Sprawozdawczości Finansowej i odnoszące się do nich Interpretacje Stałego Komitetu ds. Interpretacji oraz Komitetu ds. Międzynarodowej Interpretacji Sprawozdawczości Finansowej, przyjęte rozporządzeniem Komisji (WE) nr 1126/2008 z dnia 3 listopada 2008 roku przyjmującym określone międzynarodowe standardy rachunkowości zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 1606/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz. U. UE L 320/1 z 29 listopada 2008 roku, ze zm.).
<b>NBP</b>	Narodowy Bank Polski
<b>Obligacje Litenite</b>	Niezabezpieczone obligacje zerokuponowe 2022 ( <i>Zero-coupon unsecured loan notes 2022</i> ) o łącznej wartości nominalnej 1.524,4 mln zł i cenie emisyjnej 782,0 mln zł emitowane na podstawie uchwały zarządu Litenite z dnia 31 grudnia 2015 roku.
<b>Obligacje Midas</b>	Zerokuponowe, zdematerializowane obligacje na okaziciela serii A o łącznej wartości nominalnej 583,7 mln zł i wartości nominalnej 1.000 zł każda, emitowane na podstawie uchwały zarządu spółki Midas z dnia 6 marca 2013 roku, zmienionej uchwałą zarządu z dnia 28 marca 2013 roku.
<b>Obligacje, Obligacje Serii A</b>	Niezabezpieczone i niepodporządkowane obligacje na okaziciela Serii A o łącznej wartości nominalnej 1 mld zł i wartości nominalnej 1.000 zł każda emitowane na podstawie uchwały Zarządu Spółki nr 01/02/07/2015 z dnia 2 lipca 2015 roku.
<b>Obligacje Senior Notes PLK</b>	Niepodporządkowane obligacje o łącznej wartości nominalnej 542,5 mln EUR oraz 500,0 mln USD z terminem zapadalności w 2020 roku wyemitowane przez Eileme 2.
<b>Orange, Orange Polska</b>	Orange Polska Spółka Akcyjna zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców KRS pod numerem 0000010681, uprzednio działająca pod firmą Telekomunikacja Polska Spółka Akcyjna.
<b>P4</b>	P4 spółka z ograniczoną odpowiedzialnością zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców KRS pod numerem 0000217207, operator sieci komórkowej Play.
<b>Plus Bank</b>	Plus Bank Spółka Akcyjna zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców KRS pod numerem 0000096937.
<b>Plus TM Management</b>	Plus TM Management spółka z ograniczoną odpowiedzialnością zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców KRS pod numerem 378997.
<b>Polkomtel</b>	Polkomtel spółka z ograniczoną odpowiedzialnością zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców KRS pod numerem 0000419430. Powstała w wyniku przekształcenia ze spółki Polkomtel Spółka Akcyjna zarejestrowanej w rejestrze przedsiębiorców KRS pod numerem 0000020908.
<b>Polkomtel Business Development</b>	Polkomtel Business Development spółka z ograniczoną odpowiedzialnością zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców KRS pod numerem 377416.
<b>Polkomtel Finance</b>	Polkomtel Finance AB (publ), spółka prawa szwedzkiego zarejestrowana pod numerem 556807-4594. Spółka postawiona w stan likwidacji.
<b>Polsat Media Biuro Reklamy</b>	Polsat Media Biuro Reklamy spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k. zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców KRS pod numerem 0000467579.
<b>Połączona Umowa Kredytów, Połączony SFA</b>	Umowa Kredytów CP z dnia 21 września 2015 roku zmienione zgodnie z zapisami Umowy Zmieniającej i Konsolidującej z dnia 21 września 2015 roku.
<b>Prawo Telekomunikacyjne</b>	Ustawa z dnia 16 lipca 2004 roku – Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. z 2004 roku, Nr 171, poz. 1800, ze zm.).
<b>Regulamin ASO, Regulamin ASO GPW</b>	Regulamin alternatywnego systemu obrotu organizowanego przez GPW w brzmieniu przyjętym uchwałą nr 147/2007 Zarządu GPW z dnia 1 marca 2007 r. (ze zm.).
<b>Refinansowany Kredyt Terminowy CP</b>	Udzielony na podstawie Refinansowej Umowy Kredytów CP kredyt terminowy ( <i>Term Facility Loan</i> ) do maksymalnej kwoty w wysokości 2.500 mln PLN o terminie spłaty do 11 kwietnia 2019 roku. Zrefinansowany w całości 21 września 2015 roku.

Termin	Definicja
<b>Refinansowane Kredyty Terminowe PLK</b>	Udzielone na podstawie Refinansowej Umowy Kredytów PLK kredyty terminowe A, B i C w wysokości, odpowiednio, 2,65 mld zł, 3,3 mld zł oraz 1,7 mld zł oraz o terminach spłat w latach 2017, 2018 i 2019, odpowiednio. Zrefinansowane w całości 21 września 2015 roku.
<b>Refinansowana Umowa Kredytów CP</b>	Umowa kredytów niepodporządkowanych ( <i>Senior Facilities Agreement</i> ) z dnia 11 kwietnia 2014 roku zawarta pomiędzy Spółką, Telewizją Polsat, CPTM, Polsat License Ltd. i Polsat Media Biuro Reklamy a konsorcjum banków polskich i zagranicznych, obejmująca Kredyt Terminowy oraz Kredyt Rewolwingowy. Zrefinansowana w całości 21 września 2015 roku.
<b>Refinansowana Umowa Kredytów PLK</b>	Umowa kredytów niepodporządkowanych z dnia 17 czerwca 2013 roku zawarta pomiędzy Eileme 2, Eileme 3, Eileme 4, Polkomtel oraz spółkami zależnymi a konsorcjum banków. Zrefinansowana w całości 21 września 2015 roku.
<b>Sensor</b>	Sensor Overseas Limited, spółka prawa cypryjskiego z siedzibą w Nikozji, Cypr.
<b>SOKiK</b>	Sąd Okręgowy w Warszawie, XVII Wydział Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.
<b>Telewizja Polsat, TV Polsat</b>	Telewizja Polsat spółka z ograniczoną odpowiedzialnością zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców KRS pod numerem 0000388899. Powstała w wyniku przekształcenia ze spółki Telewizja Polsat Spółka Akcyjna zarejestrowanej w rejestrze przedsiębiorców KRS pod numerem 0000046163.
<b>TiVi Foundation</b>	TiVi Foundation, fundacja rodzinna z siedzibą w Liechtensteinie przy ul. Kirchstrasse 12, 9490 Vaduz.
<b>T-Mobile, T-Mobile Polska</b>	T-Mobile Polska Spółka Akcyjna zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców KRS pod numerem 0000391193, uprzednio działająca pod firmą Polska Telefonia Cyfrowa Spółka Akcyjna.
<b>TM Rental</b>	TM Rental spółka z ograniczoną odpowiedzialnością zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców KRS pod numerem 567976.
<b>UKE</b>	Urząd Komunikacja Elektronicznej.
<b>Umowa Dotycząca Obligacji Senior Notes PLK</b>	Umowa dotycząca warunków emisji Obligacji Senior Notes PLK ( <i>Indenture</i> ) z dnia 26 stycznia 2012 roku zawarta pomiędzy Eileme 2, Eileme 3, Eileme 4, Spartan, Ortholuck, Citibank, N.A., London Branch, Citibank, N.A., New York Branch, Citigroup Global Markets Deutschland.
<b>Umowa Kredytów CP, SFA CP</b>	Umowa kredytów ( <i>Senior Facilities Agreement</i> ) z dnia 21 września 2015 roku zawarta pomiędzy Spółką, Telewizją Polsat, CPTM, Polsat License Ltd. oraz Polsat Media Biuro Reklamy a konsorcjum polskich i zagranicznych instytucji finansowych, obejmująca Kredyt Terminowy CP oraz Kredyt Rewolwingowy CP.
<b>Umowa Kredytów PLK, SFA PLK</b>	Umowa kredytów ( <i>Senior Facilities Agreement</i> ) z dnia 21 września 2015 roku zawarta pomiędzy Polkomtel, Eileme 2, Eileme 3, Eileme 4, Plus TM Management, TM Rental oraz Plus TM Group a konsorcjum polskich i zagranicznych instytucji finansowych obejmująca Kredyt Terminowy PLK oraz Kredyt Rewolwingowy PLK.
<b>Umowa Zmieniająca i Konsolidująca</b>	Umowa zawarta w dniu 21 września 2015 roku między Spółką, Polkomtel, Telewizją Polsat, Cyfrowym Polsatem Trade Marks Polsat License, Polsat Media Biuro Reklamy, Eileme 2, Eileme 3, Eileme 4, Plus TM Management, TM Rental oraz Plus TM Group a konsorcjum polskich i zagranicznych instytucji finansowych, konsolidująca i zmieniająca Umowy Kredytów CP i PLK.
<b>UOKiK</b>	Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.
<b>Warunki Emisji</b>	Warunki emisji Obligacji wraz z suplementem

## Słownik terminów technicznych

Termin	Definicja
<b>2G</b>	Sieci telefonii komórkowej drugiej generacji, oferowane w Europie na standardzie GSM.
<b>3G</b>	Sieci telefonii komórkowej trzeciej generacji pozwalające na jednoczesne używanie usług głosowych i transmisji danych.
<b>4G</b>	Sieci telefonii komórkowej czwartej generacji.
<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>CAGR</b>	<p>Compounded Annual Growth Rate – średnia roczna stopa wzrostu liczona dla danej wartości według następującego wzoru:</p> $CAGR = \left( \frac{W_{rk}}{W_{rp}} \right)^{\left( \frac{1}{rk-rp} \right)} - 1$ <p>gdzie:  rp – rok początkowy,  rk – rok końcowy,  W<sub>rp</sub> – wartość w roku początkowym,  W<sub>rk</sub> – wartość w roku końcowym.</p>
<b>Catch-up TV</b>	Usługi polegające na udostępnianiu wybranych treści programowych przez pewien czas po tym jak zostały nadane w kanale telewizyjnym. Cyfrowy Polsat świadczy te usługi od 2011 roku.
<b>CDMA</b>	Zbiór standardów telekomunikacji mobilnej wypracowany przez 3rd Generation Partnership Project 2, zawierający m.in. CDMAOne i CDMA2000. CDMA używana jest głównie do oferowania usług transmisji danych na obszarach wiejskich. Pozwala ona na transmisję danych z maksymalną prędkością 3,1 Mb/s. CDMA umożliwia bezpośrednią komunikację pomiędzy terminalami użytkownika oraz ograniczenie dostępu do wskazanych urządzeń, dzięki czemu technologia ta wykorzystywana jest do świadczenia usług cyfrowego systemu łączności dyspozytorskiej.
<b>Churn (wskaźnik/współczynnik odejść lub odpływu)</b>	<p>Rozwiązanie umowy z klientem 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 Aero2 do RGU usług przedpłaconych w ramach dostępu do Internetu wliczone zostały wyłącznie te karty SIM, które w ciągu ostatnich 90 dni skorzystały z usług transmisji danych w ramach płatnych pakietów.
<b>dosprzedaż</b>	Technika sprzedaży łącząca sprzedaż krzyżową ze sprzedażą dodatkową.
<b>DTH</b>	Usługi płatnej cyfrowej telewizji satelitarnej, które świadczymy na terenie Polski od 2001 roku.
<b>DTT</b>	Naziemna telewizja cyfrowa ( <i>Digital Terrestrial Television</i> ).
<b>DVB-T</b>	Technologia naziemnego nadawania telewizji cyfrowej ( <i>Digital Video Broadcasting – Terrestrial</i> ).
<b>DVR</b>	Dekodery z twardym dyskiem służące do nagrywania programów telewizyjnych (Digital Video Recorder)
<b>EDGE</b>	Technologia telefonii komórkowej pozwalająca na szybszą transmisję danych jako wstecznie kompatybilne rozszerzenie sieci 2G. EDGE zwiększa pojemność interfejsu radiowego i zapewnia wygodniejsze korzystanie z usług transmisji danych. Pozwala na osiągnięcie maksymalnej teoretycznej prędkości prawie 1 Mb/s ( <i>Enhanced Data rates for GSM Evolution</i> ).
<b>ERP</b>	Klasa systemów informatycznych służących wspomaganie zarządzania przedsiębiorstwem lub współdziałania grupy współpracujących ze sobą przedsiębiorstw, poprzez gromadzenie danych oraz umożliwienie wykonywania operacji na zebranych danych ( <i>enterprise resource planning</i> )



Termin	Definicja
<b>GB</b>	Gigabajt, jednostka miary informacji cyfrowej składająca się z miliarda bajtów lub $1024^3$ bajtów w zależności od interpretacji, odpowiednio, dziesiętnej lub binarnej.
<b>GPRS</b>	Usługa mobilnej transmisji pakietów danych dostępna dla użytkowników GSM ( <i>General Packet Radio Service</i> ).
<b>GRP</b>	Punkt ratingowy, zdefiniowany 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 ( <i>Gross Rating Point</i> ).
<b>GSM</b>	Standard wypracowany przez Europejski Instytut Norm Telekomunikacyjnych na oznaczenie protokołów sieci telefonii komórkowej 2G, szczególnie w zakresie dostępu do usług głosowych ( <i>Global System for Mobile Communications</i> ).
<b>GSM-1800</b>	Standard wypracowany przez Europejski Instytut Norm Telekomunikacyjnych na oznaczenie protokołów sieci telefonii komórkowej 2G na pasmach 1800 MHz, szczególnie w zakresie dostępu do usług głosowych.
<b>GSM-900</b>	Standard wypracowany przez Europejski Instytut Norm Telekomunikacyjnych na oznaczenie protokołów sieci telefonii komórkowej 2G na pasmach 900 MHz, szczególnie w zakresie dostępu do usług głosowych.
<b>HD</b>	Sygnal w większej rozdzielczości niż standardowa ( <i>High Definition</i> ).
<b>HSPA/HSPA+</b>	Technologia transferu danych drogą radiową w sieciach bezprzewodowych zwiększająca pojemność sieci UMTS ( <i>High Speed Packet Access/High Speed Packet Access Plus</i> ). Obejmuje również technologię HSPA+ Dual Carrier ( <i>Evolved High Speed Packet Access Dual Carrier</i> ). Umożliwia transmisję danych z prędkością dochodzącą maksymalnie do 42 Mb/s w przypadku przesyłania danych do użytkownika i do 5,7 Mb/s w przypadku przesyłania danych do sieci.
<b>IPLA</b>	Internetowa platforma dostępu do treści wideo należąca do Grupy Polsat.
<b>IPTV</b>	Technika umożliwiająca przesyłanie sygnału telewizyjnego w sieciach szerokopasmowych opartych na protokole IP ( <i>Internet Protocol Television</i> ).
<b>IVR</b>	System telekomunikacji umożliwiający interakcję komputera z człowiekiem poprzez użycie głosu lub sygnalizacji tonowej ( <i>Interactive Voice Response</i> ).
<b>Klient, Klient kontraktowy</b>	Osoba fizyczna, prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, posiadająca co najmniej jedną, aktywną usługę świadczoną w modelu kontraktowym.
<b>LTE</b>	<i>Long Term Evolution</i> - standard szybkiej transmisji danych w sieciach bezprzewodowych określane również jako 4G. Na bazie kanału częstotliwości o szerokości ograniczonej do maksymalnie 20 MHz pozwala na osiągnięcie prędkości transmisji danych do 150 Mb/s (downlink, przy zastosowaniu anten MIMO 2x2).
<b>LTE-Advanced</b>	Kolejny standard bezprzewodowego przesyłu danych czwartej generacji (4G), istotnie poprawiający parametry standardu LTE. Poprzez umożliwienie agregacji pasm z różnych częstotliwości (łącznie maksymalnie do 100 MHz) pozwala na znaczące zwiększenie maksymalnej prędkości transmisji do 3 Gb/s (downlink, przy zastosowaniu anten MIMO 8x8).
<b>Mb/s</b>	Jednostka oznaczająca średnią przepustowość kanału telekomunikacyjnego jako jeden milion bitów lub $1024^2$ bitów (Megabit) na sekundę w zależności od interpretacji, odpowiednio, dziesiętnej lub binarnej.
<b>MTR</b>	Stawka opłaty hurtowej za zakończenie połączenia telefonicznego w ruchomej sieci telefonicznej innego operatora ( <i>Mobile Termination Rate</i> ).
<b>Multiroom</b>	Nasza usługa umożliwiająca korzystanie z tych samych kanałów na dwóch telewizorach w jednym domu w ramach jednego abonamentu.
<b>MUX, Multiplex</b>	Pakiet kanałów telewizyjnych, radiowych i dodatkowych usług jednocześnie transmitowanych cyfrowo do odbiorcy w jednym kanale częstotliwości.
<b>MVNO</b>	Operator wirtualnej sieci komórkowej ( <i>Mobile Virtual Network Operator</i> ).
<b>Node B</b>	Urządzenie służące bezprzewodowemu połączeniu terminalu ruchomego z częścią stałą sieci telekomunikacyjnej trzeciej generacji.
<b>PPV</b>	Usługi płatnego dostępu do wybranych treści programowych ( <i>pay-per-view</i> ).

Termin	Definicja
<b>przychody interconnect</b>	Przychody hurtowe za zakańczanie ruchu głosowego i niegłosowego w sieci Polkomtel z sieci innych operatorów w oparciu o umowy o wzajemnym połączeniu sieci oraz przychody z tranzytu ruchu.
<b>PVR</b>	Elektroniczne urządzenie powszechnego użytku służące do nagrywania programów telewizyjnych na dysk twardy w formacie cyfrowym ( <i>Personal Video Recorder</i> ).
<b>realni użytkownicy</b>	Szacowana liczba osób, które wykonały w danym miesiącu przynajmniej jedną odsłonę witryny lub aplikacji internetowej ( <i>Real Users</i> ).
<b>RGU (Revenue Generating Unit)</b>	Pojedyncza, aktywna usługa płatnej telewizji, dostępu do Internetu lub telefonii komórkowej, świadczona w modelu kontraktowym lub przedpłaconym.
<b>SD</b>	Sygnal telewizyjny o rozdzielczości standardowej ( <i>Standard Definition</i> ).
<b>SMS</b>	Usługa pozwalająca na przesyłanie krótkich wiadomości tekstowych w sieciach telekomunikacyjnych ( <i>Short Message Service</i> ).
<b>strumieniowanie</b>	Inicjowany przez użytkownika proces techniczny umożliwiający odsłuchiwanie (w przypadku materiału audio) lub odsłuchiwanie i wyświetlanie (w przypadku materiału audio-wideo) na urządzeniu końcowym użytkownika materiału dostępnego w sieci Internet, bez konieczności jego pobrania w całości. Proces ten polega na przesyłaniu, zamiast całego materiału na raz, rozciągniętego w czasie strumienia cyfrowych danych składających się na jego całość.
<b>TV Mobilna</b>	Nasza płatna usługa telewizji mobilnej świadczona w technologii DVB-T.
<b>udział w oglądalności, udział w widowni</b>	Odsetek widzów oglądających konkretny kanał w danym okresie, wyrażony jako odsetek wszystkich oglądających telewizję w danym czasie (według badań Nielsen Audience Measurement w grupie 16–49 lat przez cały dzień).
<b>udział w rynku reklamy</b>	Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy w całkowitych przychodach z reklamy telewizyjnej w Polsce (dane rynkowe według SMG Poland (dawniej SMG)).
<b>UMTS</b>	Stosowany powszechnie na świecie europejski standard telekomunikacyjny 3G bazujący na GSM, pozwalający świadczyć usługi transmisji danych z maksymalną prędkością 384 kb/s ( <i>Universal Mobile Telecommunication System</i> ).
<b>usługi dodane, VAS</b>	Usługi oferowane przez przedsiębiorców telekomunikacyjnych, obejmujące usługi rozrywkowe, informacyjne, lokalizacyjne oraz finansowe.
<b>usługi zintegrowane</b>	Pakiet 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.
<b>USSD</b>	Protokół używany w sieciach GSM, umożliwiający komunikację telefonu komórkowego z komputerem operatora sieci.
<b>WCDMA</b>	Technika dostępu do sieci rozwijana przez 3 <sup>rd</sup> Generation Partnership Project od 1999 roku i stosowana w sieciach 3G w standardzie UMTS ( <i>Wideband Code Division Multiple Access</i> ).
<b>VoLTE</b>	Technologia, która zapewnia natychmiastowe zestawienie połączenia, wysoką jakość głosu oraz możliwość realizacji zaawansowanych usług komunikacyjnych z gwarancją jakości, takich jak np. przesyłanie obrazu wideo jakości HD w oparciu o zwykły numer telefonu ( <i>Voice over LTE</i> ).
<b>WiFi</b>	Zestaw standardów stworzonych do budowy bezprzewodowych sieci komputerowych.
<b>wirtualna sieć prywatna</b>	Sieć zapewniająca połączenie w ramach sieci prywatnej za pośrednictwem publicznej sieci (np. Internetu).
<b>VoD (Domowa Wypożyczalnia Filmowa)</b>	Nasze usługi z kategorii wideo na żądanie.
<b>zasięg techniczny</b>	Odsetek telewizyjnych gospodarstw domowych w Polsce, które mają techniczną możliwość odbioru danego kanału nadawanego przez Telewizję Polsat.

