



Warszawa, 15 lutego 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 13/2016

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.) oraz § 5 ust.1 pkt 25 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim (Dz. U. 2009 Nr 33 poz.259 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 czwarty kwartał i cały rok 2015 oraz prognozę skorygowanego zysku EBITDA i dźwigni finansowej na rok 2016.

Orange Polska informuje o najwyższym od wielu lat przyroście liczby mobilnych klientów abonentowych w 4 kw. oraz o planach wzrostu wartości w oparciu o sieć komórkową i stacjonarną w najbliższych trzech latach

Podsumowanie 2015 roku:

- spadek przychodów ograniczony do 2,9%¹ rok-do-roku wobec 4,5% w 2014 r.
 - wpływ regulacji² tylko 52 mln zł rok-do-roku
 - stabilne przychody z usług mobilnych rok-do-roku, dzięki znaczącemu przyrostowi liczby klientów, rosnącemu ruchowi oraz wyższym przychodom ze sprzedaży sprzętu
- utrzymanie korzystnych trendów komercyjnych:
 - przyrost o +9% rok-do-roku liczby mobilnych klientów abonentowych, +274 tys. przyłączeń netto w 4 kw. – najwięcej od ponad 10 lat (+682 tys. w całym roku)
 - przyrost o +32% rok-do-roku liczby klientów mobilnego Internetu, +199 tys. przyłączeń netto w 4 kw. (+491 tys. w całym roku)
 - przyrost o +82% rok-do-roku liczby klientów VHBB, +45 tys. przyłączeń netto w 4 kw. (baza klientów ADSL pod presją, utrata 60 tys. klientów netto – częściowo w wyniku migracji do usług VHBB i LTE)
 - przyrost o +35% rok-do-roku liczby klientów ofert konwergentnych, +61 tys. przyłączeń netto w 4 kw. (+189 tys. w całym roku)

¹ Według danych porównywalnych, zgodnie z tabelą na str. 8

² Wpływ decyzji regulacyjnych Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej dotyczących cen za połączenia (w tym: stawki za zakańczanie połączeń głosowych w sieciach ruchomych – MTR, stawki za zakańczanie połączeń głosowych w sieciach stacjonarnych – FTR, stawki detaliczne za połączenia głosowe do sieci ruchomych wykonywane przez klientów sieci stacjonarnej – F2M, stawki za korzystanie z usług mobilnych w roamingu, opłaty hurtowe w usługach szerokopasmowych) na przychody i EBITDA; metoda kalkulacji jest oparta na ruchu z roku poprzedniego oraz różnicy stawek przed i po wdrożeniu decyzji regulacyjnej

- skorygowana³ marża EBITDA na poziomie 29,7%, o 2,4 pp niższa niż w 2014 r., odzwierciedlająca niższe przychody i ofensywną strategię komercyjną
- organiczne przepływy pieniężne w 2015 r. w wysokości 952 mln zł, osiągnięty cel całoroczny⁴
- podpisanie nowej Umowy Społecznej, przewidującej dobrowolne odejście maksymalnie 2050 pracowników w latach 2016-2017
- zakończenie procesu nabycia częstotliwości LTE
- nowy plan średniokresowy przewidujący znaczące inwestycje w pozyskanie klientów i jakość sieci w celu powrotu na ścieżkę wzrostu do roku 2018
 - Projekt FTTH w okresie 2016-2018: objęcie zasięgiem do 2,8 mln gospodarstw domowych, nakłady inwestycyjne do 2,2 mld zł
- Zarząd prognozuje skorygowaną EBITDA w przedziale 3,15-3,30 mld zł w 2016 roku, odzwierciedlającą przewidywaną presję na przychody i bardzo ambitne plany pozyskania klientów
- Zarząd potwierdza propozycję wypłaty dywidendy w 2016 roku w wysokości 0,25 zł na akcję (wymaga zatwierdzenia przez Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy)

Kluczowe wskaźniki (w mln zł), MSSF	4 kw. 2015	4 kw. 2014	Zmiana	Cały rok 2015	Cały rok 2014	Zmiana
przychody Grupy ³	2 926	3 082	-5,1%	11 840	12 191	-2,9%
z wyłączeniem wpływu regulacji ⁵			-4,9%			-2,5%
skorygowana EBITDA ³	673	860	-21,7%	3 521	3 916	-10,1%
skorygowana EBITDA ³ (jako % przychodów)	23,0%	27,9%	-4,9 pp	29,7%	32,1%	-2,4 pp
zysk netto	-153	30	nd.	254	535	-52,5%
organiczne przepływy pieniężne ⁴	119	298	-60,1%	952	1 149	-17,1%

Odnośząc się do wyników w 2015 roku oraz średniokresowego planu działań, Bruno Duthoit, Prezes Zarządu, stwierdził:

„Ubiegły rok przyniósł nam przede wszystkim sukces w aukcji na częstotliwości LTE, pierwszy etap rozbudowy sieci światłowodowej oraz spektakularne osiągnięcia komercyjne w segmencie mobilnych usług abonamentowych – najlepsze od wielu lat. Wszystkie powyższe elementy są także niezwykle ważne w kontekście nowego średniokresowego planu działania, który dziś przedstawiamy.

To ofensywny plan zbudowany wokół czterech strategicznych priorytetów: wiodącej pozycji w zakresie jakości sieci i usług konwergentnych, najlepszego doświadczenia klientów oraz elastycznej organizacji. Do podjęcia intensywnych działań zachęcają nas dobre prognozy dla polskiej gospodarki, konstruktywne środowisko regulacyjne oraz większa stabilność rynku telekomunikacyjnego. W najbliższych latach spodziewamy się wzrostu popytu na usługi telekomunikacyjne w wyniku dynamicznie rosnącej konsumpcji danych oraz coraz większej popularności konwergencji wśród gospodarstw domowych w Polsce. Te dwie tendencje będą podstawą naszej strategii komercyjnej. Kluczem do sukcesu jest wysoka jakość sieci, zarówno stacjonarnej jak i mobilnej. W związku z tym, będziemy zwiększać zasięg sieci LTE w oparciu o nowo zakupione częstotliwości oraz postanowiliśmy znacząco rozbudować sieć światłowodową.

³ Według danych porównywalnych, zgodnie z tabelą na str. 8

⁴ Z wyłączeniem zdarzeń jednorazowych: wydatków na odnowienie istniejących licencji i na nowe częstotliwości, ewentualnej płatności kary nałożonej przez Komisję Europejską oraz wpływu innych roszczeń i spraw sądowych

⁵ Wpływ decyzji regulacyjnych dotyczących cen za połączenia (w tym: stawki za zakańczanie połączeń głosowych w sieciach ruchomych – MTR, stawki za zakańczanie połączeń głosowych w sieciach stacjonarnych – FTR, stawki detaliczne za połączenia głosowe do sieci ruchomych wykonywane przez klientów sieci stacjonarnej – F2M, stawki za korzystanie z usług mobilnych w roamingu, opłaty hurtowe w usługach szerokopasmowych); metoda kalkulacji jest oparta na ruchu z roku poprzedniego oraz różnicy stawek przed i po wdrożeniu decyzji regulacyjnej

Planujemy, że na koniec 2018 roku w zasięgu naszej sieci FTTH znajdzie się do 3,5 mln gospodarstw domowych. Podejmowane inwestycje oraz intensywne działania komercyjne będą dostosowane do specyfiki lokalnych rynków. W wyniku realizacji przyjętego planu chcemy poprawić nasze udziały w rynku. To ambitny plan, który w krótkiej perspektywie wpłynie na nasze wyniki finansowe, ale długofalowo przyczyni się do zbudowania wartości, co pozwoli nam powrócić na ścieżkę wzrostu.

Jak Państwu wiadomo, zdecydowałem się przyjąć inną propozycję ze strony Grupy Orange i z końcem kwietnia odchodzę z Orange Polska. Wykorzystam ten okres dla zapewnienia płynnego i sprawnego przekazania obowiązków mojemu następcy Jean-Francois Fallacher. Jestem pewien, że wraz z przyjęciem nowego planu strategicznego Orange Polska znalazła się na właściwej drodze do odniesienia sukcesu i przywrócenia wzrostu.”

Wyniki finansowe

w 2015 spadek przychodów ograniczony do 2,9% rok-do-roku wobec 4,5% w 2014 r., zakończenie projektów infrastrukturalnych wpłynęło na przychody w 4 kw.

Skonsolidowane przychody w 2015 roku wyniosły 11 840 mln zł, co oznacza spadek o 351 mln zł, tj. 2,9% rok-do-roku. Wpływ decyzji regulacyjnych wyniósł jedynie 52 mln zł wobec 255 mln zł w 2014 roku. Stawki MTR pozostały na niezmiennym poziomie, zaś niższe stawki roamingowe wewnątrz UE miały wpływ na ewolucję przychodów jedynie w pierwszym półroczu. Z wyłączeniem wpływu regulacji, przychody nadal znajdowały się pod presją, przede wszystkim w wyniku spadku przychodów z usług stacjonarnych (spowodowanego głównie strukturalną erozją łączy stacjonarnych i przychodów z usług hurtowych) oraz presji cenowej, która nadal negatywnie wpływała na przychody z usług komórkowych (zwłaszcza w segmencie klientów biznesowych). Powyższe czynniki zostały częściowo zrównoważone przez wzrost przychodów ze sprzedaży sprzętu mobilnego (o 216 mln zł), przychodów z mobilnych usług międzyoperatorskich (o 163 mln zł) oraz pozostałych przychodów. Do znacznego wzrostu przychodów ze sprzedaży sprzętu przyczyniła się ratalna sprzedaż telefonów komórkowych (wprowadzona w 2014 roku). Pozostałe przychody zwiększyły się o 80 mln zł, głównie dzięki przychodom z szerokopasmowych projektów infrastrukturalnych oraz usług ICT.

W samym 4 kw., przychody zmniejszyły się w ujęciu rocznym o 156 mln zł, tj. 5,1%, wobec spadku o 74 mln zł (2,4%) w 3 kw. Pogorszenie tendencji wynikało z braku przychodów z projektów infrastrukturalnych, których realizacja zakończyła się w 3 kw. 2015.

W 2015 roku, całkowita liczba klientów mobilnych zwiększyła się o 277 tys., tj. 1,8% rok-do-roku. Dalszemu spadkowi liczby klientów usług przedpłaconych towarzyszył dynamiczny wzrost w usługach abonamentowych. Liczba przyłączeń netto w tym segmencie wyniosła 682 tys. – najwięcej od 2007 roku. Wzrost ten rozłożył się pomiędzy poszczególne grupy klientów: biznesowych, indywidualnych i telemetrii (M2M). Do wysokiego wyniku całorocznego przyczynił się szczególnie 4 kw., w którym osiągnięto 274 tys. przyłączeń netto – co stanowi najlepszy wynik kwartalny od ponad dziesięciu lat. Na ten sukces złożyło się dobre przyjęcie przez rynek nowych ofert „Pakiet Rodzinny” (z wieloma kartami SIM) oraz nowej oferty internetu mobilnego dla klientów indywidualnych. Natomiast w segmencie biznesowym, kluczowymi czynnikami sukcesu było uproszczenie ofert, inicjatywy przeciwdziałające utracie klientów oraz dobre wyniki w grupie klientów kluczowych.

Orange Polska kontynuowała działania stymulujące korzystanie z usług transmisji danych. Całkowita liczba klientów mobilnych usług szerokopasmowych zwiększyła się w ujęciu rocznym o 32%, przekraczając na koniec roku 2 miliony. Do dynamicznego wzrostu ruchu w zakresie transferu danych przyczynił się rosnący zasięg sieci 4G oraz upowszechnianie smartfonów wśród klientów. Wskaźnik penetracji dla smartfonów w segmencie głosowych usług abonamentowych zbliżył się do 60%. W skali roku, wzrost transmisji danych w przeliczeniu na klienta znacznie przekroczył 100%.

Liczba klientów ofert konwergentnych zwiększyła się w 2015 roku o 35%, do 728 tys., osiągając poziom blisko 35% wszystkich klientów detalicznych stacjonarnego dostępu do Internetu. Łączna liczba usług, z których korzystają klienci rozwiązań konwergentnych, przekroczyła 3 mln, co oznacza, że średnio każdy klient korzysta z ponad czterech usług.

W 2015 roku, całkowita liczba detalicznych łączy szerokopasmowych zmniejszyła się o 136 tys. Spadek ten wynikał z presji na bazę klientów ADSL, do czego przyczynił się proces zastępowania tych usług przez mobilny dostęp do Internetu oraz konkurencja ze strony operatorów kablowych, a także dalsza utrata klientów technologii CDMA. Jednak baza klientów szybkiego dostępu do Internetu nadal znacząco rosła, dzięki aktywnej migracji z technologii ADSL, atrakcyjniejszym cenom (po wprowadzonych w czerwcu obniżkach) oraz pierwszym obiecującym wynikom projektu rozbudowy sieci światłowodowej. Na koniec roku, liczba klientów FTTH wyniosła 17 tys. Pomimo obniżki cen, wskaźnik ARPU z usług dostępu szerokopasmowego był stabilny, co było odzwierciedleniem korzystniejszej struktury klientów, rosnącej liczby pakietów 3P oraz odchodzenia od telefonii tradycyjnej (PSTN) na rzecz telefonii internetowej (VoIP).

Utrata stacjonarnych łączy głosowych przyspieszyła w 2015 roku do 318 tys. wobec 229 tys. rok wcześniej. Jednak w ciągu roku dynamika spadku stopniowo się zmniejszała: do -74 tys. klientów w 4 kw. wobec -79 tys. w 3 kw. oraz -88 tys. w 2 kw.

Kluczowe wskaźniki KPI (w tys.)	4 kw. 2015	4 kw. 2014	Zmiana
liczba klientów usług konwergentnych	728	539	+35,1%
liczba klientów 3P (Internet, TV i VoIP)	507	423	+19,9%
liczba klientów komórkowych	15 906	15 629	+1,8%
post-paid	8 361	7 679	+8,9%
pre-paid	7 545	7 950	-5,1%
stacjonarne łączy głosowe (rynek detaliczny)	4 194	4 512	-7,0%
stacjonarne dostępy szerokopasmowe (rynek detaliczny)	2 105	2 241	-6,1%
mobilne dostępy szerokopasmowe	2 012	1 521	+32,3%
liczba klientów usług TV	787	748	+5,2%

skorygowana⁶ marża EBITDA w 2015 roku na poziomie 29,7%, odzwierciedlająca spadek przychodów i ofensywną strategię komercyjną

Skorygowana⁶ EBITDA za cały rok wyniosła 3 521 mln zł (przy marży na poziomie 29,7% przychodów) i w ujęciu rocznym była niższa o 395 mln zł, tj. 10,1%. Spadek EBITDA wynikał głównie ze spadku przychodów (przed uwzględnieniem wpływu regulacji), wyższych kosztów międzyoperatorskich (o 139 mln zł) oraz wyższych bezpośrednich kosztów sprzedaży (o 156 mln zł). Wzrost tej ostatniej pozycji był konsekwencją przyjęcia ofensywnej strategii marketingowej, ukierunkowanej na intensywne pozyskiwanie klientów, która zaowocowała wzrostem bazy klientów mobilnych usług abonamentowych o 9% w skali roku. Natomiast wzrost kosztów międzyoperatorskich wynikał z rosnącej popularności komórkowych planów taryfowych z możliwością nielimitowanego korzystania z usług. Te czynniki zostały tylko częściowo zrównoważone przez trwający program optymalizacji kosztów (który drugi rok z rzędu przyniósł powyżej 300 mln zł oszczędności) oraz wyższe o 31 mln zł zyski ze sprzedaży aktywów.

W samym 4 kw., skorygowana EBITDA wyniosła 673 mln zł i była o 187 mln zł niższa niż w 4 kw. 2014. Na tę zmianę złożyły się głównie niższe przychody oraz wzrost (o 55 mln zł) bezpośrednich kosztów sprzedaży, odzwierciedlający przyrost aktów sprzedaży o 23%. Do spadku EBITDA

⁶ Według danych porównywalnych, zgodnie z tabelą na str. 8

przyczyniło się także niekorzystne saldo rezerw na ryzyko oraz niższe zyski ze sprzedaży nieruchomości.

zysk netto w 2015 roku w wysokości 254 mln zł, pod wpływem rezerw na realizację Umowy Społecznej

Zysk netto Orange Polska w 2015 roku wyniósł 254 mln zł wobec 535 mln zł w 2014 roku. Ten spadek wynikał przede wszystkim ze zmian w rezerwach na koszty rozwiązania stosunku pracy w wysokości 90 mln zł (co wpłynęło na raportowany zysk EBITDA w 2015 roku). Ponadto, w 2014 roku zysk netto zawierał 191 mln zł zysku ze sprzedaży Wirtualnej Polski. Powyższe czynniki zostały częściowo zrównoważone przez niższe odpisy amortyzacyjne (o 202 mln zł w porównaniu z 2014 rokiem), wynikające z wydłużenia okresu użytkowania niektórych środków trwałych, a także spadek kosztów finansowych netto (o 114 mln zł rok-do-roku) głównie w wyniku niższych kosztów obsługi długu.

organiczne przepływy pieniężne⁷ w wysokości 952 mln zł – cel na 2015 rok osiągnięty

Organiczne przepływy pieniężne⁷ wyniosły w 2015 roku 952 mln zł (spadek o 197 mln zł względem 2014 roku) i były zgodne z założonym celem całorocznym⁷. Środki pieniężne z działalności operacyjnej netto (przed zapłaconym podatkiem dochodowym i zmianą kapitału obrotowego oraz z wyłączeniem ugody z Netią) zmniejszyły się w ujęciu rocznym o 217 mln zł, głównie w wyniku spadku skorygowanego zysku EBITDA. Ponadto, wzrost zapotrzebowania na kapitał obrotowy był o ponad 133 mln zł wyższy, ze względu na znaczny wzrost stanu należności w związku ze zwiększeniem sprzedaży ratalnej. Te dwa niekorzystne czynniki zostały częściowo zrównoważone przez niższy o 121 mln zł wpływ środków pieniężnych z tytułu nakładów inwestycyjnych oraz wyższe o 43 mln zł wpływy ze sprzedaży aktywów.

Średniokresowy plan działań na lata 2016-2018

Orange Polska ogłasza nowy plan strategiczny, ukierunkowany na budowanie długoterminowej wartości poprzez intensywne inwestycje w pozyskanie klientów oraz rozbudowę sieci światłowodowej.

Zdaniem Orange Polska, otoczenie makroekonomiczne, regulacyjne i rynkowe jest korzystne i zachęca do inwestowania w sieć, co stwarza spólcę wyjątkową możliwość do podjęcia ofensywnych działań rynkowych. Przyjęty plan średniokresowy odzwierciedla to podejście i przewiduje agresywne wydatki na akwizycję klientów.

Plan jest zbudowany wokół czterech głównych ambicji:

Bycie liderem w jakości sieci: Zapewnienie najlepszej jakości sieci, zarówno mobilnej jak i stacjonarnej, jest kluczowym czynnikiem warunkującym sukces. Z tego względu, konieczna jest elastyczność i zagwarantowanie najwyższej jakości połączeń niezależnie od miejsca, w jakim znajdują się klienci. W zależności od obszaru geograficznego, Orange Polska może wykorzystywać sieć światłowodową, zmodernizowane łącza miedziane lub opcjonalnie technologię hybrydową, łączącą rozwiązania stacjonarne i mobilne.

Bycie liderem w konwergencji: Konwergencja pozostaje kluczowym elementem naszej strategii. We wszystkich lokalizacjach, Orange Polska będzie oferować gospodarstwom domowym pełną gamę usług, wzbogaconą o produkty niezwiązane z działalnością telekomunikacyjną, przedstawiając korzyści z konwergencji. Poza lepszą ofertą produktową zastosujemy innowacyjne techniki marketingowe, gromadząc i wykorzystując informacje biznesowe w celu maksymalizacji możliwości sprzedażowych względem istniejących i potencjalnych klientów.

Najlepsze doświadczenie klientów: W coraz bardziej cyfrowym świecie, oczekiwania i potrzeby klientów zmieniają się szybciej niż kiedykolwiek. Doskonałe podejście do klientów jest warunkiem koniecznym sukcesu oraz kluczem do osiągania stabilnych wyników. Zgodnie z naszą filozofią, klienci muszą się znajdować w centrum wszystkich naszych działań. Z tego względu, będziemy dążyć do dalszego zwiększenia satysfakcji klientów poprzez oferowanie atrakcyjnych produktów i usług przy

⁷ Z wyłączeniem zdarzeń jednorazowych: wydatków na odnowienie istniejących licencji i na nowe częstotliwości, ewentualnej płatności kary nałożonej przez Komisję Europejską oraz wpływu innych roszczeń i spraw sądowych

jednoczesnym wprowadzaniu usprawnień w zakresie obsługi klienta i kanałów sprzedaży, zarówno tradycyjnych jak i internetowych. Będziemy nadal ściśle monitorować wskaźnik zadowolenia klientów NPS (ang. *Net Promoter Score*). Osiągnięcie pozycji w pierwszej dwójce wśród dużych operatorów dla tego wskaźnika jest dla nas jednym z najważniejszych priorytetów.

Elastyczna i efektywna organizacja: Orange Polska będzie kontynuować proces optymalizacji struktury organizacyjnej w celu dostosowania jej do rosnących wymogów rynku telekomunikacyjnego. Chcemy być organizacją efektywną, cyfrową i elastyczną, silnie obecną w Internecie i dysponującą wysoce zautomatyzowanymi procesami oraz zdolną do ograniczania kosztów pośrednich i znajdowania oszczędności w wyniku poprawy efektywności. Przystąpiliśmy już do realizacji projektu o nazwie „Nowy Model Operacyjny”, którego celem jest optymalizacja i automatyzacja procesów, optymalizacja wydatków informatycznych oraz ułatwienie podejmowania działań komercyjnych, zwłaszcza w zakresie ofert konwergentnych.

Odnosząc się do wyników za 2015 rok i oczekiwań na lata 2016-18, Maciej Nowohoński, Członek Zarządu ds. Finansów, stwierdził:

„Nasze wyniki finansowe w 2015 roku były zgodne z oczekiwaniami. Osiągnęliśmy cel w zakresie przepływów pieniężnych. Na ich wysokość wpłynął pierwszy rok realizacji projektu rozbudowy łączy światłowodowych, stanowiącego przyszłościową inwestycję w poprawę jakości sieci. Z wyłączeniem wpływu tej inwestycji, organiczne przepływy pieniężne utrzymały się na prawie tym samym poziomie co w 2014 roku. Dynamika przychodów była lepsza dzięki mniejszemu wpływowi regulacyjnemu oraz poprawie w segmencie usług mobilnych. EBITDA odzwierciedlała presję na przychody, działania prosprzedażowe oraz znaczące oszczędności kosztowe.

Co do oczekiwań na 2016 rok, planujemy osiągnąć skorygowany zysk EBITDA w przedziale 3,15-3,30 mld zł. Spodziewamy się utrzymania presji na przychody także w tym roku. Stosunkowo korzystne perspektywy dla usług mobilnych zostaną prawdopodobnie zrównoważone przez niekorzystne tendencje w tradycyjnych usługach stacjonarnych. Intensywne działania komercyjne na rzecz zwiększenia udziału w rynku będą miały wpływ na koszty. Mamy ambitne oczekiwania pod względem liczby przyłączeń netto.

Rok 2016 będzie pierwszym rokiem realizacji naszego nowego planu strategicznego, i dlatego będzie odzwierciedlać głównie koszty lecz jeszcze nie wszystkie korzyści. W ciągu najbliższych trzech lat zamierzamy agresywnie inwestować w pozyskanie klientów usług mobilnych i – w miarę rozbudowy sieci – stacjonarnych usług szerokopasmowych. W efekcie, zbudujemy długoterminową wartość dla spółki i jej wszystkich interesariuszy, co pozwoli nam powrócić na ścieżkę wzrostu. Przewidujemy, że przychody i EBITDA zaczną rosnąć od 2018 roku. Dążąc do przywrócenia wzrostu, będziemy ściśle kontrolować dźwignię finansową – w latach 2016-2018 wskaźnik zadłużenia netto do EBITDA nie przekroczy poziomu 2,2.”

Prognoza Orange Polska na 2016 rok

Zarząd Orange Polska ogłasza prognozę spółki na 2016 rok. Zarząd prognozuje, że skorygowana EBITDA będzie się zawierać w przedziale 3,15-3,30 mld zł, a dźwignia finansowa, zdefiniowana jako stosunek zadłużenia netto do skorygowanej EBITDA, nie przekroczy poziomu 2,2.

Wysokość skorygowanego zysku EBITDA będzie odzwierciedlać presję na przychody, wynikającą przede wszystkim z niekorzystnych tendencji strukturalnych w tradycyjnych usługach stacjonarnych (głównie stacjonarne usługi głosowe, niektóre usługi hurtowe oraz usługi transmisji danych dla klientów biznesowych) – spadek w tym segmencie niemal w całości przenosi się na spadek zysków. Ponadto, do niekorzystnej ewolucji przychodów przyczyni się zakończenie projektów infrastrukturalnych, które w 2015 roku wygenerowały 127 mln zł przychodów.

Przewidujemy, że całkowite koszty operacyjne (tj. skorygowana EBITDA minus przychody) również spadną, choć w mniejszym stopniu niż przychody. Koszty sprzedaży pozostaną wysokie ze względu na dalsze aktywne działania marketingowe w zakresie pozyskania i utrzymania klientów. Jednak korzystny wpływ po stronie kosztów będą miały nowe inicjatywy oszczędnościowe (w tym optymalizacja zatrudnienia) oraz dalsze zyski z sprzedaży portfela nieruchomości.

Realizacja prognozy monitorowana będzie przez Spółkę na bieżąco. W przypadku wystąpienia odchyłeń od wartości prognozowanych o co najmniej 10%, Spółka dokona korekty prognozy i niezwłocznie przekaże ją do wiadomości publicznej w formie raportu bieżącego.

Korekty danych finansowych

<i>w mln zł</i>	4Q'14	4Q'15	FY'14	FY'15
przychody	3,087	2,926	12,212	11,840
-przychody Wirtualnej Polski i Contact Center	-5	-	-21	-
skorygowane przychody	3,082	2,926	12,191	11,840
EBITDA	898	584	4,076	3,431
- zysk ze sprzedaży Wirtualnej Polski	-	-	-191	-
- EBITDA Wirtualnej Polski i Contact Center	-1	-	-5	-
- wpływ niektórych roszczeń i spraw sądowych	-29	-	44	-
- Koszty rozwiązania stosunku pracy pomniejszone o związane z nimi ograniczenia długoterminowych świadczeń pracowniczych	-8	89	-8	90
skorygowana EBITDA	860	673	3,916	3,521
nakłady inwestycyjne	622	860	2,153	1,998
- zakup licencji telekomunikacyjnych	-1	-	-378	-
nakłady inwestycyjne (zgodnie z definicją celu całorocznego)	621	860	1,775	1,998

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. Z wyjątkiem prognozy skorygowanego zysku EBITDA i dźwigni finansowej na rok 2016, emitent 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 4 kwartał 2015 Wtorek, 16 lutego 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 Q4 2015 Results

Kod telekonferencji:
5419860

Numery do telekonferencji:
Wlk. Brytania/Europa: +44(0)20-3427-1904
USA: +1212-444-0412

Bezpłatne numery telefoniczne:
Wlk. Brytania: 0800-279-5736
USA: +1-877-280-1254

Skonsolidowane wyniki Grupy Kapitałowej Orange Polska

w milionach złotych	2014				2015				2014		2015				
	1 kw.		2 kw.		3 kw.		4 kw.		1 kw.		2 kw.				
	raportowane	pro forma*	raportowane	pro forma*	raportowane	pro forma*	raportowane	pro forma*	raportowane	pro forma*	raportowane	pro forma*			
Przychody	1 438	1 438	1 456	1 425	1 425	1 394	1 384	1 367	1 380	1 384	1 367	1 384	1 367	5 713	5 498
Usługi komórkowe	804	804	799	752	752	709	689	689	682	689	689	689	689	3 064	2 866
Połączenia głosowe	461	461	475	484	484	483	463	470	475	480	488	488	488	1 903	1 923
Usługi przesyłu danych, wiadomości, treści oraz M2M	173	173	182	189	189	173	202	208	202	202	202	202	202	746	909
Usługi hurtowe (w tym rozliczenia z innymi operatorami)	43	43	110	128	128	146	146	138	149	171	185	185	427	643	
Sprzedaż sprzętu do usług komórkowych	1 420	1 420	1 386	1 373	1 372	1 341	1 337	1 306	1 290	1 283	1 224	1 224	5 520	5 515	
Usługi stacjonarne	521	521	506	491	491	465	466	458	444	431	413	413	1 983	1 984	
Usługi wąskopasmowe	420	420	416	415	415	412	412	410	404	396	391	391	1 663	1 601	
Usługi szerokopasmowe, telewizja i transmisja głosu przez Internet	237	237	231	230	229	235	230	221	237	234	224	224	933	927	
Rozwiązania teleinformatyczne dla przedsiębiorstw oraz z zakresu infrastruktury sieciowej	242	242	233	237	237	229	229	217	205	202	196	196	941	941	
Usługi hurtowe (w tym rozliczenia z innymi operatorami)	94	79	132	120	120	206	205	119	194	153	150	150	552	536	
Pozostałe przychody	2 995	2 980	3 064	3 046	3 045	3 087	3 062	2 930	3 013	2 971	2 925	2 925	12 212	12 191	
Przychody razem	-7,9%	n/a	-5,4%	-3,6%	n/a	-0,8%	n/a	-1,7%	-2,3%	-2,4%	-5,1%	-4,5%	n/a	-2,9%	
rok do roku**	(622)	(516)	(463)	(446)	(445)	(453)	(460)	(430)	(457)	(430)	(396)	(396)	(1 874)	(1 864)	
Koszty świadczeń pracowniczych	(1 452)	(1 447)	(1 495)	(1 441)	(1 441)	(1 425)	(1 427)	(1 476)	(1 562)	(1 524)	(1 709)	(1 709)	(6 113)	(6 110)	
Usługi obce	(280)	(280)	(297)	(322)	(322)	(332)	(332)	(321)	(333)	(342)	(349)	(349)	(1 231)	(1 231)	
- Koszty rozliczeń z innymi operatorami	(192)	(192)	(207)	(186)	(186)	(203)	(203)	(181)	(181)	(180)	(197)	(197)	(788)	(788)	
- Koszty sieci oraz usług informatycznych	(605)	(602)	(610)	(661)	(663)	(769)	(769)	(644)	(662)	(638)	(601)	(601)	(2 545)	(2 544)	
- Koszty sprzedaży	(375)	(373)	(381)	(372)	(370)	(421)	(423)	(335)	(386)	(364)	(362)	(364)	(1 549)	(1 547)	
- Pozostałe usługi obce	(79)	(79)	(148)	(125)	(125)	(63)	(50)	(69)	(78)	(88)	(122)	(122)	(405)	(387)	
Pozostałe przychody i koszty operacyjne	0	0	0	0	0	8	8	8	5	5	13	13	8	8	
Koszty rozwiązania stosunku pracy	9	9	8	6	6	34	34	5	43	10	10	10	57	57	
Zysk (straty) z tytułu sprzedaży aktywów	191	191	996	1 040	1 040	898	887	959	959	929	584	584	191	191	
Zysk ze sprzedaży Wirtualnej Polski S.A.	38,1%	31,8%	32,3%	34,1%	34,2%	29,1%	29,1%	32,7%	31,8%	31,3%	20,0%	20,0%	33,4%	31,8%	
Raportowana EBITDA	1 142	947	996	1 040	1 040	898	887	959	959	929	584	584	4 076	3 880	
% przychodów	79,1%	66,1%	68,5%	73,0%	73,0%	63,8%	63,8%	69,9%	67,9%	67,2%	42,2%	42,2%	29,4%	28,1%	
- Koszty rozwiązania stosunku pracy pomniejszone o związane z nimi ograniczenia długoterminowych świadczeń pracowniczych	(191)	(191)	44	29	29	(29)	(29)	0	0	44	44	44	(191)	(191)	
- Zysk ze sprzedaży Wirtualnej Polski	957	947	1 040	1 069	1 069	861	860	960	959	929	673	673	3 921	3 916	
- Mpyw niekorygowanych rozliczeń i spraw sądowych	31,8%	31,8%	33,7%	35,1%	35,1%	27,9%	27,9%	32,8%	31,8%	31,3%	23,0%	23,0%	32,1%	29,7%	
Skorygowana EBITDA	(750)	(750)	(794)	(759)	(759)	(770)	(769)	(710)	(733)	(716)	(712)	(712)	(3 073)	(3 072)	
% przychodów	(52,2%)	(52,2%)	(55,0%)	(52,6%)	(52,6%)	(55,7%)	(55,7%)	(50,8%)	(50,8%)	(50,3%)	(48,6%)	(48,6%)	(21,9%)	(21,9%)	
Amortyzacja (Utworzenie)/odroczenie odpisu z tytułu utraty wartości aktywów trwałych	(1)	(1)	(2)	(4)	(4)	(10)	(10)	(3)	6	(1)	10	10	(17)	(17)	
EBIT	391	186	200	277	277	118	118	246	232	212	(118)	(118)	886	791	
% przychodów	27,2%	13,0%	14,0%	19,5%	19,5%	8,5%	8,5%	17,9%	17,6%	15,3%	(8,5%)	(8,5%)	6,5%	5,7%	
Koszty finansowe, netto	(119)	(119)	(85)	(85)	(85)	(83)	(83)	(89)	(89)	(76)	(81)	(81)	(405)	(405)	
Podatek dochodowy	(1)	(1)	12	(52)	(52)	(5)	(5)	(17)	(30)	(26)	(46)	(46)	(46)	(46)	
Skonsolidowany zysk netto	271	76	94	140	140	30	30	171	126	110	(153)	(153)	535	340	
% przychodów	18,9%	5,3%	6,5%	9,9%	9,9%	2,1%	2,1%	12,5%	9,0%	7,9%	(9,6%)	(9,6%)	3,9%	2,5%	

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

** zmiana obliczona na podstawie danych pro forma

Kluczowe wskaźniki operacyjne Grupy Orange Polska

Kluczowe wskaźniki operacyjne Grupy

baza klientów (w tys.)	2014				2015			
	1 kw.	2 kw.	3 kw.	4 kw.	1 kw.	2 kw.	3 kw.	4 kw.
Klienci konwergentni¹	352	418	480	539	591	627	667	728
Stacjonarne usługi głosowe								
POTS, ISDN i WLL	4 203	4 133	4 061	3 974	3 880	3 780	3 681	3 580
VoIP jako linia główna	482	500	518	538	555	567	587	614
Razem łącza główne – rynek detaliczny	4 685	4 633	4 579	4 512	4 435	4 347	4 268	4 194
Dostępny szerokopasmowy								
ADSL	2 051	2 031	2 006	1 959	1 902	1 850	1 794	1 734
VHBB (VDSL+FTTH)	94	116	140	174	207	232	271	316
CDMA	140	134	123	108	89	77	66	55
Rynek detaliczny – łącznie	2 285	2 281	2 269	2 241	2 198	2 159	2 131	2 105
Baza klientów usług TV								
IPTV	123	129	135	143	150	156	169	184
DTH (telewizja satelitarna)	585	591	600	605	606	605	605	603
Liczba klientów usług TV	708	720	735	748	756	761	774	787
W tym pakiety telewizyjne 'nc+' ²	124	132	141	150	158	158	164	182
3P usługi (TV+BB+VoIP)	364	383	402	423	441	455	478	507
Liczba klientów telefonii komórkowej								
Post-paid	7 360	7 459	7 533	7 679	7 727	7 897	8 087	8 361
- w tym klienci biznesowi	2 456	2 464	2 468	2 498	2 496	2 561	2 601	2 688
Pre-paid	8 035	8 002	8 058	7 950	7 791	7 690	7 606	7 545
Razem²	15 395	15 461	15 591	15 629	15 518	15 587	15 693	15 906
- w tym abonenci dedykowanych usług mobilnego dostępu szerokopasmowego	1 233	1 319	1 413	1 521	1 598	1 700	1 813	2 012
Liczba klientów usług hurtowych								
WLR	1 237	1 176	1 111	1 046	991	933	886	832
BSA	322	311	295	280	263	261	254	245
LLU	169	165	159	152	146	141	136	131

¹ Klienci konwergentni zawierają się w stacjonarnych usługach głosowych, dostępowych szerokopasmowych oraz w liczbie klientów telefonii komórkowej

² w wszyscy klienci, włączając głos, M2M i dostęp szerokopasmowy

kwartalne ARPU w zł na miesiąc	2014				2015			
	1 kw.	2 kw.	3 kw.	4 kw.	1 kw.	2 kw.	3 kw.	4 kw.
detaliczne ARPU z usług głosowych telefonii stacjonarnej	42,4	41,9	41,4	40,0	40,4	40,2	40,0	39,3
ARPU z usług dostępu szerokopasmowego, telewizji i VoIP	60,5	60,4	60,4	60,4	60,8	61,4	61,2	61,2
ARPU z usług telefonii komórkowej								
Post-paid	55,6	55,6	53,3	51,4	50,5	50,0	49,1	47,1
- w tym klienci biznesowi	68,0	65,7	61,2	57,2	57,1	55,0	53,9	49,8
Pre-paid	11,9	12,2	12,7	12,8	12,1	12,9	13,2	12,7
Zagregowane	31,8	32,1	31,4	30,7	30,2	30,6	30,6	29,8
ARPU z usług detalicznych	28,2	28,3	27,3	26,2	25,6	25,7	25,6	24,5
ARPU z usług hurtowych	3,6	3,9	4,1	4,5	4,6	4,9	5,0	5,3
ARPU z usług głosowych								
Post-paid	35,3	35,0	32,7	30,7	30,0	29,3	28,0	26,2
Pre-paid	8,0	8,0	8,1	8,0	7,8	8,4	8,8	8,2
Zagregowane	20,4	20,4	19,5	18,5	18,3	18,4	18,1	17,1
ARPU z usług przesyłu danych								
Post-paid	9,9	9,9	10,4	10,4	10,7	11,2	12,1	12,0
Pre-paid	0,7	0,9	1,6	1,5	1,0	1,3	1,3	1,4
Zagregowane	4,8	5,0	5,6	5,6	5,6	6,0	6,5	6,7
ARPU z SMS/MMS i innych usług								
Post-paid	10,5	10,8	10,2	10,3	9,8	9,5	9,0	8,9
Pre-paid	3,3	3,3	3,1	3,4	3,2	3,2	3,1	3,1
Zagregowane	6,5	6,8	6,4	6,6	6,3	6,2	6,0	6,0

pozostałe statystyki operacyjne telefonii komórkowej	2014				2015			
	1 kw.	2 kw.	3 kw.	4 kw.	1 kw.	2 kw.	3 kw.	4 kw.
Klienci operatorów wirtualnych (MVNO) (w tys.)	59	32	31	22	11	8	8	7
Liczba smartfonów (w tys.)	3 920	4 044	4 284	4 581	4 768	4 965	5 256	5 470
Ruch i wskaźnik odejść								
AUPU (w minutach)								
Post-paid	305,9	320,2	326,1	334,3	335,6	345,0	341,3	342,5
Pre-paid	90,5	93,5	96,3	97,4	100,0	106,0	107,8	107,5
Zagregowane	187,1	197,6	202,3	207,3	210,9	220,1	221,1	223,9
Wskaźnik odejść klientów telefonii komórkowej w danym kwartale (w %)								
Post-paid	3,4	3,3	3,4	3,5	3,7	3,2	3,0	3,0
Pre-paid	14,9	14,9	16,4	16,8	16,7	16,1	17,0	16,9
Subsidia								
SAC post-paid (zł)	441,4	366,4	340,0	368,0	375,1	320,8	306,8	336,4
SRC post-paid (zł)	321,8	240,0	247,8	297,3	292,3	259,0	214,6	277,6
Pokrycie sieci								
Pokrycie dla sieci 4G (w % ludności)	28,7%	51,7%	58,7%	60,9%	72,0%	78,8%	79,0%	83,7%
Pokrycie dla sieci 3G (w % ludności)	90,9%	97,2%	99,2%	99,4%	99,4%	99,4%	99,6%	99,6%
Struktura zatrudnienia w Grupie - dane raportowane (w przeliczeniu na pełne aktywne etaty, na koniec okresu)								
	1 kw.	2 kw.	3 kw.	4 kw.	1 kw.	2 kw.	3 kw.	4 kw.
Orange Polska	19 224	18 594	18 207	18 047	17 887	17 393	16 871	16 599
50% pracowników Networks	396	396	395	395	369	354	356	368
Razem	19 620	18 990	18 602	18 442	18 256	17 747	17 227	16 967

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 dostępu.

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