Wyniki finansowe 3Q’26

19 listopada 2026 r.

Grupa Polsat Plus

Prelegenci



PIOTR ŻAK
PREZES ZARZĄDU



MACIEJ STEC
WICEPREZES ZARZĄDU



ANNA MILLER-PYTLAK
CFO, CZŁONEK ZARZĄDU



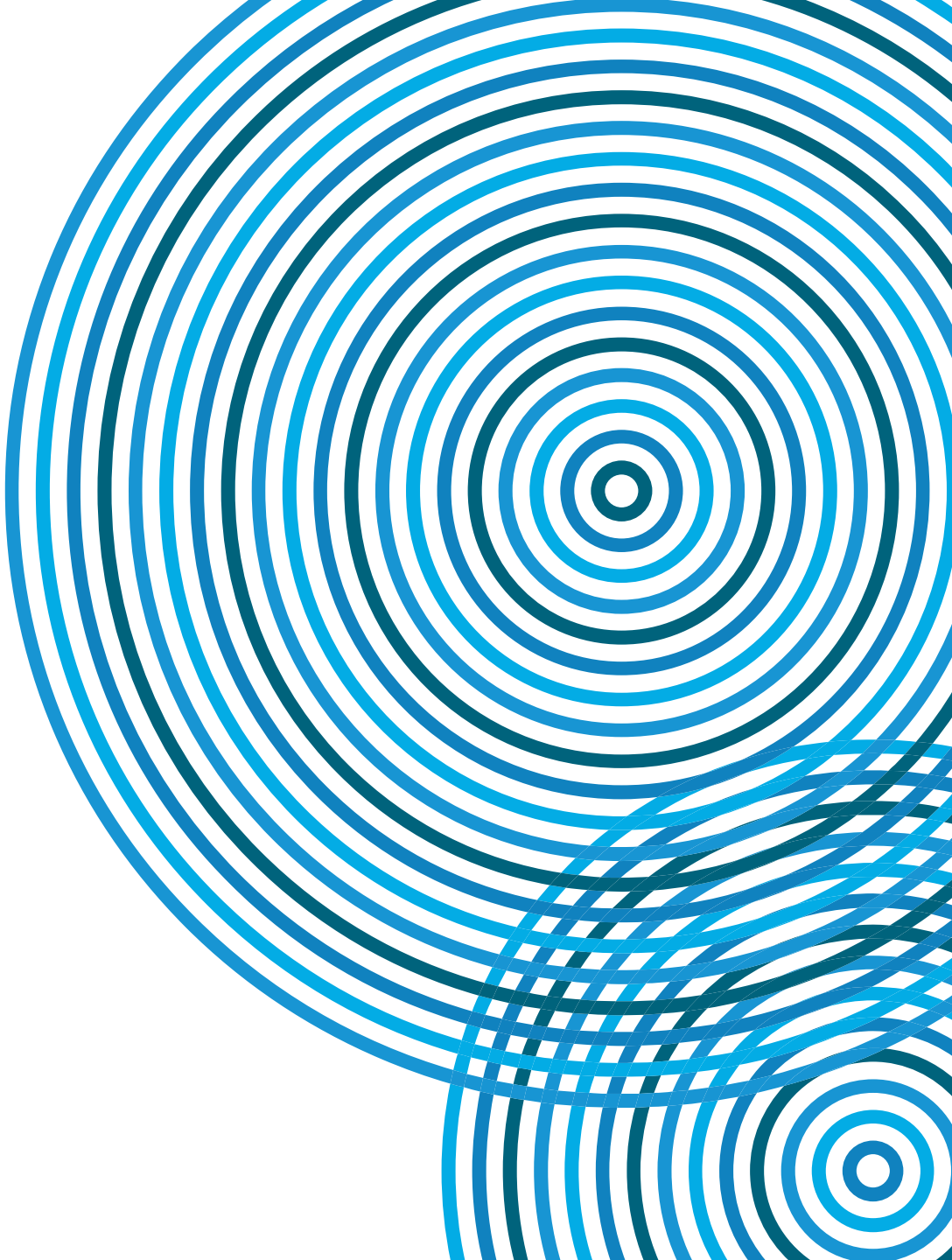
BARTŁOMIEJ DRYWA
CZŁONEK ZARZĄDU



JANUSZ PLISZKA
CFO, CZŁONEK ZARZĄDU,
TELEWIZJA POLSAT

Agenda

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



Najważniejsze wydarzenia 3Q’26



Bartłomiej Drywa
Członek Zarządu

Najważniejsze wydarzenia

- Przyjęliśmy **Strategię Grupy Polsat Plus na lata 2027–2030+ „GPP Refocused": koncentrujemy się na TMT i** prowadzimy **przegląd opcji strategicznych dla aktywów spoza TMT**, aby trwale budować wartość Grupy
- Rozpoczęliśmy **intensywną rozbudowę i modernizację sieci Plusa:** docelowo ponad 5 tys. nowych stacji bazowych oraz wymiana warstwy radiowej w oparciu o Nokia/Ericsson przy wyższej efektywności kosztowej
- Zawarliśmy **strategiczne partnerstwo z Vodafone** – zyskujemy dostęp do międzynarodowego know-how i sprawdzonych rozwiązań **w B2B, obsłudze klienta, AI i automatyzacji**
- Nawiązaliśmy **strategiczne partnerstwo z YouTube** – rozszerzamy cyfrową dystrybucję kontentu Polsatu, dotarcie do nowych odbiorców i monetyzację
- Rozpoczęliśmy analizę możliwości **refinansowania kredytu bankowego i obligacji Grupy**

Grupa Polsat Plus

Kluczowe liczby 3Q'26

3,6 mld zł
przychodów
+5,9% r/r

839 mln zł
EBITDA skorygowana[1)]
+9,5% r/r

85,0 zł
ARPU na klienta B2C
+5,9% r/r

3,1 mln
klientów multiplay
+1,5% r/r

22,0%
udziału w oglądalności
-0,8 pkt% r/r

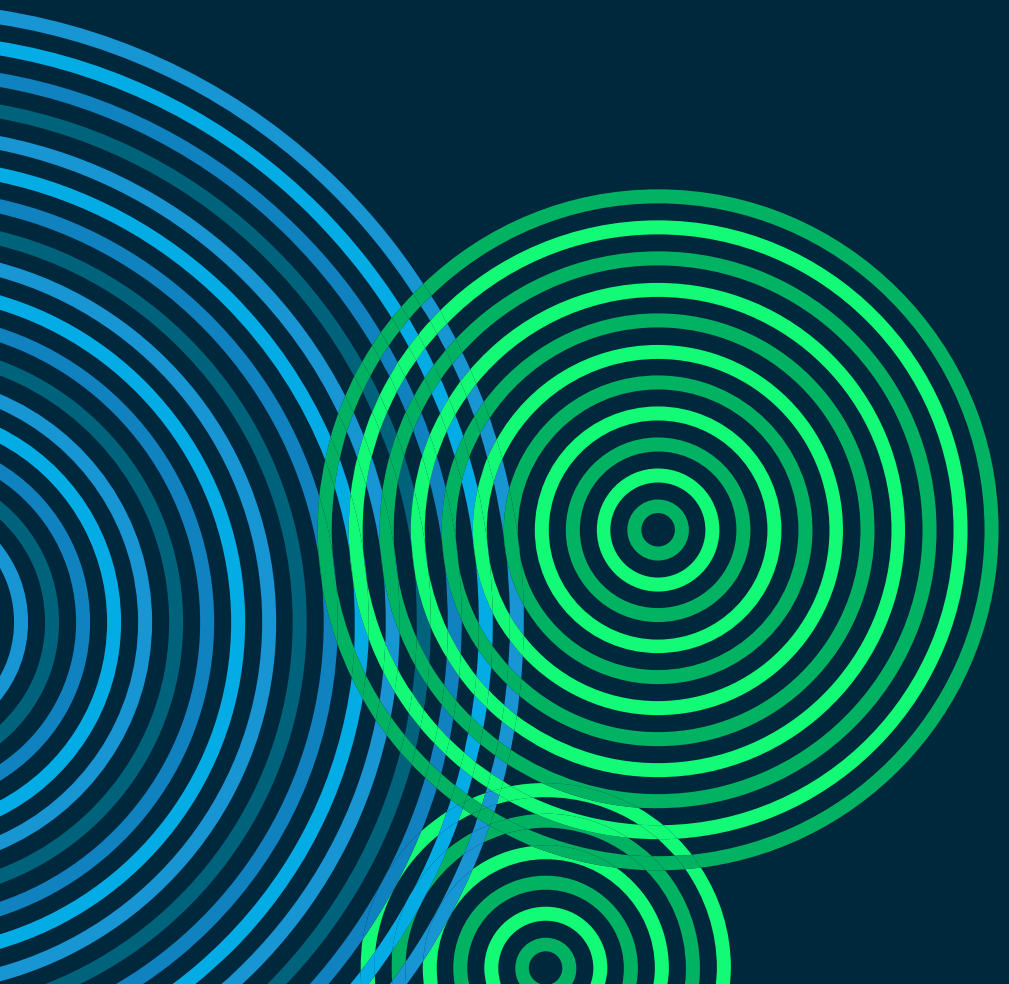
322 GWh
produkcja zielonej energii
+35,4% r/r

(1) EBITDA 3Q'26 skorygowana o jednorazowy zysk ze zbycia aktywów (4,8 mln zł)

Działalność operacyjna



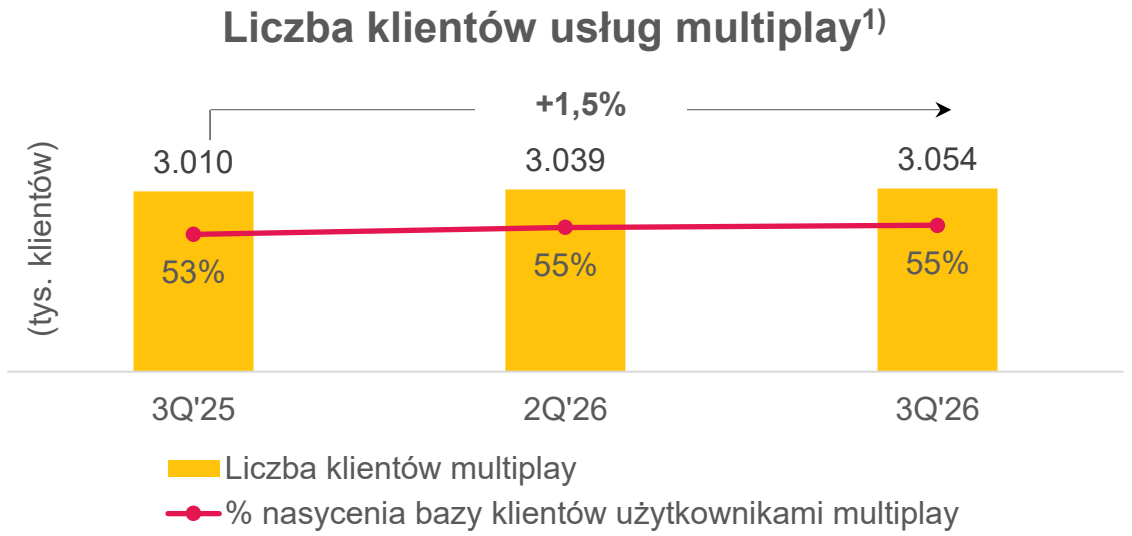
Segment usług B2C i B2B

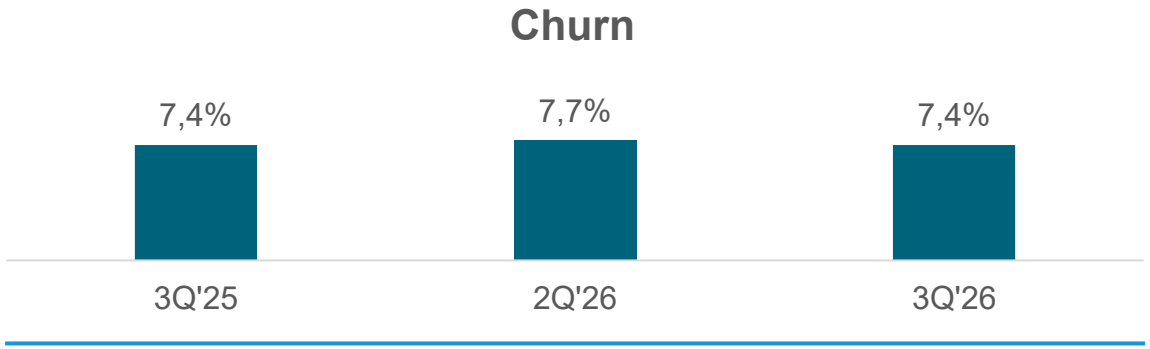


Maciej Stec
Wiceprezes Zarządu

Multiplay – motor wzrostu przychodów i lojalności klientów

- Ponad 3 mln klientów multiplay
- Wzrost bazy klientów multiplay o 44 tys. r/r dzięki skutecznej dosprzedaży usług
- 55% klientów korzysta z multiplay – mamy duży potencjał do dalszego cross-sellingu
- Mulitplay wzmacnia lojalność klientów i utrzymanie niskiego wskaźnika churn



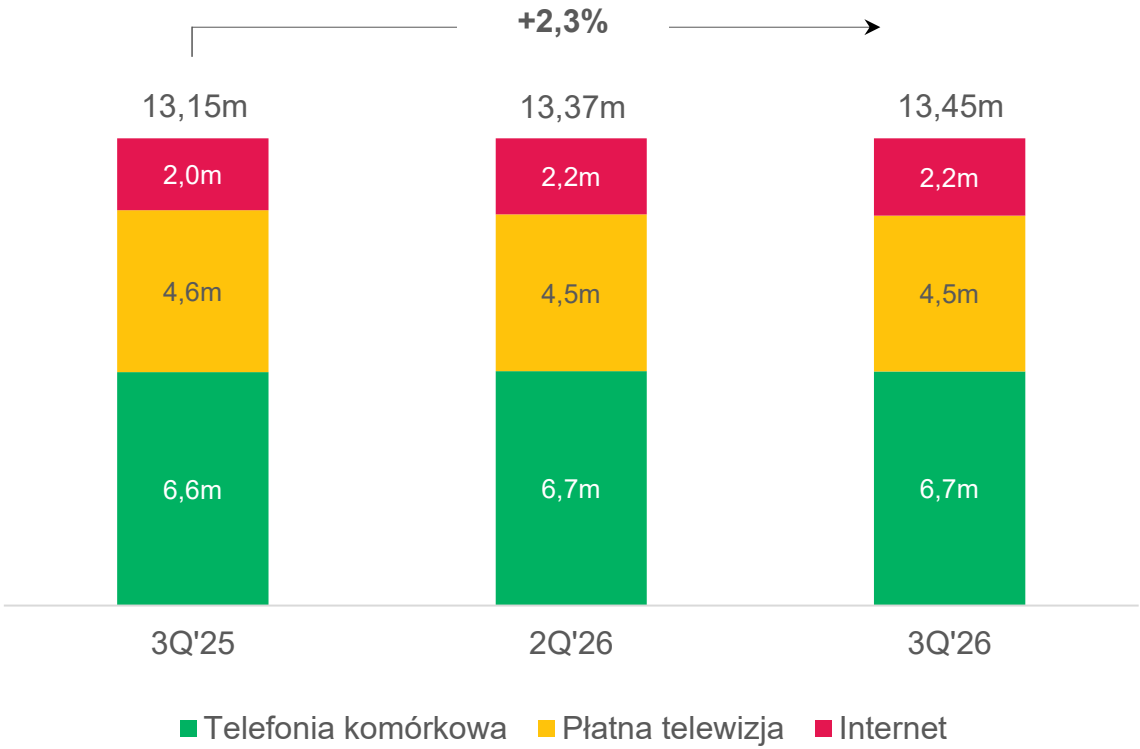


(1) Zmiana prezentacji liczby klientów multiplay od 2Q'26, z przekształceniem danych historycznych dla zachowania porównywalności. Szczegóły na slajdzie #40.

Świadczymy 13,4 mln usług kontraktowych

- Internet napędza wzrost bazy: liczba usług internetu mobilnego i stacjonarnego wzrosła o 202 tys. r/r.
- Mocna sprzedaż telefonii mobilnej przełożyła się na wzrost bazy o 167 tys. usług r/r
- Rosnąca popularność IPTV i OTT ogranicza presję na bazę płatnej telewizji

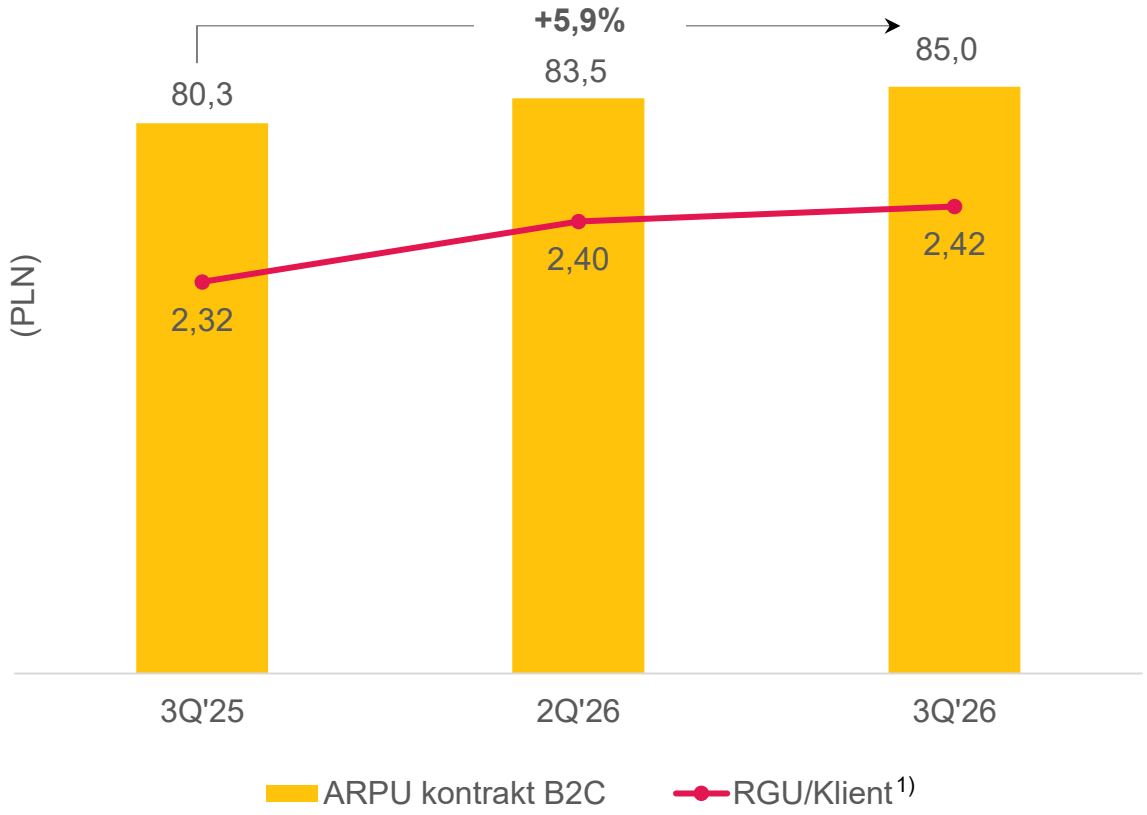
Liczba RGU w segmencie kontraktowym B2C[1)]



(1) Zmiana prezentacji liczby RGU Internetu od 2Q'26, z przekształceniem danych historycznych dla zachowania porównywalności. Szczegóły na slajdzie #40.

Wzrost ARPU na klienta B2C dzięki konsekwentnej realizacji strategii multiplay

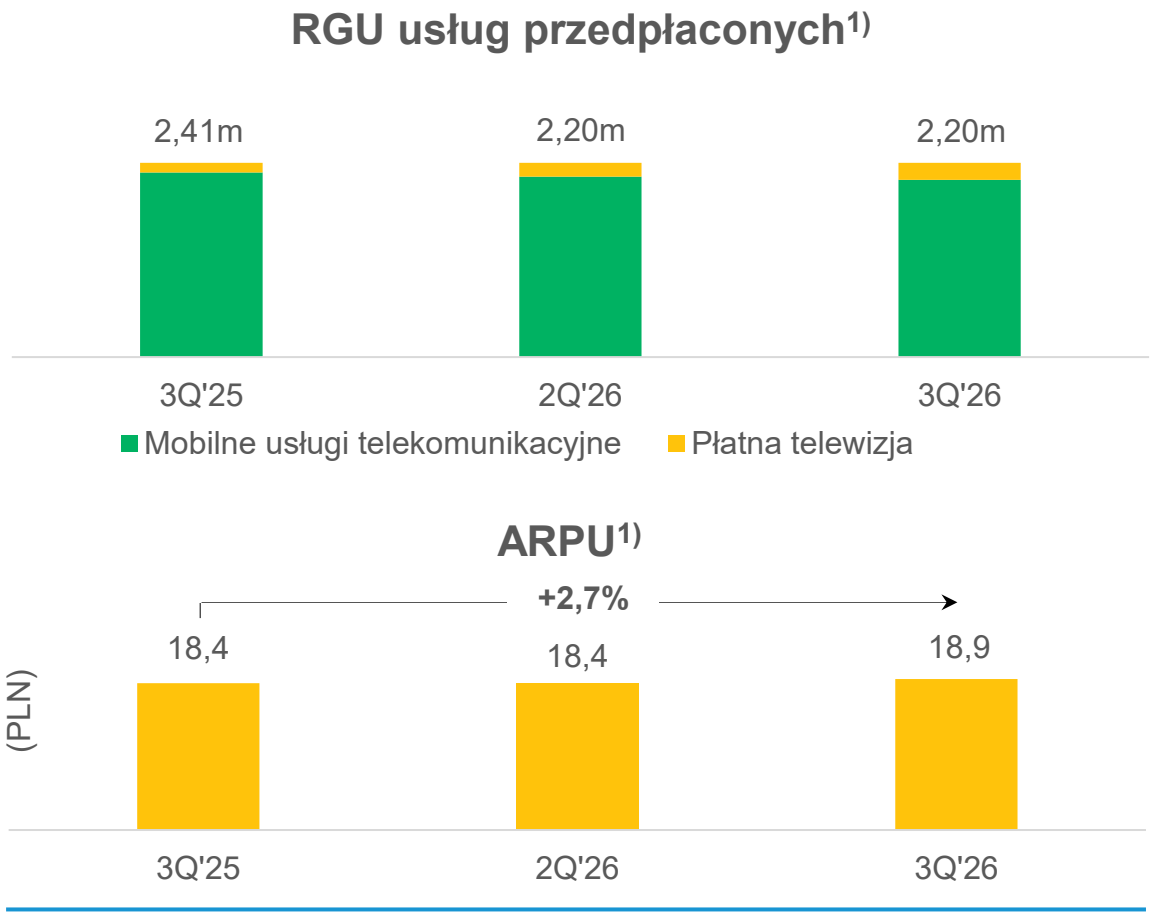
- Wzrost ARPU o 5,9% r/r dzięki silnej sprzedaży usług i konsekwentnej realizacji strategii multiplay
- Skuteczna dosprzedaż w ramach multiplay zwiększa nasycenie bazy usługami – na jednego klienta przypada już 2,42 usługi
- Już 40% naszych klientów korzysta z nowej oferty multiplay, która wspiera dalszy wzrost wartości bazy i lojalność klientów



(1) Zmiana prezentacji liczby RGU Internetu od 2Q'26, z przekształceniem danych historycznych dla zachowania porównywalności. Szczegóły na slajdzie #40.

Wysoka baza i wzrost ARPU usług przedpłaconych

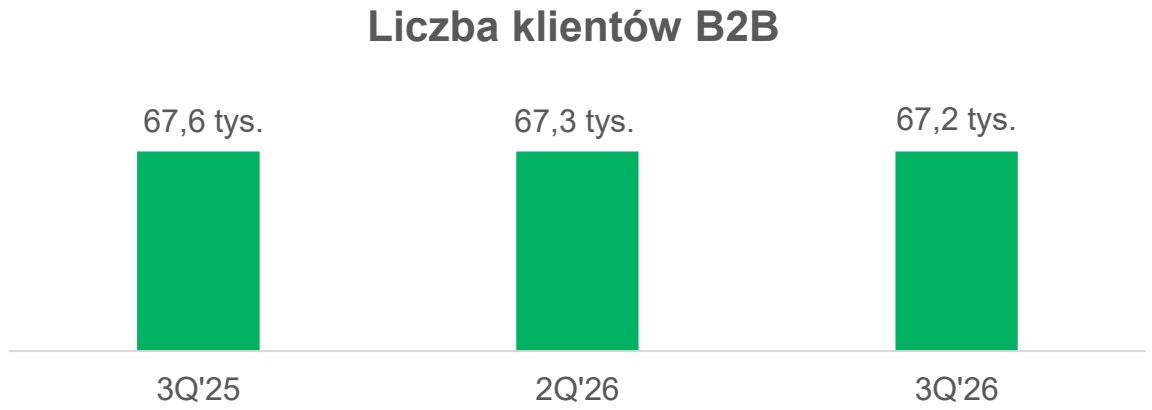
- Utrzymujemy wysoką bazę 2,2 mln usług przedpłaconych w wymagającym otoczeniu konkurencyjnym
- Koncentrujemy się na wartości klienta – ARPU na usługę przedpłaconą wzrosło o 2,7% r/r do 18,9 zł
- Wprowadziliśmy nową, ultra prostą ofertę Plus na Kartę, aby zwiększyć atrakcyjność oferty prepaid
- Rośnie liczba subskrypcji Polsat Box Go w pakietach Polsat Lovers, Premium i Premium Sport

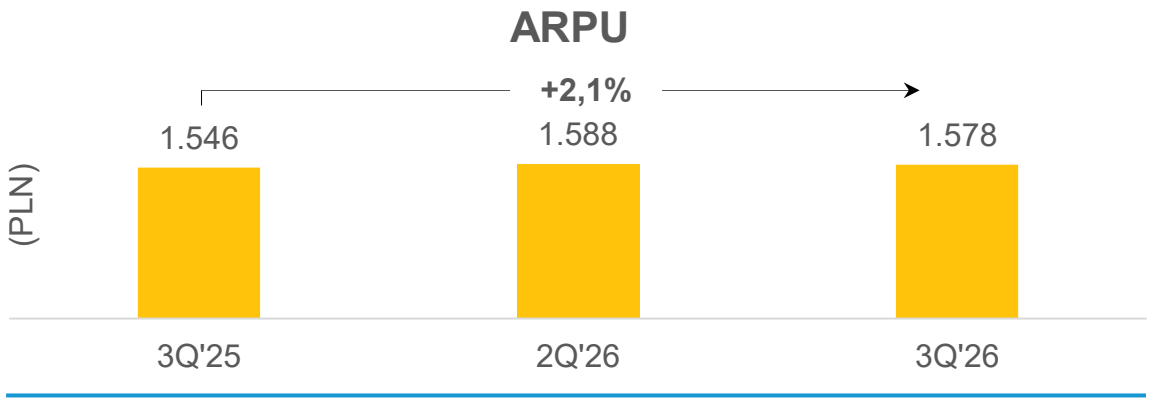


(1) Z wykluczeniem niskomarżowego pakietu Polsat Box Go Start

Wysoka baza i rosnące ARPU klientów B2B

- Utrzymujemy wysoką i stabilną bazę 67 tys. klientów B2B, potwierdzając silną pozycję na silnie konkurencyjnym rynku usług dla biznesu
- ARPU na klienta B2B wzrosło o 2,1% r/r do 1.578 PLN/m-c dzięki konsekwentnemu rozwojowi usług i rozwiązań dla biznesu





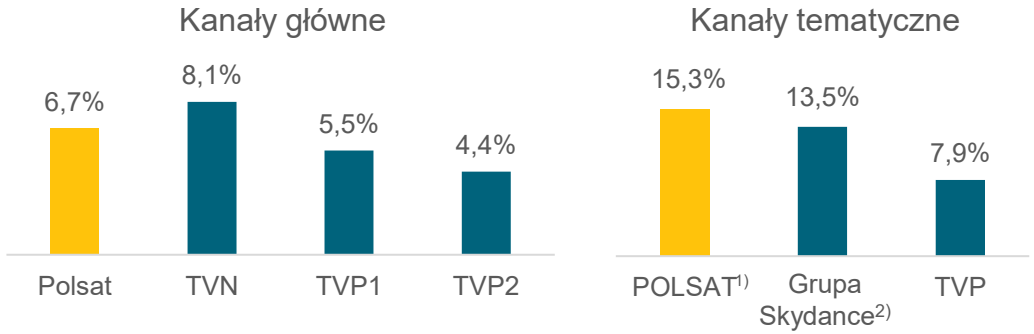
Segment mediowy: telewizja i online



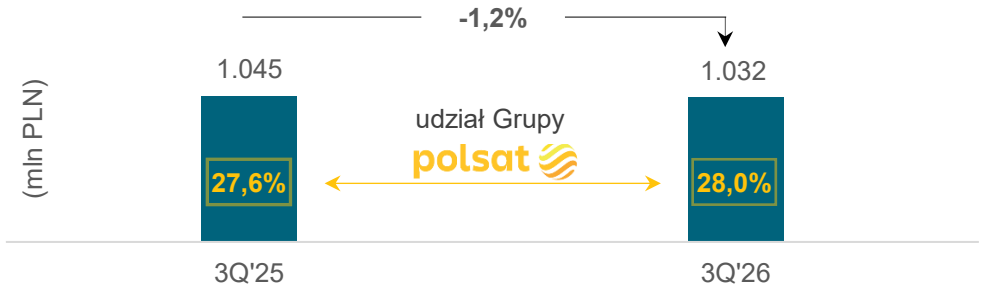
Janusz Pliszka
CFO, Członek Zarządu, Telewizja Polsat

Stabilna oglądalność i wysoki udział w rynku reklamy TV w 3Q'26

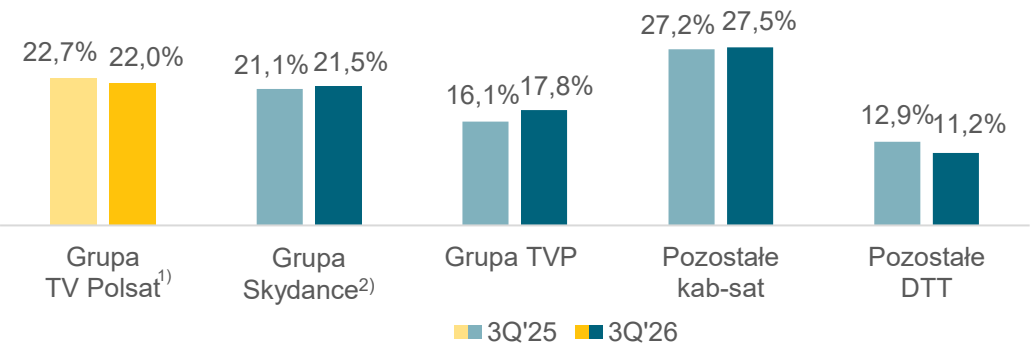
Udział w oglądalności



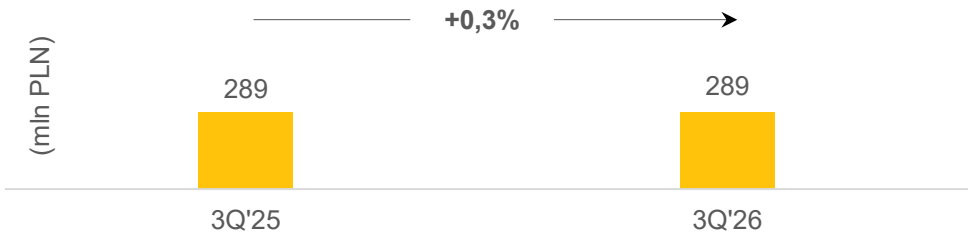
Wydatki na reklamę TV i sponsoring



Dynamika udziałów w oglądalności



Przychody z reklamy TV i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat 3)



Źródło: oglądalność: NAM, wszyscy 16-59, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2, oraz oglądalność poza miejscem zamieszkania, (tzw. widownia OOH), analizy własne; rynek reklamy: Publicis Groupe, reklama spotowa i sponsoring; Grupa TV Polsat: dane własne

(1) Z wyłączeniem kanałów partnerskich

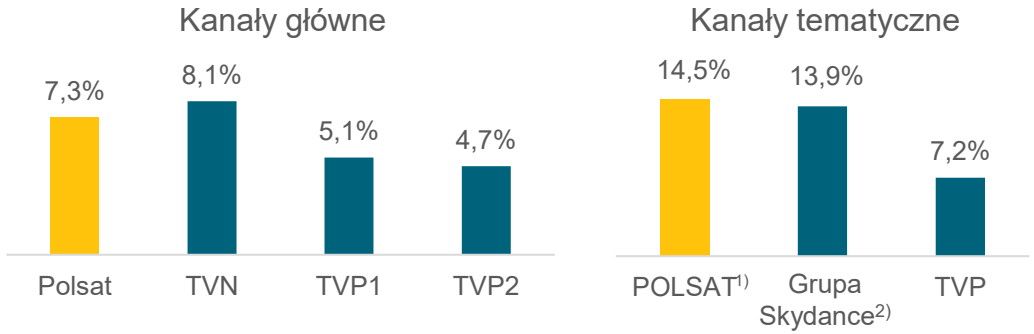
(2) Grupa Skydance powstała 6 października 2026 r. w wyniku połączenia Paramount Skydance i Warner Bros. Discovery; dane za wcześniejsze okresy dotyczą kanałów należących wówczas do Grupy Warner Bros. Discovery

(3) Przychody z reklamy TV i sponsoringu kanałów wchodzących w skład Grupy Telewizji Polsat

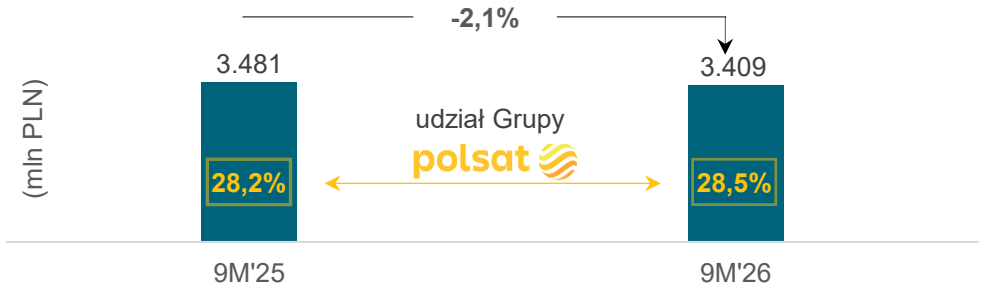
Grupa Polsat Plus

Stabilna oglądalność i wysoki udział w rynku reklamy TV w 9M’26

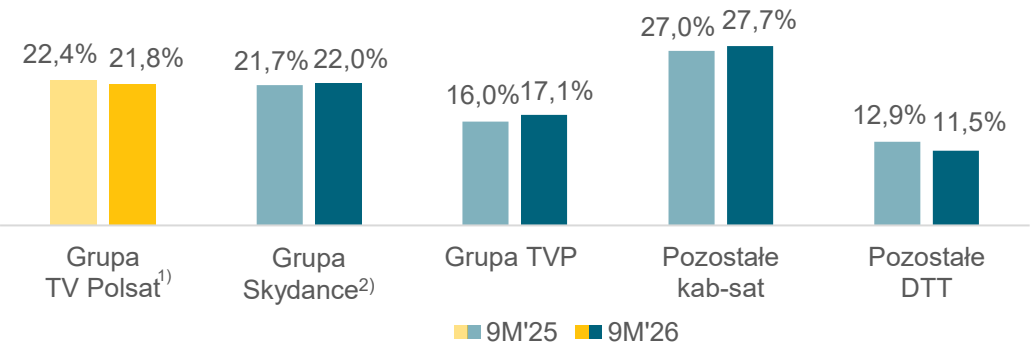
Udział w oglądalności



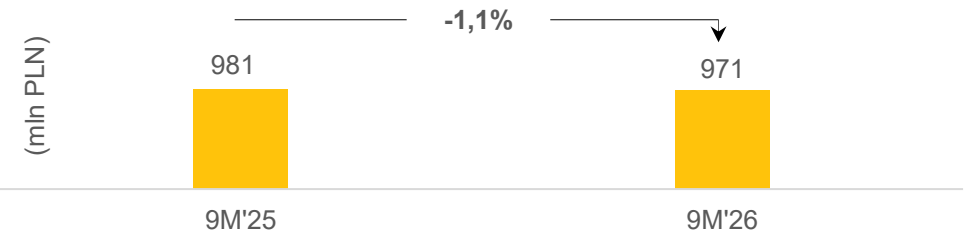
Wydatki na reklamę TV i sponsoring



Dynamika udziałów w oglądalności



Przychody z reklamy TV i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat 3)



Źródło: oglądalność: NAM, wszyscy 16-59, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2, oraz oglądalność poza miejscem zamieszkania, (tzw. widownia OOH), analizy własne; rynek reklamy: Publicis Groupe, reklama spotowa i sponsoring; Grupa TV Polsat: dane własne

(1) Z wyłączeniem kanałów partnerskich

(2) Grupa Skydance powstała 6 października 2026 r. w wyniku połączenia Paramount Skydance i Warner Bros. Discovery; dane za wcześniejsze okresy dotyczą kanałów należących wówczas do Grupy Warner Bros. Discovery

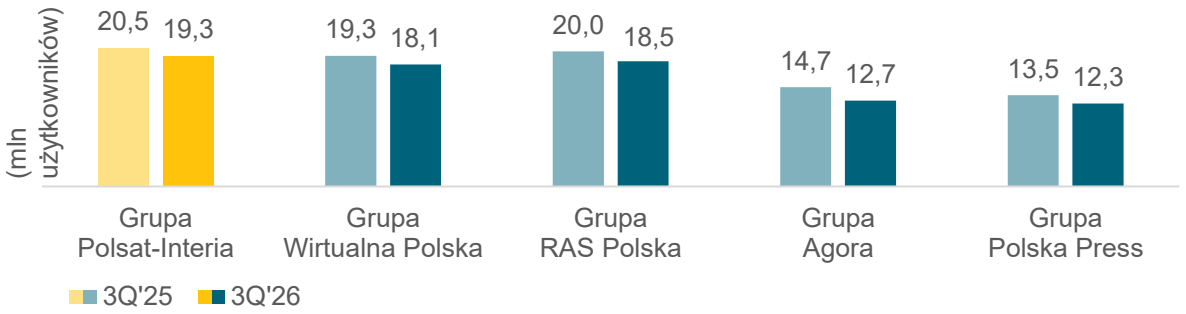
(3) Przychody z reklamy TV i sponsoringu kanałów wchodzących w skład Grupy Telewizji Polsat

Grupa Polsat Plus

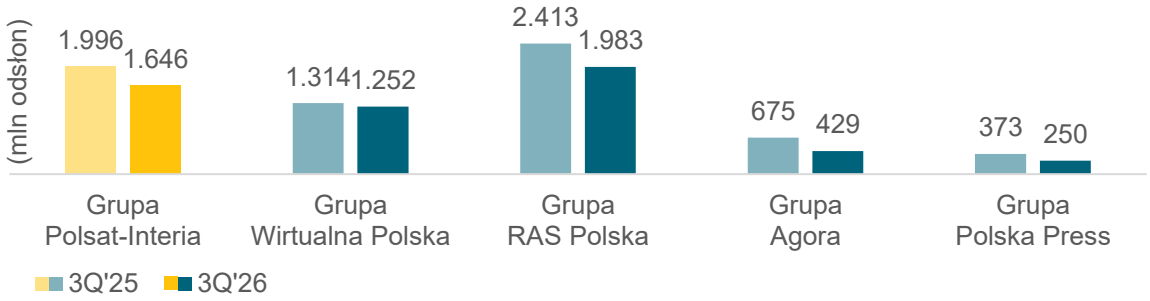
Bardzo silna pozycja na rynku portali internetowych – Grupa Polsat-Interia liderem internetu w 3Q’26

- Grupa Polsat-Interia #1 wśród wydawców internetowych w Polsce[1)]
- Grupa Polsat-Interia liderem w kategorii mobile[2)]
- Mamy bardzo silną i stabilną pozycję na rynku portali internetowych:
  - 19,3 mln użytkowników
  - 1,6 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 3Q’26 trzykrotnie, tj. najczęściej spośród wydawców internetowych w Polsce, Grupa Polsat-Interia osiągała największy zasięg (RU)

(2) Mediapanel, na podstawie wyników średniomiesięcznych – w 3Q’26 Grupa Polsat-Interia na pierwszej pozycji w całym kwartale

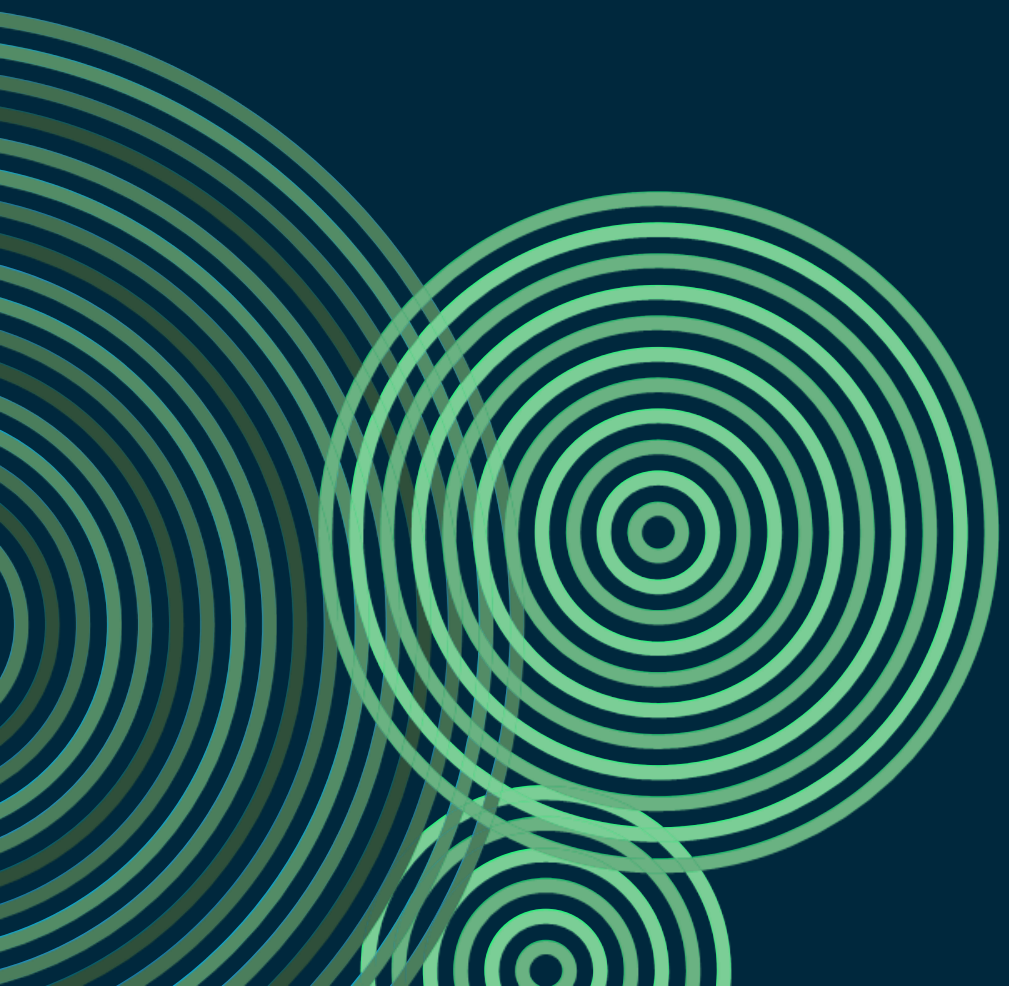
Mocna jesienna ramówka i super sport





Grupa TV Polsat liderem oglądalności w 3Q’26 dzięki mocnej jesiennej ramówce i atrakcyjnym wydarzeniom sportowym

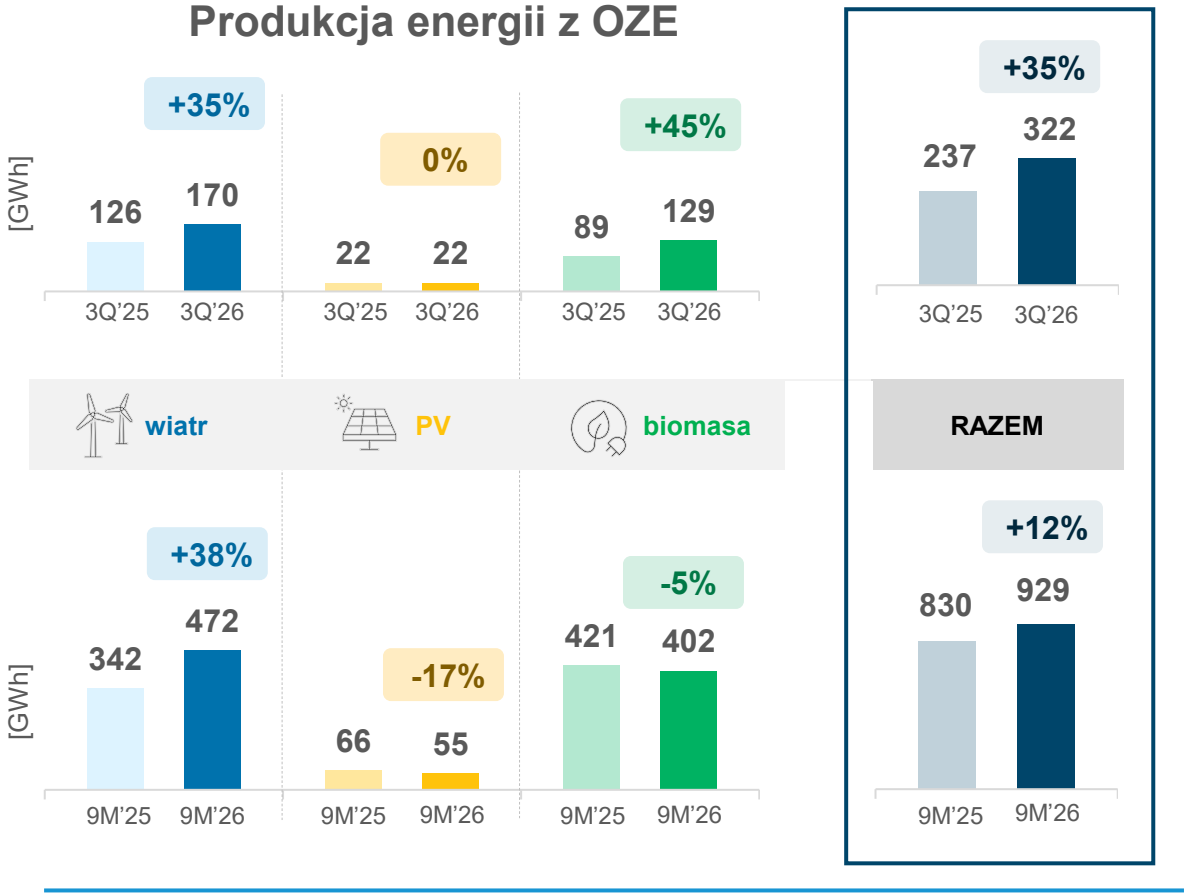
Segment zielona energia



Bartłomiej Drywa
Członek Zarządu

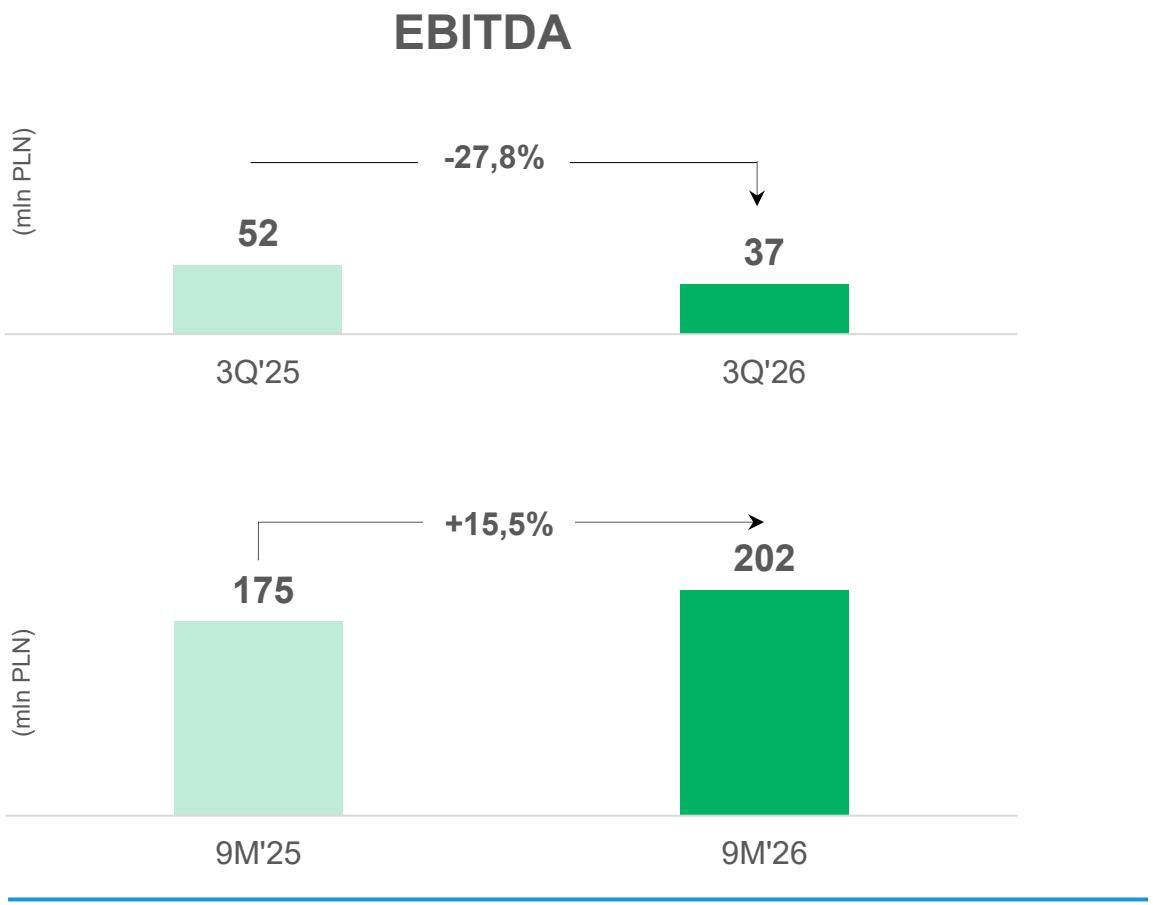
Wzrost produkcji OZE dzięki rozwojowi energetyki wiatrowej i korzystnym warunkom pogodowym

- Wzrost łącznej produkcji o 35% r/r w 3Q'26
  - Wzrost produkcji z wiatru o 35% r/r dzięki lepszym warunkom pogodowym i większej mocy zainstalowanej (FW Drzeżewo i Dobra)
  - Wzrost produkcji z biomasy o 45% r/r, głównie dzięki niskiej bazie związanej z remontem kotła
- Wzrost łącznej produkcji OZE o 12% r/r w 9M'26
  - Wzrost produkcji z wiatru o 38% r/r dzięki pełnej kontrybucji FW Drzeżewo (139 MW)
  - Spadek produkcji z biomasy o 5% r/r ze względu na wysokie ceny surowca i dostosowanie produkcji do warunków rynkowych
- Nierynkowe redysponowanie przez operatora sieci dodatkowo ograniczało produkcję energii z wiatru i słońca



202 mln zł EBITDA w 9M’26 dzięki rozwojowi energetyki wiatrowej

- Spadek EBITDA 3Q’26 o 27,8% na skutek wyższych kosztów dostaw biomasy oraz większej skali nierynkowych redysponowań
- Zmiana zasad rozliczania energii w Grupie obniżyła EBITDA 3Q’26 o 24,4 mln zł, w tym ok. 15 mln zł dotyczyło jednorazowego rozliczenia za 1H’26
- Wzrost EBITDA o 15,5% r/r w 9M’26 dzięki kontrybucji farmy wiatrowej Drzeżewo przez pełen okres



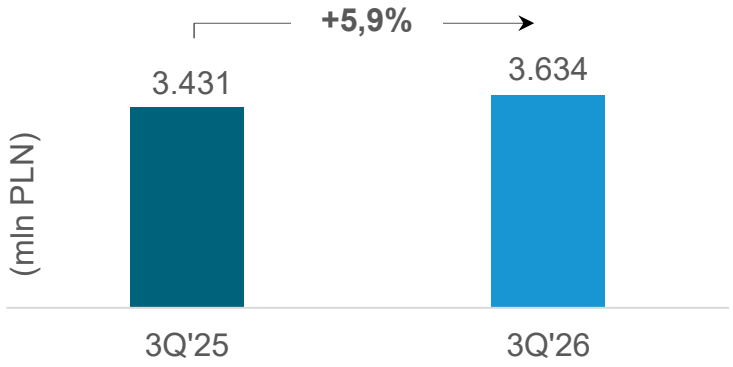
Wyniki finansowe



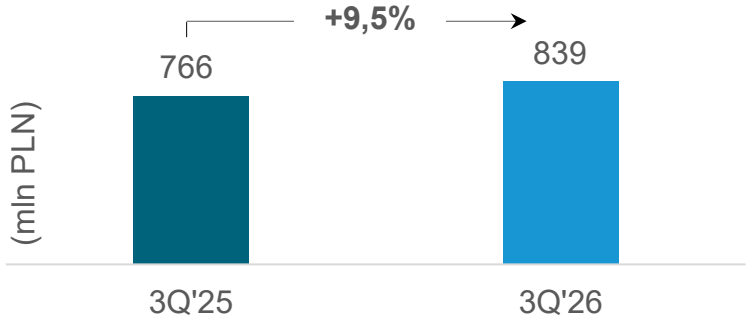
Anna Miller-Pytlak
CFO, Członek Zarządu

Bardzo dobre wyniki finansowe Grupy w 3Q’26

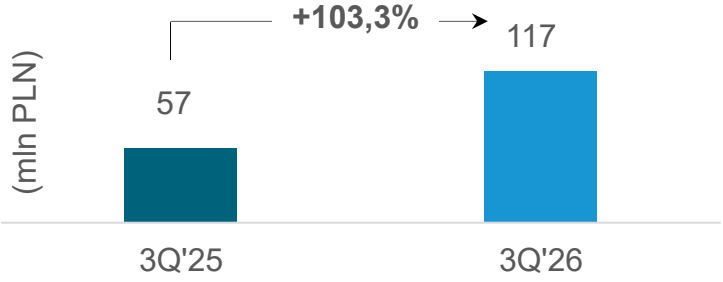
Przychody



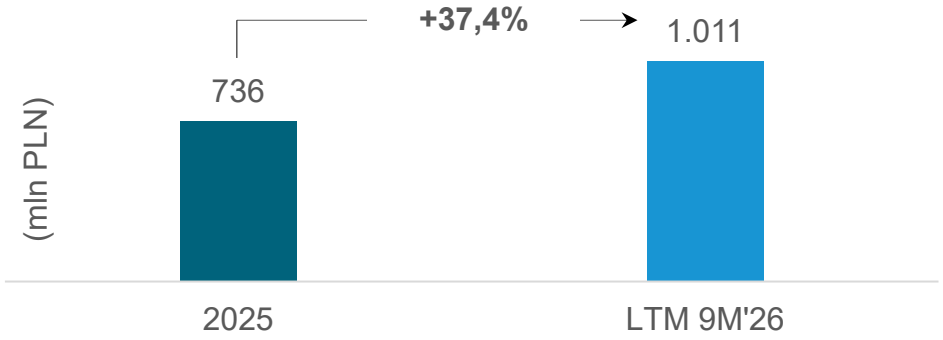
EBITDA skorygowana[1)]



Zysk netto



LTM FCF[2)]



Dług netto/EBITDA LTM

(z wyłączeniem finansowania projektowego)

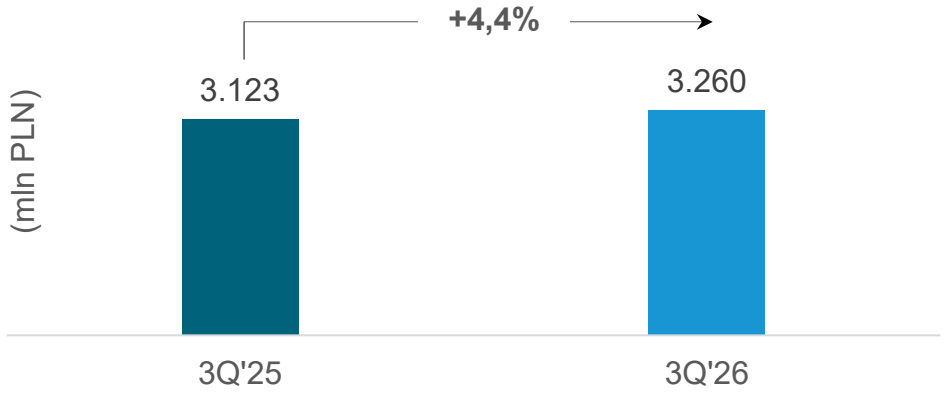


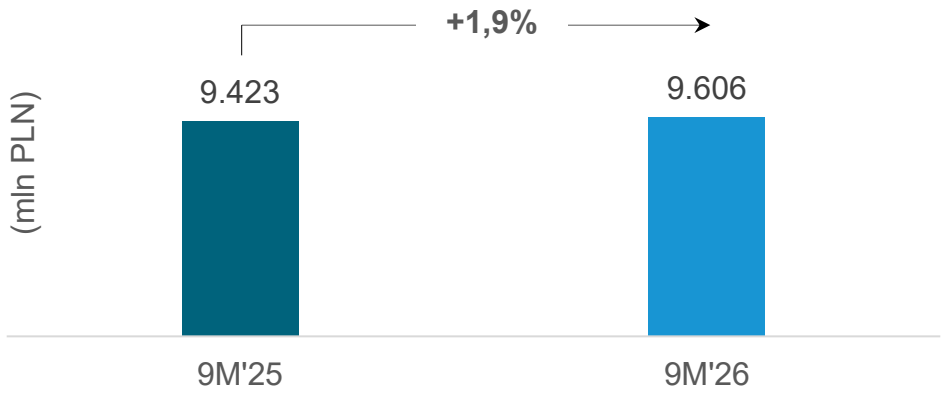
(1) EBITDA skorygowana, szczegóły na slajdzie #38
(2) FCF po odsetkach skorygowany o capex w segmencie zielonej energii

Grupa Polsat Plus

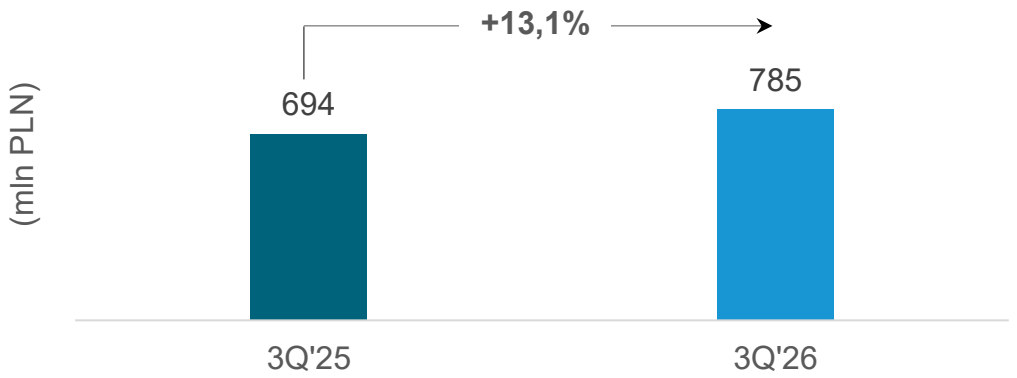
Silny wzrost EBITDA w TMT dzięki mocnym przychodom i dyscyplinie kosztowej

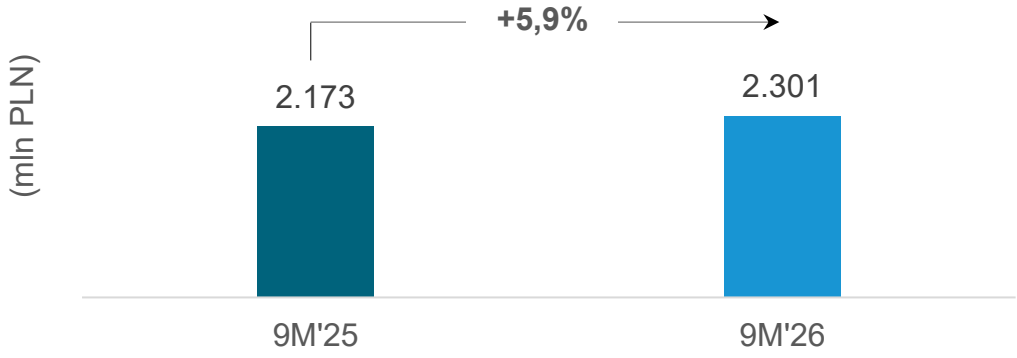
Przychody TMT





Skorygowana EBITDA TMT[2)]

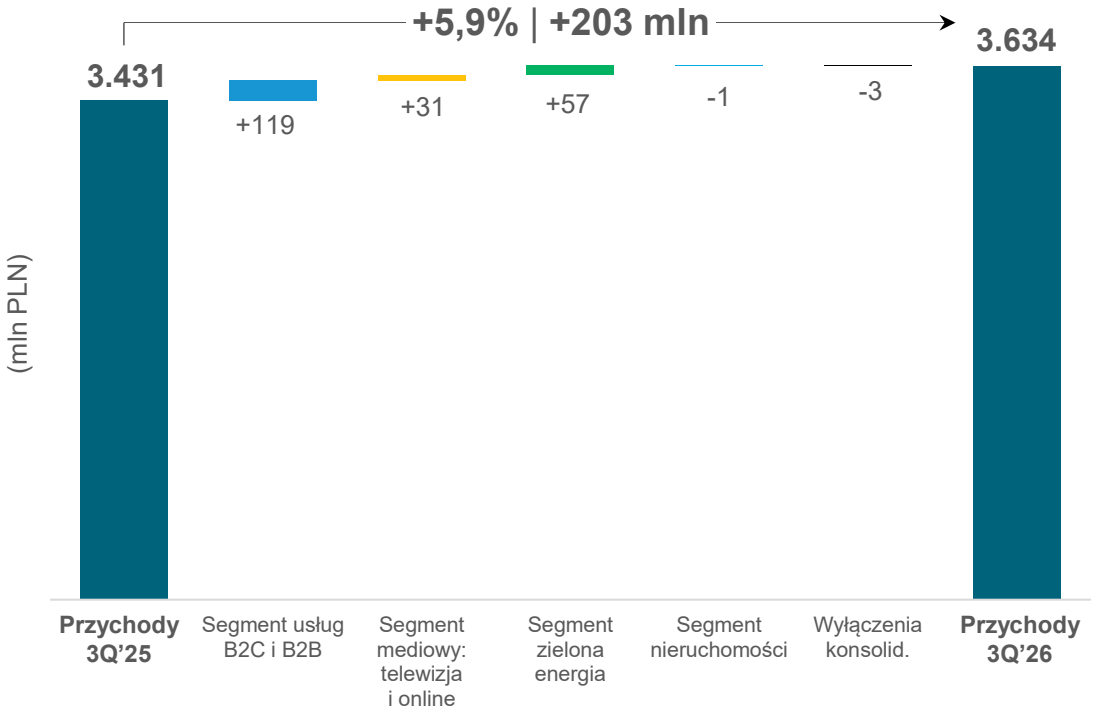




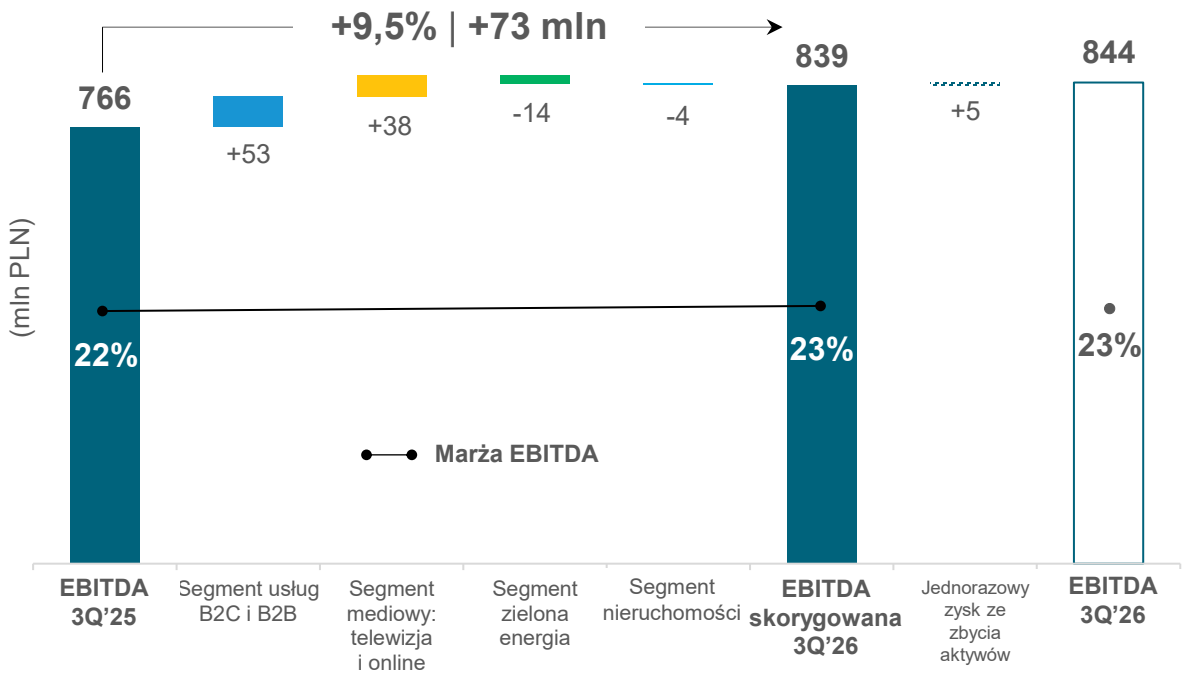
(1) EBITDA skorygowana, szczegóły na slajdzie #38

Silny wzrost EBITDA o 9,5% dzięki kluczowym segmentom – usług B2C, B2B i mediowemu

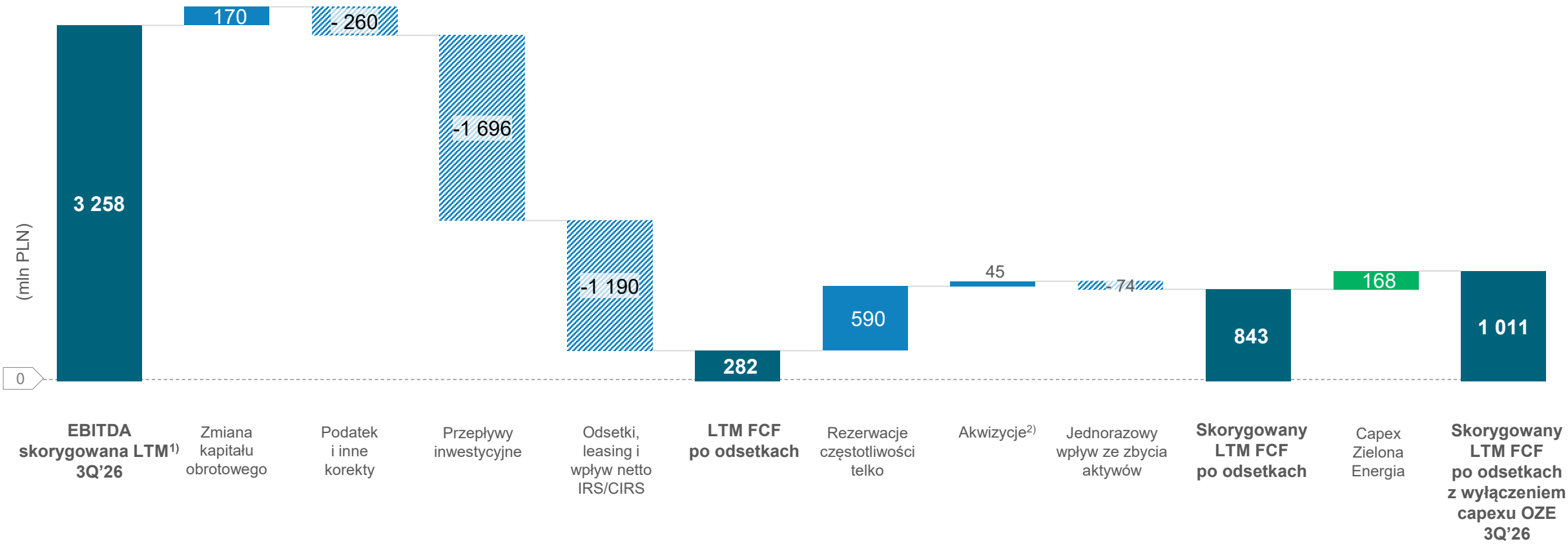
Przychody



EBITDA



Wysoka zdolność do generowania silnego, powtarzalnego FCF

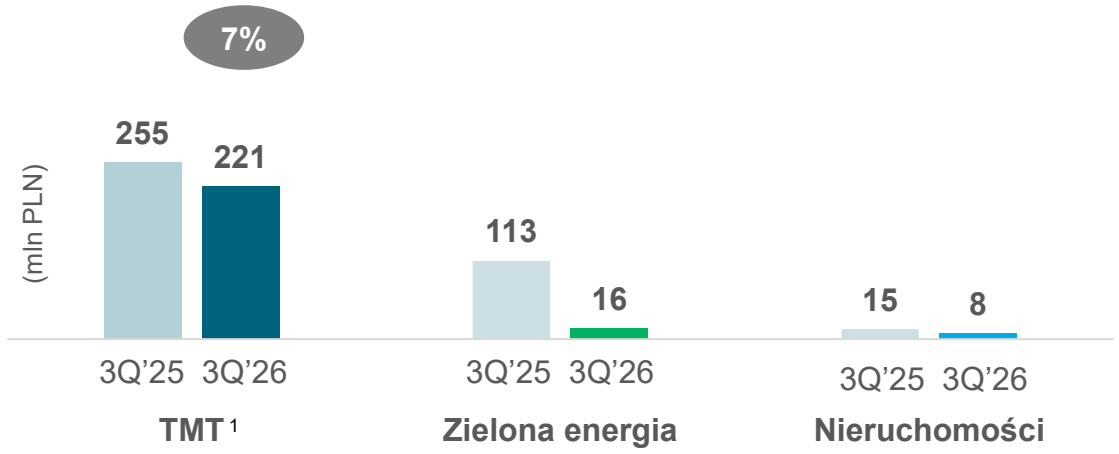


(1) EBITDA skorygowana, szczegóły na slajdzie #38
(2) Jednorazowe nabycie akcji/udziałów w jednostkach zależnych pomniejszone o przejęte środki pieniężne

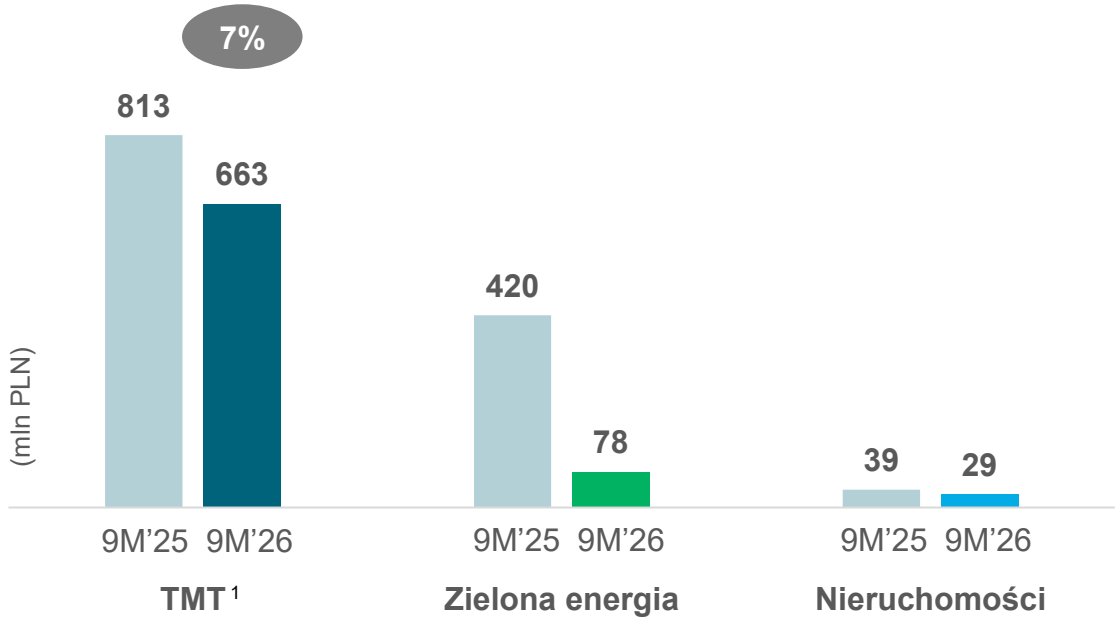
Grupa Polsat Plus

Capex pod kontrolą – TMT jest capex light i finalizujemy inwestycje w OZE

Capex wg segmentów w 3Q’26



Capex wg segmentów w 9M’26



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

x% capex/przychody segmentu

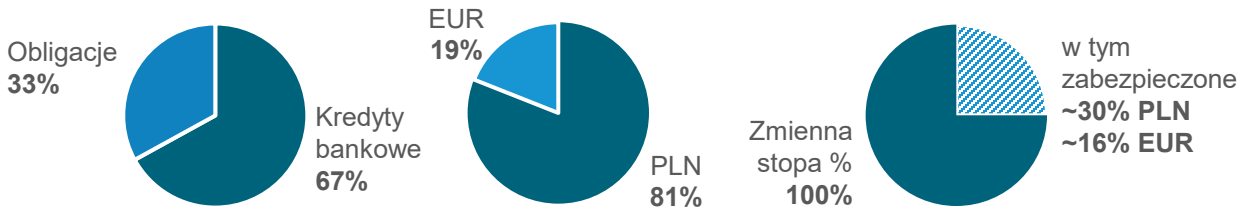
Grupa Polsat Plus

Stabilny profil zadłużenia Grupy

mln PLN	Wartość bilansowa na dzień	
	31.12.2025	30.09.2026
Zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek, w tym:	10.485,6	10.071,4
Zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek z wyłączeniem finansowania projektowego[1)]	*8.351,9*	*7.930,8*
Zobowiązania z tytułu finansowania projektowego	*2.133,7*	*2.140,6*
Zobowiązania z tytułu obligacji	4.020,5	3.926,7
Zobowiązania z tytułu leasingu i inne	710,6	699,4
Zadłużenie brutto	**15.216,7**	**14.697,5**
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty[2)]	3.183,2	2.757,6
Zadłużenie netto	**12.033,5**	**11.939,9**
EBITDA LTM[3)]	2.935,9	3.114,6
Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM	**4,10x**	**3,83x**
Zadłużenie netto / EBITDA LTM z wyłączeniem finansowania projektowego[4)]	**3,59x**	**3,41x**
Średni ważony koszt odsetek od kredytów i obligacji[5)]	6,6%	6,7%

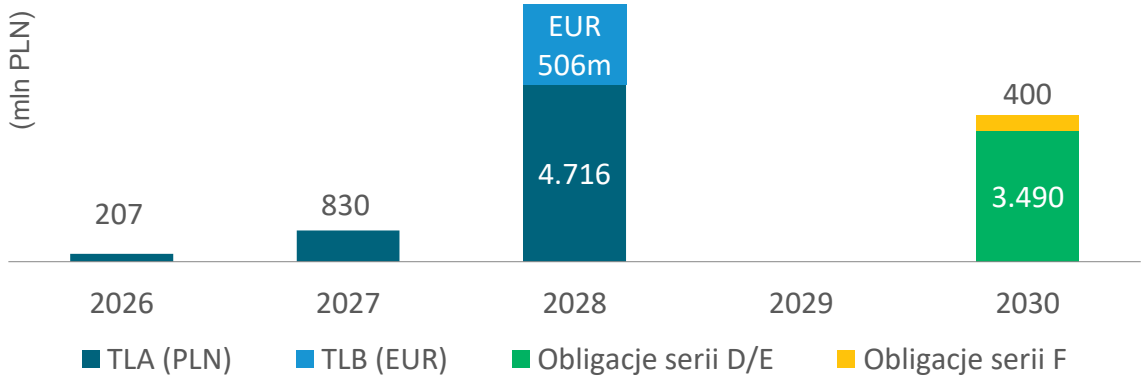
Struktura zadłużenia

(z wyłączeniem finansowania projektowego)
na dzień 30.09.2026



Zapadalność długu

(z wyłączeniem finansowania projektowego)
na dzień 30.09.2026



(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

Grupa Polsat Plus

Podsumowanie i Q&A



Podsumowanie

- **Bardzo dobre wyniki finansowe:** przychody +5,9%, skorygowana EBITDA +9,5%, skor. EBITDA TMT +13,1% r/r
- **ARPU rośnie we wszystkich segmentach:** B2C +5,9%, prepaid +2,7%, B2B +2,1% r/r
- **Multiplay motorem wzrostu:** 3,1 mln klientów (+1,5% r/r)
- **Realizujemy strategię „GPP Refocused”** – stawiamy na TMT, zawarliśmy partnerstwa z Vodafone i Youtube, upraszczamy strukturę Grupy i wzmacniamy jej finanse:
  - **Najpierw inwestujemy:** w latach 2027-2029 modernizujemy sieć i transformujemy TMT – budujemy podstawy przyszłego wzrostu
  - **Potem rośniemy:** EBITDA TMT +4-6% CAGR w latach 2029-2034, capex 6-8% przychodów TMT, dług netto/EBITDA poniżej 2,5x i potencjał dywidendowy do 2030 r.



Q&A

Dodatkowe informacje



Wyniki finansowe segmentu usług B2C i B2B

mln PLN	3Q'26	*zmiana r/r*
Przychody ze sprzedaży	2.778	*4%*
Koszty operacyjne[1)]	2.108	*3%*
EBITDA skorygowana[2)]	678	*8%*
Marża EBITDA skorygowana[2)]	24,4%	*0,9 pkt%*
Wydatki inwestycyjne	205	*-13%*

(1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji
(2) EBITDA 3Q'26 skorygowana o jednorazowy zysk ze zbycia aktywów (4,8 mln PLN)

- Wzrost przychodów głównie dzięki wyższym przychodom detalicznym, wspieranym rosnącym ARPU i sprzedażą usług łączonych, oraz wyższym przychodom z roamingu i sprzedaży sprzętu
- Konsekwentna dyscyplina kosztowa, w szczególności w obszarze kosztów obsługi klienta i dystrybucji, wspierała poprawę wyniku
- Wzrost skorygowanej EBITDA wsparty konsekwentną dyscypliną kosztową oraz niższymi kosztami energii w związku ze zmianą sposobu jej rozliczania w Grupie

Grupa Polsat Plus

Wyniki finansowe segmentu mediowego: telewizja i online

mln PLN	3Q'26	*zmiana r/r*
Przychody ze sprzedaży	582	*6%*
Koszty operacyjne[1)]	473	*-2%*
EBITDA	107	*55%*
Marża EBITDA	18,4%	*5,8 pkt%*
Wydatki inwestycyjne	15	*-25%*

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

- Wzrost przychodów dzięki wyższym przychodom od operatorów telewizji kablowej i satelitarnej oraz wyższych przychodów z reklamy i sponsoringu;
- Niższe koszty kontentu, w szczególności produkcji własnej oraz praw sportowych, głównie w efekcie sezonowości wydarzeń sportowych i przesuniętej emisji jesiennej ramówki;
- Wzrost EBITDA dzięki wyższym przychodom oraz niższym kosztom kontentu.

Grupa Polsat Plus

Wyniki finansowe segmentu zielona energia

mln PLN	3Q'26	*zmiana r/r*
Przychody ze sprzedaży, w tym:	364	*18%*
Przychody ze sprzedaży energii z produkcji własnej	*194*	*37%*
Przychody z obrotu energią	*128*	*-5%*
Koszty operacyjne[1)]	326	*28%*
EBITDA	37	*-28%*
Marża EBITDA	10,3%	*-6,5 pkt%*
Wydatki inwestycyjne	16	*-86%*

(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 dzięki wyższym przychodom ze sprzedaży energii, wspieranym wzrostem wolumenu produkcji energii elektrycznej;
- Wyższe koszty produkcji energii, w tym koszty zakupu biomasy, oraz większa niż w okresie porównawczym skala nierynkowych redysponowań;
- Spadek EBITDA w efekcie wyższych kosztów produkcji energii oraz zmiany zasad rozliczania energii w ramach Grupy, która obniżyła EBITDA w 3Q'26 o 24,4 mln zł, w tym o ok. 15 mln zł w związku jednorazową korektą rozliczeń za 1H'26;

Grupa Polsat Plus

Wyniki finansowe segmentu nieruchomości

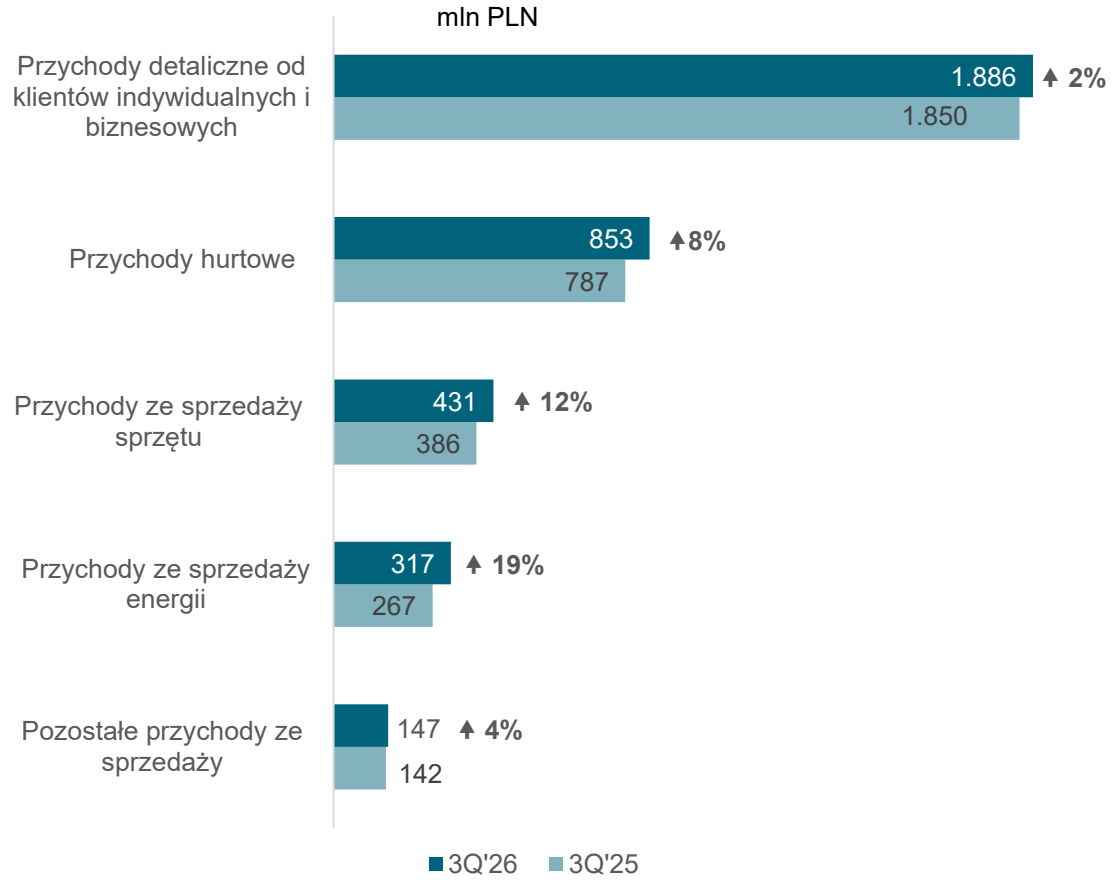
mln PLN	3Q'26	*zmiana r/r*
Przychody ze sprzedaży	41	*-3%*
Koszty operacyjne[1)]	25	*-11%*
EBITDA	17	*-18%*
Marża EBITDA	40,2%	*-7,2 pkt%*
Wydatki inwestycyjne	8	*-45%*

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

- Wyniki segmentu pozostawały relatywnie stabilne r/r przy porównywalnej skali działalności;
- 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.

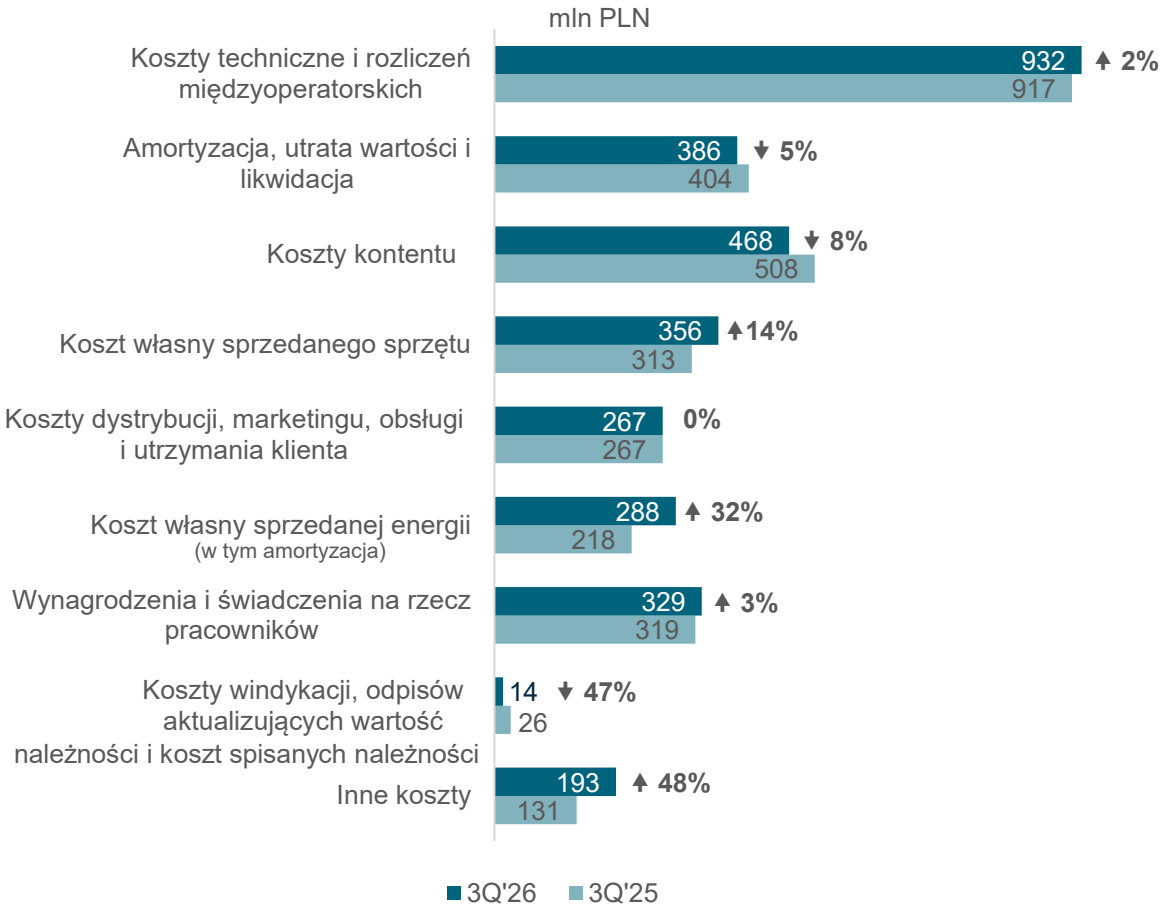
Grupa Polsat Plus

Struktura przychodów ze sprzedaży



- Wyższe **przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych,** w wyniku dobrej sprzedaży usług telekomunikacyjnych oraz wzrostu ARPU, szczególnie w segmencie kontraktowych klientów B2C;
- Wzrost **przychodów hurtowych,** dzięki wyższym przychodom od operatorów kablowo-satelitarnych, z roamingu, a także z reklamy i sponsoringu;
- Wyższe **przychody ze sprzedaży sprzętu**, w wyniku większego zainteresowania klientów bardziej zaawansowanymi i droższymi modelami smartfonów, pomimo niższego wolumenu sprzedaży;
- Wyższe **przychody ze sprzedaży energii**, głównie w wyniku wyższego wolumenu wyprodukowanej energii z biomasy oraz farm wiatrowych, częściowo zniwelowane niższymi przychodami z obrotu energią elektryczną.

Struktura kosztów operacyjnych



- Wyższe koszty **techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich**, m.in. w wyniku wyższych kosztów hurtowego dostępu do sieci stacjonarnych innych operatorów, związanych z bardzo dobrą sprzedażą usług stacjonarnego dostępu do Internetu;
- Wyższy **koszt własny sprzedanego sprzętu,** który wynikał m.in. ze wzrostu cen telefonów oraz korespondował z wyższymi przychodami ze sprzedaży;
- Niższe **koszty kontentu,** przede wszystkim w efekcie spadku kosztów produkcji własnej oraz licencji sportowych, wynikającego m.in. z innego kalendarza transmisji wydarzeń sportowych. W 3Q'25 Grupa transmitowała Mistrzostwa Świata oraz Ligę Narodów w siatkówce, podczas gdy w 3Q'26 transmitowane były siatkarskie Mistrzostwa Europy;
- Wyższy **koszt własny sprzedanej energii**, głównie w wyniku wyższego kosztu pozyskania biomasy oraz wyższej amortyzacji aktywów związanych z produkcją energii, m.in. w związku z uruchomieniem farmy wiatrowej Drzeżewo;
- Wzrost **kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników**, m.in. w wyniku innego sposobu rozpoznawania części rezerw na wynagrodzenia, począwszy od 1Q'26, co skutkuje ich bardziej równomiernym rozkładem w ciągu roku oraz eliminuje ich koncentrację w 4Q;
- Niższe **koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności**, przede wszystkim w wyniku lepszej spłacalności należności;
- Wzrost **innych kosztów**, wynikający m.in. z wyższych kosztów usług doradczych, kosztów sprzedaży gazu i relatywnie niskiej bazy w okresie porównawczym.

EBITDA skorygowana w ujęciu kwartalnym

mln PLN	2025					2026		
	1Q	2Q	3Q	4Q	2025	1Q	2Q	3Q
EBITDA skorygowana	**809,3**	**823,8**	**765,8**	**718,3**	**3.117,2**	**847,0**	**853,4**	**838,9**
Zysk/(strata) ze sprzedaży jednostki zależnej i stowarzyszonej	-0,2	-	-	-	**-0,2**	-	-	-
Odwrócenie 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**	-	-	-
Jednorazowy zysk ze zbycia aktywów	-	-	-	-	**-**	-	9,7	4,8
EBITDA	**809,1**	**805,0**	**765,8**	**636,6**	**3.016,5**	**847,0**	**863,1**	**843,7**

FCF w ujęciu kwartalnym

mln PLN	2025					2026		
	1Q	2Q	3Q	4Q	2025	1Q	2Q	3Q
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	683,6	784,8	904,1	767,3	**3.139,8**	952,4	600,7	847,5
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	27,4	-394,2	-582,9	-351,9	**-1.301,6**	-853,6	-303,7	-187,2
Spłata odsetek od kredytów, pożyczek, obligacji, rozliczenie instrumentów pochodnych	-370,1	-174,6	-356,2	-159,5	**-1.060,4**	-320,6	-167,5	-306,8
Spłata zobowiązań i odsetek z tyt. leasingu	-63,0	-58,2	-66,7	-59,7	**-247,6**	-65,9	-56,3	-53,2
FCF po odsetkach	**277,9**	**157,8**	**-101,7**	**196,2**	**530,2**	**-287,7**	**73,2**	**300,3**
Akwizycje	5,8	-	0,8	45,4	**52,0**	-0,2	-	-
Jednorazowa płatność z tyt. koncesji telekomunikacyjnych	150,0	-	212,0	-	**362,0**	590,1	-	-
Wpływ ze zbycia aktywów i udziałów	-718,0	-	-	-	**-718,0**	-	-11,7	-62,4
Skorygowany FCF po odsetkach	**-284,3**	**157,8**	**111,1**	**241,6**	**226,2**	**302,2**	**61,5**	**237,9**
Capex w segmencie zielonej energii	156,8	150,4	112,7	89,6	**509,5**	31,3	31,0	16,0
Skorygowany FCF po odsetkach z wyłączeniem capexu OZE	**-127,5**	**308,2**	**223,8**	**331,2**	**735,7**	**333,5**	**92,5**	**253,9**

Grupa Polsat Plus

Uzgodnienie korekty RGU internetu oraz klientów multiplay

	Segment usług B2C i B2B	Q1'25	Q2'25	Q3'25	Q4'25	Q1'26
Przed korektą	**Usługi kontraktowe świadczone klientom B2C**					
	Łączna liczba RGU B2C (w tys., na koniec okresu), w tym:	**13.289**	**13.279**	**13.393**	**13.522**	**13.594**
	- Płatna telewizja	4.661	4.574	4.556	4.547	4.498
	- Telefonia komórkowa	6.484	6.526	6.573	6.618	6.666
	- Internet	2.145	2.180	2.264	2.358	2.430
	Wskaźnik nasycenia RGU na klienta B2C	2,32	2,33	2,36	2,40	2,43
	Liczba klientów multiplay (w tys., na koniec okresu)	**3.009**	**3.013**	**3.022**	**3.036**	**3.044**
Po korekcie[1, 2)]	**Usługi kontraktowe świadczone klientom B2C**					
	Łączna liczba RGU B2C (w tys., na koniec okresu)[1)], w tym:	**13.102**	**13.065**	**13.150**	**13.246**	**13.293**
	- Płatna telewizja	4.661	4.574	4.556	4.547	4.498
	-Telefonia komórkowa	6.484	6.526	6.573	6.618	6.666
	- Internet[1)]	1.957	1.966	2.022	2.082	2.129
	Wskaźnik nasycenia RGU na klienta B2C[2)]	2,29	2,30	2,32	2,35	2,38
	Liczba klientów multiplay (w tys., na koniec okresu)[2)]	**2.999**	**3.003**	**3.010**	**3.021**	**3.029**

(1) Od Q2'26 roku zmieniono sposób prezentacji bazy usług internetowych, wyłączając z raportowanej liczby RGU Internetu część kart SIM, które nie były aktywnie wykorzystywane przez klientów. Zmiana ta ma na celu urealnienie i lepsze odzwierciedlenie aktywnie wykorzystywanej bazy usług internetowych. Dane porównawcze zostały odpowiednio przekształcone

(2) Od Q2'26 zaktualizowano sposób prezentacji bazy klientów multiplay w celu lepszego odzwierciedlenia rzeczywistego wykorzystania usług przez klientów. Zmiana objęła weryfikację rodzaju usług uwzględnianych przy identyfikacji klientów multiplay oraz ujednolicenie zasad raportowania wybranych usług dodatkowych. Dane porównawcze zostały odpowiednio przekształcone.

Grupa Polsat Plus

Posiadamy już 492 MW zainstalowanej mocy w OZE

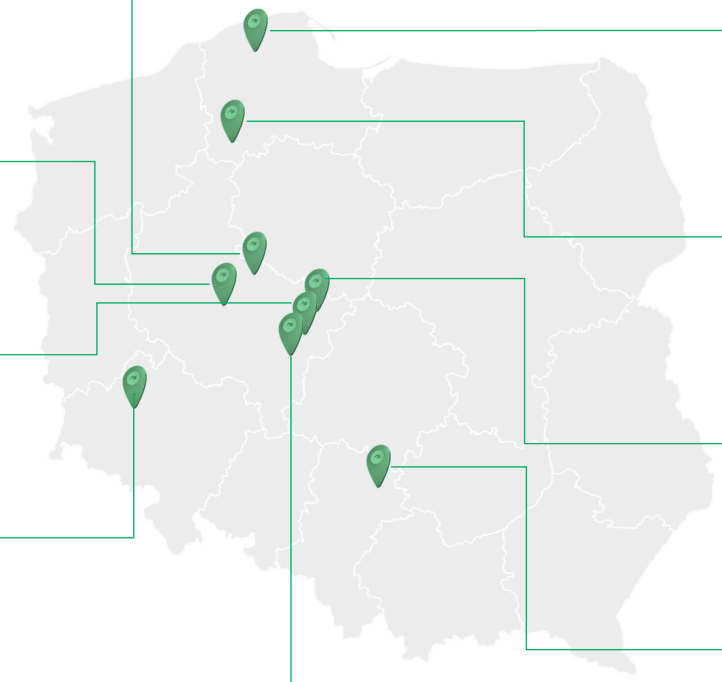
Kazimierz Biskupi 17,5 MW
- Szacowana prod.: **60 GWh**
- **Uruchomiona (3Q'23)**

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**
- **Uruchomiona: (3Q'26)**



Drzeżewo 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 bloki biomasowe	105 MW
2 farmy fotowoltaiczne	90,8 MW
6 farm wiatrowych	296,5 MW
razem	**492,3 MW**

Grupa Polsat Plus

Zbudowaliśmy kompletny łańcuch wartości zielonego wodoru

Produkcja elektrolizerów

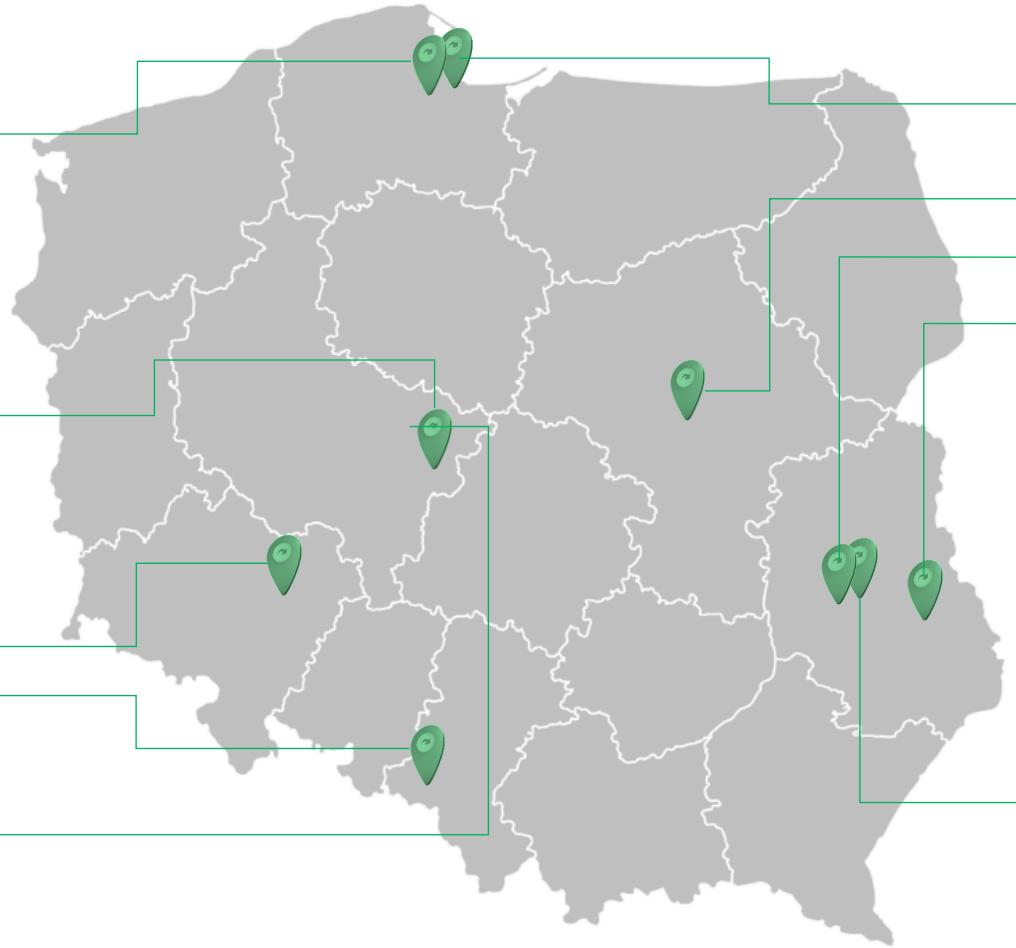
Gdańsk:
- Zbudowany elektrolizer alkaliczny 0,5 MW
- Zbudowany elektrolizer PEM 2,5 MW

Produkcja wodoru

- Elektrolizer PEM 2,5 MW (wydajność **1000 kg H_2/dobę)**
- Elektrolizer alkaliczny 0,5 MW (wydajność **200 kg H_2/dobę)**

Stacje NESO

- Wrocław: **uruchomiona**
- Rybnik: **uruchomiona**
  - ➥ rozbudowa stacji wykonana
- Konin: planowane uruchomienie 1H'27



Stacje NESO

- Gdańsk: **uruchomiona**
- Gdynia: **uruchomiona**
- Warszawa: **uruchomiona**
- Lublin: **uruchomiona**
- Chełm: planowane uruchomienie 1H'27

Fabryka Nesobusów

- Świdnik: **uruchomiona**
- 129 autobusów Nesobus sprzedanych/zakontraktowanych, w tym 9 elektrycznych
- Wykonany prototyp autobusu elektrycznego

Transport H_2

- 9 wodorowozów 1024 kg
- 1 wodorowóz 371 kg

Mobilne stacje H_2

- 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 nieposiadającą 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 aktywne usługi podstawowe, w tym tego samego rodzaju, w jednej lub wielu spółkach z Grupy równocześnie. *W 2Q'2 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.*

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

