



Warszawa, 25 lipca 2016 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 49/2016

Na podstawie Art. 17 ust. 1 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 596/2014 z dnia 16 kwietnia 2014 r. w sprawie nadużyć na rynku (rozporządzenie w sprawie nadużyć na rynku) oraz uchylające dyrektywę 2003/6/WE Parlamentu Europejskiego i Rady i dyrektywy Komisji 2003/124/WE, 2003/125/WE i 2004/72/WE, Zarząd Orange Polska S.A. przekazuje do wiadomości wybrane dane finansowe i operacyjne dotyczące działalności Grupy Kapitałowej Orange Polska ("Grupa", "Orange Polska") za drugi kwartał i pierwsze półrocze 2016 roku.

Informacje dotyczące poszczególnych wskaźników, w tym korekty danych finansowych, znajdują się w Nocie 1 do Skróconego Śródrocznego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego Grupy Kapitałowej Orange Polska za pierwsze sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2016 r. sporządzonego wg MSSF (które jest dostępne na stronie internetowej <http://orange-ir.pl/pl/results-center/results/2016>).

Orange Polska informuje o bardzo dobrych wynikach komercyjnych w mobilnych usługach abonamentowych oraz o zgodnych z planem rocznym wynikach finansowych w 2 kw. 2016 roku

Kluczowe wskaźniki (w mln zł), MSSF	2 kw. 2015	2 kw. 2016	Zmiana	1 poł. 2015	1 poł. 2016	Zmiana
przychody	3 013	2 903	-3,7%	5 943	5 706	-4,0%
skorygowane przychody ¹	3 008	2 903	-3,5%	5 933	5 706	-3,8%
EBITDA	959	824	-14,1%	1 918	1 692	-11,8%
marża EBITDA	31,8%	28,4%	-3,4pp	32,3%	29,7%	-2,6pp
skorygowana EBITDA ¹	959	824	-14,1%	1 919	1 692	-11,8%
skorygowana marża EBITDA ¹	31,9%	28,4%	-3,5pp	32,3%	29,7%	-2,6pp
zysk operacyjny	232	142	-38,8%	478	357	-25,3%
zysk netto	126	17	-86,5%	297	115	-61,3%
nakłady inwestycyjne	419	480	+14,6%	740	4 025	+443,9%
skorygowane nakłady inwestycyjne ¹	419	480	+14,6%	740	857	+15,8%
organiczne przepływy pieniężne	152	342	+125,0%	107	-2 862	nd.
skorygowane organiczne przepływy pieniężne ¹	380	342	-10,0%	535	286	-46,5%

¹ Według danych skorygowanych, zgodnie z tabelą na str. 5

Podsumowanie 2 kw. 2016 roku:

- spadek skorygowanych przychodów² w 2 kw. o 3,5% rok-do-roku wobec -4,2% w 1 kw. 2016
 - wzrost przychodów komórkowych o 6,5% rok-do-roku, dzięki przychodom ze sprzedaży sprzętu
- bardzo dobra dynamika działalności komercyjnej w usługach mobilnych:
 - przyrost o +11% rok-do-roku liczby klientów mobilnych usług abonamentowych, +222 tys. przyłączeń netto w 2 kw.
 - przyrost o +3% rok-do-roku liczby klientów mobilnych usług przedpłaconych, +209 tys. przyłączeń netto w 2 kw.
 - przyrost o +46% rok-do-roku liczby klientów mobilnego Internetu, +244 tys. przyłączeń netto w 2 kw.
 - przyrost o +76% rok-do-roku liczby klientów VHBB, +43 tys. przyłączeń netto w 2 kw.
 - przyrost o +27% rok-do-roku liczby klientów ofert konwergentnych, +33 tys. przyłączeń netto w 2 kw.
 - niższa utrata liczby stacjonarnych łączy głosowych, na poziomie 61 tys. (wobec - 74 tys. w 1 kw. 2016)
- skorygowana marża EBITDA² na poziomie 28,4% (spadek o 3,5 pp rok-do-roku), odzwierciedlająca wyższe koszty międzyoperatorskie i koszty sprzedaży; potwierdzony cel całoroczny skorygowanej EBITDA w przedziale 3,15-3,30 mld zł
- skorygowane nakłady inwestycyjne² w wysokości 480 mln zł (wzrost o 15% rok-do-roku), rosnące w związku z rozbudową sieci światłowodowej (127 mln zł)
- ponad 1 mln gospodarstw domowych w zasięgu sieci światłowodowej na koniec 2 kw. (z czego 193 tys. objęto zasięgiem w 2 kw., a 295 tys. w 1 półroczu); potwierdzony cel całoroczny na poziomie dodatkowych 800 tys. gospodarstw domowych w zasięgu sieci
- skorygowane organiczne przepływy pieniężne² w wysokości 342 mln zł

Odnośząc się do wyników za 2 kw. 2016 roku, Jean-François Fallacher, Prezes Zarządu, stwierdził:

„Po przyjeździe do Polski w celu objęcia nowego stanowiska natychmiast dostrzegłem, że Orange Polska ma wyjątkową pozycję na rynku telekomunikacyjnym, a także wszelkie zasoby potrzebne do realizacji nowej strategii. Całkowicie podpisuję się pod przedstawionym przez mojego poprzednika średniookresowym planem działań. Uzyskanie najwyższej jakości sieci mobilnej i stacjonarnej jest absolutnie kluczowe dla zapewnienia długofalowej przewagi konkurencyjnej – nawet jeżeli wiąże się czasowo z wysokimi nakładami inwestycyjnymi. Musimy być przygotowani na eksplozję ruchu w obszarze przesyłu danych, która dopiero się zaczyna. Dzięki temu w przyszłości będziemy w stanie zaspokoić rosnące potrzeby klientów w tym zakresie, a oni będą mogli odczuć rzeczywistą różnicę. Cieszę się, że pokieruję realizacją tej strategii, i jestem zdeterminowany, by doprowadzić do powrotu na ścieżkę wzrostu.

Wyniki drugiego kwartału stanowią potwierdzenie naszych silnych i słabych stron. Utrzymujemy doskonałą dynamikę działalności komercyjnej w usługach mobilnych, zarówno wśród klientów indywidualnych jak i biznesowych. W drugim półroczu, kluczowym elementem naszych działań będzie poprawa w segmencie usług stacjonarnych. Nasza usługa FTTH jest już dostępna dla ponad miliona gospodarstw domowych, ale świadomość korzyści technologii światłowodowej wśród polskich klientów jest nadal niska. Staramy się obecnie zmienić ten stan rzeczy poprzez komunikację marketingową. W połączeniu z innymi działaniami powinno się to przyczynić do znacznego przyspieszenia procesu pozyskiwania klientów. Będziemy także pracować nad udoskonalaniem oferty konwergentnej. Ponadto, dzisiaj wchodzi w życie nowe przepisy dotyczące rejestracji kart pre-paid. W tym zakresie dążymy przede wszystkim do tego, żeby cała procedura była jak najbardziej prosta i przyjazna dla klientów.”

² Według danych skorygowanych, zgodnie z tabelą na str. 5

Wyniki finansowe

spadek skorygowanych przychodów³ w 2 kw. o 3,5% rok-do-roku wobec -4,2% w 1 kw. 2016

Skorygowane przychody w 2 kw. wyniosły 2 903 mln zł i zmniejszyły się o 105 mln zł, tj. 3,5% rok-do-roku. Spadek ten wynikał ze spadku przychodów z usług stacjonarnych (spowodowanego głównie strukturalną erozją stacjonarnych usług głosowych) oraz niższych pozostałych przychodów (w wyniku zakończenia projektów infrastrukturalnych, które w 2 kw. 2015 przyniosły 65 mln przychodów, a także niższych przychodów z usług ICT). Te niekorzystne czynniki zostały częściowo zrównoważone przez wzrost przychodów komórkowych, wynikający z rosnącej sprzedaży sprzętu.

W 2 kw. kontynuowaliśmy strategię intensywnych działań marketingowych. Całkowita liczba klientów mobilnych zwiększyła się o ponad 400 tys.; w ujęciu rocznym o 7%. W segmencie abonamentowym utrzymała się znakomita dynamika komercyjna: 222 tys. przyłączeń netto (trzeci kolejny kwartał, w którym przekroczony został poziom 200 tys.). Wzrost ten rozłożył się pomiędzy poszczególne grupy klientów: użytkowników telefonów komórkowych, mobilnego Internetu i telemetrii (M2M). W segmencie usług przedpłaconych utrzymała się korzystna dynamika z 1 kw., a przyłączenia netto osiągnęły 209 tys. (najwyższy poziom od wielu lat). Do wzrostu przyczyniło się uatrakcyjnienie ofert we wszystkich segmentach (wsparte skuteczną komunikacją) oraz akcja marketingowa zachęcająca klientów abonamentowych i klientów usług stacjonarnych do korzystania z usług przedpłaconych.

Liczba klientów korzystających z sieci LTE wyniosła 3,2 mln, co oznacza wzrost w drugim kwartale o blisko 32% względem 1 kw. 2016. Udział technologii LTE w całkowitej mobilnej transmisji danych przekroczył 53%. Wzrost ruchu transmisji danych na użytkownika w mobilnym segmencie abonamentowym utrzymuje się na poziomie powyżej 100% rok-do-roku.

Zagregowany wskaźnik ARPU z usług mobilnych obniżył się w 2 kw. o 8,2% rok-do-roku – znacznie więcej niż w poprzednim kwartale. Pogorszenie trendu dotyczyło głównie segmentu usług przedpłaconych: wskaźnik ARPU z tych usług spadł w ujęciu rocznym o 7,8%, wobec wzrostu o 2,5% (rok-do-roku) w poprzednim kwartale. Do zmiany dynamiki przyczyniło się głównie rozwodnienie wskaźnika ARPU w wyniku wspomnianej wyżej akcji marketingowej oraz niższy wzrost ruchu przychodzącego. Wskaźnik ARPU z usług abonamentowych obniżył się o 11,4% rok-do-roku (wobec spadku o 10,3% w 1 kw.), co miało związek głównie ze zmianą struktury klientów (rosnący udział umów tylko z kartą SIM i umów ratałnych) oraz utrzymującą się presją cenową (głównie w segmencie klientów biznesowych).

Liczba przyłączeń netto klientów ofert konwergentnych (33 tys.) była nieznacznie niższa niż w 2 kw. 2015 (36 tys.). Łączna liczba usług, z których korzystają ci klienci, wyniosła 3,4 mln, co oznacza, że średnio każdy klient korzysta z ponad czterech usług.

W segmencie stacjonarnego Internetu, utrata klientów netto (22 tys.) była niższa niż w ostatnich kilku kwartałach. Liczba przyłączeń netto dla usług o dużej szybkości dostępu (VDSL i FTTH) osiągnęła w 2 kw. poziom 43 tys. i była nieznacznie niższa niż w 1 kw. (50 tys.). Udział usług szybkiego Internetu w całkowitej bazie klientów (z wyłączeniem CDMA) wynosi obecnie 20% wobec 11% przed rokiem. W segmencie stacjonarnych usług głosowych, postępował strukturalny trend spadkowy, lecz zmniejszyła się jego dynamika: utrata łączy netto wyniosła 61 tys. wobec 74 tys. w 1 kw. 2016.

³ Według danych skorygowanych, zgodnie z tabelą na str. 5

Kluczowe wskaźniki KPI (w tys.)	2 kw. 2015	2 kw. 2016	Zmiana
liczba klientów usług konwergentnych	627	799	+27,4%
liczba klientów komórkowych	15 587	16 696	+7,1%
post-paid	7 897	8 798	+11,4%
pre-paid	7 690	7 898	+2,7%
liczba klientów Internetu mobilnego	1 693	2 473	+46,1%
stacjonarne łącza głosowe (rynek detaliczny)	4 347	4 059	-6,6%
stacjonarne dostępy szerokopasmowe (rynek detaliczny)	2 159	2 057	-4,7%

skorygowana marża EBITDA⁴ w 2 kw. na poziomie 28,4% (spadek o 3,5 pp rok-do-roku), odzwierciedlająca wyższe koszty międzyoperatorskie i koszty sprzedaży; potwierdzony cel całoroczny

Skorygowana EBITDA za 2 kw. 2016 roku wyniosła 824 mln zł i w porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku była niższa o 135 mln zł. Skorygowana marża EBITDA zmniejszyła się o 3,5 pp rok-do-roku, do poziomu 28,4%. Zwiększyły się koszty bezpośrednie, co wynikało ze wzrostu kosztów międzyoperatorskich, odzwierciedlającego rosnący detaliczny i hurtowy ruch komórkowy, a także wyższych kosztów sprzedaży, związanych z większą liczbą sprzedanych telefonów komórkowych. Koszty pośrednie uległy dalszemu obniżeniu (o 19 mln zł w ujęciu rocznym), głównie dzięki optymalizacji kosztów sieci i usług informatycznych oraz kosztów pracy.

zysk netto w 2 kw. na poziomie 17 mln zł, w wyniku niższej EBITDA i wyższych kosztów finansowych

Zysk netto Orange Polska w 2 kw. 2016 roku wyniósł 17 mln zł wobec 126 mln zł w analogicznym okresie 2015 roku. Spadek ten wynikał z niższej EBITDA oraz wzrostu kosztów finansowych netto o 20 mln zł rok-do-roku (po wniesieniu w lutym opłat za nowe częstotliwości). Te niekorzystne czynniki zostały częściowo zrównoważone przez niższe o 50 mln zł odpisy amortyzacyjne. Amortyzacja nowych częstotliwości została zrównoważona przez korzystny wpływ wydłużenia okresu użytkowania niektórych środków trwałych związanych z siecią.

skorygowane organiczne przepływy pieniężne⁴ w wysokości 342 mln zł, wsparte zmianą kapitału obrotowego

Skorygowane organiczne przepływy pieniężne wyniosły w 2 kw. 2016 roku 342 mln zł i były jedynie 10% niższe niż w analogicznym okresie 2015 roku. Po pierwsze, środki pieniężne z działalności operacyjnej netto (przed zapłaconym podatkiem dochodowym i zmianą kapitału obrotowego) zmniejszyły się o 89 mln zł (głównie w wyniku spadku EBITDA). Po drugie, w wyniku wzrostu nakładów inwestycyjnych wpływ środków pieniężnych z tytułu nakładów inwestycyjnych zwiększył się o 74 mln zł. Po trzecie, środki pieniężne uzyskane ze sprzedaży aktywów były o 16 mln zł niższe. Te niekorzystne czynniki zostały w dużej mierze zrównoważone przez korzystną zmianę w zapotrzebowaniu na kapitał obrotowy, wynikającą przede wszystkim ze wzrostu wolumenu sprzedaży telefonów komórkowych w 2 kw. 2016 (co korzystnie wpłynęło na stan zapasów) oraz bardzo dużego wzrostu należności w 2 kw. 2015 (głównie w związku z realizacją w ubiegłym roku projektów infrastrukturalnych).

Odnosząc się do wyników za 2 kw. 2016 roku, Maciej Nowohoński, Członek Zarządu ds. Finansów, stwierdził:

“Wyniki za 2 kw. 2016 były zgodne z naszymi planami rocznymi. Pomimo braku przychodów z projektów infrastrukturalnych, spadek przychodów całkowitych był niższy niż w poprzednim kwartale, dzięki znacznie wyższej sprzedaży urządzeń mobilnych. Obniżenie marży EBITDA wynikało z utrzymującej się presji na przychody z wysokomarżowych tradycyjnych usług stacjonarnych oraz wzrostu kosztów sprzedaży, będącego konsekwencją wyższej liczby sprzedanych telefonów komórkowych. Mimo spadku EBITDA i większego wpływu środków pieniężnych na nakłady inwestycyjne, nastąpił jedynie niewielki spadek przepływów pieniężnych,

⁴ Według danych skorygowanych, zgodnie z tabelą na str. 5

do czego przyczyniła się korzystna zmiana w kapitale obrotowym. W efekcie, potwierdzamy cel całoroczny w zakresie dźwigni finansowej i EBITDA⁵.”

Korekty danych finansowych

<i>w mln zł</i>	2 kw. 2015	2 kw. 2016	1 poł. 2015	1 poł. 2016
Przychody	3 013	2 903	5 943	5 706
-Przychody Contact Center	-5	-	-10	-
Skorygowane przychody	3 008	2 903	5 933	5 706
EBITDA	959	824	1 918	1 692
- Koszty rozwiązania stosunku pracy	-	-	1	-
Skorygowana EBITDA	959	824	1 919	1 692
Nakłady inwestycyjne	419	480	740	4 025
- Zakup licencji telekomunikacyjnych	-	-	-	-3 168
Skorygowane nakłady inwestycyjne	419	480	740	857
Organiczne przepływy pieniężne	152	342	107	-2 862
-Depozyt wpłacony w trakcie aukcji na rezerwację częstotliwości LTE/ Nabycie częstotliwości LTE	228	-	428	3 148
Skorygowane organiczne przepływy pieniężne	380	342	535	286

⁵ Zarząd prognozuje skorygowaną EBITDA w przedziale 3,15-3,30 mld zł w 2016 roku. Dźwignia finansowa, definiowana jako wskaźnik zadłużenia netto do skorygowanej EBITDA, w całym 2016 roku nie powinna przekroczyć poziomu 2,2.

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", "skorygowane", "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 2 kwartał 2016 Wtorek, 26 lipca 2016

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 2Q 2016 Results Conference Call

Kod telekonferencji:
8047198

Numery do telekonferencji:
Wlk. Brytania/Europa: +44-20-3364-5381
USA: +1-646-254-3365

Bezpłatne numery telefoniczne:
Wlk. Brytania: 0800-279-4992
USA: +1-877-280-2296

Skonsolidowane wyniki Grupy Kapitałowej Orange Polska

Ujawnienia dotyczące pomiarów wyników, wraz z danymi skorygowanymi, są zaprezentowane w Nocie 1 do Skróconego Śródrocznego Skonsolidowanego Sprawozdania

	2015				2016	
	1 kw.	2 kw.	3 kw.	4 kw.	1 kw.	2 kw.
w milionach złotych						
Rachunek zysków i strat						
Przychody	raportowane skorygowane* raportowane skorygowane* raportowane skorygowane* raportowane skorygowane*					
Przychody komórkowe	1 505	1 501	1 523	1 555	1 549	1 546
Przychody z usług detalicznych	1 159	1 155	1 151	1 159	1 153	1 108
Przychody z usług hurtowych (w tym rozliczenia z innymi operatorami)	208	208	223	225	225	253
Sprzedaż sprzętu do usług komórkowych	138	138	149	171	171	185
Usługi stacjonarne	1 306	1 306	1 290	1 263	1 265	1 230
Usługi wąskopasmowe	458	458	444	445	431	413
Usługi szerokopasmowe, telewizja i transmisja głosu przez Internet	410	410	404	396	396	391
Rozwiązania teleinformatyczne dla przedsiębiorstw oraz z zakresu infrastruktury sieciowej	221	221	237	234	236	230
Usługi hurtowe (w tym rozliczenia z innymi operatorami)	217	217	205	202	202	196
Pozostałe przychody	119	118	194	195	153	150
Przychody razem	2 930	2 925	3 013	3 008	2 967	2 926
rok do roku**	-1,7%	n/a	-2,3%	n/a	-2,4%	n/a
Koszty świadczeń pracowniczych	(430)	(427)	(457)	(453)	(429)	(396)
Usługi obce	(1 476)	(1 474)	(1 562)	(1 561)	(1 524)	(1 709)
- Koszty rozliczeń z innymi operatorami	(321)	(321)	(333)	(342)	(349)	(384)
- Koszty sieci oraz usług informatycznych	(176)	(176)	(181)	(180)	(180)	(197)
- Koszty sprzedaży	(644)	(644)	(662)	(663)	(638)	(601)
- Pozostałe usługi obce	(335)	(333)	(386)	(384)	(361)	(362)
Pozostałe przychody i koszty operacyjne	(69)	(69)	(78)	(98)	(98)	(122)
Koszty rozwiązania stosunku pracy	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(128)
Zysk (strata) z tytułu sprzedaży aktywów	5	5	43	43	10	13
Raportowana EBITDA	959	959	959	929	929	584
% przychodów	32,7%	32,8%	31,8%	31,9%	31,3%	20,0%
- Koszty rozwiązania stosunku pracy pomniejszone o związane z nimi ograniczenia długoterminowych świadczeń pracowniczych	1	1		89	89	
- Zysk ze sprzedaży Contact Center				(4)	(4)	
Skorygowana EBITDA	960	960	959	929	925	673
% przychodów	32,8%	32,8%	31,8%	31,9%	31,2%	23,0%
Amortyzacja	(710)	(710)	(733)	(733)	(716)	(712)
(Utworzenie) / odwrócenie odpisu z tytułu utraty wartości aktywów trwałych	(3)	(3)	6	(1)	(1)	10
EBIT	246	246	232	212	212	(118)
% przychodów	8,4%	8,4%	7,7%	7,1%	7,1%	-4,0%
Koszty finansowe, netto	(58)	(58)	(76)	(76)	(76)	(81)
Podatek dochodowy	(17)	(17)	(30)	(30)	(26)	(21)
Skonsolidowany zysk netto	171	171	126	110	110	98
				(153)	(153)	17

* skorygowane dane o wyłączenie z konsolidacji spółki Contact Center w 1 kw 15 - 3 kw 15 oraz po reklasyfikacji przychodów z hurtowych usług SMS z pozycji "Usługi przesyłu danych, wiadomości, treści oraz M2M" do pozycji "Rozwiązania teleinformatyczne dla przedsiębiorstw oraz z zakresu infrastruktury sieciowej"

** ** zmiłniana obliczona na podstawie danych skorygowanych

Kluczowe wskaźniki operacyjne Grupy Orange Polska

Kluczowe wskaźniki operacyjne

baza klientów (w tys.)	2015				2016	
	1 kw.	2 kw.	3 kw.	4 kw.	1 kw.	2 kw.
Klienci konwergentni¹	591	627	667	728	766	799
Stacjonarne usługi głosowe						
POTS, ISDN i WLL	3 880	3 780	3 681	3 580	3 487	3 415
VoIP jako linia główna	555	567	587	614	633	644
Razem łącza główne – rynek detaliczny	4 435	4 347	4 268	4 194	4 120	4 059
Dostępny szerokopasmowy						
ADSL	1 902	1 850	1 794	1 734	1 669	1 613
VHBB (VDSL+FTTH)	207	232	271	316	366	409
CDMA	89	77	66	55	44	35
Rynek detaliczny – łącznie	2 198	2 159	2 131	2 105	2 079	2 057
Baza klientów usług TV²						
IPTV	150	156	169	184	200	213
DTH (telewizja satelitarna)	606	605	605	603	597	590
Liczba klientów usług TV	756	761	774	787	797	803
W tym pakiety telewizyjne 'nc+ ¹	158	158	164	182	190	194
3P usługi (TV+FBB+VoIP)²	441	455	478	507	531	547
Liczba klientów telefonii komórkowej						
Post-paid	7 727	7 897	8 087	8 361	8 576	8 798
- w tym klienci biznesowi	2 496	2 561	2 601	2 688	2 754	2 817
Pre-paid	7 791	7 690	7 606	7 545	7 689	7 898
Razem³	15 518	15 587	15 693	15 906	16 265	16 696
- w tym abonenci dedykowanych usług mobilnego dostępu szerokopasmowego	1 590	1 693	1 806	2 001	2 229	2 473
Liczba klientów usług hurtowych						
WLR	991	933	886	832	780	730
BSA	263	261	254	245	234	222
LLU	146	141	136	131	125	120

1 Klienci konwergentni zawierają się w stacjonarnych usługach głosowych, dostęпах szerokopasmowych oraz w liczbie klientów telefonii komórkowej
 2. Informujemy, że kontrola wewnętrzna wykryła niespójność w podanej przez Spółkę liczbie klientów usług TV na koniec czerwca 2016 roku i wcześniejszych okresów. Zarząd podjął odpowiednie kroki, żeby wyjaśnić przyczynę tego problemu. W chwili publikacji wyników za pierwsze półrocze 2016 roku, procedura wyjaśniająca jeszcze trwa. Według szacunków, niespójność nie przekraczała 6% podanej liczby klientów usług TV na koniec czerwca 2016 roku. Powyższa niespójność nie ma wpływu na wyniki finansowe Spółki.
 3. Wszystkie karty SIM, włączając głos, M2M i dostęp szerokopasmowy

kwartalne ARPU w zł na miesiąc	2015				2016	
	1 kw.	2 kw.	3 kw.	4 kw.	1 kw.	2 kw.
detaliczne ARPU z usług głosowych telefonii stacjonarnej	40,4	40,2	40,0	39,3	39,2	38,7
ARPU z usług stacjonarnego dostępu szerokopasmowego, telewizji i VoIP	60,8	61,4	61,2	61,2	60,3	60,2
ARPU z usług telefonii komórkowej						
Post-paid	50,5	50,0	49,1	47,1	45,3	44,3
- w tym klienci biznesowi	57,1	55,0	53,9	49,8	48,8	46,8
Pre-paid	12,1	12,9	13,2	12,7	12,4	11,9
Zagregowane	30,2	30,6	30,6	29,8	28,9	28,1
ARPU z usług detalicznych	25,6	25,7	25,6	24,5	23,6	22,8
ARPU z usług hurtowych	4,6	4,9	5,0	5,3	5,3	5,3
ARPU z telefonów komórkowych	31,0	31,7	31,8	31,1	30,1	29,7
ARPU z mobilnego internetu	23,1	22,2	21,8	20,7	21,4	19,2

pozostałe statystyki operacyjne telefonii komórkowej	2015				2016	
	1 kw.	2 kw.	3 kw.	4 kw.	1 kw.	2 kw.
Klienci operatorów wirtualnych (MVNO) (w tys.)	11	8	8	7	7	6
Liczba smartfonów (w tys.)	4 768	4 965	5 256	5 470	5 809	5 996
Ruch i wskaźnik odejść						
AUPU (w minutach)						
Post-paid	335,6	345,0	341,3	342,5	345,0	359,3
Pre-paid	100,0	106,0	107,8	107,5	105,3	104,4
Zagregowane	210,9	220,1	221,1	223,9	225,3	231,8
Wskaźnik odejść klientów telefonii komórkowej w danym kwartale (w %)						
Post-paid	3,7	3,2	3,0	3,0	3,0	2,8
Pre-paid	16,7	16,1	17,0	16,9	15,7	15,2
Subsydia						
SAC post-paid (zł)	375,1	320,8	306,8	336,4	265,7	237,5
SRC post-paid (zł)	292,3	259,0	214,6	277,6	221,1	177,2
Pokrycie sieci						
Pokrycie dla sieci 4G (w % ludności)	72,0%	78,8%	79,0%	83,7%	89,2%	95,4%
Pokrycie dla sieci 3G (w % ludności)	99,4%	99,4%	99,6%	99,6%	99,6%	99,6%

Struktura zatrudnienia w Grupie - dane raportowane (w przeliczeniu na pełne aktywne etaty, na koniec okresu)	2015				2016	
	1 kw.	2 kw.	3 kw.	4 kw.	1 kw.	2 kw.
Orange Polska	17 887	17 393	16 871	16 599	16 497	16 099
50% pracowników Networks	369	354	356	368	349	338
Razem	18 256	17 747	17 227	16 967	16 846	16 437

Używane terminy:

Average usage per user AUPU – średni czas połączeń na abonenta – średni miesięczny całkowity czas połączeń w minutach do średniej liczby kart SIM (z wyłączeniem telemetrii) w danym okresie.

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

ARPU z usług stacjonarnego dostępu szerokopasmowego – Average revenue per user (średni przychód na abonenta) – stosunek średnich miesięcznych przychodów z usług stacjonarnego dostępu szerokopasmowego (w tym usług TV i VoIP) do średniej liczby dostępów w danym okresie.

ARPU z usług komórkowych – Average revenue per user (średni przychód na abonenta) – stosunek średnich miesięcznych przychodów z usług komórkowych (wychodzących i przychodzących, w tym opłat za połączenie i zakańczanie połączeń oraz usług roamingu dla osób odwiedzających, z wyłączeniem połączeń telemetrii) do średniej liczby kart SIM (z wyłączeniem telemetrii) w danym okresie.

ARPU z usług mobilnego Internetu – Average revenue per user (średni przychód na abonenta) – stosunek średnich miesięcznych przychodów z kart SIM przypisanych do mobilnych dostępów do Internetu (całkowitych przychodów z tych usług, dla połączeń wychodzących i przychodzących) do średniej liczby takich kart SIM w danym okresie.

ARPU z telefonów komórkowych – Average revenue per user (średni przychód na abonenta) – stosunek średnich miesięcznych przychodów z kart SIM przypisanych do telefonów komórkowych (całkowitych przychodów z tych usług, dla połączeń wychodzących i przychodzących) do średniej liczby takich kart SIM w danym okresie.

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 – stosunek kosztów utrzymania klientów do liczby klientów utrzymanych w danym okresie. Koszty utrzymania klientów obejmują prowizje płacone dystrybutorom oraz dopłaty netto do sprzedaży telefonów komórkowych.