



Wyniki finansowe 4Q'2014 i 2014 r.

4 marca 2015 r.

Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat S.A.



Oświadczenie



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

W związku z rozpoczętą z dniem 7 maja 2014 r. konsolidacją wyników Metelem Holding Company Limited, pośrednio kontrolującej Polkomtel, Spółka postanowiła dostosować sposób prezentacji danych operacyjnych do nowej struktury i sposobu działania naszej Grupy. W poniższej prezentacji przedstawiony został nowy układ wskaźników operacyjnych (KPI) obejmujących naszą działalność w obszarach telekomunikacji i płatnej telewizji. Prezentowane wskaźniki operacyjne sprzed tego okresu mają jedynie charakter informacyjny oraz przedstawiają, jaki wpływ na wyniki operacyjne Grupy miałyby wyniki operacyjne grupy Metelem, a w szczególności Polkomteli, gdyby wchodziła ona w skład Grupy Polsat w porównywanym okresie. Wskaźniki te zostały przygotowane wyłącznie w celach ilustracyjnych i ze względu na swój charakter prezentują hipotetyczną sytuację, dlatego też nie przedstawiają rzeczywistych wyników operacyjnych Grupy za dane okresy.



Spis treści



1. Najważniejsze wydarzenia
2. Renegocjacja umowy z Grupą Midas
3. Działalność operacyjna
4. Realizacja strategii
5. Wyniki finansowe
6. Cele na 2015 r.
7. Q&A



1. Najważniejsze wydarzenia

A horizontal decorative bar consisting of four colored segments: two orange and two green.

Tomasz Gillner-Gorywoda
Prezes Zarządu

Główne fakty – 4Q'14



6,1 mln

klientów kontraktowych

16,5 mln RGU

12,3 usługi kontraktowe

4,1 usługi przedpłacone

2,01 RGU

na klienta

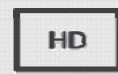
87,2 PLN ARPU

na klienta

10,4 mln Telefon



4,5 mln Telewizja



1,6 mln Internet



24,5% udziału

w oglądalności

24,8% udziału

w rynku reklamy tv



Główne fakty – 4Q'14



2.521 mln PLN
przychody

837 mln PLN
EBITDA
33,2% marża EBITDA

414 mln PLN
FCF po odsetkach

3,0x
dług netto/EBITDA



Główne fakty – 2014 (proforma)



9.705 mln PLN
przychody

3.787 mln PLN
EBITDA
39,0% marża EBITDA

1.173 mln PLN
FCF po odsetkach

3,0x
dług netto/EBITDA



Najważniejsze wydarzenia



Kontent

- Zakup kluczowych praw sportowych
 - Ligowe rozgrywki PlusLigi i Orlen Ligi w piłce siatkowej
 - Mistrzostwa Europy w 2015 i w 2017 r. w siatkówce mężczyzn i kobiet
 - Rozgrywki Ligi Światowej w piłce siatkowej mężczyzn

Produkty i usługi

- Nowe warunki współpracy z Mobyland obowiązujące od 1 stycznia 2015 – nowa stawka rozliczeniowa wynosząca 2,40 zł/GB
- Wprowadzenie technologii HD Voice

Pozostałe

- Zgoda NWZ w sprawie możliwości uruchomienia Programu Emisji Obligacji Korporacyjnych
- Przedterminowa przedpłata części kredytu terminowego Polkomtelu w wysokości 200 mln zł
- Uczestnictwo w aukcji na rezerwację częstotliwości z zakresu 800 MHz i 2600 MHz



2. Renegocjacja umowy z Grupą Midas

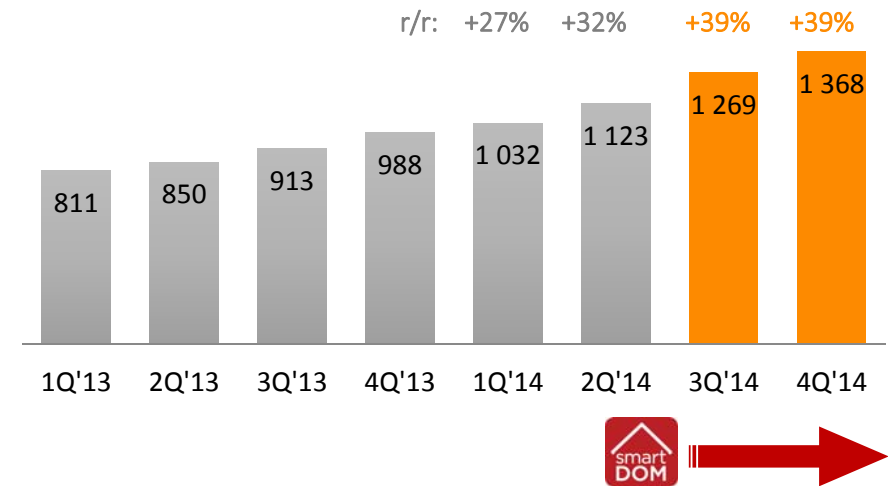


Tempo wzrostu naszej bazy kontraktowych usług dostępu do Internetu wzrosło do niemal 40% r/r

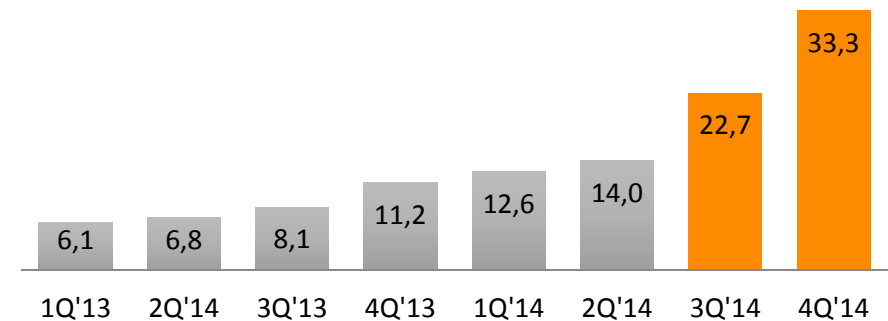


- Strategia multiplay przyspieszyła tempo pozyskania nowych RGU Internetu, pomimo faktu, iż na rynek usług LTE w międzyczasie weszli inni gracze
- Jednocześnie szybko rośnie liczba użytkowników smartfonów, którzy aktywnie korzystają z transmisji danych
- W efekcie, w grudniu 2014 r. 4,6m kart zalogowanych w naszej sieci aktywnie korzystało z transmisji danych
- Sukces ten ma również swój wymiar kosztowy: w 2014 r. nasi klienci, korzystając z taryf Internetowych oraz transferując dane przez smartfony, skonsumowali 83m GB, które spółki Cyfrowy Polsat i Polkomtel kupiły od Grupy Midas

Wzrost bazy kontraktowych RGU Internetu



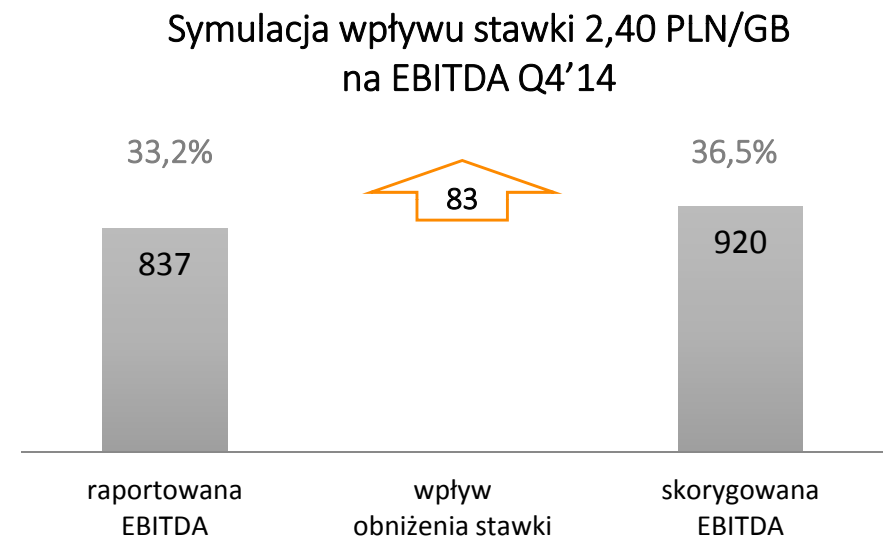
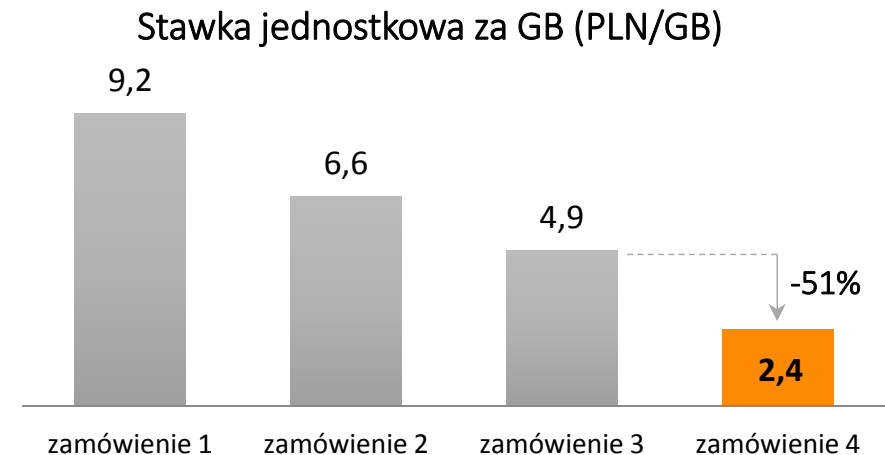
Konsumpcja GB na pasmach Midasa⁽¹⁾ (mln GB)



Renegocjacja umowy z Midasem była kluczowa dla zachowania wartości w ramach Grupy Cyfrowy Polsat



- W efekcie złożenia zamówienia nr 4 na 1,6 mld GB (do wykorzystania w okresie 4-letnim począwszy od stycznia 2015) jednostkowa stawka rozliczeniowa uległa redukcji do poziomu 2,40 PLN/GB
- Poprawa komercyjnych warunków współpracy z Grupą Midas przełoży się pozytywnie na poziom rentowności Grupy Cyfrowy Polsat w kolejnych latach
- Zastosowanie stawki 2,40 PLN/GB do rozliczenia kosztów GB skonsumowanych w samym Q4'14 przełożyłoby się na podwyższenie wyniku EBITDA Grupy Cyfrowy Polsat o 83m PLN i w efekcie wzrostu marży EBITDA o 3,3 pkt%



3. Działalność operacyjna





3.1 Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym

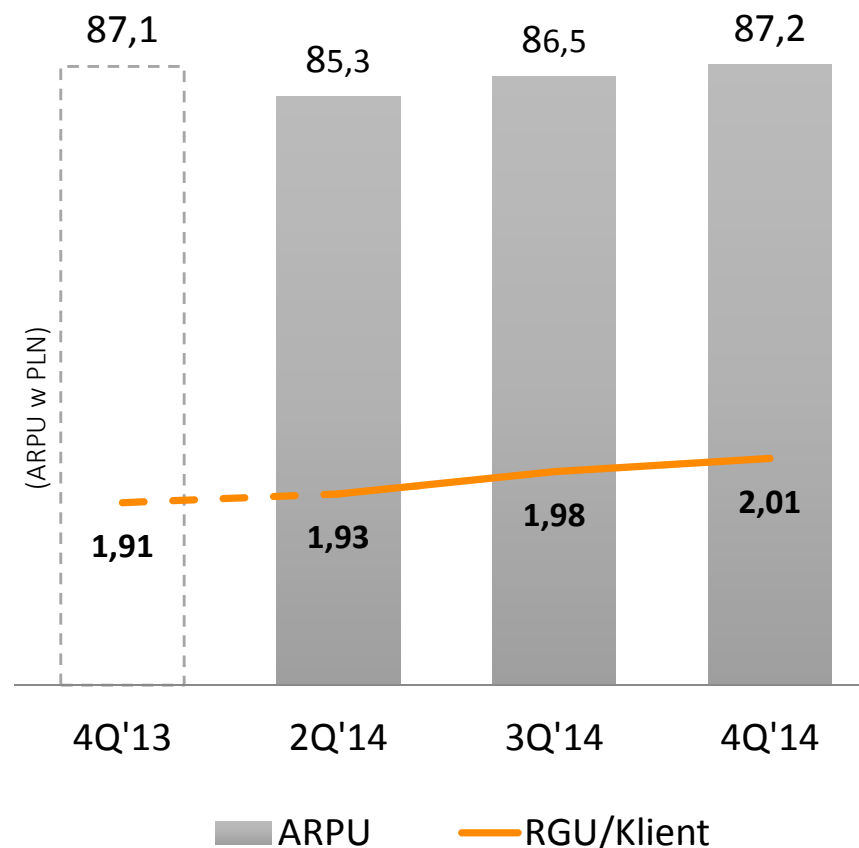
Tomasz Gillner-Gorywoda
Prezes Zarządu



Lojalna baza klientów kontraktowych



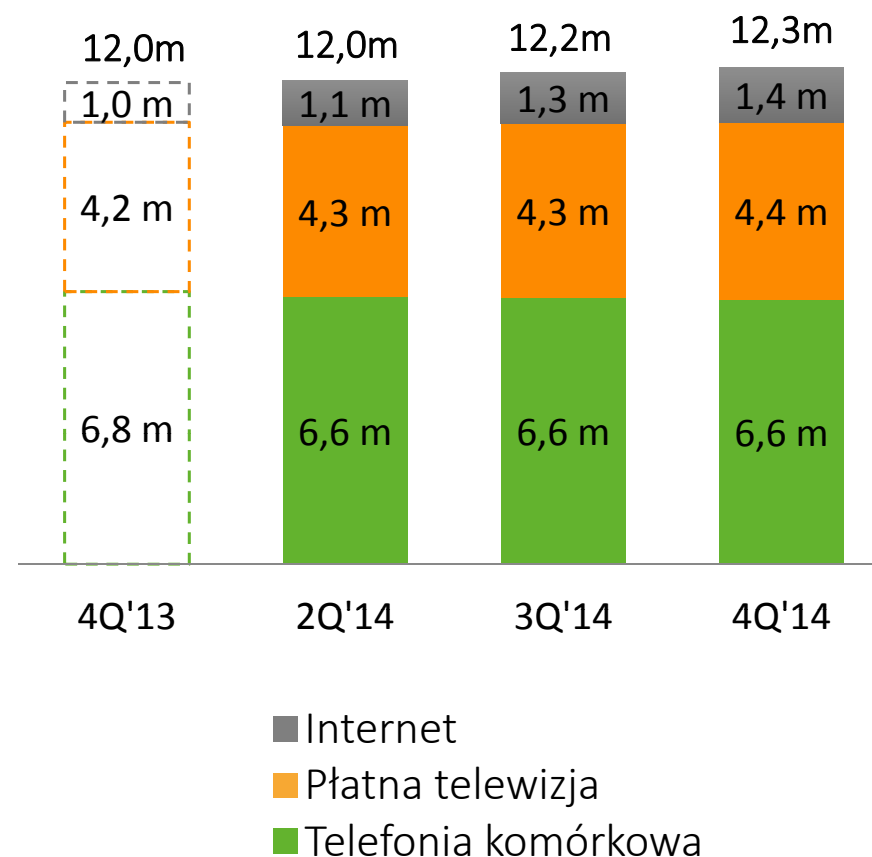
- Nasza baza klientów na stabilnym poziomie 6,1 mln
- Skuteczna realizacja strategii multiplay ma bezpośredni, pozytywny wpływ na wzrost wskaźnika nasycenia usługami oraz ARPU na klienta
- Niski wskaźnik churn wynoszący 9,1%



Rosnąca liczba usług kontraktowych



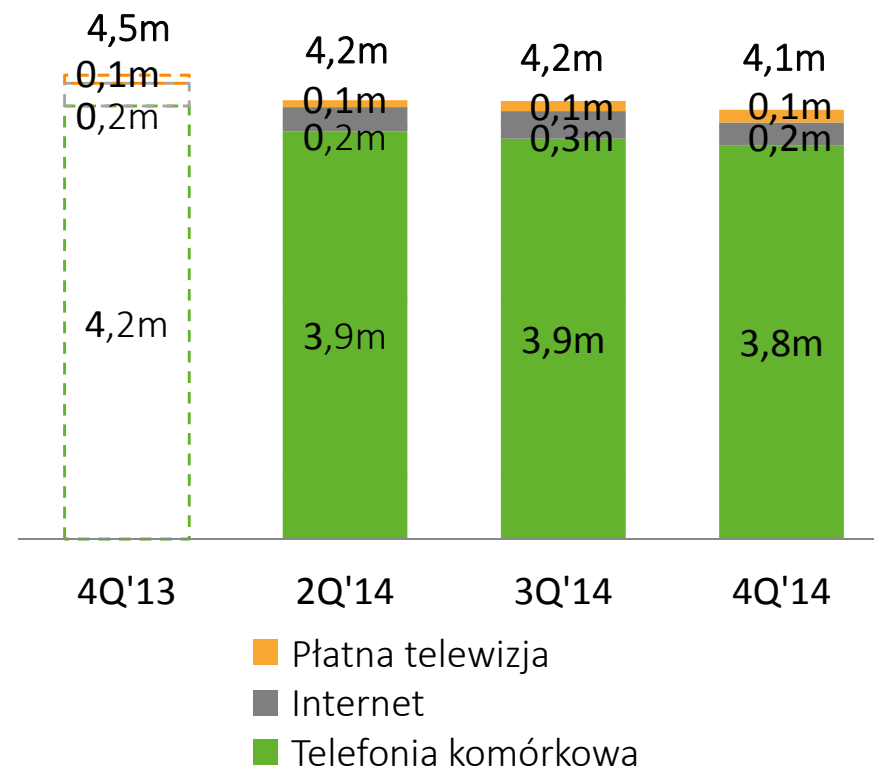
- Baza RGU usług kontraktowych rośnie głównie pod wpływem:
 - Cross-sellingu podstawowych usług do połączonej bazy klientów Cyfrowego Polsatu i Polkomtelu w ramach programu smartDOM
 - Usługi Multiroom kontrybuującej do wzrostu liczby świadczonych usług płatnej telewizji
 - Dynamicznie rosnącej bazy Internetu mobilnego
- Łącznie w modelu kontraktowym i przedpłaconym posiadamy już 1,6 mln RGU Internetu mobilnego będąc niekwestionowanym liderem tego rynku



Usługi przedpłacone



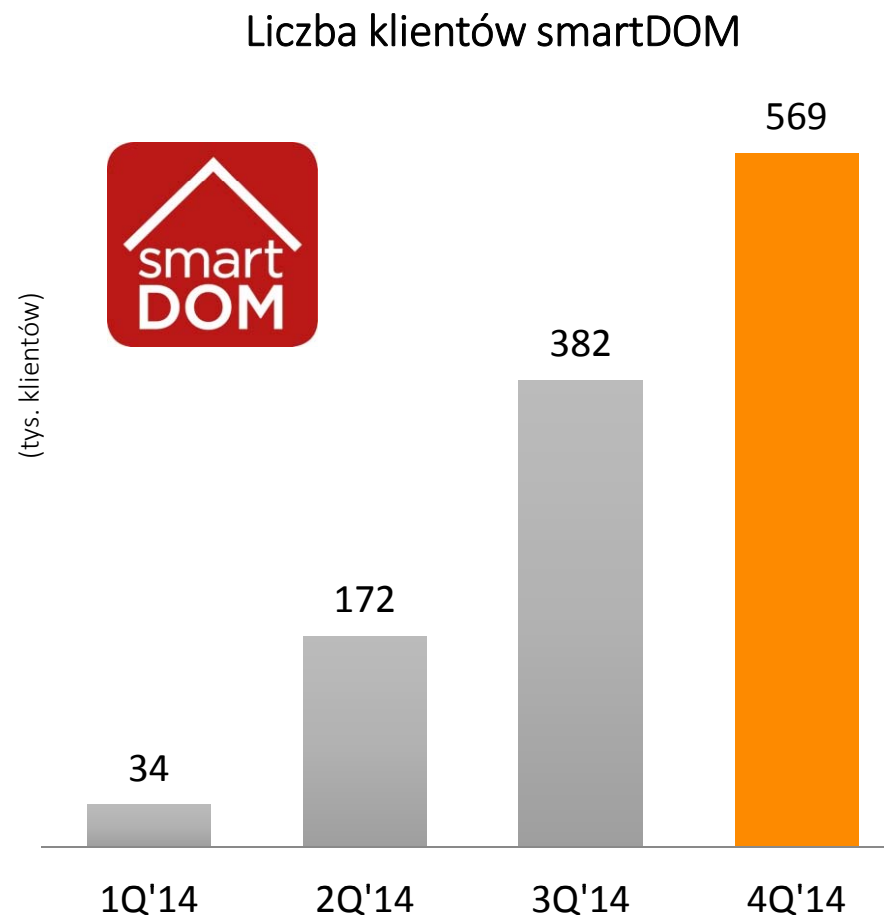
- Po sezonowej intensyfikacji użycia w okresie wakacyjnym (3Q), liczba RGU telekomunikacyjnych lekko obniżyła się w Q4'14
- ARPU dla RGU usług przedpłaconych w 4Q'14 wzrosło r/r o 4% do 18,2 PLN



Sukces strategii multiplay



- 569 tys. klientów smartDOM na koniec 4Q'14
- Liczba RGU posiadanych przez tę grupę klientów wynosi 1,753 mln
- W samym 4Q'14 klienci programu smartDOM dokupili 394 tys. dodatkowych RGU



3.2 Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

A horizontal bar composed of four colored segments: two orange, one light green, and one dark green.

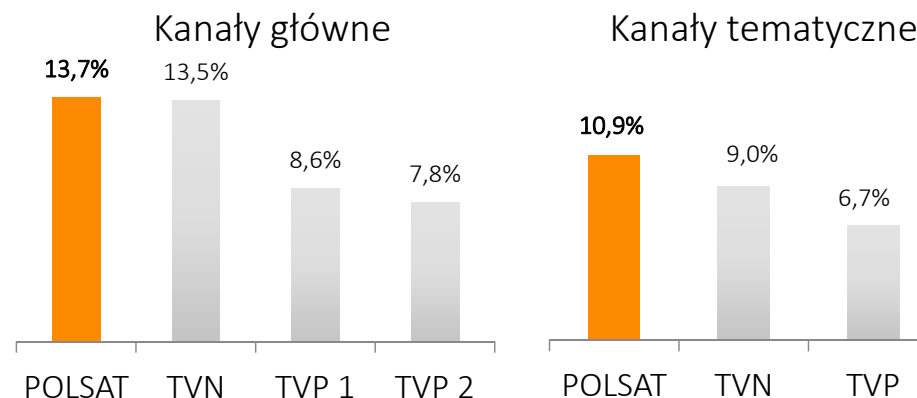
Maciej Stec
Członek Zarządu

Oglądalność naszych kanałów w 4Q'14

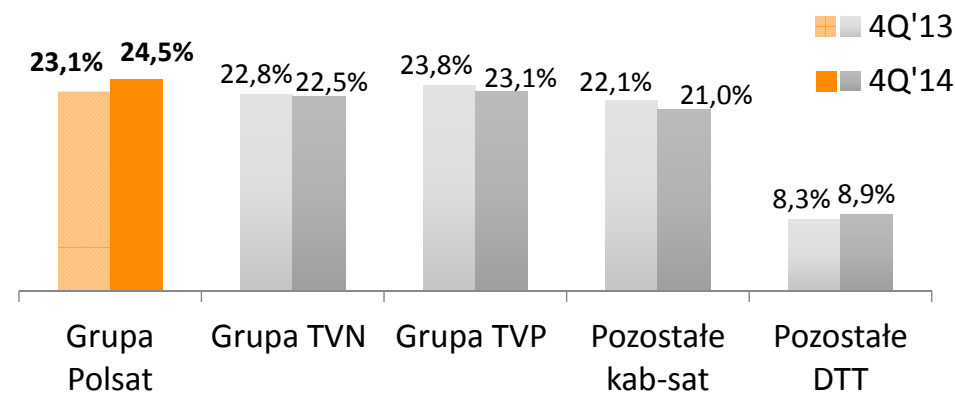


- Kanał główny liderem oglądalności w grupie komercyjnej
- Grupa Polsat zanotowała najwyższy udział oglądalności głównie dzięki sukcesowi jesiennej ramówki kanału głównego oraz wzrostowi oglądalności kanałów tematycznych

Udział w oglądalności



Dynamika udziałów w oglądalności



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

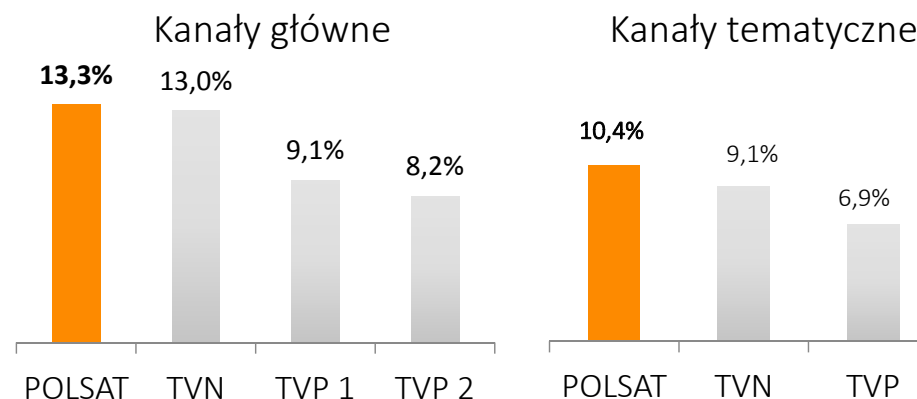


Oglądalność naszych kanałów w 2014 r.

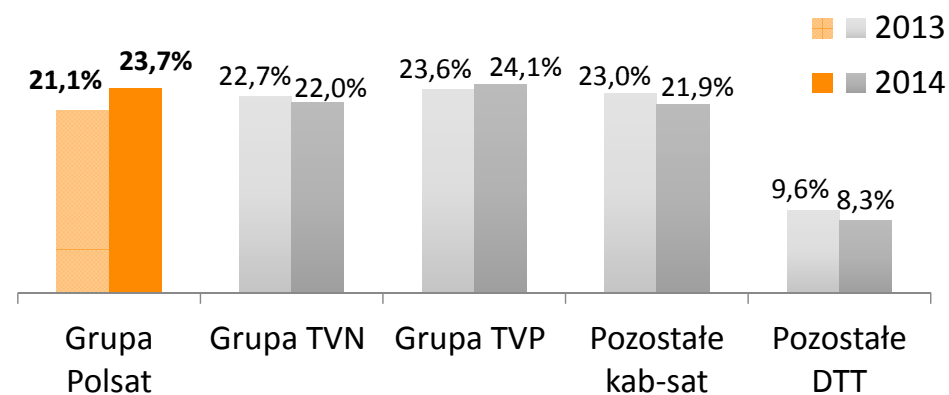


- Kanał główny liderem oglądalności w grupie komercyjnej
- Łączne wyniki oglądalności grupy kanałów Polsatu zgodne z długoterminową strategią

Udział w oglądalności



Dynamika udziałów w oglądalności



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

Nota: Wyniki oglądalności Grupy Polsat w 2013 uwzględniają wyniki oglądalności kanałów TV4 i TV6 począwszy od 1 września 2013

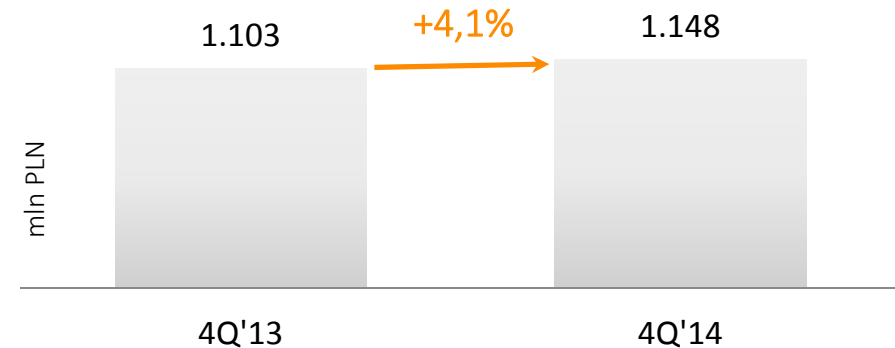


Pozycja na rynku reklamy w 4Q'14

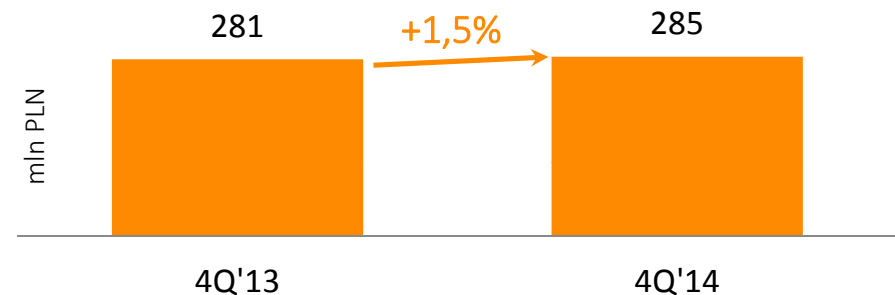


- Rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 4Q'14 wzrósł r/r o 4,1%
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat zgodne z przyjętą strategią
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej wyniósł 24,8%

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



Źródło: Starlink, reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy wewnętrzne
Nota: (1) Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Starlink

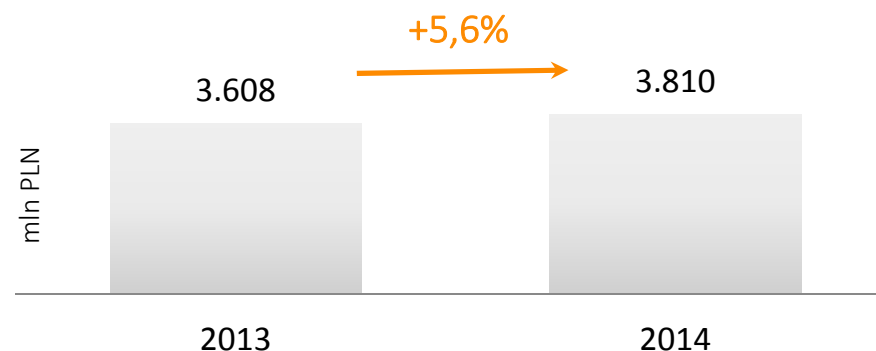


Pozycja na rynku reklamy w 2014 r.

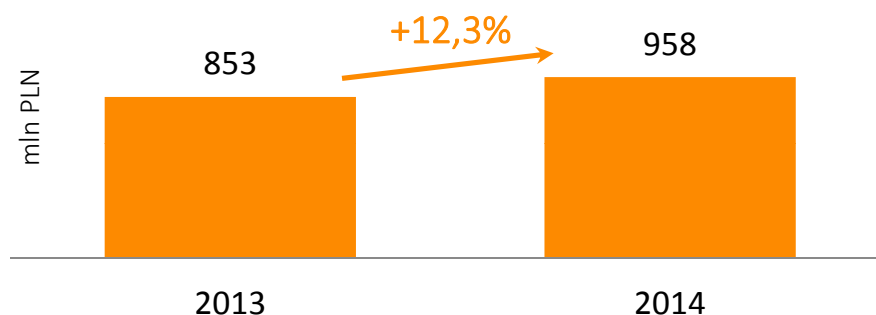


- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Telewizji Polsat rosną znacznie szybciej niż rynek
- Dodatkowo pozytywny wpływ przychodów TV4 i TV6, konsolidowanych od września '13
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł z 23,6% do 25,1%
- Wzrost przychodów z reklamy telewizyjnej i sponsoringu proforma⁽²⁾ o 6,5%

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



Źródło: Starlink, reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy wewnętrzne
Nota: (1) Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Starlink
(2) 2013 proforma, Grupa Telewizji Polsat, Polskie Media S.A. (nadawca stacji TV4, TV6)





4. Realizacja strategii



Tomasz Gillner-Gorywoda

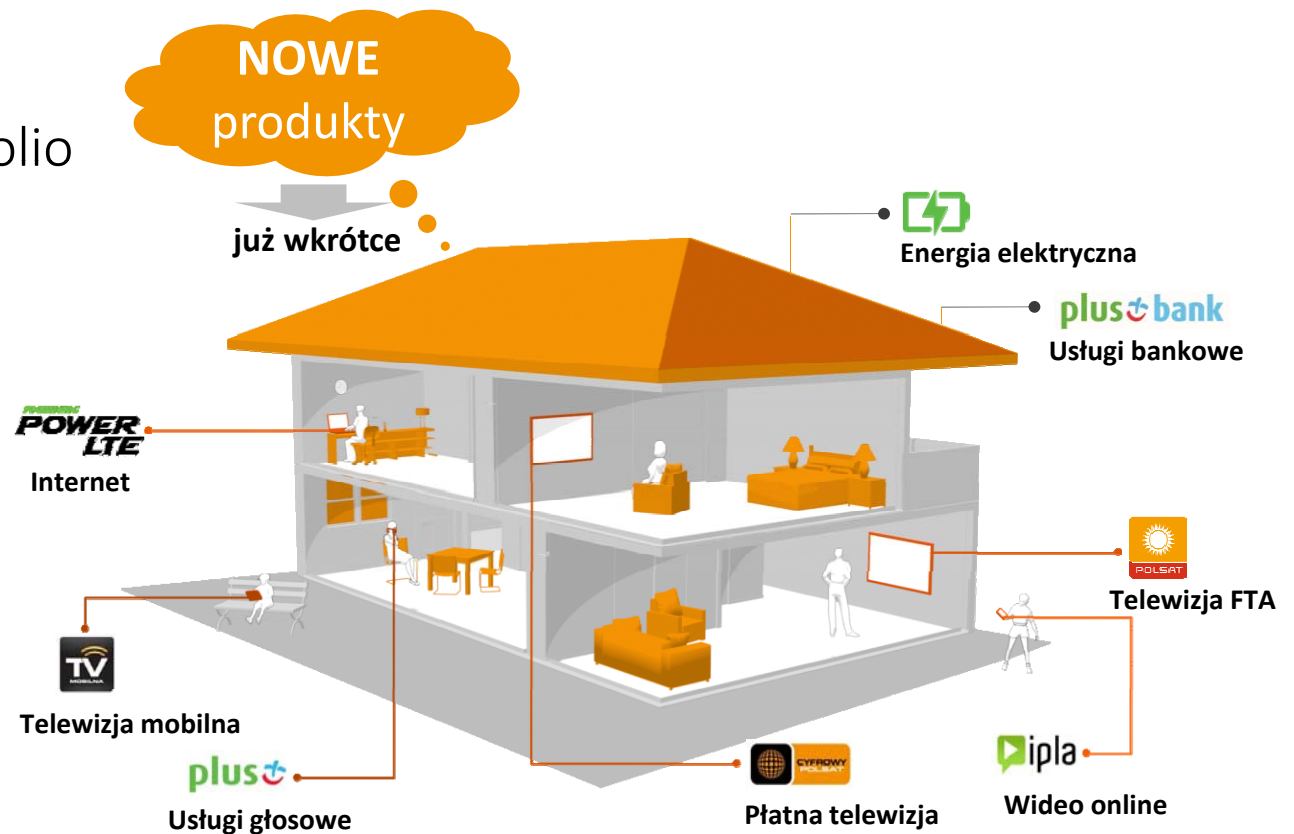
Prezes Zarządu



Nasza strategia



- Wykorzystanie potencjału największej w Polsce bazy klientów i unikalnego portfolio produktów i usług
- Strategia multiplay była podstawą synergii sprzedażowych oszacowanych łącznie na 2 mld PLN do końca 2019 r.

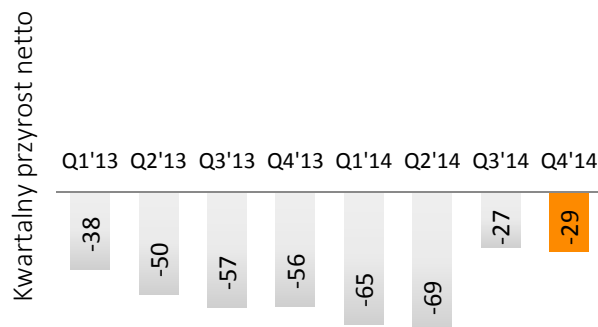
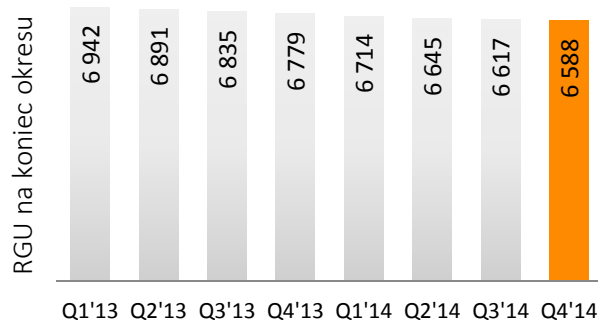


Strategia multiplay wpływa korzystnie na wszystkie linie produktowe



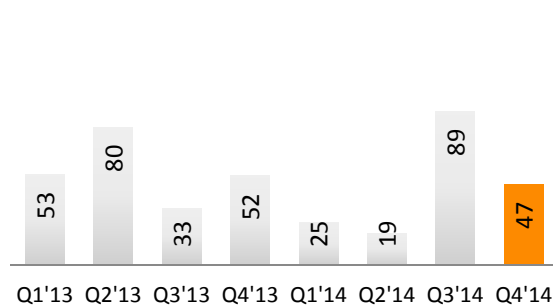
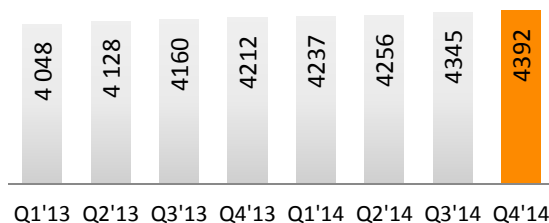
Telefonia komórkowa

Nasze aspiracje: stabilizacja bazy



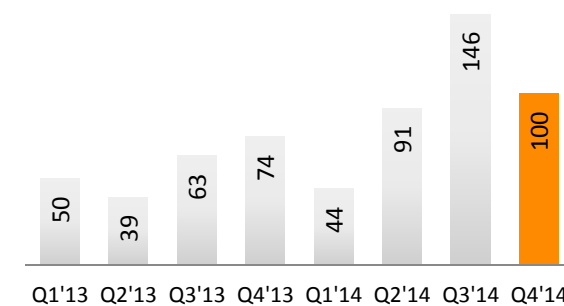
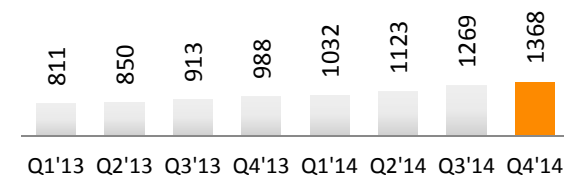
Płatna telewizja

utrzymanie wzrostu organicznego



Internet

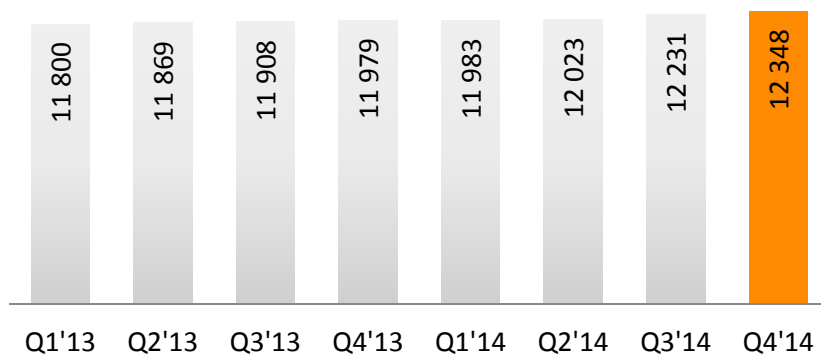
szybki wzrost w oparciu o nasze przewagi konkurencyjne



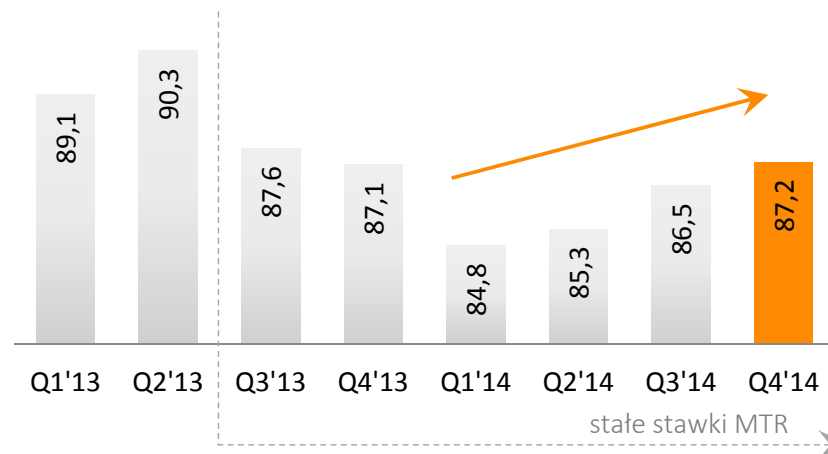
Naszym celem strategicznym jest ciągły wzrost liczby świadczonych usług i budowa ARPU



Usługi kontraktowe (RGU) EOP



ARPU klienta kontraktowego (PLN)

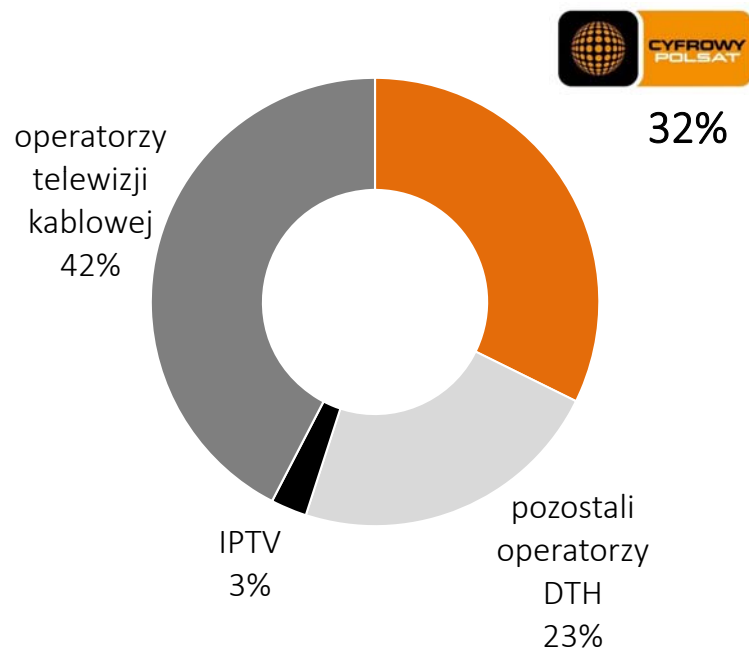


Efekt: rok 2014 kończymy na pozycji lidera na kluczowych dla nas rynkach



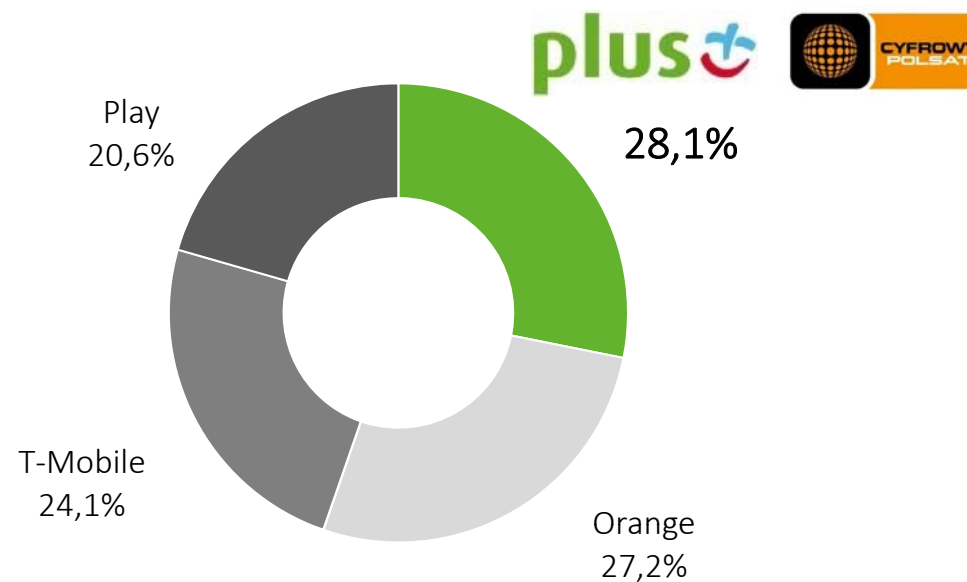
Rynek płatnej telewizji

% udziału w liczbie płatnych abonentów



Rynek telefonii komórkowej

% udziału w liczbie kontraktowych kart SIM



Nota: Na koniec 2014 roku, na podstawie szacunków własnych i danych opublikowanych przez operatorów

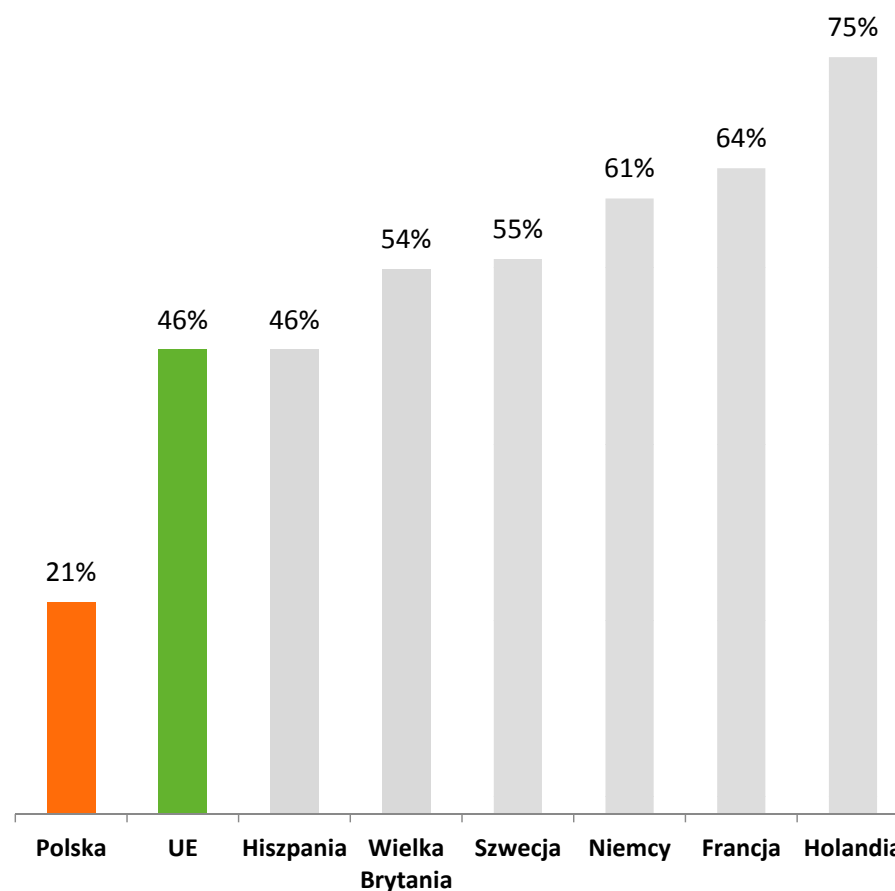


Perspektywa rynkowa



- Naszym celem strategicznym jest jak największe nasycenie bazy naszych klientów usługami zintegrowanymi
- Duża część naszych klientów mieszka na terenach nisko zurbanizowanych, gdzie do tej pory oferta multiplay w zasadzie nie była dostępna
- Obopólne korzyści wynikające z oferty multiplay zarówno po stronie klienta jak i operatora

Nasylenie rynku usług zintegrowanych w Europie



5. Wyniki finansowe

A horizontal bar composed of four colored segments: two orange segments on the left and two green segments on the right.

Tomasz Szelaąg
Członek Zarządu, CFO

Wyniki finansowe grupy w 4Q'14



mIn PLN	4Q'14	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.521	215%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	1.682	221%
EBITDA	837	204%
Marża EBITDA	33,2%	(1,2pkt%)
Zysk netto	14	(92%)

- Wzrost głównych pozycji rachunku wyników spowodowany głównie konsolidacją wyników grupy Metelem od 7 maja 2014 r.
- Poziom zysku netto pod wpływem konsolidacji kosztów odsetkowych grupy Metelem, jak również rozpoznania negatywnego efektu wyceny obligacji Senior Notes PLK

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2014 r. oraz analizy wewnętrzne

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



Wyniki segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym w 4Q'14



mIn PLN	4Q'14	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.213	347%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	1.489	340%
EBITDA	723	351%
Marża EBITDA	32,7%	0,3 pkt%
Zysk netto	(64)	n/d

- Wyłączając efekt konsolidacji Metelem, wzrost przychodów ze sprzedaży o 12% spowodowany przede wszystkim wyższymi przychodami telekomunikacyjnymi (głównie mobilny Internet) oraz wzrostem przychodów z opłat za usługi płatnej telewizji
- Dynamika wzrostu kosztów, po wyłączeniu konsolidacji Metelem głównie pod wpływem:
 - Dodatkowych kosztów związanych z pozyskaniem klientów w ramach oferty smartDOM
 - Wyższych kosztów transmisji danych, wynikających głównie z przyrostu liczby użytkowników usług mobilnego Internetu

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2014 r. oraz analizy wewnętrzne
 Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej w 4Q'14



mIn PLN	4Q'14	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	352	4%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	236	8%
EBITDA	114	(4%)
Marża EBITDA	32,4%	(2,6 pkt%)
Zysk netto	93	(3%)

- Wzrost przychodów głównie na skutek uwzględnienia wyników nowych kanałów oraz większej ilości kanałów zewnętrznych obsługiwanych przez Polsat Media
- Dynamika kosztów odzwierciedla inwestycje w TV4 i TV6 związane ze wzbogaceniem oferty programowej oraz wyższą amortyzacją praw sportowych

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2014 r. oraz analizy wewnętrzne

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

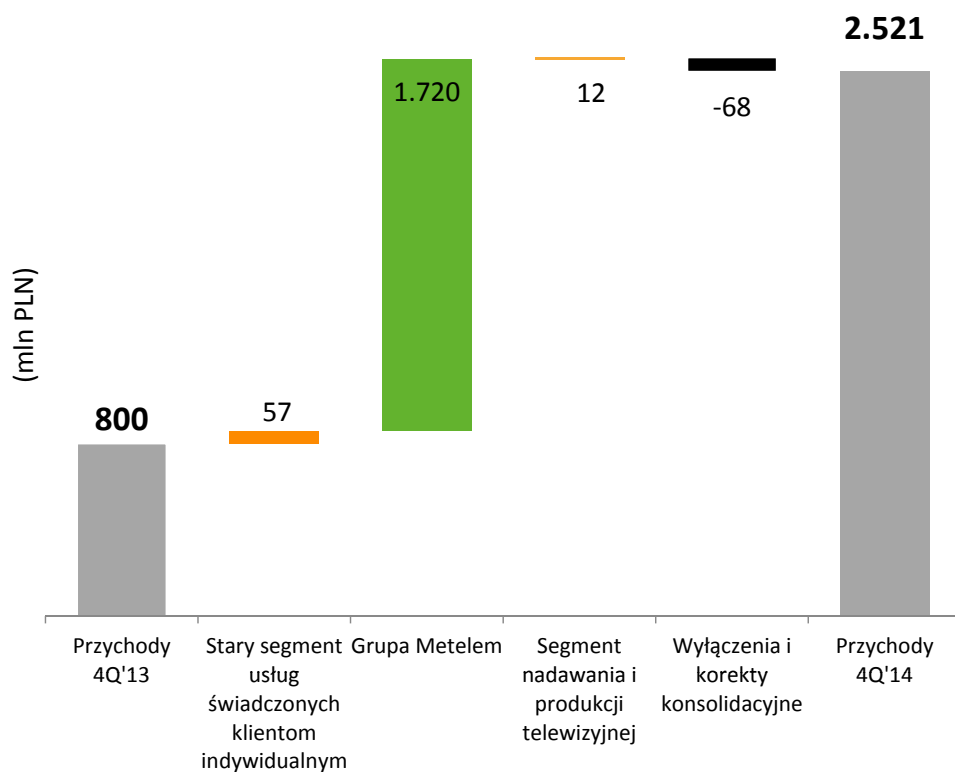


Przychody i koszty – czynniki zmian 4Q'14



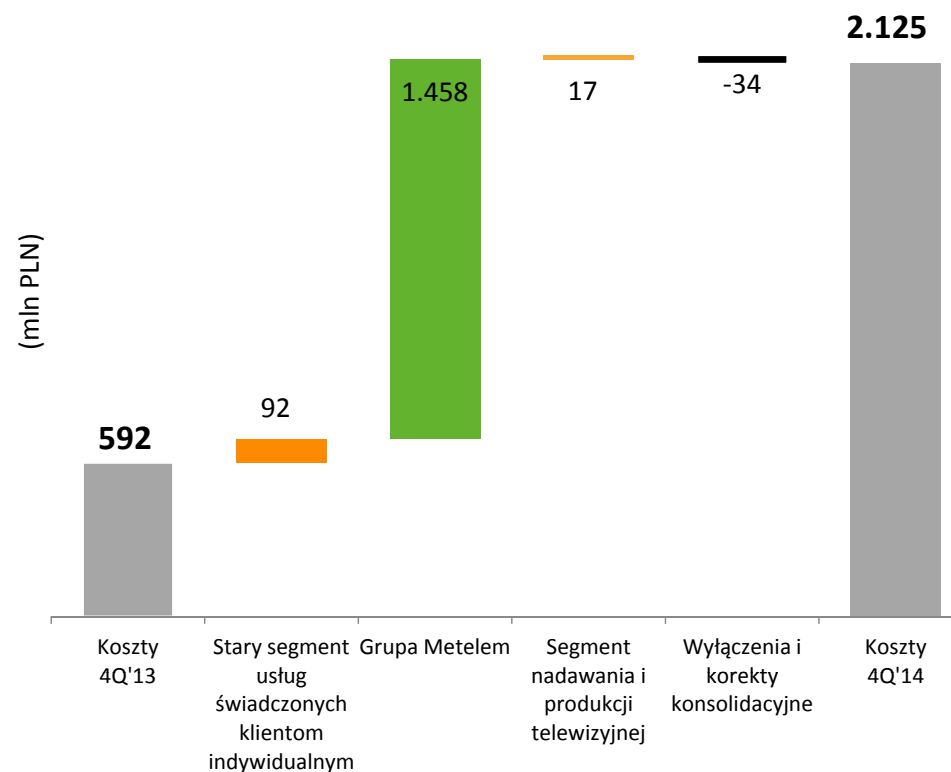
Przychody ze sprzedaży

zmiana r/r **+215%**
+1,7 mld



Koszty operacyjne

zmiana r/r **+259%**
+1,5 mld



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2014 r. oraz analizy wewnętrzne

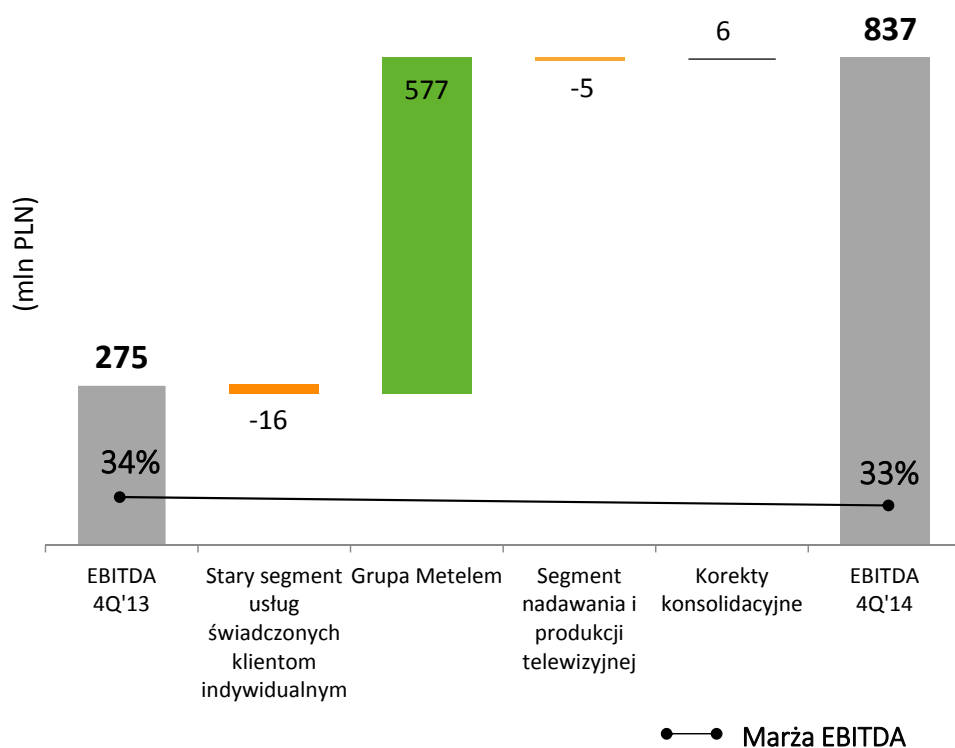


EBITDA i zysk netto – czynniki zmian 4Q'14



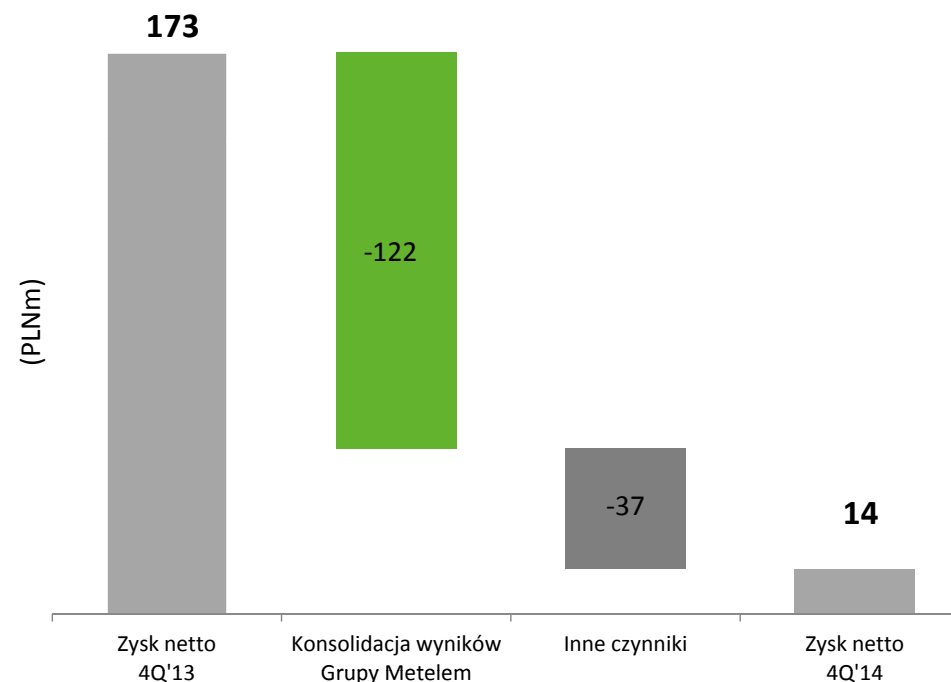
EBITDA

zmiana r/r **+204%**
+562 mln



Zysk netto

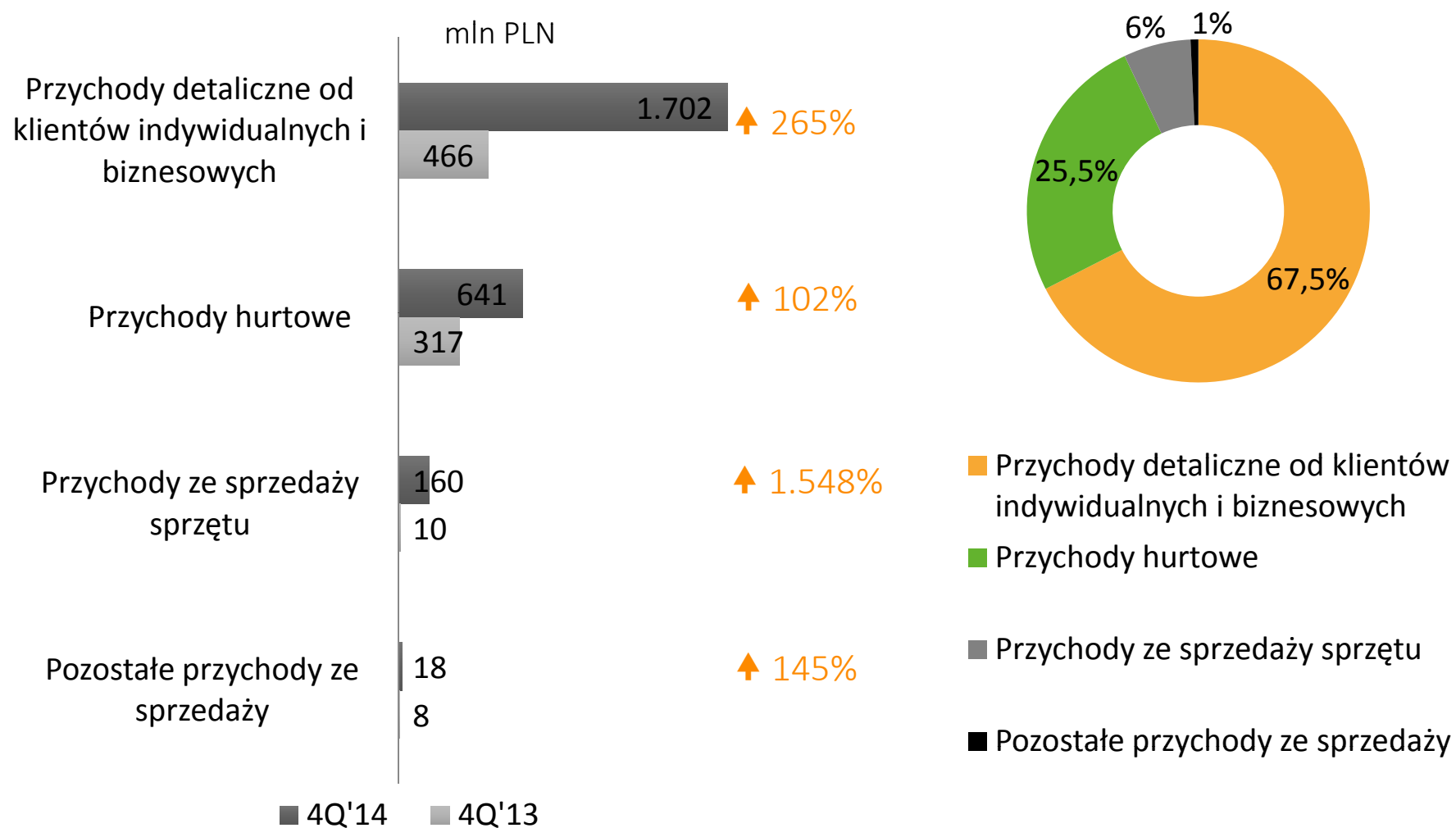
zmiana r/r **-92%**
-159 mln



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2014 r. oraz analizy wewnętrzne



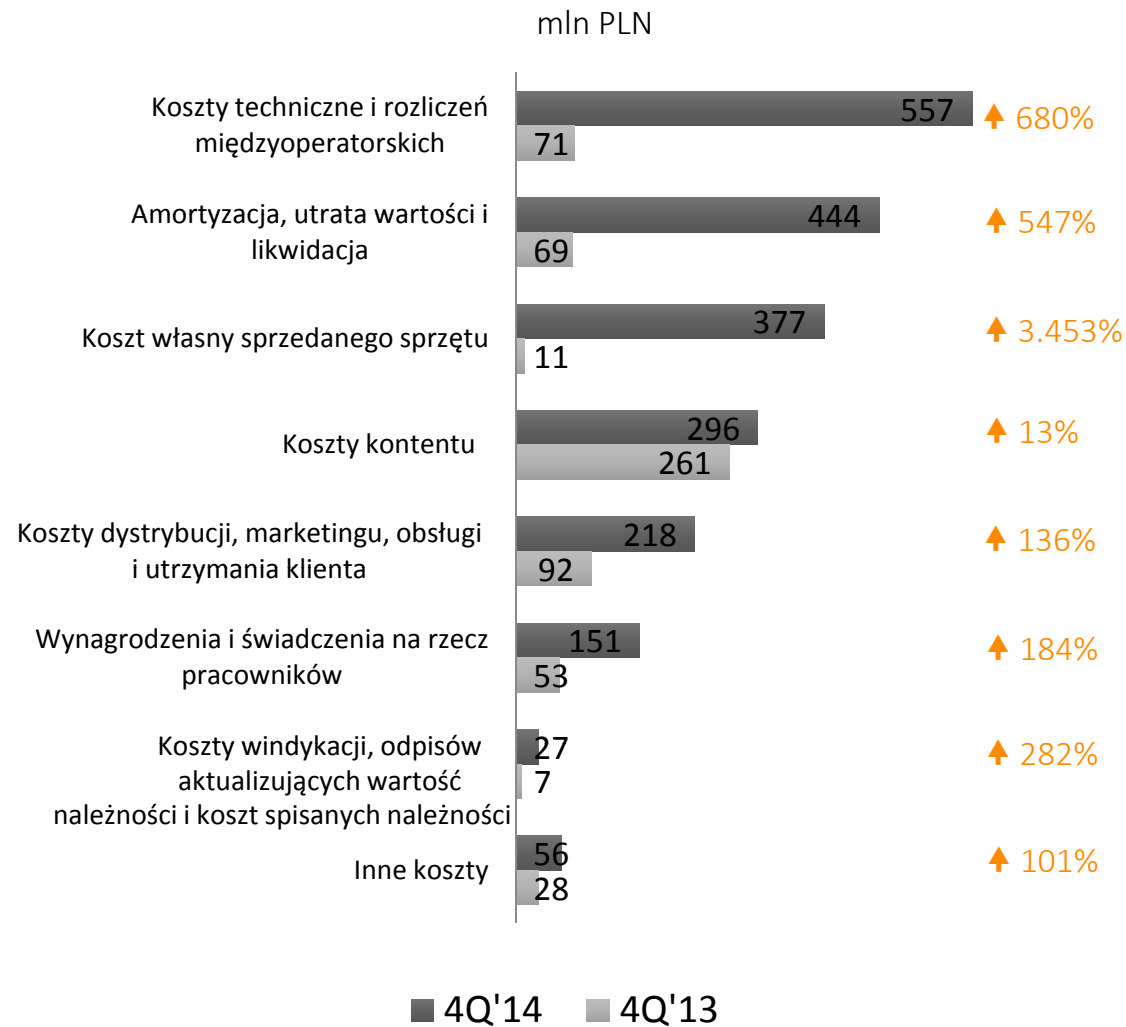
Struktura przychodów ze sprzedaży w 4Q'14



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2014 r. oraz analizy wewnętrzne



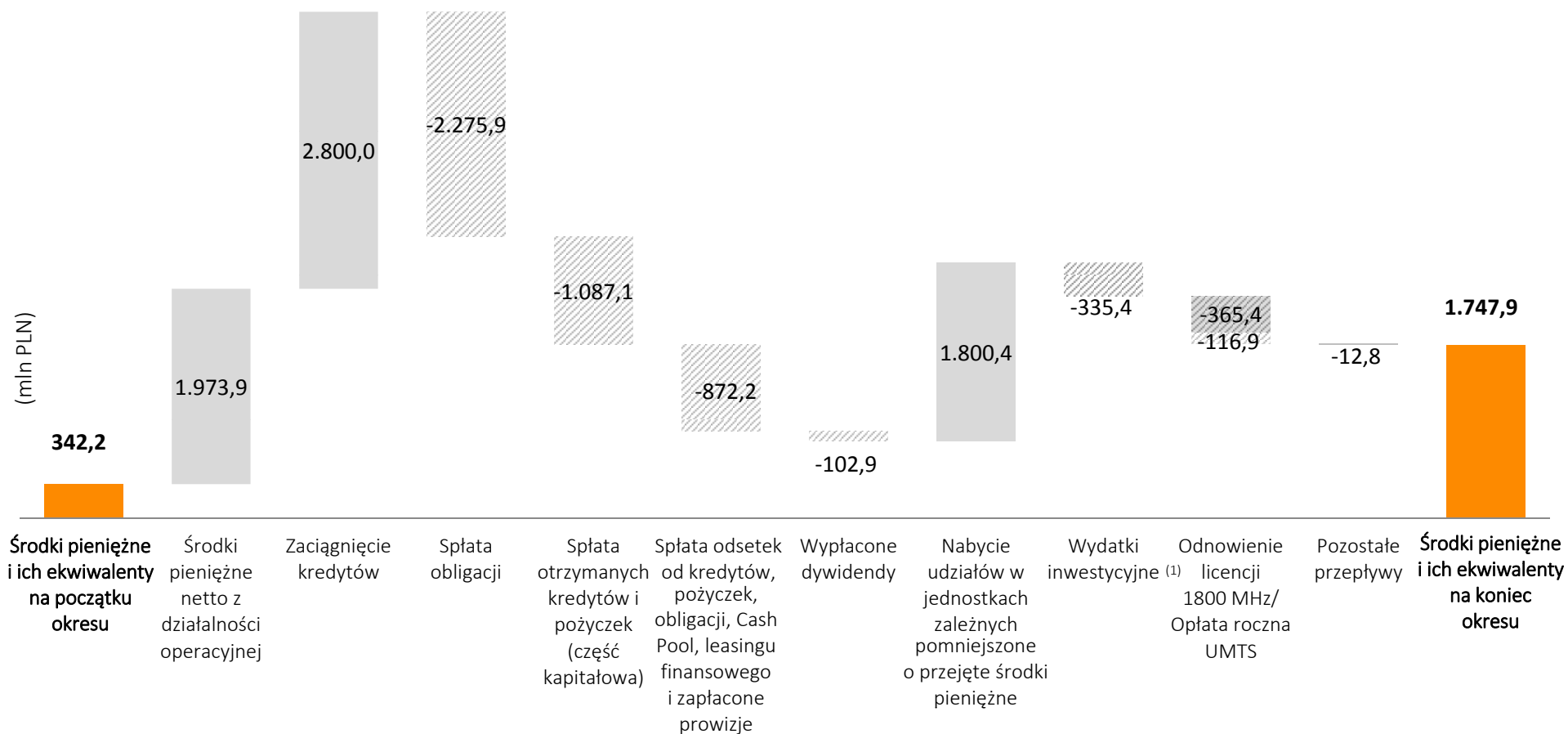
Struktura kosztów operacyjnych w 4Q'14



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2014 r. oraz analizy wewnętrzne



Rachunek przepływów pieniężnych w 2014 r.



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2014 r. oraz analizy wewnętrzne

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

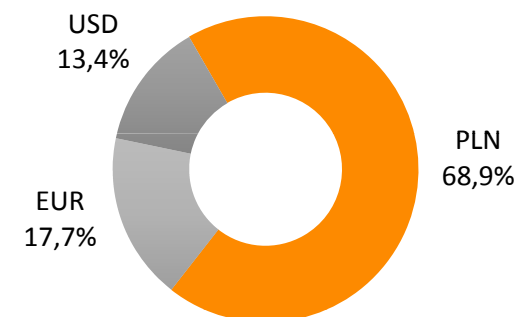


Zadłużenie grupy na 31 grudnia 2014 r.

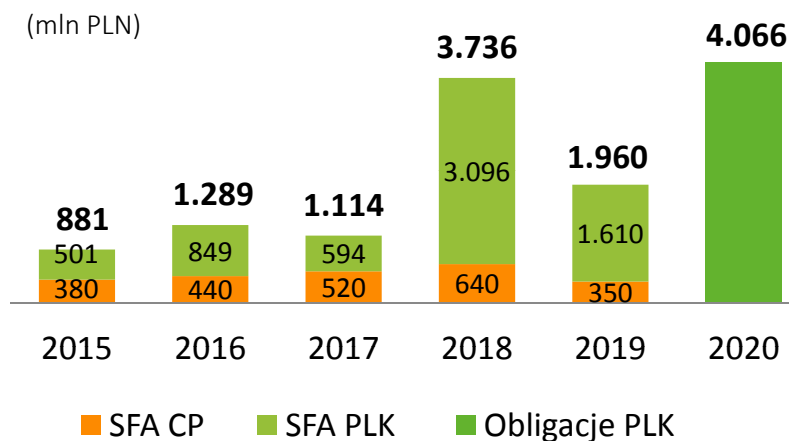


mln PLN	Wartość bilansowa	Wartość nominalna
Kredyt Terminowy (PLN)	2.293	2.330
Kredyt Rewolwingowy	100	100
Kredyt PLK – Transza A (PLN)	1.937	1.944
Kredyt PLK – Transza B (PLN)	3.077	3.096
Kredyt PLK – Transza C (PLN)	1.599	1.610
Kredyt rewolwingowy PLK	0	0
Obligacje Senior Notes PLK EUR ¹	2.860	2.312
Obligacje Senior Notes PLK USD ²	2.155	1.754
Leasing	19	19
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty ³	1.748	1.748
Zadłużenie netto	12.291	11.417
EBITDA LTM, pro-forma ⁴	3.787	3.787
Zadłużenie netto / EBITDA LTM	3,2x	3,0x

Struktura walutowa zadłużenia⁵



Zapadalność długu⁵



¹ Nominalna wartość obligacji Senior Notes PLK 542,5 mln EUR, przeliczona według średniego kursu NBP z dnia 31 grudnia 2014 roku na poziomie 4,2623 PLN/EUR. Wartość bilansowa obligacji została określona na podstawie wartości godziwej na moment nabycia spółki Metelem.

² Nominalna wartość obligacji Senior Notes PLK 500 mln USD, przeliczona według kursu NBP z dnia 31 grudnia 2014 roku na poziomie 3,5072 PLN/USD. Wartość bilansowa obligacji została określona na podstawie wartości godziwej na moment nabycia spółki Metelem.

³ Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, w tym środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania.

⁴ EBITDA LTM, pro-forma, obejmuje skonsolidowany pro-forma wynik EBITDA Grupy Cyfrowy Polsat, przy założeniu konsolidacji wyniku Grupy Metelem przez okres pełnych ostatnich 12 miesięcy.

⁵ Nominalna wartość długu, bez RCF

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2014 r. oraz analizy wewnętrzne



Potencjalny wpływ refinansowania długu Grupy Polsat



Obniżka odsetek

- Zastąpienie obligacji HY PLK z kuponem 11,75% (EUR) oraz 11,625% (USD) długiem o rynkowym koszcie mogłoby przynieść oszczędności odsetkowe rzędu około **300m PLN** rocznie
- Marże w umowie SFA CPS są również istotnie niższe aniżeli w zawieranej rok wcześniej umowie SFA PLK

Większa elastyczność

- Zniesienie ograniczeń w zakresie przepływu środków pomiędzy Grupą Eileme 2, a pozostałymi spółkami Grupy Cyfrowy Polsat umożliwiłoby bardziej efektywne zarządzanie płynnością grupy, pozwalając na dalszą integrację Cyfrowego Polsatu z Polkomtel

Ograniczenie bilansowej wyceny długu

- W momencie akwizycji Grupy Metelem dokonana została wycena obligacji HY PLK w odniesieniu do ich wycen rynkowych, w efekcie czego wartość bilansowa tych obligacji na dzień 31 grudnia 2014 r. przekracza o 949m PLN ich wartość nominalną
- Refinansowanie obligacji HY PLK wyeliminowałoby tę przejściową różnicę, skutkując obniżką bilansowej wartości długu



6. Cele na 2015 r.



Tomasz Gillner-Gorywoda

Prezes Zarządu



Nasze oczekiwania i cele na 2015 r.



Segment usług
świadczonych
klientom
indywidualnym
i biznesowym

- Wzrost całkowitej liczby sprzedanych usług (RGU) i nasycenia bazy klientów usługami zintegrowanymi
- Konsekwentna budowa ARPU na klienta

Segment nadawania
i produkcji
telewizyjnej

- Kontynuacja strategii zakładającej utrzymanie udziałów w oglądalności oraz wzrost przychodów reklamowych przynajmniej zgodny z dynamiką wzrostu rynku reklamy telewizyjnej

Wyniki finansowe

- Utrzymanie wysokich marż, dalsza optymalizacja bazy kosztowej
- Konsekwentne obniżanie zadłużenia spółki, wsparte stabilnym poziomem wolnych przepływów pieniężnych





7. Q&A



Definicje



RGU (Revenue Generating Unit)	Pojedyncza, aktywna usługa płatnej telewizji, dostępu do Internetu lub telefonii komórkowej, świadczona w modelu kontraktowym lub przedpłaconym.
Klient	Osoba fizyczna, prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, posiadająca co najmniej jedną, aktywną usługę świadczoną w modelu kontraktowym .
ARPU kontrakt	Średni miesięczny przychód od Klienta wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym (uwzględnia przychody z interconnect).
ARPU pre-paid	Średni miesięczny przychód od RGU pre-paid wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym (uwzględnia przychody z interconnect).
Churn	<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>
Definicja użyciowa (90-dni dla RGU pre-paid)	<p>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.</p> <p>W praktyce oznacza to, iż dana karta w okresie minionych 90 dni musiała być włożona do telefonu bądź innego urządzenia, które było uaktywnione i było w stanie wykonać bądź odebrać połączenie, wiadomość, sesję transmisji danych. Definicja użyciowa 90-dniowa eliminuje tym samym karty nieaktywne.</p> <p>Według powyższej definicji UKE corocznie zbiera dane operatorów mobilnych działających w Polsce, celem przygotowania przez Komisję Europejską porównania realnej penetracji mobilnymi usługami telekomunikacyjnymi w krajach Unii Europejskiej (tzw. raport Agencji Cyfrowej).</p>





Kontakt

Olga Zomer

Rzecznik Prasowy

Telefon: +48 (22) 356 6035

Faks: +48 (22) 356 6003

Email: ozomer@cyfrowypolsat.pl

Bartłomiej Drywa

Dyrektor Relacji Inwestorskich

Telefon: +48 (22) 356 6004

Faks: +48 (22) 356 6003

Email: bdrywa@cyfrowypolsat.pl

Lub odwiedź nasze strony internetowe:

<http://media.cyfrowypolsat.pl>

<http://cyfrowypolsat.pl/inwestor>

