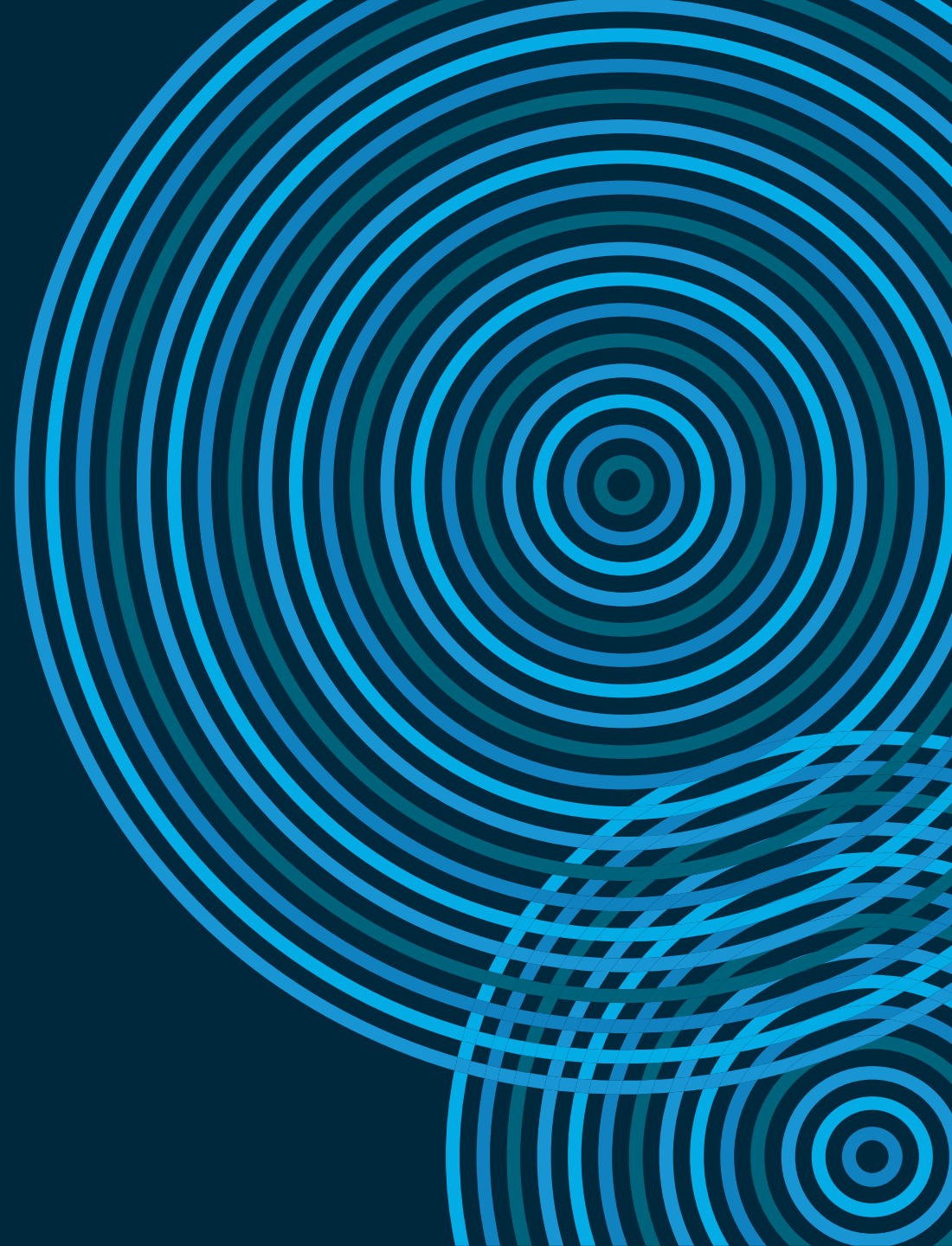


Wyniki finansowe 1Q'26

21 maja 2026 r.



Prelegenci



PIOTR ŻAK
PREZES ZARZĄDU



MACIEJ STEC
WICEPREZES ZARZĄDU



KATARZYNA OSTAP-TOMANN
CFO, CZŁONEK ZARZĄDU



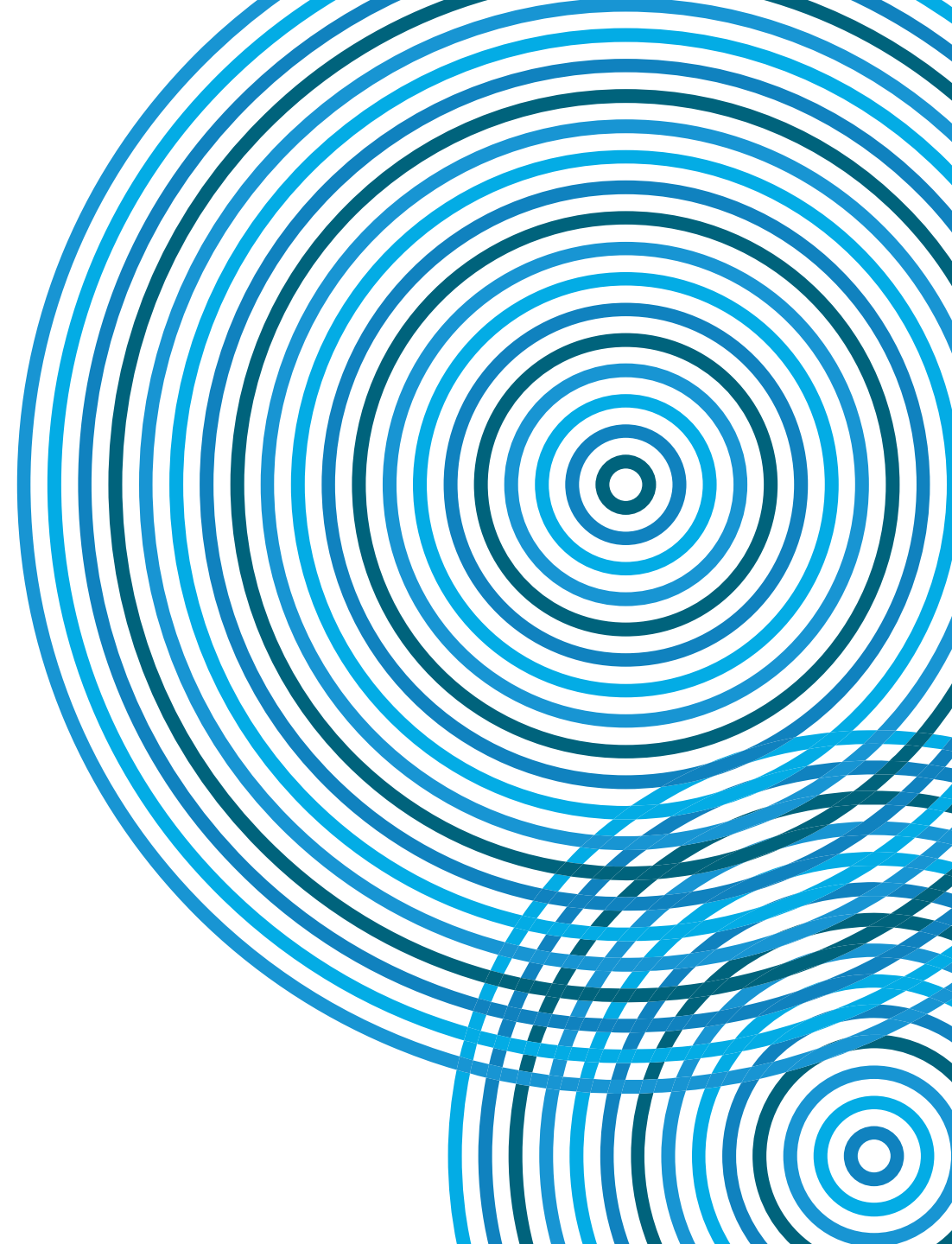
BARTŁOMIEJ DRYWA
CZŁONEK ZARZĄDU



JANUSZ PLISZKA
CZŁONEK ZARZĄDU,
TELEWIZJA POLSAT

Agenda

1. **Najważniejsze wydarzenia 1Q'26**
2. **Działalność operacyjna**
3. **Wyniki finansowe**
4. **Podsumowanie i Q&A**



Najważniejsze wydarzenia 1Q'26



Bartłomiej Drywa
Członek Zarządu

Najważniejsze wydarzenia

- Sukces nowej oferty multiplay buduje ARPU we wszystkich segmentach klientów
- Podpisaliśmy term sheet z grupą Cellnex, dzięki któremu poprawimy jakość i zasięg naszych usług
- Nabyliśmy wyłączne prawa do transmisji Ligi Europy UEFA oraz Ligi Konferencji UEFA na kolejne sezony 2027-2031
- Nawiązaliśmy współpracę z kanałem Zero w zakresie dystrybucji i reklamy
- Planujemy wyłączenie sieci 3G od grudnia 2026 r., umożliwiając dalszą optymalizację zasobów sieciowych
- Uzyskaliśmy koncesję na wytwarzanie energii dla farmy wiatrowej Drzeżewo o mocy 139 MW
- Przebudowaliśmy struktury zarządzania Grupą w ramach nowych wyzwań zarówno na poziomie strategicznym, jak i operacyjnym, których pierwsze efekty widoczne są już w 1Q'26

Kluczowe liczby 1Q'26

3,6 mld zł

przychodów

+3,0% r/r

847 mln zł

EBITDA

+4,7% r/r

82,2 zł

ARPU na klienta B2C

+5,8% r/r

3,0 mln

klientów multiplay

+1,2% r/r

21,9%

udziału w oglądalności

-0,3 pkt% r/r

327 GWh

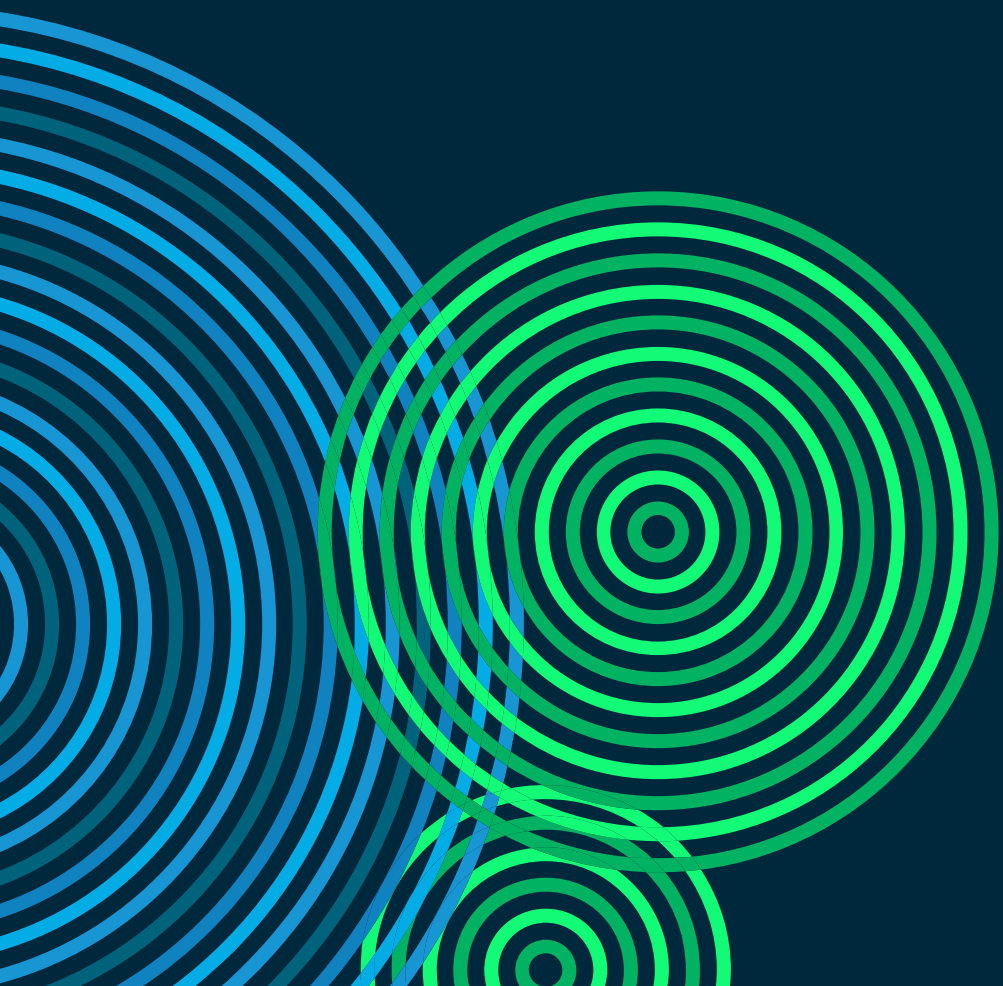
produkcja
zielonej energii

+17,6% r/r

Działalność operacyjna



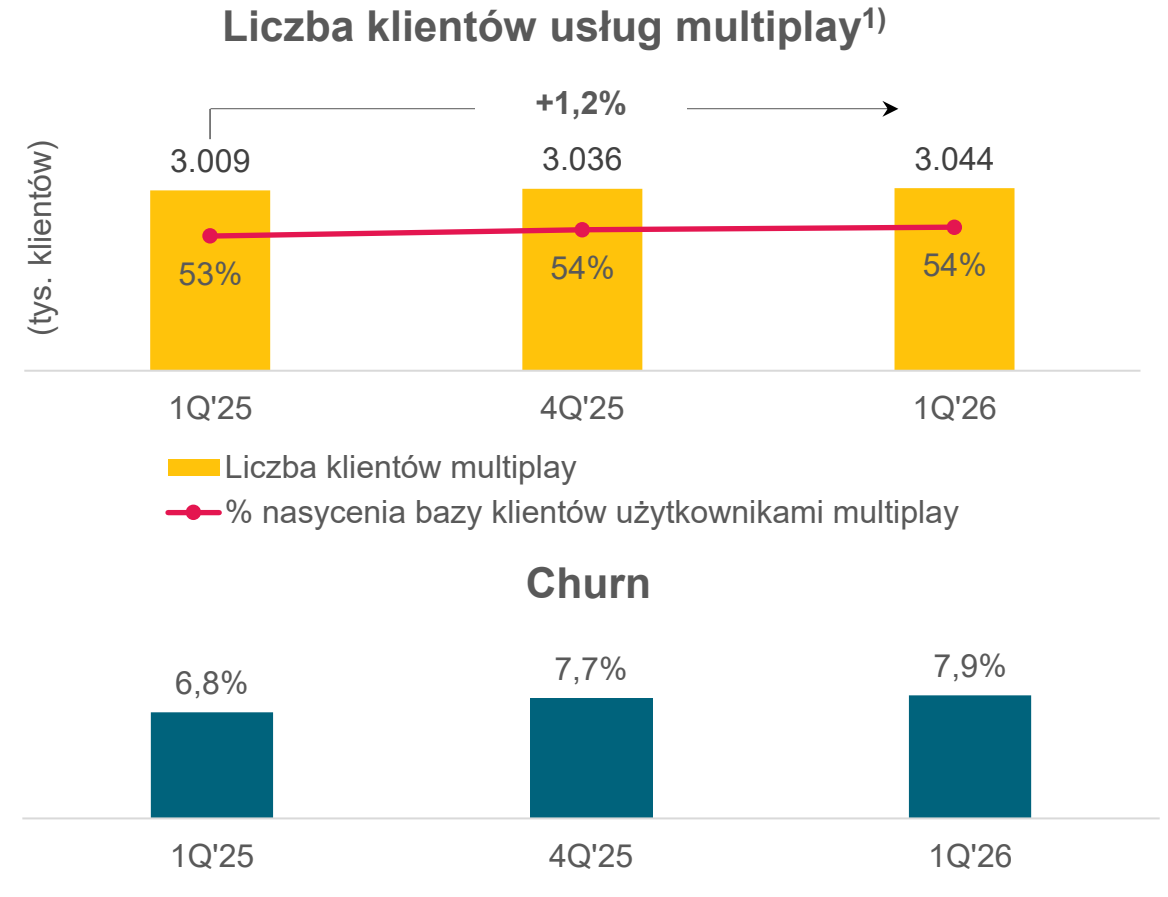
Segment usług B2C i B2B



Maciej Stec
Wiceprezes Zarządu

Ponad 3 mln klientów korzysta z naszej oferty multiplay

- Wysoka, rosnąca baza klientów multiplay
- Wzrost bazy klientów multiplay o 35 tys. r/r dzięki skutecznej dosprzedaży usług w ramach strategii multiplay
- Aż 54% klientów korzysta z naszej oferty multiplay
- Nasi klienci multiplay posiadają 12,5 mln RGU, o 2.293 tys. więcej r/r
- Niski poziom churn – głównie dzięki naszej strategii multiplay

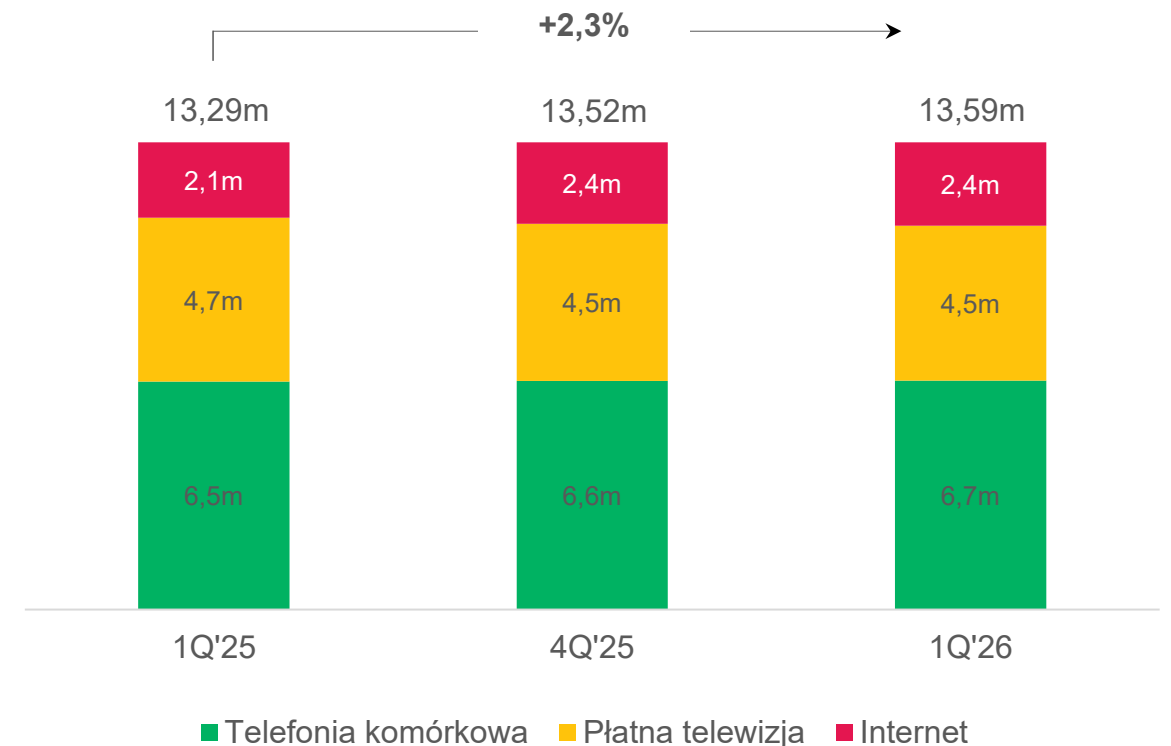


(1) Zmiana prezentacji liczby klientów multiplay od 2Q'25, z przekształceniem danych historycznych dla zachowania porównywalności. Szczegóły na slajdzie #40

Świadczymy 13,6 mln usług kontraktowych

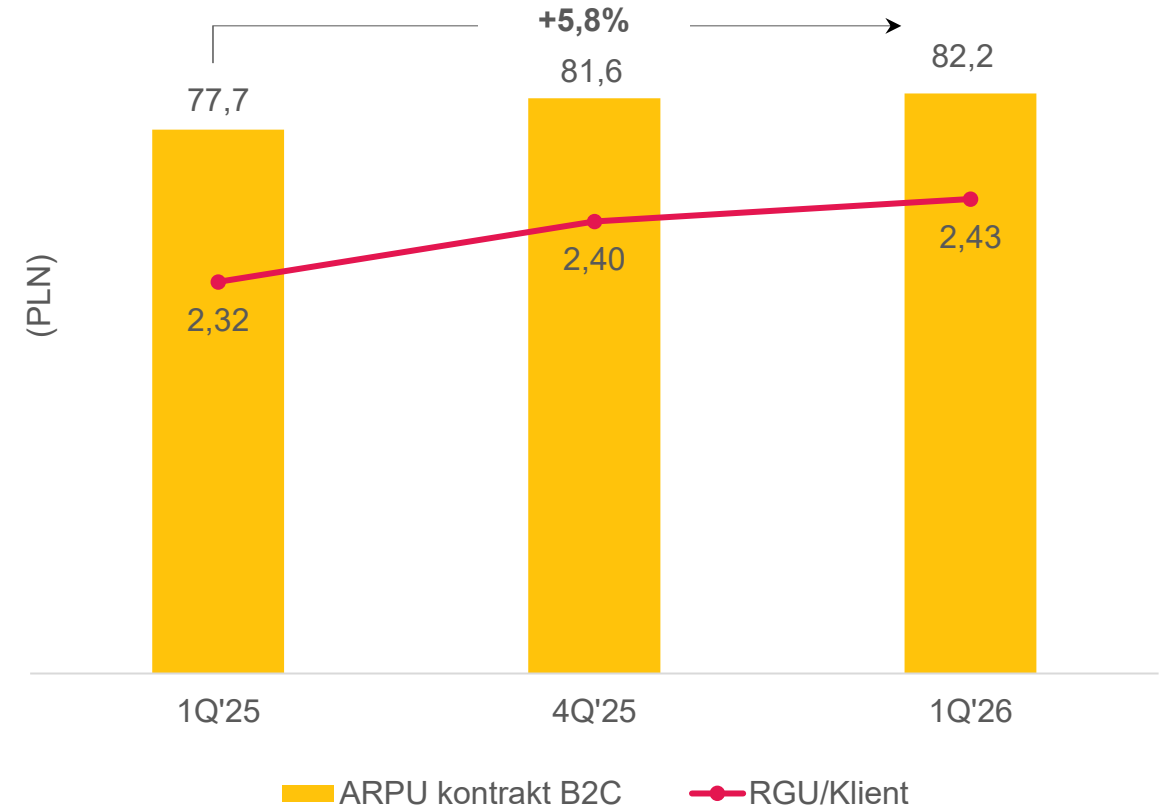
- Wzrost liczby świadczonych usług mobilnego i stacjonarnego Internetu o 285 tys. r/r
- Bardzo dobra sprzedaż usług telefonii mobilnej, wzrost o 183 tys. r/r
- Presja na bazę usług płatnej telewizji częściowo mitygowana rosnącą liczbą usług telewizyjnych świadczonych w technologiach IPTV i OTT

Liczba RGU w segmencie kontraktowym B2C



Wzrost ARPU na klienta B2C dzięki konsekwentnej realizacji strategii multiplay

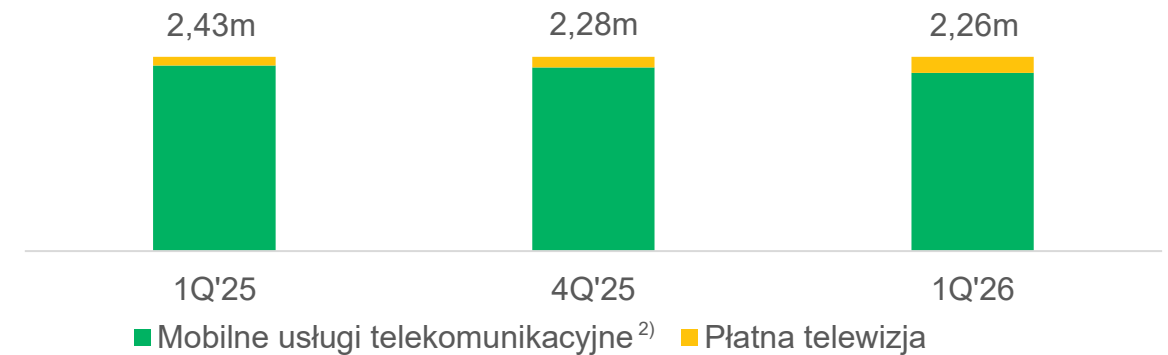
- Wzrost ARPU o 5,8% r/r to efekt bardzo dobrej sprzedaży usług komórkowych i internetowych oraz skutecznej realizacji strategii multiplay
- Skuteczna dosprzedaż produktów w ramach strategii multiplay odzwierciedla się w dynamicznie rosnącym poziomie wskaźnika saturacji RGU na klienta
- Już 28% naszych klientów korzysta z nowej oferty multiplay



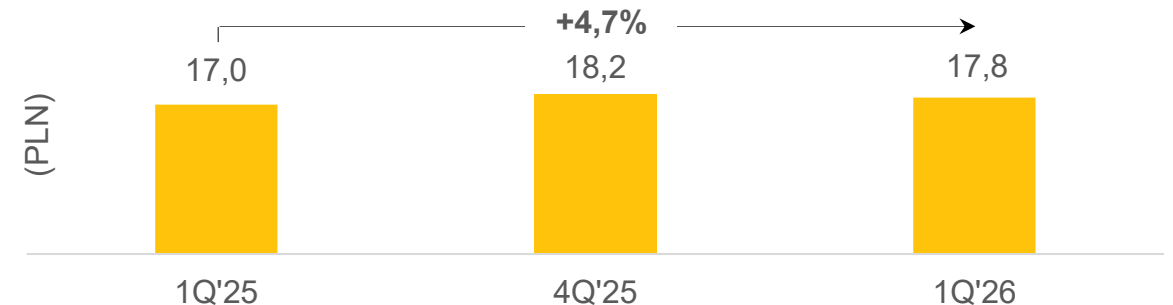
Wysoka baza i wzrost ARPU usług przedpłaconych

- Wysoka baza usług przedpłaconych na poziomie 2,3 mln pomimo silnej konkurencji na rynku
- Wzrost ARPU o 4,7% r/r w segmencie usług przedpłaconych do poziomu 17,8 zł
- Dynamiczny wzrost subskrypcji Polsat Box Go w ramach nowej pakietyzacji: Polsat Lovers, Premium i Premium Sport

RGU usług przedpłaconych¹⁾



ARPU¹⁾



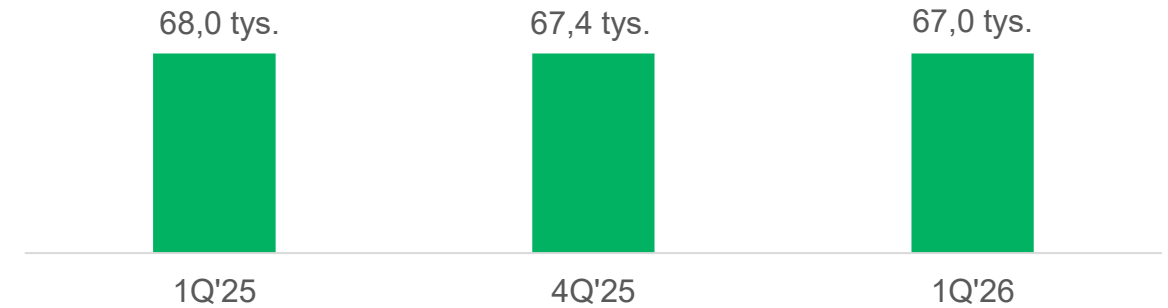
(1) Z wykluczeniem niskomarkowego pakietu Polsat Box Go Start

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

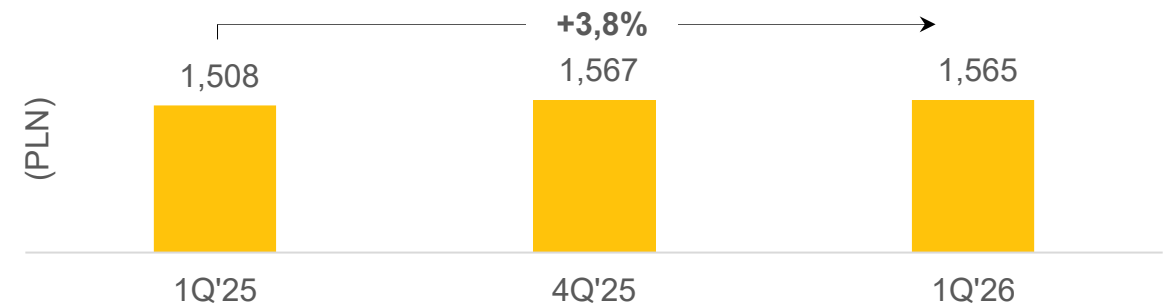
Wysoka baza i rosnące ARPU klientów B2B

- Obsługujemy 67 tys. klientów B2B skutecznie utrzymując skalę tej bazy na silnie konkurencyjnym rynku
- ARPU klientów B2B wzrosło o 3,8% r/r do poziomu 1.565 PLN/m-c dzięki elastycznym rozwiązaniom dla biznesu

Liczba klientów B2B



ARPU



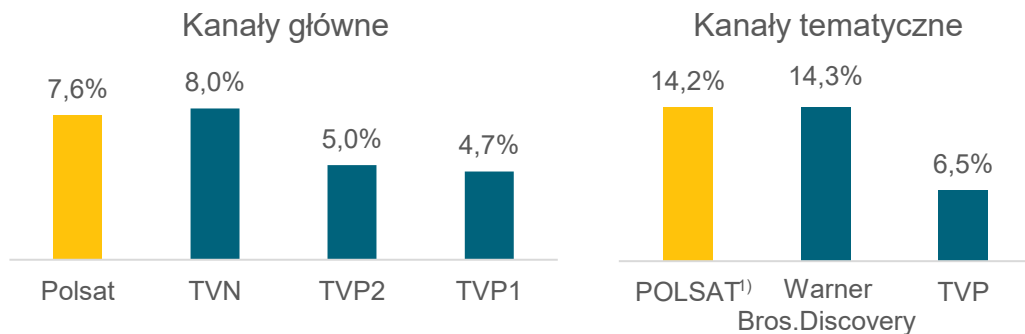
Segment mediowy: telewizja i online



Janusz Pliszka
Członek Zarządu, Telewizja Polsat

Mocne wyniki oglądalności kanałów Grupy TV Polsat w 1Q'26

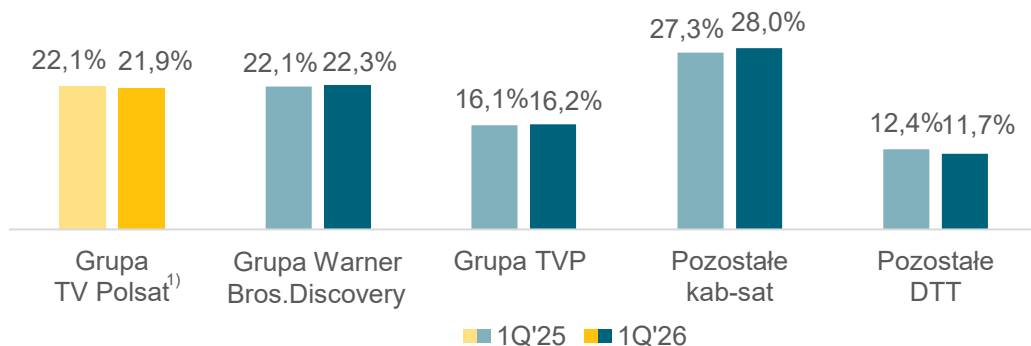
Udział w oglądalności



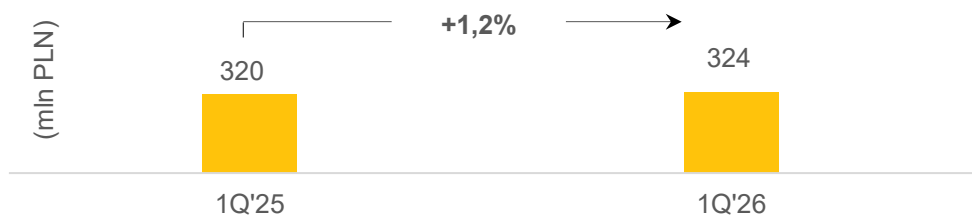
Wydatki na reklamę TV i sponsoring



Dynamika udziałów w oglądalności



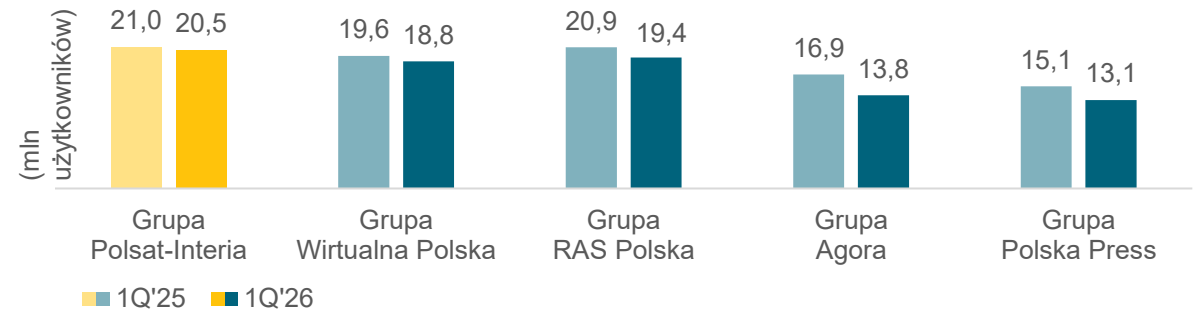
Przychody z reklamy TV i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat²⁾



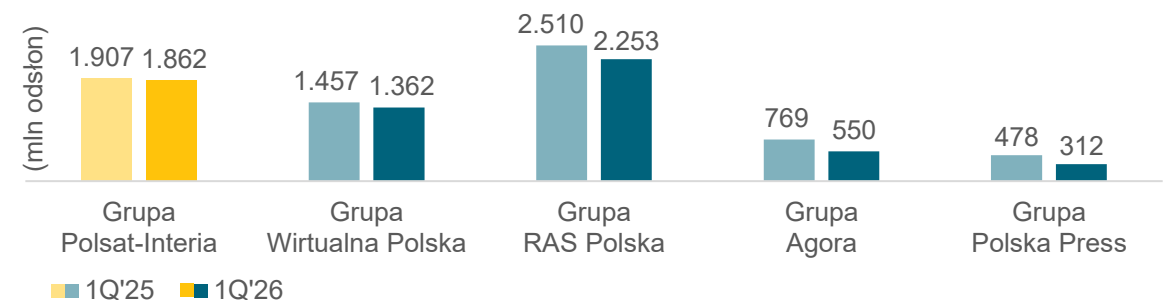
Bardzo silna pozycja na rynku portali internetowych – Grupa Polsat-Interia liderem internetu w 1Q'26

- Grupa Polsat-Interia #1 wśród wydawców internetowych w Polsce¹⁾
- Grupa Polsat-Interia liderem w kategorii mobile²⁾
- Mamy bardzo silną i stabilną pozycję na rynku portali internetowych:
 - 20,5 mln użytkowników
 - 1,9 mld odsłon

Średniomiesięczna liczba użytkowników



Średniomiesięczna liczba odsłon



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

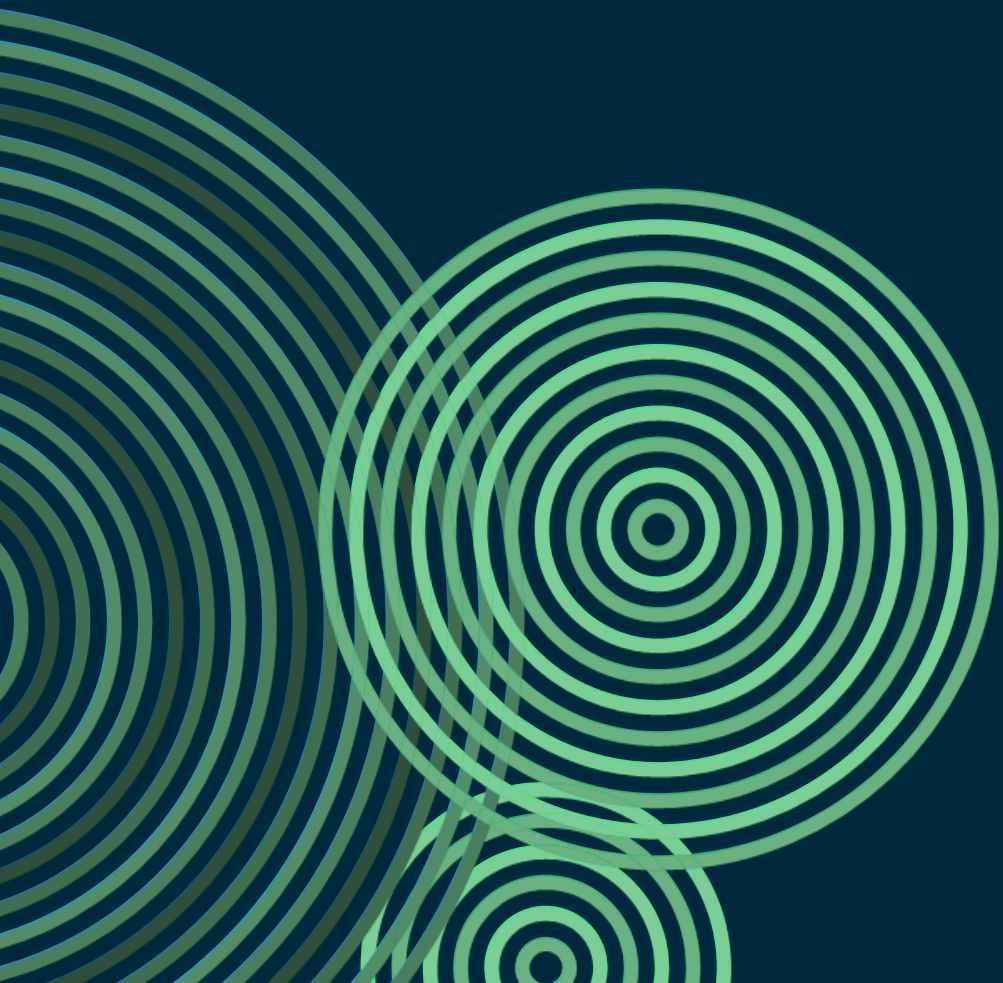
- (1) Mediapanel, na podstawie wyników średniomiesięcznych – w 1Q'26 trzykrotnie, tj. najczęściej spośród wydawców internetowych w Polsce, Grupa Polsat-Interia osiągała największy zasięg (RU)
- (2) Mediapanel, na podstawie wyników średniomiesięcznych – w 1Q'26 Grupa Polsat-Interia na pierwszej pozycji w 3 miesiącach okresu

Bardzo dobra ramówka wiosenna i atrakcyjne wydarzenia sportowe



21,9% udziału w oglądalności
dzięki bardzo dobrej ramówce wiosennej i transmisjom atrakcyjnych wydarzeń sportowych

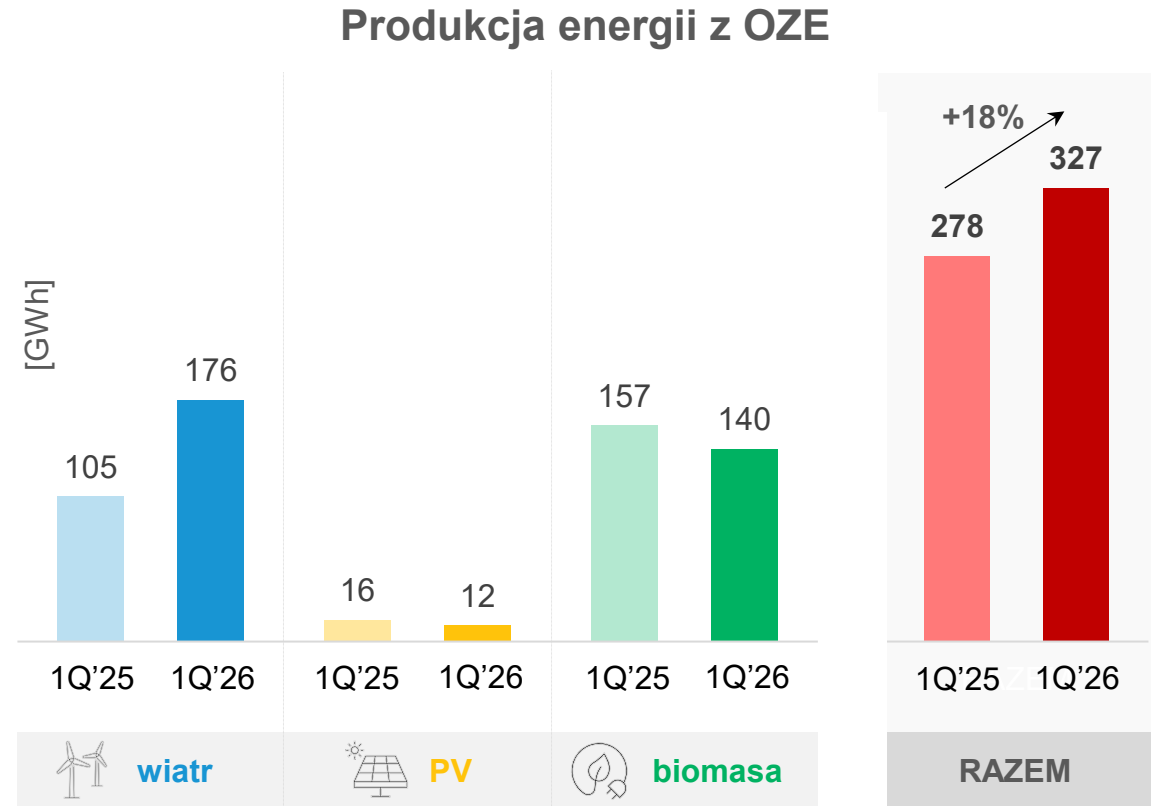
Segment zielona energia



Bartłomiej Drywa
Członek Zarządu

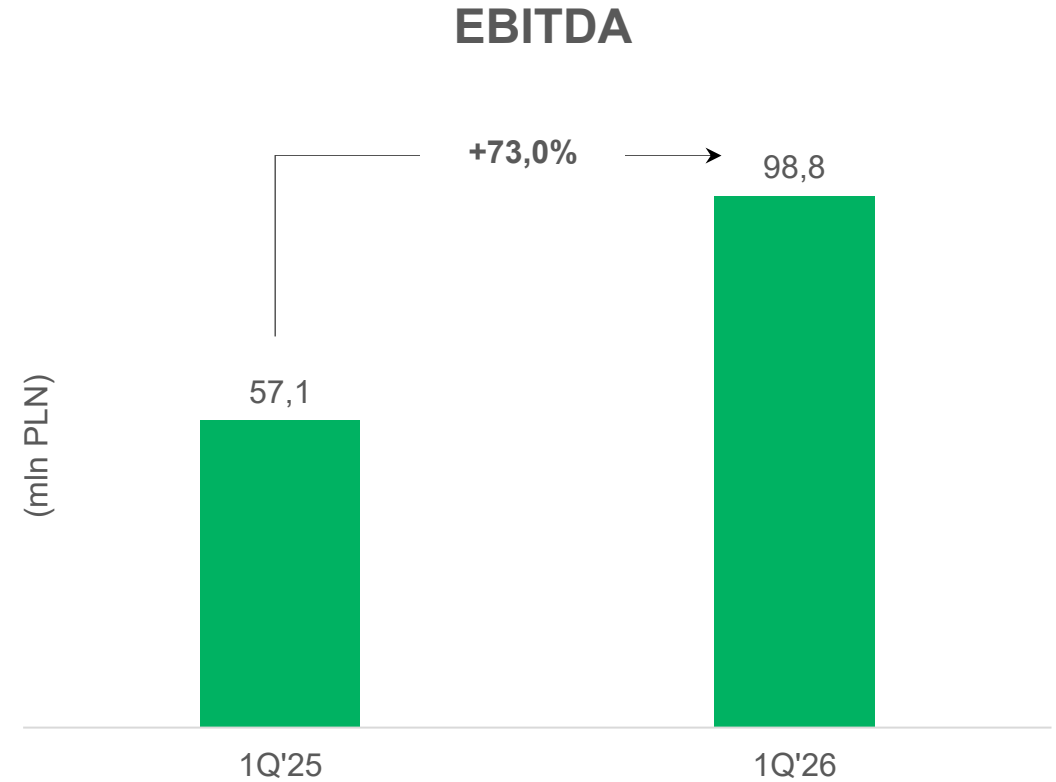
Wzrost produkcji energii o 18% dzięki rozbudowie mocy wytwórczych w wietrze

- Wzrost produkcji zielonej energii do 327 GWh dzięki rozbudowie mocy zainstalowanej w farmach wiatrowych
- Rozpoczęcie eksploatacji farmy wiatrowej Drzeżewo przełożyło się na wzrost produkcji energii z wiatru o 67% r/r w 1Q'26 przy niekorzystnych warunkach meteorologicznych



99 mln zł EBITDA segmentu zielonej energii w 1Q'26

- Wzrost EBITDA w 1Q'26 o 73% r/r w efekcie wyższego wolumenu wyprodukowanej energii z wiatru



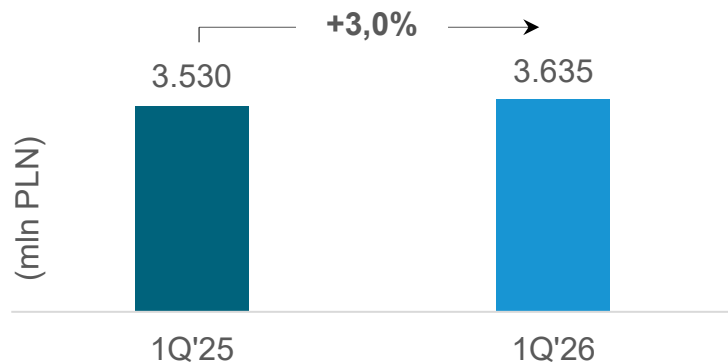
Wyniki finansowe



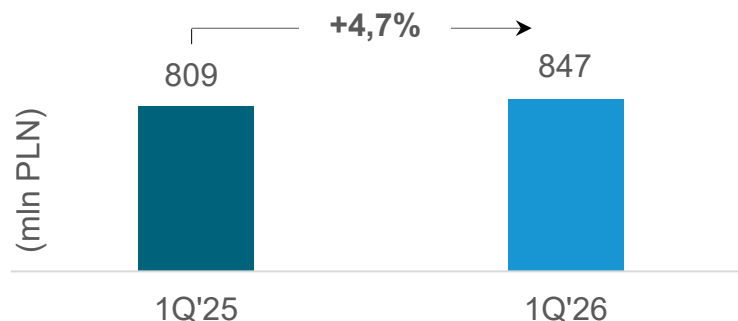
Katarzyna Ostap-Tomann
CFO, Członek Zarządu

Wyniki Grupy w 1Q'26

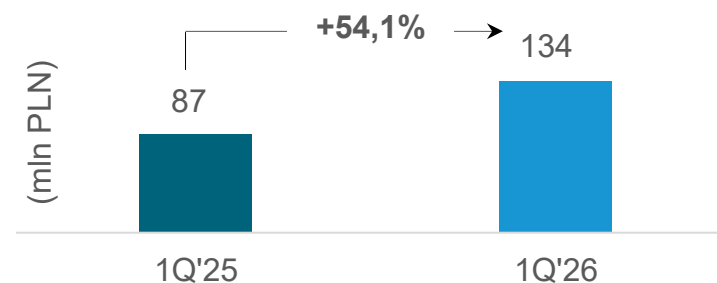
Przychody



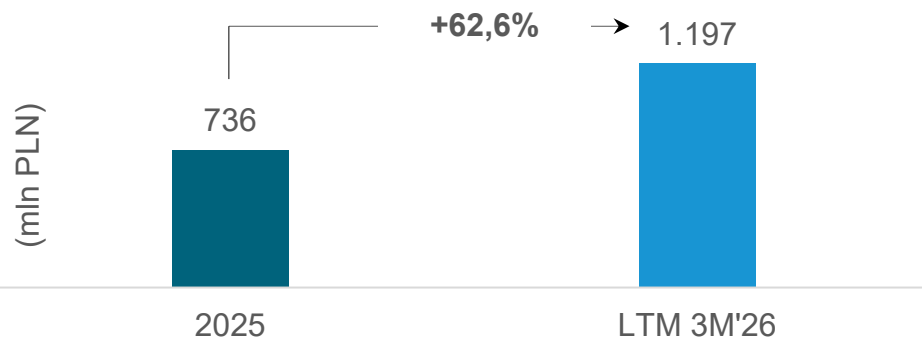
EBITDA skorygowana¹⁾



Zysk netto



LTM FCF¹⁾



Dług netto/EBITDA LTM

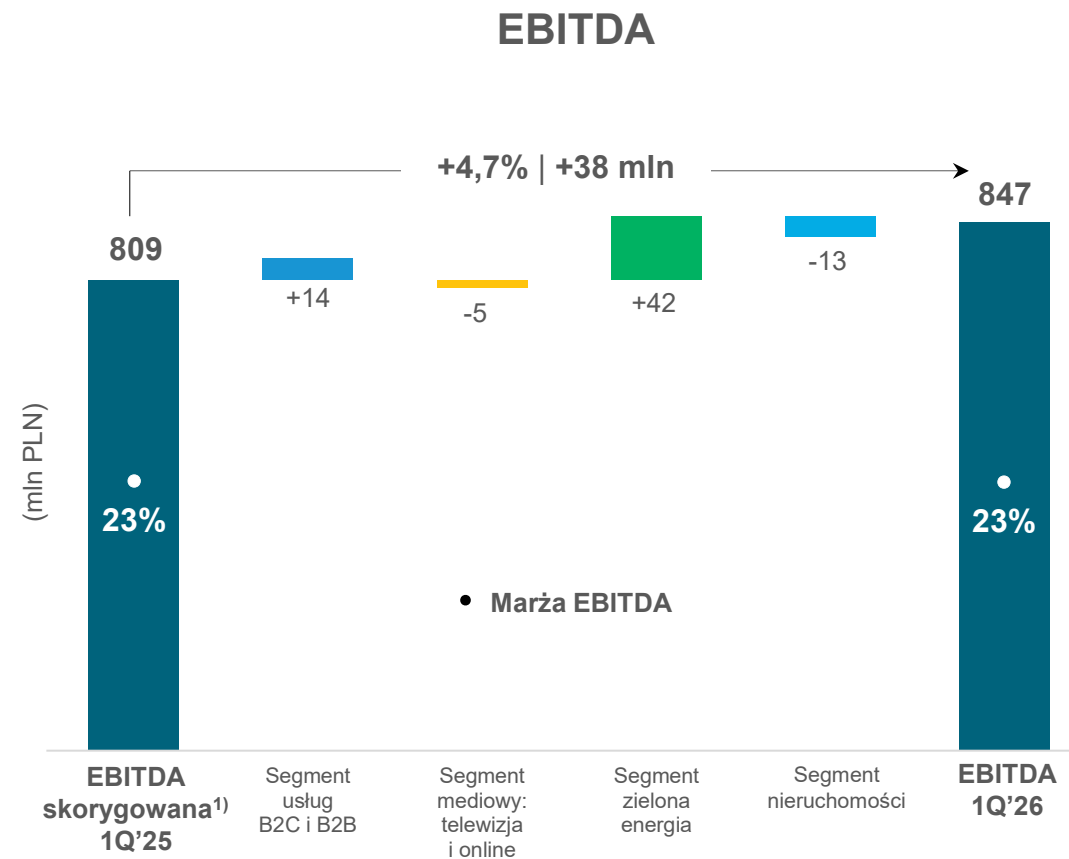
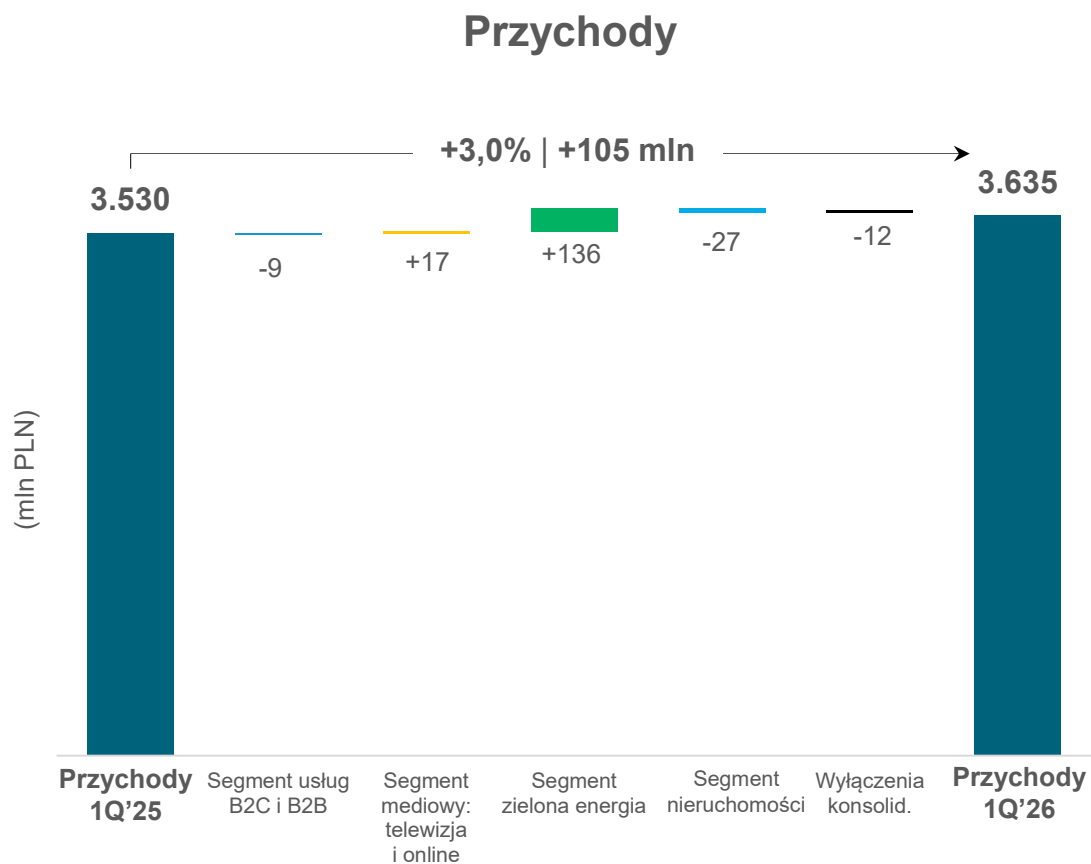
(z wyłączeniem finansowania projektowego)



(1) Skorygowany FCF pod odsetkach, z wyłączeniem capex w segmencie zielonej energii

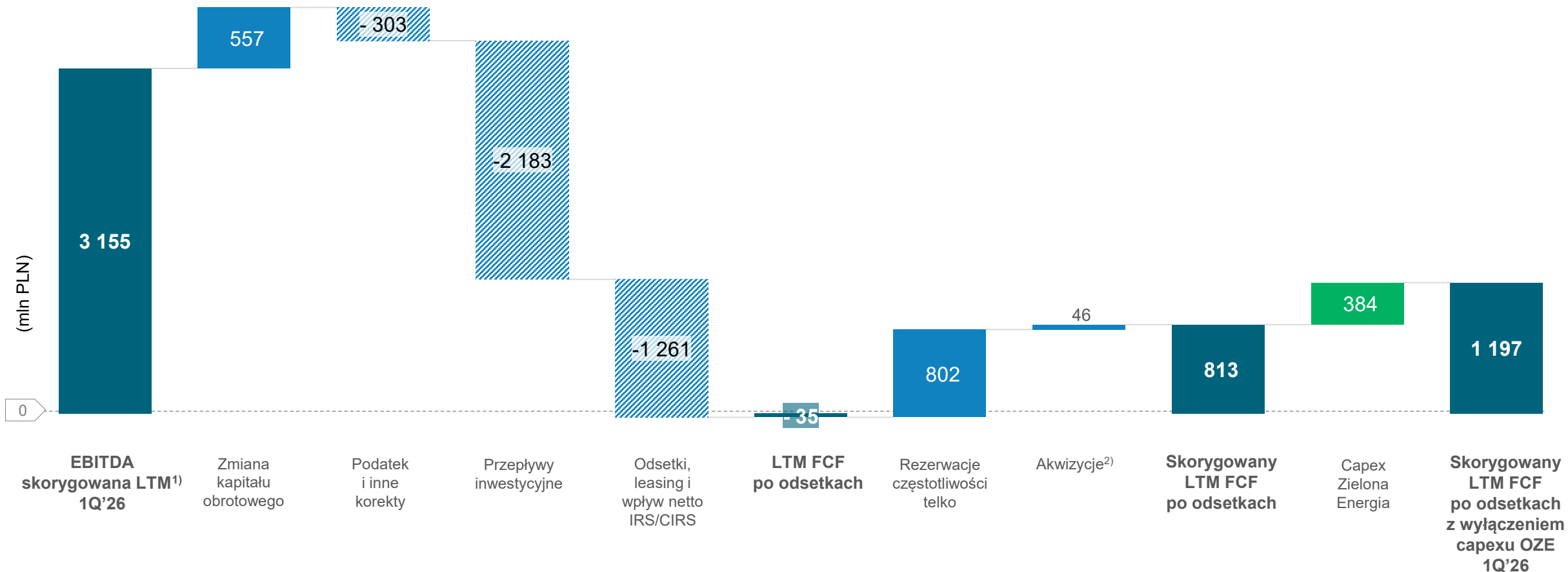
(2) EBITDA 1Q'25 skorygowana o zysk ze sprzedaży jednostki zależnej i stowarzyszonej (-0,2 mln PLN)

Przychody i EBITDA – czynniki zmian w 1Q'26



(1) EBITDA 1Q'25 skorygowana o zysk ze sprzedaży jednostki zależnej i stowarzyszonej (-0,2 mln PLN)

Silne przepływy pieniężne



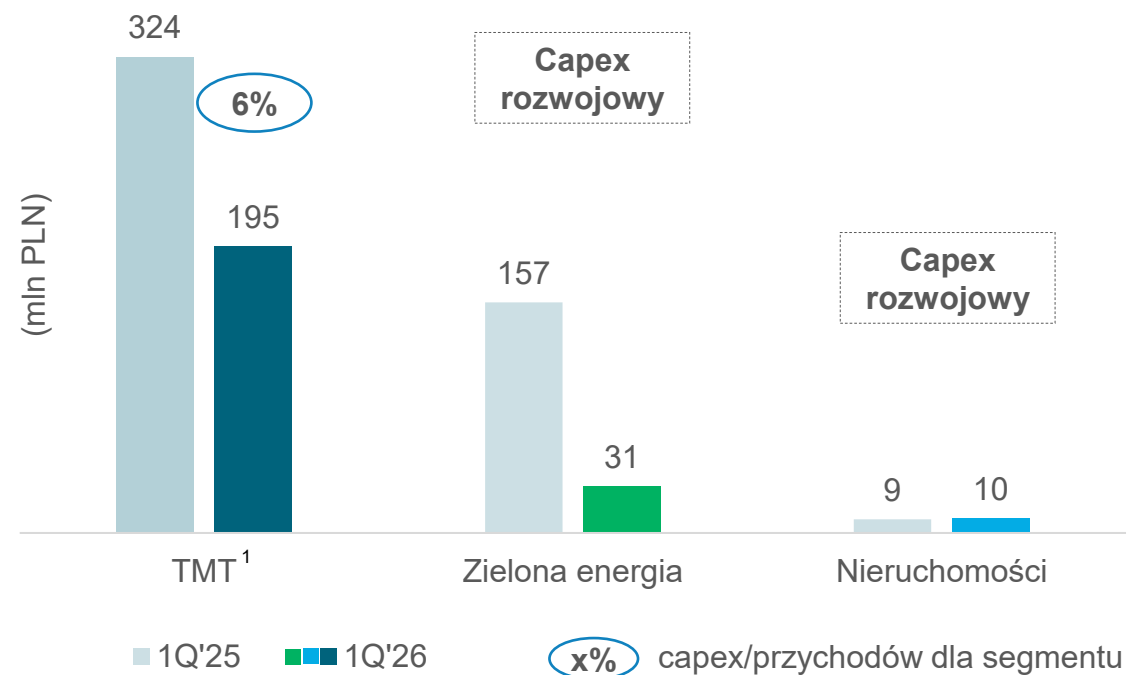
(1) EBITDA skorygowana, szczegóły na slajdzie #36

(2) Jednorazowe nabycie akcji/udziałów w jednostkach zależnych pomniejszone o przejęte środki pieniężne

Capex pod kontrolą

- TMT¹⁾ jest segmentem capex-light – wskaźnik capex do przychodów na poziomie 6% w 1Q'26
- Istotnie niższy capex rozwojowy w segmencie zielonej energii – 31 mln zł w 1Q'26 (-80% r/r)
- Finalizujemy kapitałochłonne inwestycje w OZE w ramach *Strategii 2023+*

Capex wg segmentów



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

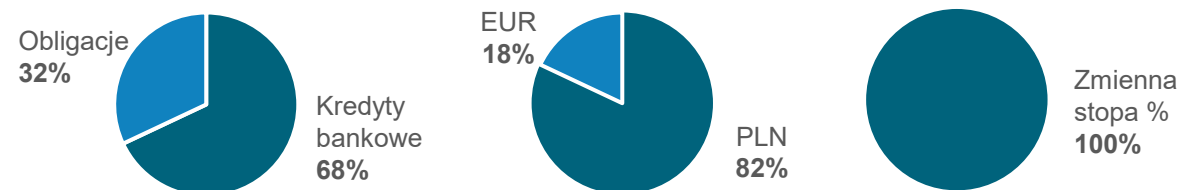
Zadłużenie Grupy

Wartość bilansowa na dzień

mIn PLN	Wartość bilansowa na dzień	
	31.03.2026	31.12.2025
Zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek, w tym:	10.424,7	10.485,6
<i>Zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek z wyłączeniem finansowania projektowego¹⁾</i>	8.293,8	8.351,9
<i>Zobowiązania z tytułu finansowania projektowego</i>	2.130,9	2.133,7
Zobowiązania z tytułu obligacji	3.923,8	4.020,5
Zobowiązania z tytułu leasingu i inne	695,7	710,6
Zadłużenie brutto	15.044,2	15.216,7
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty ²⁾	2.790,8	3.183,2
Zadłużenie netto	12.253,4	12.033,5
EBITDA LTM ³⁾	2.959,4	2.935,9
Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM	4,14x	4,10x
Zadłużenie netto / EBITDA LTM z wyłączeniem finansowania projektowego⁴⁾	3,68x	3,59x
Średni ważony koszt odsetek od kredytów i obligacji ⁵⁾	6,5%	6,6%

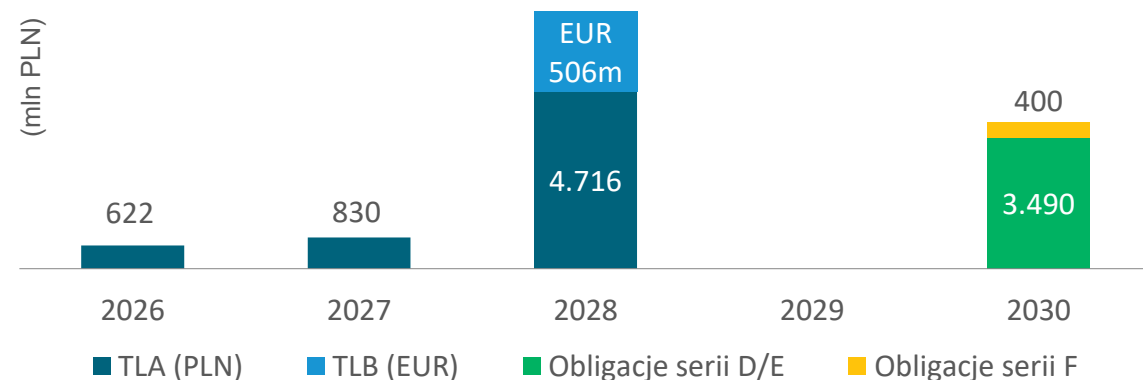
Struktura zadłużenia

(z wyłączeniem finansowania projektowego)
na dzień 31.03.2026



Zapadalność długu

(z wyłączeniem finansowania projektowego)
na dzień 31.03.2026



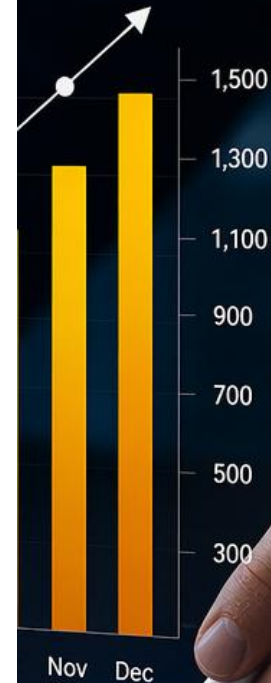
- (1) Finansowanie projektowe oznacza kredyty inwestycyjne udzielone spółkom zależnym PAK-PCE (spółki projektowe) na realizację projektów inwestycyjnych związanych z rozwojem czystych źródeł energii
- (2) Z uwzględnieniem środków pieniężnych i ich ekwiwalentów przeznaczonych do sprzedaży
- (3) Skonsolidowany wynik EBITDA LTM skorygowany o udziały niekontrolujące
- (4) Z wyłączeniem wyniku EBITDA LTM oraz zadłużenia netto spółek korzystających z finansowania projektowego
- (5) Prospektywny średni ważony koszt odsetkowy zadłużenia Grupy (z uwzględnieniem Kredytu Rewolwingowego) zgodnie ze wskaźnikami WIBOR/EURIBOR na dzień bilansowy, nie uwzględniając instrumentów zabezpieczających, finansowania projektowego i leasingu

Podsumowanie i Q&A

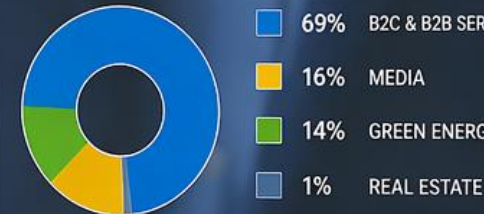


Podsumowanie

- Efekty pierwszych decyzji strategicznych na poziomie operacyjnym widoczne w silnych wynikach Q1'26
- Wypracowaliśmy strategiczne ramy dalszej współpracy z grupą Cellnex, które pozytywnie wpłyną na koszty budowy, zasięg i jakość sieci 5G Plusa
- Strategiczne inwestycje w kluczowy контент sportowy – prawa do Ligi Europy i Ligi Konferencji UEFA zabezpieczone do 2031 r.
- Kontynuujemy strategiczny przegląd aktywów i ogłosimy długoterminową strategię Grupy Polsat Plus do końca 2026 roku w ramach której określimy:
 - Mierzalne cele dla naszego podstawowego biznesu telekomunikacyjnego i mediowego
 - Potencjalne scenariusze rozwoju segmentów zielonej energii i nieruchomości
 - Polityki finansowe w średnim i długim terminie, w szczególności w odniesieniu do zadłużenia oraz podziału zysku



REVENUE BY SEGMENT¹



1) Based on total revenue in Q1'26

KEY METRICS Q1'26



Q&A

Dodatkowe informacje



Wyniki segmentu usług B2C i B2B

mIn PLN	1Q'26	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.605	0%
Koszty operacyjne ¹⁾	1.995	0%
EBITDA skorygowana ²⁾	622	2%
Marża EBITDA skorygowana ²⁾	23,9%	0,6 pkt%
Wydatki inwestycyjne	186	-40%

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

(2) EBITDA 1Q'25 skorygowana o zysk ze sprzedaży jednostki zależnej i stowarzyszonej (-0,2 mln PLN)

- Stabilny poziom przychodów to efekt netto wyższych przychodów detalicznych, wspieranych rosnącym ARPU i rosnącą dynamiką sprzedaży w ramach oferty multiplay oraz niższych przychodów ze sprzedaży sprzętu;
- Stabilny poziom kosztów w wyniku m.in. niższych kosztów marketingu, dystrybucji i obsługi klienta oraz niższych kosztów windykacji, częściowo zniwelowany przez wyższe koszty wynagrodzeń;
- Wzrost EBITDA to efekt stabilnych przychodów oraz skutecznej kontroli kosztów.

Wyniki finansowe segmentu mediowego: telewizja i online

mIn PLN	1Q'26	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	595	3%
Koszty operacyjne ¹⁾	468	-3%
EBITDA	120	-4%
Marża EBITDA	20,1%	-1,4 pkt%
Wydatki inwestycyjne	9	-30%

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

- Wzrost przychodów w wyniku wyższych wpływów z reklamy i sponsoringu oraz wzrostu przychodów od operatorów kablowo-satelitarnych;
- EBITDA pod wpływem wyższych kosztów operacyjnych, głównie w wyniku wzrostu kosztów wynagrodzeń, marketingu oraz kosztów technicznych związanych z nadawaniem.

Wyniki finansowe segmentu zielona energia

mIn PLN	1Q'26	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	524	35%
<i>Przychody ze sprzedaży energii z produkcji własnej</i>	194	24%
<i>Przychody z obrotu energią</i>	173	15%
Koszty operacyjne ¹⁾	426	30%
EBITDA	99	73%
Marża EBITDA	18,8%	4,1 pkt%
Wydatki inwestycyjne	31	-80%

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

- Wzrost przychodów przede wszystkim w wyniku istotnie wyższego wolumenu produkcji energii z wiatru po uruchomieniu farmy wiatrowej Drzeżewo oraz wyższych przychodów z obrotu;
- Przychody dodatkowo wsparte wyższymi przychodami ze sprzedaży autobusów wodorowych ze względu na większą skalę dostaw;
- Wzrost kosztów głównie w wyniku wyższych kosztów sprzedanej energii oraz wyższych kosztów sprzedanych autobusów wodorowych;
- Wraz z zakończeniem realizacji kapitałochłonnych projektów OZE w ramach *Strategii 2023+*, istotnie spadają wydatki inwestycyjne w segmencie zielonej energii.

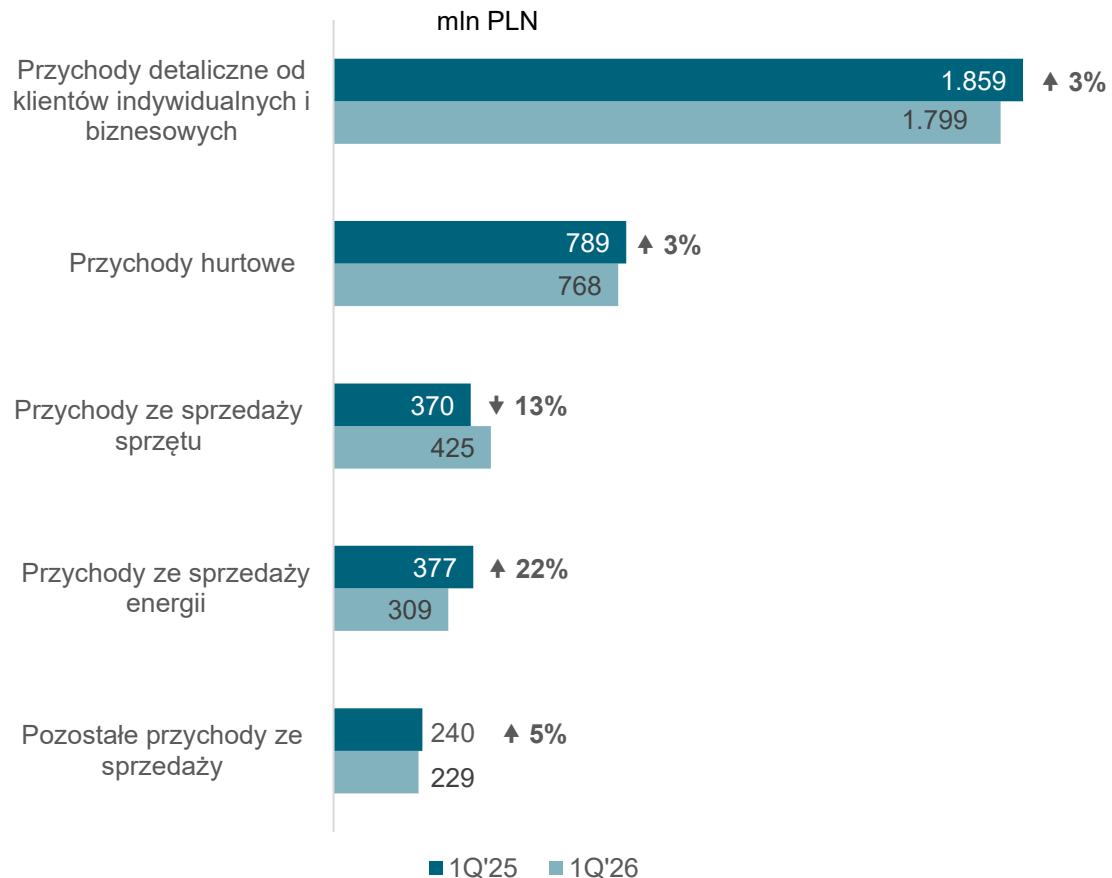
Wyniki finansowe segmentu nieruchomości

mIn PLN	1Q'26	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	33	-45%
Koszty operacyjne ¹⁾	26	-34%
EBITDA	7	-67%
Marża EBITDA	20,2%	-13,1 pkt%
Wydatki inwestycyjne	10	4%

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

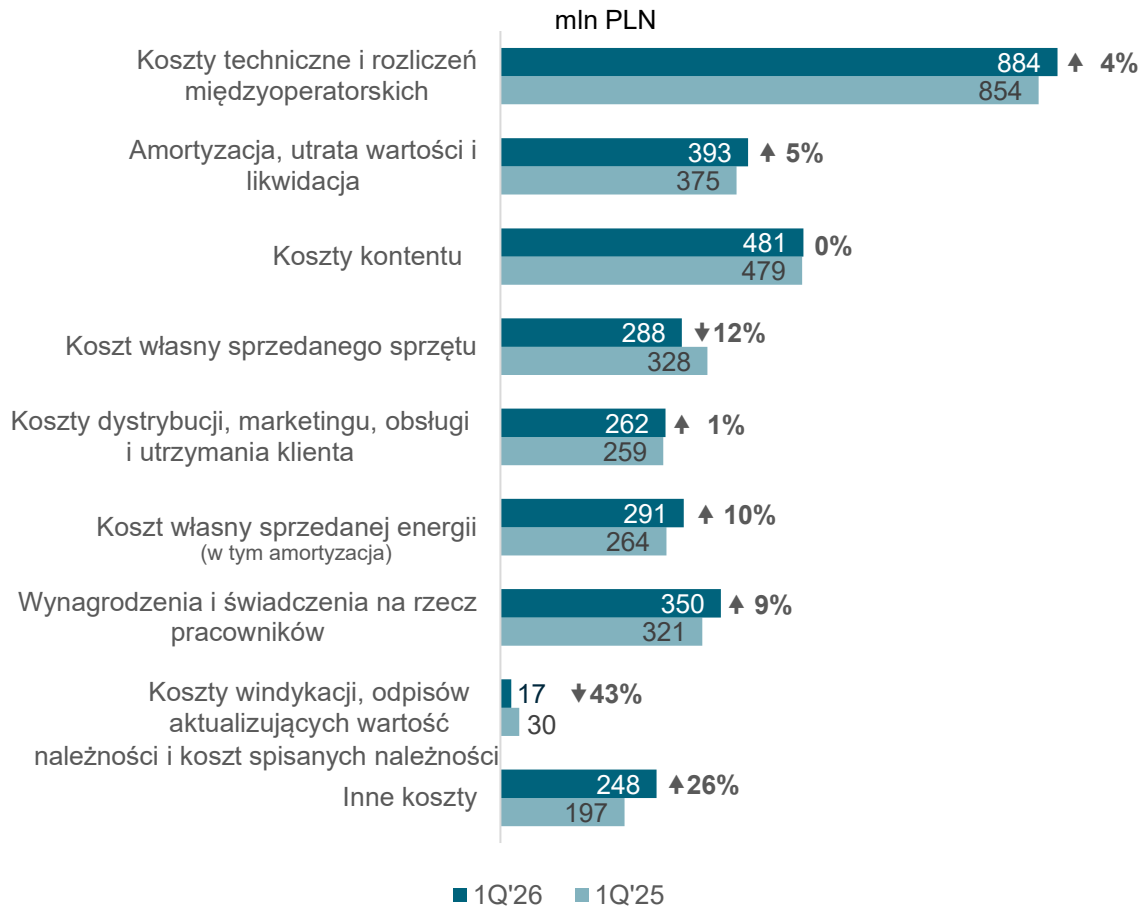
- Spadek przychodów i EBITDA r/r, wynikający z wysokiej bazy porównawczej związanej z zakończeniem inwestycji mieszkaniowej w Porcie Praskim (ul. Sierakowskiego 1-3) i przekazaniem znaczącej liczby mieszkań klientom w 1Q'25;
- Wydatki inwestycyjne segmentu związane przede wszystkim z rewitalizacją zabytkowej kamienicy przy ul. Okrzei 16, w której powstanie hotel marki AC Marriott;
- Trwa proces uzyskiwania pozwoleń na budowę budynku przy ul. Krowiej 1-3.

Struktura przychodów ze sprzedaży



- Wyższe **przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych**, w wyniku bardzo dobrej sprzedaży usług dostępu do Internetu oraz mobilnej telefonii, w szczególności w ramach oferty multiplay;
- Wyższe **przychody hurtowe**, głównie na skutek rozpoznania wyższych przychodów roamingowych oraz przychodów z reklamy i sponsoringu;
- Niższe **przychody ze sprzedaży sprzętu**, w wyniku niższego wolumenu sprzedaży, przy marży na poziomie 82 mln zł (-15 mln zł r/r);
- Wyższe **przychody ze sprzedaży energii**, głównie dzięki wyższemu wolumenowi sprzedanej energii, co wynikało ze wzrostu produkcji własnej z wiatru po uruchomieniu farmy Drzezewo, a także wyższym przychodom z obrotu energią.

Struktura kosztów operacyjnych



- Wyższe koszty **techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich**, przede wszystkim w wyniku rozpoznania wyższych kosztów związanych z roamingiem oraz wyższych kosztów dostępu hurtowego do sieci stacjonarnych innych operatorów w związku z bardzo dobrą sprzedażą usług internetowych;
- Wyższe **koszty amortyzacji, utraty wartości i likwidacji**, co wynikało głównie z oddania do użytkowania i rozpoczęcia naliczania amortyzacji nowych systemów informatycznych oraz amortyzacji nowo pozyskanych rezerwacji częstotliwości;
- Niższy **koszt własny sprzedanego sprzętu**, który korespondował z niższymi przychodami ze sprzedaży sprzętu;
- Wyższy **koszt własny sprzedanej energii**, głównie w wyniku wyższego wolumenu wyprodukowanej energii;
- Wzrost **kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników**, głównie w wyniku presji na płace wynikające m.in. z inflacji oraz wzrostu płacy minimalnej. Jednocześnie w 1Q'26 zmieniono sposób rozpoznawania części rezerw, co skutkuje ich bardziej równomiernym rozkładem w ciągu roku oraz eliminuje koncentrację tych kosztów w 4Q;
- Niższy koszt **windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności** wynikający przede wszystkim z przeszacowania posiadanego pakietu wierzytelności, w wyniku lepszej spłacalności;
- Wzrost **innych kosztów**, wynikający przede wszystkim z wyższych kosztów sprzedaży autobusów wodorowych, związanych z większym wolumenem sprzedanych jednostek w 1Q'26, przy jednoczesnym rozpoznaniu niższych kosztów sprzedanych mieszkań.

EBITDA skorygowana w ujęciu kwartalnym

mIn PLN	2025				2025	2026
	1Q	2Q	3Q	4Q	2025	1Q
EBITDA skorygowana	809,3	823,8	765,8	718,3	3.117,2	847,0
Zysk/(strata) ze sprzedaży jednostki zależnej i stowarzyszonej	-0,2	-	-	-	-0,2	-
Odwrocenie rezerwy na rekultywację (segment nieruchomości)	-	-	-	31,8	31,8	-
Jednorazowe rozpoznanie prowizji sprzedażowych	-	-	-	-29,9	-29,9	-
Zysk na zbyciu pakietu adresów IPv4	-	-	-	-	-	-
Odpisy aktualizujące wartość zapasów modułów PV	-	-18,8	-	-83,6	-102,4	-
EBITDA	809,1	805,0	765,8	636,6	3.016,5	847,0

FCF w ujęciu kwartalnym

mIn PLN	2025				2025	2026
	1Q	2Q	3Q	4Q	2025	1Q
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	683,6	784,8	904,1	767,3	3.139,8	952,4
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	27,4	-394,2	-582,9	-351,9	-1.301,6	-853,6
Splata odsetek od kredytów, pożyczek, obligacji, rozliczenie instrumentów pochodnych	-370,1	-174,6	-356,2	-159,5	-1.060,4	-320,6
Splata zobowiązań i odsetek z tyt. leasingu	-63,0	-58,2	-66,7	-59,7	-247,6	-65,9
FCF po odsetkach	277,9	157,8	-101,7	196,2	530,2	-287,7
Akwizycje	5,8	0,0	0,8	45,4	52,0	-0,2
Jednorazowa płatność z tyt. koncesji telekomunikacyjnych	150,0	0,0	212,0	0,0	362,0	590,1
Wpływ ze zbycia udziałów	-718,0	0,0	0,0	0,0	-718,0	-
Skorygowany FCF po odsetkach	-284,3	157,8	111,1	241,6	226,2	302,2
Capex w segmencie zielonej energii	156,8	150,4	112,7	89,6	509,5	31,3
Skorygowany FCF po odsetkach z wyłączeniem capexu OZE	-127,5	308,2	223,8	331,2	735,7	333,5

Posiadamy już 485 MW zainstalowanej mocy w OZE

Kazimierz Biskupi 17,5 MW

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

Miłosław 9,6 MW

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

Elektrownia biomasowa 105 MW

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

Gromadka 8,4 MW

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

Dobra 7,8 MW

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

Drzeźewo 138,6 MW

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

Człuchów 72,6 MW




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

Brudzew/Cambria 82,4 MWp

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

Przyrów 50,4 MW

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

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

Zbudowaliśmy kompletny łańcuch wartości zielonego wodoru

Produkcja elektrolizerów



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

Produkcja wodoru

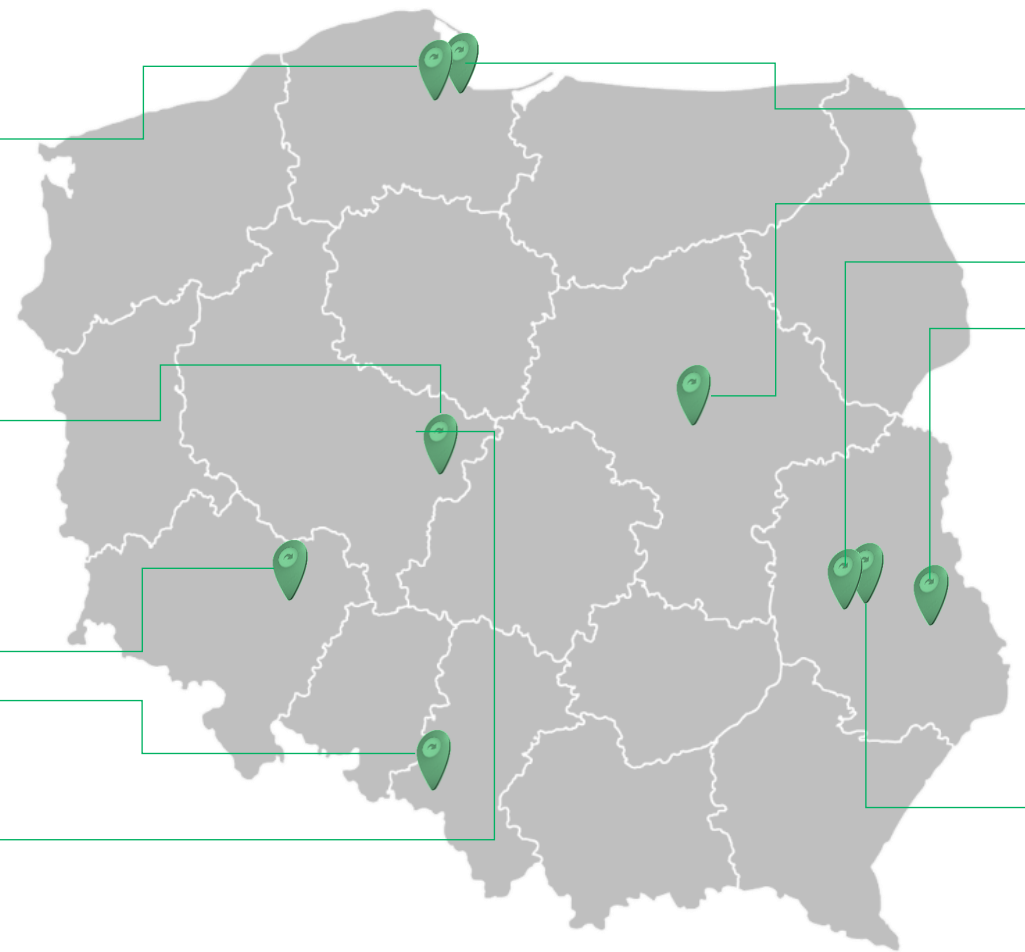


- Elektrolizer PEM 2,5 MW (wydajność **1000 kg H₂/dobę**)
- Elektrolizer alkaliczny 0,5 MW (wydajność **200 kg H₂/dobę**)

Stacje NESO



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



Stacje NESO



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

Fabryka Nesobusów



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

Transport H₂

- 9 wodorowozów 1024 kg
- 1 wodorowóz 371 kg

Mobilne stacje H₂

- 5 w użyciu



Definicje

RGU (Revenue Generating Unit)	Pojedyncza, aktywna, generująca przychód detaliczny usługa płatnej telewizji świadczonej w dowolnej technologii, dostępu do Internetu mobilnego lub przewodowego lub telefonii komórkowej, świadczona w modelu kontraktowym lub przedpłaconym.
Klient	Osoba fizyczna, prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, posiadająca co najmniej jedną, aktywną usługę świadczoną w modelu kontraktowym. Klient identyfikowany jest na poziomie unikalnego numeru PESEL, NIP lub REGON.
ARPU na klienta B2C/B2B	Średni miesięczny przychód detaliczny od Klienta wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym.
ARPU na RGU prepaid	Średni miesięczny przychód detaliczny wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym w przeliczeniu na jednostkę RGU prepaid.
Churn	Rozwiązanie umowy z Klientem B2C w drodze wypowiedzenia, windykacji lub innych działań, skutkujące tym, że po skutecznym rozwiązaniu umowy, Klient nie posiada żadnej aktywnej usługi świadczonej w modelu kontraktowym. 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.
Definicja użyciowa (90-dni dla RGU pre-paid)	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.
Klient multiplay	Klient kontraktowy B2C posiadający co najmniej 2 usługi, w tym tego samego rodzaju, w jednej lub wielu spółkach z Grupy równocześnie. <i>W 2Q'25 nastąpiła zmiana prezentacji liczby klientów multiplay w ten sposób, że poprzednia definicja, uwzględniająca klientów kontraktowych B2C, posiadających co najmniej 2 usługi w wybranej spółce z Grupy, została rozszerzona o klientów posiadających co najmniej 2 usługi, w tym usługi tego samego rodzaju, w różnych spółkach z Grupy. Historyczne dane dot. liczby klientów multiplay oraz liczby posiadanych przez nich usług zostały odpowiednio przekształcone, celem zachowania porównywalności.</i>

Oświadczenie

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

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

W odniesieniu do niektórych informacji finansowych zawartych w niniejszym dokumencie wprowadzono korekty z tytułu zaokrągleń. W efekcie pewne liczby wykazane sumarycznie mogą nie stanowić dokładnych sum arytmetycznych ich składników, czy też porównawczych odniesień. Po bardziej szczegółowe informacje finansowe zapraszamy do sprawozdań finansowych GPP dostępnych na naszej stronie <https://grupapolsatplus.pl/pl/arc/centrum-wynikow>

Relacje Inwestorskie

Cyfrowy Polsat S.A.
ul. Konstruktorska 4
02-673 Warszawa

Email: ir@cyfrowypolsat.pl

<https://grupapolsatplus.pl>

