



Warszawa, 21 października 2015 r.

Komisja Nadzoru Finansowego
Plac Powstańców Warszawy 1
Warszawa
Giełda Papierów Wartościowych
w Warszawie S.A.
ul. Książęca 4
Polska Agencja Prasowa
ul. Bracka 6/8
Warszawa
CeTO S.A.

RAPORT BIEŻĄCY 53/2015

Na podstawie art. 56 ust. 1 pkt 1 Ustawy o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych z dnia 29 lipca 2005 roku (Dz. U. z 2005 r. nr 184, poz. 1539, ze zm.), Zarząd Orange Polska S.A. przekazuje do wiadomości wybrane dane finansowe i operacyjne dotyczące działalności Grupy Kapitałowej Orange Polska („Grupa”, „Orange Polska”) za trzeci kwartał i dziewięć miesięcy 2015 roku.

Orange Polska informuje o utrzymaniu wysokiej dynamiki działalności komercyjnej oraz zadowalających wynikach finansowych za 3 kw. 2015 roku

Podsumowanie 3 kw. 2015:

- **stabilny spadek przychodów: -2,4%¹ rok-do-roku wobec -2,3% w 2 kw.**
 - **wpływ regulacji ograniczony do zaledwie 6 mln zł rok-do-roku**
 - **przychody z usług mobilnych stabilne rok-do-roku, dzięki znaczącemu przyrostowi liczby klientów, niższemu spadkowi ARPU oraz wyższym przychodom ze sprzedaży sprzętu**
- **utrzymana wysoka dynamika działalności komercyjnej, odzwierciedlająca aktywne działania marketingowe:**
 - **przyrost o +7% rok-do-roku liczby mobilnych klientów abonamentowych, +190 tys. przyłączeń netto w 3 kw.**
 - **przyrost o +28% rok-do-roku liczby klientów mobilnego Internetu, +113 tys. przyłączeń netto w 3 kw.**
 - **liczba użytkowników sieci LTE na poziomie 1 577 tys., +307 tys. przyłączeń netto w 3 kw.**
 - **przyrost o +39% rok-do-roku liczby klientów ofert konwergentnych, +40 tys. przyłączeń netto w 3 kw.**
 - **przyrost o +94% rok-do-roku liczby klientów VHBB, +39 tys. przyłączeń netto w 3 kw.; baza klientów technologii ADSL pod presją, utrata 56 tys. klientów netto w 3 kw. (częściowo w wyniku migracji do usług VHBB i LTE)**
 - **przyrost o +5% rok-do-roku liczby klientów usług TV, +13 tys. przyłączeń netto w 3 kw.**
 - **utrata liczby stacjonarnych łączy głosowych ograniczona do -76 tys. wobec -88 tys. w 2 kw.**

¹ według danych porównywalnych, zgodnie z tabelą na str. 5

- marża EBITDA na poziomie 31,3% (-3,8 pp rok-do-roku), odzwierciedlająca wyższe koszty działalności komercyjnej
- organiczne przepływy pieniężne³ narastająco od początku roku w wysokości 833 mln zł, cel całoroczny na poziomie³ około 900 mln zł potwierdzony
- Uwzględniając konsekwencje finansowe opłaty za częstotliwości LTE oraz planowane dalsze inwestycje w budowę sieci światłowodowej, Zarząd, w poczuciu odpowiedzialności wobec inwestorów, przewiduje, że zaproponuje wypłatę dywidendy w 2016 roku w wysokości 0,25 zł na akcję

Kluczowe wskaźniki (w mln zł), MSSF	3 kw. 2015	3 kw. 2014	zmiana	9 m. 2015	9 m. 2014	zmiana
przychody Grupy ²	2 971	3 045	-2,4%	8 914	9 109	-2,1%
z wyłączeniem wpływu regulacji ²			-2,2%			-1,6%
skorygowana EBITDA ²	929	1 069	-13,1%	2 848	3 056	-6,8%
skorygowana EBITDA ² (jako % przychodów)	31,3%	35,1%	-3,8 pp	31,9%	33,5%	-1,6 pp
zysk netto	110	140	-21,4%	407	505	-19,4%
organiczne przepływy pieniężne ³ (zgodnie z definicją celu całorocznego)	302	369	-18,2%	833	851	-2,1%

Odnośząc się do wyników za 3 kw. 2015 roku, Bruno Duthoit, Prezes Zarządu, stwierdził:

„Pomimo tego, że okres letni tradycyjnie nie sprzyja działalności komercyjnej, w 3 kw. udało nam się utrzymać dużą aktywność marketingową. Było to zgodne z naszymi zapowiedziami z poprzedniego kwartału. Dużym powodzeniem cieszyły się wprowadzone w 2 kw. oferty oraz kontynuowaliśmy wewnętrzne działania w celu ograniczenia utraty klientów i poprawy ich satysfakcji. W efekcie, pod względem ewolucji bazy klientów 3 kw. okazał się najlepszym kwartałem w tym roku w prawie wszystkich kategoriach usług. W segmencie mobilnych usług abonamentowych, liczba przyłączeń netto i wskaźnik utraty klientów (churn) były najlepsze od wielu lat. Stacjonarny dostęp do Internetu pozostaje dla nas największym wyzwaniem, ale w 3 kw. wyraźnie zaznaczył się korzystny wpływ wprowadzonych w czerwcu bardziej atrakcyjnych cen, co pozwoliło nam ograniczyć utratę klientów. Liczymy na jeszcze lepsze wyniki w 4 kw., po rozpoczęciu w październiku ogólnopolskiej promocji naszej oferty usług światłowodowych. Aktywne działania marketingowe znalazły odzwierciedlenie w kosztach sprzedaży i wskaźnikach rentowności w 3 kw. W tradycyjnie najlepszym sprzedażowo czwartym kwartale zamierzamy nadal prowadzić aktywną działalność w obszarze komercyjnym.

Jesteśmy bardzo usatysfakcjonowani wygraniem aukcji na częstotliwości LTE, w której uzyskaliśmy dwa bloki w paśmie 800 MHz za kwotę niższą od średniej ceny zapłaconej przez naszych konkurentów. Wyniki aukcji poprawiły sytuację konkurencyjną na korzyść Orange Polska i musimy je uwzględnić w naszej strategii. Będziemy intensywnie pracować nad nowym planem średniookresowym, który zamierzamy przedstawić akcjonariuszom w lutym 2016 roku.”

² według danych porównywalnych, zgodnie z tabelą na str. 5

³ zgodnie z definicją celu całorocznego, tj. z uwzględnieniem nakładów na rozbudowę światłowodowej sieci dostępowej oraz z wyłączeniem zdarzeń jednorazowych: wydatków na nowe częstotliwości, ewentualnej płatności kary nałożonej przez Komisję Europejską oraz wpływu niektórych roszczeń i spraw sądowych

Wyniki finansowe

zmiana przychodów o -2,4% rok-do-roku wobec -2,3% w 2 kw.

Skonsolidowane przychody w 3 kw. wyniosły 2 971 mln zł i w ujęciu rocznym zmniejszyły się o 74 mln zł, tj. 2,4%. Wpływ decyzji regulacyjnych wyniósł jedynie 6 mln zł. Przychody z usług mobilnych utrzymały się na prawie niezmiennym poziomie, do czego przyczyniły się następujące czynniki: niższy spadek ARPU, duży przyrost liczby klientów oraz stabilny wzrost przychodów ze sprzedaży sprzętu. Pozostałe przychody były o 33 mln wyższe, dzięki wzrostowi przychodów z usług ICT. Spadek przychodów z usług stacjonarnych, z wyłączeniem wpływu regulacji, nieznacznie przyspieszył i wyniósł 105 mln zł rok-do-roku, na co złożyły się wyższe spadki przychodów z usług hurtowych i stacjonarnego dostępu do Internetu.

W wyniku kolejnego dobrego kwartału w segmencie usług abonamentowych oraz ograniczenia strat w segmencie usług przedpłaconych całkowita liczba klientów mobilnych wzrosła o ponad 100 tys. Nasze działania komercyjne przyczyniły się do osiągnięcia 190 tys. przyłączeń netto usług abonamentowych w 3 kw., przy czym podobnie jak w 2 kw. wzrost ten rozłożył się pomiędzy poszczególne grupy klientów: biznesowych, indywidualnych i M2M (machine-to-machine). W efekcie, dynamika wzrostu liczby mobilnych klientów abonamentowych wzrosła do +7,4% rok-do-roku wobec 5,9% w 2 kw. i 5,0% w 1 kw. Dzięki inicjatywom przeciwdziałającym utracie klientów, kwartalny wskaźnik odejść klientów usług abonamentowych wyniósł 3,0% i był najniższy od wielu lat. Przyrost liczby klientów mobilnego Internetu okazał się rekordowy (113 tys. przyłączeń netto w 3 kw.). Liczba użytkowników sieci LTE osiągnęła 1,577 mln. Wskaźnik penetracji dla smartfonów w segmencie głosowych usług abonamentowych wzrósł w ujęciu rok-do-roku z 48% do 58%.

Dynamika zagregowanego wskaźnika ARPU usług mobilnych znacznie się poprawiła: spadek ARPU został ograniczony do 2,5% rok-do-roku wobec 4,7% w poprzednim kwartale. Przyczyniło się do tego przede wszystkim ograniczenie spadku ARPU z usług detalicznych, który zmniejszył się jedynie o 6% rok-do-roku wobec 9% w 2 kw. ARPU z usług przesyłu danych zwiększył się o 16% rok-do-roku, a udział tego wskaźnika w zagregowanym ARPU wzrósł do 21% (z 18% rok wcześniej). Wzrost ruchu na jednego klienta dla usług przesyłu danych był jeszcze szybszy niż w 2 kw., znacznie przekraczając 100%.

Liczba klientów ofert konwergentnych zwiększyła się o 39% rok-do-roku (w tym 40 tys. przyłączeń netto w 3 kw.), osiągając na koniec kwartału poziom 667 tys. Łączna liczba usług, z których korzystają klienci rozwiązań konwergentnych, zbliżyła się do 2,7 mln, co oznacza, że na jednego klienta przypada średnio 4,1 usługi.

W segmencie stacjonarnych usług szerokopasmowych, ostatnie działania komercyjne zaczęły przynosić korzyści. Liczba przyłączeń netto klientów szybkiego dostępu do Internetu (VHBB) wyniosła 39 tys. i była najwyższa w historii. W efekcie, baza klientów VHBB zwiększyła się do 271 tys., co stanowiło 13% wszystkich klientów usług stacjonarnego dostępu do Internetu (z wyłączeniem CDMA). Na całkowitą bazę klientów detalicznych usług stacjonarnego dostępu szerokopasmowego w dalszym ciągu niekorzystnie wpływał proces zastępowania tych usług przez mobilny dostęp do Internetu, ale spadek liczby klientów został ograniczony do 28 tys. wobec 39 tys. w 2 kw. 2015 roku. Wskaźnik ARPU z usług dostępu szerokopasmowego nieznacznie spadł względem 2 kw., co odzwierciedlało obniżkę cen.

Utrata stacjonarnych łączy głosowych nieznacznie się zmniejszyła w ujęciu kwartalnym i wyniosła 76 tys. wobec 88 tys. w 2 kw. 2015 roku. Utrzymała się korzystna dynamika w segmencie usług TV: w ciągu kwartału przyłączono netto 13 tys. klientów, co przełożyło się na wzrost o 5% rok-do-roku.

Kluczowe wskaźniki KPI (w tys.)	3 kw. 2015	3 kw. 2014	Zmiana
liczba klientów usług konwergentnych	667	480	+38,9%
liczba klientów 3P (Internet, TV i VoIP)	478	402	+18,9%
liczba klientów komórkowych	15 693	15 591	+0,7%
post-paid	8 087	7 533	+7,4%
pre-paid	7 606	8 058	-5,6%
stacjonarne łącza głosowe (rynek detaliczny)	4 271	4 579	-6,7%
stacjonarne dostępy szerokopasmowe (rynek detaliczny)	2 131	2 269	-6,1%
mobilne dostępy szerokopasmowe	1 813	1 413	+28,3%
liczba klientów usług TV	774	735	+5,3%

marża EBITDA na poziomie 31,3%, odzwierciedlająca aktywne działania marketingowe

EBITDA za 3 kw. 2015 roku wyniosła 929 mln i w ujęciu rocznym była niższa o 140 mln zł. Marża EBITDA wyniosła 31,3% i zmniejszyła się o 3,8 pp rok-do-roku. Spadek EBITDA wynikał głównie z niższych przychodów, dalszego wzrostu kosztów międzyoperatorskich, wyższych kosztów działalności ICT (rosnących wraz z przychodami) oraz inwestycji w pozyskanie klientów. Bezpośrednie koszty sprzedaży zwiększyły się o 44 mln zł rok-do-roku w wyniku nasilenia działań prosprzedażowych, które przyniosły znaczny wzrost liczby pozyskanych klientów w komórkowym segmencie abonamentowym. Korzystny wpływ na EBITDA miało natomiast 74 mln zł oszczędności uzyskanych w wyniku programu optymalizacji kosztów.

zysk netto w 3 kw. w wysokości 110 mln zł

Zysk netto Orange Polska w 3 kw. 2015 roku wyniósł 110 mln zł wobec 140 mln zł w analogicznym okresie 2014 roku. Niższy zysk netto odzwierciedlał spadek EBITDA, który został częściowo zrównoważony przez niższą amortyzację (o 43 mln zł rok-do-roku), niższe koszty finansowe netto (o 9 mln zł rok-do-roku) oraz niższy o 26 mln zł podatek dochodowy (ze względu na wysoką efektywną stopę podatku w 3 kw. 2014 roku).

organiczne przepływy pieniężne⁴ w wysokości 302 mln zł w 3 kw., a w efekcie 833 mln zł narastająco w okresie 9 miesięcy; cel całoroczny potwierdzony

Organiczne przepływy pieniężne wyniosły w 3 kw. 2015 roku 302 mln zł wobec 369 mln zł rok wcześniej. Kluczowym czynnikiem, który wpłynął na zmniejszenie wygenerowanych przepływów pieniężnych, były niższe o 78 mln zł środki pieniężne z działalności operacyjnej netto (przed zapłaconym podatkiem dochodowym i zmianą kapitału obrotowego), co wynikało głównie z niższej EBITDA.

Odnośząc się do wyników za 3 kw. 2015 roku, Maciej Nowohoński, Członek Zarządu ds. Finansów, stwierdził:

„W 3 kw. osiągnęliśmy zadowalające wyniki finansowe. Na przychody korzystnie wpłynęła poprawa w segmencie mobilnym (wynikająca ze znacznego przyrostu liczby klientów abonamentowych oraz poprawy trendu dla wskaźnika ARPU) oraz dobre wyniki w segmencie ICT. Zgodnie z tym, co zapowiedzieliśmy przed trzema miesiącami, inwestycje w przyłączenia klientów wpłynęły na kwartalną marżę EBITDA. Po dziewięciu miesiącach bieżącego roku, organiczne przepływy pieniężne są już bliskie celu całorocznego. W 4 kw. zamierzamy kontynuować aktywne działania marketingowe oraz intensywne nakłady inwestycyjne na rozbudowę sieci światłowodowej.

⁴ zgodnie z definicją celu całorocznego, tj. z uwzględnieniem nakładów na rozbudowę światłowodowej sieci dostępowej oraz z wyłączeniem zdarzeń jednorazowych: wydatków na nowe częstotliwości, ewentualnej płatności kary nałożonej przez Komisję Europejską oraz wpływu niektórych roszczeń i spraw sądowych

Kwota, jaką zapłacimy za częstotliwości LTE, ma poważne konsekwencje dla działalności i sytuacji finansowej Orange Polska. Przewidujemy, że na koniec 2015 roku wskaźnik zadłużenia netto do EBITDA wyniesie około 1,9-2,0, przekraczając założony przez nas poziom 1,5. W najbliższych miesiącach będziemy pracować nad włączeniem pozyskanego pasma LTE oraz inwestycji w światłowody do nowego planu średniookresowego. Zajmiemy się także strukturą bilansu, możliwościami zmniejszenia zadłużenia oraz rozwiązaniami w zakresie wzrostu efektywności. Wszystkie te elementy przedstawimy w lutym 2016 roku. Wiemy, jak ważna jest dla naszych akcjonariuszy dywidenda. W związku z tym, postępując zgodnie z zasadami odpowiedzialności i przejrzystości wobec inwestorów, Zarząd przewiduje, że zaproponuje wypłatę dywidendy w 2016 roku w wysokości 0,25 zł na akcję.”

Korekty danych finansowych

<i>w mln zł</i>	3 kw. 2014	3 kw. 2015	9 m. 2014	9 m. 2015
przychody	3 046	2 971	9 125	8 914
- przychody Wirtualnej Polski i Contact Center	-1	-	-16	-
skorygowane przychody	3 045	2 971	9 109	8 914
EBITDA	1 040	929	3 178	2 847
- zysk ze sprzedaży Wirtualnej Polski	-	-	-191	-
- EBITDA Wirtualnej Polski i Contact Center	-	-	-4	-
- wpływ niektórych roszczeń i spraw sądowych	29	-	73	-
- koszty rozwiązania stosunku pracy	-	-	-	1
skorygowana EBITDA	1 069	929	3 056	2 848
nakłady inwestycyjne	395	398	1 531	1 138
- zakup licencji telekomunikacyjnych	-9	-	-377	-
nakłady inwestycyjne (zgodnie z definicją celu całorocznego)	386	398	1 154	1 138

Stwierdzenia dotyczące przyszłości

Niniejsza informacja zawiera pewne stwierdzenia dotyczące przyszłości, w tym między innymi przewidywanych przyszłych zdarzeń i wyników finansowych, w odniesieniu do działalności Grupy. Stwierdzenia dotyczące przyszłości charakteryzują się tym, że nie odnoszą się wyłącznie do danych historycznych lub sytuacji bieżącej; zawierają często następujące słowa lub wyrażenia: „sądzić”, „spodziewać się”, „przewidywać”, „szacowane”, „projekt”, „plan”, „pro forma”, „zamierzać”, „przyszłe”, a także czasowniki w czasie przyszłym lub trybie warunkowym/przypuszczającym. Czynniki, które mogą spowodować, że wyniki rzeczywiste będą w istotny sposób odbiegać od przewidywanych – opisane w Oświadczeniu Rejestracyjnym dla Komisji Papierów Wartościowych i Giełd – to między innymi otoczenie konkurencyjne Grupy, zmiany sytuacji gospodarczej oraz zmiany na rynkach finansowych i kapitałowych w Polsce i na świecie. Stwierdzenia dotyczące przyszłości odzwierciedlają poglądy Zarządu na dzień ich sformułowania. Grupa nie zobowiązuje się do aktualizowania jakichkolwiek stwierdzeń dotyczących przyszłości w związku z wydarzeniami następującymi po tej dacie. Do stwierdzeń dotyczących przyszłości nie można przykładać nadmiernej wagi przy podejmowaniu decyzji.

Prezentacja wyników Orange Polska za 3 kwartał 2015

Czwartek, 22 października 2015

Miejsce:

Orange Polska
Al. Jerozolimskie 160
02-326 Warszawa

Rozpoczęcie: 11:00 CET

Prezentacja będzie także dostępna na żywo poprzez transmisję w sieci na stronie internetowej Orange Polska oraz poprzez telefoniczne połączenie konferencyjne:

Godzina:

11:00 (Warszawa)
10:00 (Londyn)
05:00 (Nowy Jork)

Tytuł telekonferencji:

Orange Polska Q3 2015 Results Conference Call

Kod telekonferencji:

4863281

Numery do telekonferencji:

Wlk. Brytania/Europa: +44-20-3140-8286
USA: +1-646-254-3361

Bezpłatne numery telefoniczne:

Wlk. Brytania: 0800-279-4841
USA: +1-877-280-1254

Wyniki zostaną udostępnione 21 października, po zamknięciu notowań, na stronie internetowej Orange Polska (www.orange.pl/investors). Jeżeli znajdują się Państwo na liście mailingowej Orange Polska, to otrzymają Państwo zawiadomienie pocztą elektroniczną o tym, że są one dostępne.

Skonsolidowane wyniki Grupy Kapitałowej Orange Polska

w milionach złotych	2014								2015		
	1 kw.		2 kw.		3 kw.		4 kw.		1 kw.	2 kw.	3 kw.
	raportowane	pro forma*	raportowane	raportowane	pro forma*	raportowane	pro forma*	raportowane	raportowane	raportowane	
Rachunek zysków i strat											
Przychody											
Usługi telefonii komórkowej	1 438	1 438	1 456	1 425	1 425	1 394	1 394	1 367	1 380	1 384	
Połączenia głosowe	804	804	799	752	752	709	709	689	682	669	
Usługi przesyłu danych, wiadomości, treści oraz M2M	461	461	475	484	484	483	483	470	475	490	
Usługi hurtowe	173	173	182	189	189	202	202	208	223	225	
Sprzedaż sprzętu do telefonii komórkowej	43	43	110	128	128	146	146	138	149	171	
Usługi stacjonarne	1 420	1 420	1 386	1 373	1 372	1 341	1 336	1 306	1 290	1 263	
Telefonia stacjonarna	521	521	506	491	491	465	465	458	444	431	
Internet stacjonarny, TV i VoIP	420	420	416	415	415	412	412	410	404	396	
Rozwiązania teleinformatyczne dla przedsiębiorstw	237	237	231	230	229	235	230	221	237	234	
Usługi hurtowe	242	242	233	237	237	229	229	217	205	202	
Pozostałe przychody	94	79	132	120	120	206	206	119	194	153	
Przychody razem	2 995	2 980	3 084	3 046	3 045	3 087	3 082	2 930	3 013	2 971	
rok do roku**	-7,9%	n/a	-5,4%	-3,6%	n/a	-0,8%	n/a	-1,7%	-2,3%	-2,4%	
Koszty świadczeń pracowniczych	(522)	(516)	(453)	(446)	(445)	(453)	(450)	(430)	(457)	(430)	
Usługi obce	(1 452)	(1 447)	(1 495)	(1 441)	(1 441)	(1 725)	(1 727)	(1 476)	(1 562)	(1 524)	
- Koszty rozliczeń z innymi operatorami	(280)	(280)	(297)	(322)	(322)	(332)	(332)	(321)	(333)	(342)	
- Koszty dotyczące sieci i systemów informatycznych	(192)	(192)	(207)	(186)	(186)	(203)	(203)	(176)	(181)	(180)	
- Koszty sprzedaży	(605)	(602)	(610)	(561)	(563)	(769)	(769)	(643)	(662)	(638)	
- Inne usługi obce	(375)	(373)	(381)	(372)	(370)	(421)	(423)	(336)	(386)	(364)	
Pozostałe przychody i koszty operacyjne	(79)	(79)	(148)	(125)	(125)	(53)	(50)	(70)	(78)	(98)	
Koszty rozwiązania stosunku pracy	0	0	0	0	0	8	8	0	0	0	
Zyski (straty) z tytułu sprzedaży aktywów	9	9	8	6	6	34	34	5	43	10	
Zysk ze sprzedaży Wirtualnej Polski	191										
Raportowana EBITDA	1 142	947	996	1 040	1 040	898	897	959	959	929	
% przychodów	38,1%	31,8%	32,3%	34,1%	34,2%	29,1%	29,1%	32,7%	31,8%	31,3%	
- Koszty rozwiązania stosunku pracy						(8)	(8)	1			
- Zysk ze sprzedaży Wirtualnej Polski	(191)										
- Wpływ niektórych roszczeń i spraw sądowych			44	29	29	(29)	(29)				
Skorygowana EBITDA	951	947	1 040	1 069	1 069	861	860	960	959	929	
% przychodów	31,8%	31,8%	33,7%	35,1%	35,1%	27,9%	27,9%	32,8%	31,8%	31,3%	
Amortyzacja	(750)	(750)	(794)	(759)	(759)	(770)	(769)	(710)	(733)	(716)	
Odpisy aktualizujące wartość aktywów trwałych	(1)	(1)	(2)	(4)	(4)	(10)	(10)	(3)	6	(1)	
EBIT	391	196	200	277	277	118	118	246	232	212	
% przychodów	13,1%	6,6%	6,5%	9,1%	9,1%	3,8%	3,8%	8,4%	7,7%	7,1%	
Koszty finansowe, netto	(119)	(119)	(118)	(85)	(85)	(83)	(83)	(58)	(76)	(76)	
Podatek dochodowy	(1)	(1)	12	(52)	(52)	(5)	(5)	(17)	(30)	(26)	
Skonsolidowany zysk netto	271	76	94	140	140	30	30	171	126	110	

*pro forma skorygowana o wyłączenie z konsolidacji spółki Wirtualna Polska w 1kw'14 i Contact Center w 3kw i 4kw'14

** zmiana obliczona na podstawie danych pro forma

Kluczowe wskaźniki operacyjne Grupy Orange Polska

Kluczowe wskaźniki operacyjne Grupy								
baza klientów (w tys.)	2013	2014				2015		
	4 kw.	1 kw.	2 kw.	3 kw.	4 kw.	1 kw.	2 kw.	3 kw.
Klienci konwergentni	286	352	418	480	539	591	627	667
Stacjonarne usługi głosowe								
POTS, ISDN i WLL	4 275	4 203	4 133	4 061	3 974	3 880	3 780	3 681
VoIP jako linia główna	466	482	500	518	538	555	567	590
Razem łącza główne – rynek detaliczny	4 741	4 685	4 633	4 579	4 512	4 435	4 347	4 271
Dostępy szerokopasmowe								
ADSL	2 076	2 051	2 031	2 006	1 959	1 902	1 850	1 794
VHBB (VDSL+FTTH)	71	94	116	140	174	207	232	271
CDMA	154	140	134	123	108	89	77	66
Rynek detaliczny – łącznie	2 301	2 285	2 281	2 269	2 241	2 198	2 159	2 131
Baza klientów usług TV								
IPTV	121	123	129	135	143	150	156	169
DTH (televizja satelitarna)	586	585	591	600	605	606	605	605
Liczba klientów usług TV	707	708	720	735	748	756	761	774
W tym pakiety telewizyjne 'nc+'	116	124	132	141	150	158	158	164
3P usługi (TV+BB+VoIP)	351	364	383	402	423	441	455	478
Liczba klientów telefonii komórkowej								
Post-paid	7 221	7 360	7 459	7 533	7 679	7 727	7 897	8 087
- w tym klienci biznesowi	2 420	2 456	2 464	2 468	2 498	2 496	2 561	2 601
Pre-paid	8 104	8 035	8 002	8 058	7 950	7 791	7 690	7 606
Razem¹	15 325	15 395	15 461	15 591	15 629	15 518	15 587	15 693
- w tym abonenci dedykowanych usług mobilnego dostępu szerokopasmowego	1 165	1 233	1 319	1 413	1 521	1 598	1 700	1 813
Liczba Klientów usług hurtowych								
WLR	1 301	1 237	1 176	1 111	1 046	991	933	887
BSA	330	322	311	295	280	263	261	254
LLU	172	169	165	159	152	146	141	136
¹ w wszyscy klienci, włączając głos, M2M i dostępszerokopasmowy								

Kwartalne ARPU w zł na miesiąc								
	2013	2014				2015		
	4 kw.	1 kw.	2 kw.	3 kw.	4 kw.	1 kw.	2 kw.	3 kw.
detaliczne ARPU z usług głosowych telefonii stacjonarnej	43,3	42,4	41,9	41,4	40,0	40,4	40,2	40,0
ARPU z usług dostępu szerokopasmowego, telewizji i VoIP	60,9	60,5	60,4	60,4	60,4	60,8	61,4	61,2
ARPU z usług telefonii komórkowej								
post-paid	57,2	55,6	55,6	53,3	51,4	50,5	50,0	49,1
- w tym klienci biznesowi	69,7	68,0	65,7	61,2	57,2	57,1	55,0	53,9
pre-paid	13,0	11,9	12,2	12,7	12,8	12,1	12,9	13,2
Zagregowane	32,8	31,8	32,1	31,4	30,7	30,2	30,6	30,6
ARPU z usług detalicznych	29,2	28,2	28,3	27,3	26,2	25,6	25,7	25,6
ARPU z usług hurtowych	3,6	3,6	3,9	4,1	4,5	4,6	4,9	5,0
ARPU z usług głosowych								
Post-paid	36,4	35,3	35,0	32,7	30,7	30,0	29,3	28,0
Pre-paid	8,7	8,0	8,0	8,1	8,0	7,8	8,4	8,8
Zagregowane	21,1	20,4	20,4	19,5	18,5	18,3	18,4	18,1
ARPU z usług przesyłu danych								
Post-paid	9,3	9,9	9,9	10,4	10,4	10,7	11,2	12,1
Pre-paid	0,7	0,7	0,9	1,6	1,5	1,0	1,3	1,3
Zagregowane	4,5	4,8	5,0	5,6	5,6	5,6	6,0	6,5
ARPU z SMS/MMS i innych usług								
Post-paid	11,5	10,5	10,8	10,2	10,3	9,8	9,5	9,0
Pre-paid	3,6	3,3	3,3	3,1	3,4	3,2	3,2	3,1
Zagregowane	7,1	6,5	6,8	6,4	6,6	6,3	6,2	6,0

pozostałe statystyki operacyjne telefonii komórkowej	2013	2014				2015		
	4 kw.	1 kw.	2 kw.	3 kw.	4 kw.	1 kw.	2 kw.	3 kw.
Klienci operatorów wirtualnych (MVNO) (w tys.)	62	59	32	31	22	11	8	8
Liczba smartfonów (w tys.)	3 804	3 920	4 044	4 284	4 581	4 768	4 965	5 256
Ruch i wskaźnik odejść								
AUPU (w min.)								
Post-paid	295,6	305,9	320,2	326,1	334,3	335,6	345,0	341,3
Pre-paid	90,8	90,5	93,5	96,3	97,4	100,0	106,0	107,8
Zaregowane	182,7	187,1	197,6	202,3	207,3	210,9	220,1	221,1
Wskaźnik odejść klientów telefonii komórkowej w danym kwartale (w %)								
Post-paid	3,4	3,4	3,3	3,4	3,5	3,7	3,2	3,0
Pre-paid	14,8	14,9	14,9	16,4	16,8	16,7	16,1	17,0
Subsidia								
SAC post-paid (zł)	521,6	441,4	366,4	340,0	368,0	375,1	320,8	306,8
SRC post-paid (zł)	420,4	321,8	240,0	247,8	297,3	292,3	259,0	214,6
Pokrycie								
Pokrycie dla sieci 4G (w % ludności)	16,0%	28,7%	51,7%	58,7%	60,9%	72,0%	78,8%	79,0%
Pokrycie dla sieci 3G (w % ludności)	90,2%	90,9%	97,2%	99,2%	99,4%	99,4%	99,4%	99,6%

Struktura zatrudnienia w Grupie - dane raportowane (w przeliczeniu na pełne aktywne etaty, na koniec okresu)	2013	2014				2015		
	4 kw. raportowane	1 kw. raportowane	2 kw. raportowane	3 kw. raportowane	4 kw. raportowane	1 kw.	2 kw.	3 kw.
Orange Polska	19 922	19 224	18 594	18 207	18 047	17 887	17 393	16 871
50% pracowników Networks	397	396	396	395	395	369	354	356
Razem	20 319	19 620	18 990	18 602	18 442	18 256	17 747	17 227

Używane terminy:

Miesięczne ARPU z usług komórkowych – Average revenue per user (średni przychód na abonenta) – wskaźnik ARPU jest wyliczany jako stosunek przychodów Grupy z komórkowych usług głosowych (wychodzących i przychodzących) i niegłosowych, w tym jednorazowych opłat za połączenie i zakańczanie połączeń oraz usług roamingu dla osób odwiedzających, z wyłączeniem połączeń telemetrii, do średniej liczby klientów, z wyłączeniem klientów telemetrii.

Miesięczne ARPU z usług dostępu szerokopasmowego (xDSL, FTTH, TV oraz VoIP) – Average revenue per user (średni przychód na abonenta) – wskaźnik ARPU dla usług dostępu szerokopasmowego jest wyliczany jako stosunek miesięcznych przychodów z usług dostępu szerokopasmowego do średniej liczby dostępow.

Subscriber Acquisition Cost (SAC) – koszt pozyskania abonenta – Stosunek kosztów pozyskania klientów do liczby klientów przyłączonych w danym okresie brutto. Koszty pozyskania klientów obejmują prowizje płacone dystrybutorom oraz dopłaty netto do sprzedaży telefonów komórkowych.

Subscriber Retention Cost (SRC) – koszt utrzymania abonenta – Koszty utrzymania klientów do liczby klientów utrzymanych w danym okresie. Koszty utrzymania klientów obejmują prowizje płacone dystrybutorom oraz dopłaty netto do sprzedaży telefonów komórkowych.

Wskaźnik odejść – stosunek liczby klientów, którzy w danym okresie odłączyli się od sieci, do średniej ważonej liczby klientów w tym samym okresie

Information and Communication Technology (ICT) – usługi teleinformatyczne