



Warszawa, 25 lipca 2014 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 54/2014

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 drugi kwartał i pierwsze półrocze 2014 roku.

Orange Polska informuje o kontynuacji solidnych trendów komercyjnych oraz o poprawie wyników finansowych w 2 kw. 2014

Podsumowanie 2 kw. 2014:

- spadek przychodów ograniczony do $-2,2\%$ ¹ rok-do-roku, z wyłączeniem wpływu regulacji², wobec $-5,0\%$ w 1 kw.
 - przychody z usług mobilnych, z wyłączeniem wpływu regulacji², $+1,7\%$ rok-do-roku wobec $-0,3\%$ w 1 kw., odzwierciedlają głównie przyrost bazy klientów i wyższe przychody ze sprzedaży sprzętu
 - wpływ regulacji w wysokości -107 mln zł wynika głównie z obniżek stawek MTR
- utrzymanie solidnych trendów komercyjnych:
 - wzrost liczby klientów Orange Open o 66 tys. do 418 tys., 3,3x liczby klientów w poprzednim roku
 - utrzymanie dobrej dynamiki w telefonii komórkowej: przyrost liczby klientów $+3,4\%$ rok-do-roku
 - $+99$ tys. przyłączeń post-paid netto w 2 kw., ok. 500 tys. w ostatnich 12 miesiącach
 - zbilansowana statystyka przenoszenia numerów w 2 kw. (z wyłączeniem klientów kluczowych: $+11$ tys. względem 1 kw.)
 - spadek netto stacjonarnych łączy głosowych ograniczony do 52 tys. w 2 kw. ($1,1\%$ wszystkich łączy) wobec -95 tys. w 2 kw. 2013 ($1,9\%$ wszystkich łączy)

¹ Wg wyników finansowych pro forma

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

- skorygowana³ EBITDA +5,1% rok-do-roku, marża EBITDA na poziomie 33,7% (+3,3 pp. rok-do-roku), dzięki poprawie dynamiki przychodów oraz ścisłej kontroli kosztów
- 78 mln zł oszczędności kosztowych osiągniętych w 2 kw., o 19 mln zł więcej niż w 1 kw.
- organiczne przepływy pieniężne w 1 półroczu w wysokości 482 mln zł, +83 mln zł rok-do-roku; potwierdzony cel całoroczny w zakresie organicznych przepływów pieniężnych

Kluczowe wskaźniki (w mln zł), MSSF	2 kw. 2014	2 kw. 2013	Zmiana	1 poł. 2014	1 poł. 2013	Zmiana
przychody Grupy	3 084	3 261 ¹	-5,4% ¹	6 079	6 513 ¹	-6,7% ¹
z wyłączeniem wpływu regulacji ²			-2,2% ¹			-3,6% ¹
skorygowana EBITDA ³	1 040	990 ¹	+5,1% ¹	1 991	2 036 ¹	-2,2% ¹
skorygowana EBITDA ³ (jako % przychodów)	33,7%	30,4% ¹	+3,3 pp ¹	32,8%	31,3% ¹	+1,5 pp ¹
zysk netto	94	76	+23,7%	365	157	+132%
organiczne przepływy pieniężne	325	189	+72,0%	482	399	+20,8%

Odnośząc się do wyników Grupy w 2 kw. 2014 roku, Bruno Duthoit, Prezes Zarządu, stwierdził:

„W 2 kw. utrzymaliśmy w większości obszarów dobre wyniki komercyjne, osiągając jednocześnie solidne wyniki w zakresie przychodów, rentowności i przepływów pieniężnych. Oferta konwergentna Open nadal dobrze się sprzedaje, liczba klientów komórkowych w segmencie post-paid w dalszym ciągu rośnie, a przy tym ograniczyliśmy utratę stacjonarnych łączy głosowych do zaledwie 1,1%. Aby zwiększyć dostępność smartfonów wprowadziliśmy możliwość ich zakupu na raty, co znacząco polepszyło dynamikę przychodów i rentowność. Jednak presja cenowa, zwłaszcza na rynku biznesowym, wpłynęła negatywnie na ARPU z usług mobilnych. Wyniki segmentu szerokopasmowego również pozostają niezadowolające. Program ścisłej optymalizacji kosztów ponownie przyniósł dobre wyniki, przyczyniając się pozytywnie do osiągniętych w tym kwartale wyników finansowych. W maju, krajowy regulator wystąpił z propozycją deregulacji rynku szerokopasmowego, która – jeżeli przebiegnie pomyślnie – może otworzyć przed nami nowe możliwości. W 2 kw. przyspieszyliśmy działania operacyjne: pokrycie siecią 3G zwiększyło się do 97% mieszkańców Polski, a pokrycie siecią 4G przekroczyło 50%.

Nie przewidujemy, żeby konkurencja na rynku miała osłabnąć, lecz uważamy, że dysponujemy właściwymi narzędziami, by skutecznie jej sprostać. Spodziewamy się także, że oferty wprowadzone w 2 kw. zyskają na dynamice.”

³ Wg wyników finansowych pro forma, skorygowanych o zysk ze sprzedaży Wirtualnej Polski (191 mln zł) w 1 kw. 2014, wpływ niektórych roszczeń i sporów sądowych (-44 mln zł) w 2 kw. 2013 oraz koszty restrukturyzacji (-18 mln zł) w 1 kw. 2013

Wyniki finansowe

spadek przychodów ograniczony do zaledwie -2,2% rok-do-roku, z wyłączeniem wpływu regulacji

Skonsolidowane przychody w 2 kw. wyniosły 3 084 mln zł i w ujęciu rocznym zmniejszyły się o 5,4%. Spadek odzwierciedla utratę przychodów (107 mln zł) w wyniku decyzji regulacyjnych, głównie obniżki stawek MTR⁴. Z wyłączeniem wpływu regulacji, spadek przychodów został ograniczony do 70 mln zł, tj. 2,2% rok-do-roku, wobec 159 mln zł (5%) w poprzednim kwartale. Na poprawę wyników złożyły się przede wszystkim dwa czynniki. Po pierwsze, przychody z usług mobilnych, z wyłączeniem wpływu regulacji, wzrosły o 1,7% w ujęciu rocznym, do czego przyczyniło się wprowadzenie ratalnej sprzedaży urządzeń mobilnych, (co znacznie zwiększyło przychody ze sprzedaży sprzętu) oraz przyrost liczby klientów, co łącznie zrównoważyło presję cenową. Drugim czynnikiem pozytywnie oddziałującym na przychody był wzrost pozostałych przychodów o 16 mln zł rok-do-roku, który w większości wynikał z realizacji szerokopasmowych projektów infrastrukturalnych we współpracy z władzami samorządowymi.

Na koniec 2 kw. liczba klientów Orange Open osiągnęła 418 tys. Liczba przyłączeń netto utrzymała się na tym samym poziomie, co w poprzednim kwartale i wyniosła 66 tys. Potwierdzeniem potencjału tej oferty w zakresie dosprzedaży jest to, że w chwili zawierania umowy 60% klientów dokupiło dodatkowe usługi stacjonarne lub komórkowe, co korzystnie wpłynęło na łączne ARPU.

Tempo wzrostu liczby klientów komórkowych utrzymało się na wysokim poziomie 3,4% rok-do-roku. W 2 kw. Orange Polska pozyskała netto 99 tys. klientów abonamentowych, co przełożyło się na wzrost liczby klientów w tym segmencie o 7% rok-do-roku. Kwartalny przyrost liczby klientów mobilnego dostępu do Internetu (+86 tys.) był najwyższy w historii. Utrzymująca się presja cenowa (głównie na rynku biznesowym) oraz rosnąca popularność ofert bez telefonu (SIMO) przyczyniły się do spadku ARPU o 9% rok-do-roku (przy czym względem 1 kw. wskaźnik ten był stabilny).

Na wskaźniki dotyczące segmentu stacjonarnego w dalszym ciągu pozytywnie wpływało łączenie produktów w pakiety oraz konwergencja. Ewolucja liczby klientów telefonii stacjonarnej uległa dalszej poprawie: utrata łączy netto została ograniczona do -52 tys. w 2 kw. 2014 wobec -56 tys. w 1 kw. 2014 oraz -95 tys. w 2 kw. 2013.

Kluczowe wskaźniki KPI (w tys.)	2 kw. 2014	2 kw. 2013	Zmiana
liczba klientów Orange Open	418	125	+234,4%
liczba klientów 3P (Internet, TV i VoIP)	383	314	+22,0%
liczba klientów komórkowych	15 461	14 947	+3,4%
post-paid	7 459	6 970	+7,0%
pre-paid	8 002	7 977	+0,3%
stacjonarne łącza głosowe (rynek detaliczny)	4 633	4 881	-5,1%
stacjonarne dostępy szerokopasmowe (rynek detaliczny)	2 281	2 317	-1,6%
mobilne dostępy szerokopasmowe	1 319	1 079	+22,2%
liczba klientów usług TV	720	699	+3,0%

⁴ Stawka za zakańczanie połączeń głosowych w sieciach komórkowych (MTR) została od 1 lipca 2013 roku obniżona z 8,26 gr/min do 4,29 gr/min. W 1 półroczu 2012, stawka MTR wynosiła 15,20 gr/min, a w 2 półroczu 2012 – 12,23 gr/min.

skorygowana⁵ marża EBITDA na poziomie 33,7% (+3,3 pp. rok-do-roku), dzięki poprawie dynamiki przychodów oraz ciągłej kontroli kosztów

Skorygowana EBITDA⁵ za 2 kw. 2014 wyniosła 1 040 mln zł i wzrosła do 33,7% przychodów. W ujęciu rocznym, zwiększyła się o 50 mln zł. Do wzrostu przyczyniła się wspomniana wyżej poprawa ewolucji przychodów – niekorzystny wpływ zmiany przychodów, z wyłączeniem wpływu regulacji, na EBITDA wyniósł jedynie 70 mln zł. Innym ważnym czynnikiem, który przyczynił się do wzrostu EBITDA, był program optymalizacji kosztów, który przyniósł 78 mln zł oszczędności. Na wysokość EBITDA wpłynęły też pozytywnie: poprawa w zakresie innych kosztów (niższe koszty pracy z powodu korekty funduszu socjalnego o 32 mln zł) oraz spadek bezpośrednich kosztów komercyjnych o 31 mln zł, osiągnięty pomimo wzrostu liczby przyłączeń netto mobilnych klientów abonamentowych. Decyzje regulacyjne obniżyły EBITDA o 19 mln zł. Ponadto, zwiększony poziom ruchu przyczynił się do wzrostu kosztów międzyoperatorskich Grupy o 30 mln zł.

zysk netto w 2 kw. w wysokości 94 mln zł, wzrost o 24% rok-do-roku

Zysk netto w 2 kw. 2014 zwiększył się do 94 mln zł wobec 76 mln zł w 2 kw. 2013 roku. Wzrost zysku odzwierciedla dodatnią różnicę w wykazanym podatku dochodowym w wysokości 46 mln zł, wynikającą z naliczonych w 2 kw. zwrotów podatku i ulgi na nowe technologie.

Zysk operacyjny zmniejszył się o 18 mln zł rok-do-roku w związku ze spadkiem EBITDA o 8 mln zł oraz wyższymi o 11 mln zł kosztami amortyzacji (z powodu jednorazowych odpisów wykazanych w 2 kw.). Na koszty finansowe w omawianym okresie niekorzystnie wpłynęła wycena instrumentów pochodnych do wartości rynkowej.

organiczne przepływy pieniężne w wysokości 325 mln zł w 2 kw., a w efekcie 482 mln zł narastająco w 1 półroczu, zgodne z celem całorocznym

Organiczne przepływy pieniężne wyniosły w 2 kw. 2014 roku 325 mln zł wobec 189 mln zł rok wcześniej. Wzrost przepływów pieniężnych wynikał przede wszystkim z wyższych o 88 mln zł rok-do-roku środków pieniężnych z działalności operacyjnej (przed zapłaconym podatkiem dochodowym i zmianą kapitału obrotowego), na co z kolei złożyły się dwa czynniki: wyższa skorygowana EBITDA oraz niższe zapłacone odsetki netto. Jednocześnie, wypływ środków pieniężnych z tytułu nakładów inwestycyjnych zmniejszył się o około 40 mln zł. Ponadto, zapotrzebowanie na kapitał obrotowy zmniejszyło się o 19 mln zł rok-do-roku, głównie ze względu na korzystną zmianę stanu zobowiązań handlowych i zapasów.

Odnosząc się do wyników za 2 kw. 2014 roku, Maciej Nowohoński, Członek Zarządu ds. Finansów, stwierdził:

„W ostatnim kwartale utrzymaliśmy solidną dynamikę działalności komercyjnej, a jednocześnie kontynuowaliśmy ścisłą kontrolę kosztów we wszystkich obszarach, co w omawianym okresie przyniosło blisko 80 mln zł oszczędności. W efekcie, w 2 kw. zwiększyliśmy skorygowaną marżę EBITDA do prawie 34%. Ponadto, tak jak zapowiadaliśmy w ubiegłym kwartale, zwiększyliśmy generowane środki pieniężne, dzięki czemu możemy potwierdzić nasz cel całoroczny w zakresie organicznych przepływów pieniężnych⁶.”

⁵ Wg wyników finansowych pro forma, skorygowanych o zysk ze sprzedaży Wirtualnej Polski (191 mln zł) w 1 kw. 2014, wpływ niektórych roszczeń i sporów sądowych (-44 mln zł) w 2 kw. 2013 oraz koszty restrukturyzacji (-18 mln zł) w 1 kw. 2013

⁶ Zarząd spodziewa się, że organiczne przepływy pieniężne będą w 2014 roku co najmniej stabilne względem roku 2013 (1,1 mld zł), z wyłączeniem zdarzeń jednorazowych: (i) wydatków na odnowienie istniejących licencji, (ii) wydatków na nowe częstotliwości, (iii) ewentualnych płatności kary nałożonej przez Komisję Europejską lub z tytułu innych roszczeń i sporów.

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 2 kwartał 2014 **Piątek, 25 lipca 2014**

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 Q2 2014 Results

Numery do telekonferencji:

Wlk. Brytania/Europa: +44-203-427-1909
USA: +1-212-444-0412

Bezpłatne numery telefoniczne:

Wlk. Brytania: 0800-279-4977
USA: +1-877-280-2296

Wyniki zostaną udostępnione 25 lipca, w godzinach porannych, na stronie internetowej Orange Polska (www.orange.pl/investors).

Skonsolidowane wyniki Grupy Kapitałowej Orange Polska

w milionach złotych	2013								2014	
	1 kw.		2 kw.		3 kw.		4 kw.		1 kw.	2 kw.
Rachunek zysków i strat	raportowane	pro forma*	raportowane	pro forma*	raportowane	pro forma*	raportowane	pro forma*	raportowane	raportowane
Przychody										
Usługi telefonii komórkowej	1 533	1 533	1 590	1 590	1 514	1 514	1 473	1 473	1 438	1 456
Połączenia głosowe	887	887	917	917	906	906	835	835	804	799
Usługi przesyłu danych, wiadomości, treści oraz M2M	433	433	443	443	448	448	470	470	461	475
Usługi hurtowe	213	213	230	230	160	160	168	168	173	182
Sprzedaż sprzętu do telefonii komórkowej	33	33	40	40	35	35	41	41	43	110
Usługi telefonii stacjonarnej	1 554	1 554	1 515	1 515	1 500	1 500	1 488	1 488	1 420	1 386
Dostęp wąskopasmowy	614	614	582	582	559	559	542	542	521	506
Dostęp szerokopasmowy, TV i VoIP	421	421	421	421	422	422	423	423	420	416
Rozwiązania teleinformatyczne dla przedsiębiorstw	251	251	250	250	258	258	261	261	237	231
Usługi hurtowe	268	268	262	262	261	261	262	262	242	233
Pozostałe przychody	147	132	158	116	147	112	155	110	94	132
Przychody razem	3 267	3 252	3 303	3 261	3 196	3 161	3 157	3 112	2 995	3 084
rok do roku**	-7,2%	n/a	-9,9%	n/a	-7,9%	n/a	-9,3%	n/a	-7,9%	-5,4%
Koszty świadczeń pracowniczych	(545)	(538)	(516)	(502)	(453)	(442)	(432)	(420)	(522)	(453)
Usługi obce	(1 596)	(1 593)	(1 649)	(1 635)	(1 501)	(1 484)	(1 694)	(1 674)	(1 452)	(1 495)
- Koszty rozliczeń z innymi operatorami	(314)	(314)	(358)	(357)	(284)	(284)	(295)	(295)	(280)	(297)
- Koszty dotyczące sieci i systemów informatyczny	(188)	(187)	(209)	(208)	(208)	(208)	(241)	(231)	(192)	(207)
- Koszty sprzedaży	(642)	(696)	(620)	(659)	(562)	(603)	(752)	(768)	(605)	(610)
- Usługi związane z ofertą programową	(37)	(36)	(43)	(42)	(34)	(33)	(35)	(34)	(35)	(31)
- Inne usługi obce	(415)	(360)	(419)	(369)	(413)	(356)	(371)	(346)	(340)	(350)
Pozostałe przychody i koszty operacyjne	(85)	(85)	(144)	(144)	(92)	(91)	(166)	(166)	(79)	(148)
Koszty rozwiązania stosunku pracy	(18)	(18)	(1)	(1)		0	(167)	(167)	0	0
Zyski (straty) z tytułu sprzedaży aktywów	10	10	11	11	15	15	4	4	9	8
Zysk ze sprzedaży Wirtualnej Polski S.A.									191	
EBITDA	1 033	1 028	1 004	990	1 165	1 159	702	689	1 142	996
% przychodów	31,6%	31,6%	30,4%	30,4%	36,5%	36,7%	22,2%	22,1%	38,1%	32,3%
skorygowana EBITDA***	1 051	1 046	1 004	990	1 165	1 159	864	851	951	1 040
% przychodów	32,2%	32,2%	30,4%	30,4%	36,5%	36,7%	27,4%	27,3%	31,8%	33,7%
Amortyzacja	(791)	(789)	(783)	(778)	(775)	(770)	(758)	(756)	(750)	(794)
Odpisy aktualizujące wartość aktywów trwałych	(1)	(1)	(3)	(3)	0	0	(5)	(5)	(1)	(2)
EBIT	241	238	218	209	390	389	(61)	(72)	391	200
% przychodów	7,4%	7,3%	6,6%	6,4%	12,2%	12,3%	-1,9%	-2,3%	13,1%	6,5%
Koszty finansowe, netto	(134)	(134)	(108)	(108)	(118)	(118)	(118)	(118)	(119)	(118)
Podatek dochodowy	(26)	(25)	(34)	(32)	(33)	(33)	77	79	(1)	12
Skonsolidowany zysk netto	81	79	76	69	239	238	(102)	(111)	271	94

*pro forma skorygowana o wyłączenie z konsolidacji spółek Wirtualna Polska oraz ORE oraz uwzględniająca reklasifikację kosztów związanych z ICT (głównie sprzęt) z „innych usług obcych” do „kosztów sprzedaży” a także kosztów związanych z projektami infrastrukturalnymi dla województw z „kosztów dotyczących sieci i systemów informatycznych” do „innych usług obcych”

**zmiana obliczona na podstawie danych pro forma dla 2013

***skorygowany o koszty restrukturyzacji (-18mln zł zaksięgowane w 1 kw. 2013 i -129mln zł w 4 kw. 2013), głównie zawierające rezerwę na restrukturyzację (-18mln zł w 1 kw. 2013 oraz -167mln zł w 4 kw. 2013) i aktuarialną korektę do długoterminowych świadczeń pracowniczych, a także -33mln zł korekty związanej z połączeniem spółek TPSA i PTK zaksięgowanej w 4 kw. 2013, oraz zysku ze sprzedaży Wirtualnej Polski w 1 kw. 2014 (+191 mln zł) oraz wpływu niektórych roszczeń i spraw sądowych (-44mln zł) w 2 kw. 2014

Kluczowe wskaźniki operacyjne Grupy Orange Polska

baza klientów (w tys.)	2013				2014	
	1 kw.	2 kw.	3 kw.	4 kw.	1 kw.	2 kw.
Orange Open¹	72	125	211	286	352	418
Stacjonarne usługi głosowe						
POTS, ISDN i WLL	4 586	4 458	4 358	4 275	4 203	4 133
VoIP jako linia główna	390	423	445	466	482	500
Razem łącza główne – rynek detaliczny	4 976	4 881	4 803	4 741	4 685	4 633
Dostępny szerokopasmowe						
ADSL	2 130	2 112	2 096	2 083	2 059	2 042
VHBB (VDSL+FTTH)	28	36	49	64	86	105
CDMA	175	169	160	154	140	134
Rynek detaliczny – Grupa łącznie	2 333	2 317	2 305	2 301	2 285	2 281
Baza klientów usług TV						
IPTV	117	117	119	121	123	129
DTH (telewizja satelitarna)	582	582	583	586	585	591
Liczba klientów usług TV	699	699	702	707	708	720
W tym pakiety telewizyjne 'n'	98	101	115	123	133	144
3P usługi (TV+BB+VoIP)	286	314	333	351	364	383
Liczba klientów telefonii komórkowej						
Post-paid	6 906	6 970	7 052	7 221	7 360	7 459
- w tym klienci biznesowi	2 407	2 399	2 402	2 420	2 456	2 464
Pre-paid	7 980	7 977	8 074	8 104	8 035	8 002
Razem²	14 886	14 947	15 126	15 325	15 395	15 461
- w tym abonenci dedykowanych usług mobilnego dostępu szerokopasmowego	1 043	1 079	1 120	1 165	1 233	1 319
Liczba klientów usług hurtowych (poza Grupę)						
WLR	1 443	1 397	1 356	1 301	1 237	1 176
BSA	342	343	340	330	322	311
LLU	181	178	175	172	169	165
¹ Orange Open zawiera się w usługach stacjonarnego głosu, dostępu szerokopasmowego oraz usług telefonii komórkowej ² w wszyscy klienci, w łącząc głos, M2M i dostępszerokopasmowy						
kwartalne ARPU w zł na miesiąc	2013				2014	
	1 kw.	2 kw.	3 kw.	4 kw.	1 kw.	2 kw.
detaliczne ARPU z usług głosowych telefonii stacjonarnej Orange Polska	45,3	44,4	43,7	43,3	42,4	41,9
ARPU z usług Orange Polska dostępu szerokopasmowego, telewizji i VoIP	59,7	60,1	60,5	60,9	60,5	60,4
ARPU z usług telefonii komórkowej						
post-paid	60,4	62,7	59,2	57,2	55,6	55,6
- w tym klienci biznesowi	75,6	77,5	72,2	69,7	68,0	65,7
pre-paid	14,2	14,6	13,8	13,0	11,9	12,2
Zagregowane	34,9	36,2	34,2	32,8	31,8	32,1
ARPU z usług detalicznych	30,2	31,1	30,8	29,2	28,2	28,3
ARPU z usług hurtowych	4,7	5,1	3,4	3,6	3,6	3,9
ARPU z usług głosowych						
Post-paid	41,9	43,4	39,5	36,4	35,3	35,0
Pre-paid	9,6	10,2	9,6	8,7	8,0	8,0
Zagregowane	24,0	25,1	23,0	21,1	20,4	20,4
ARPU z usług przesyłu danych						
Post-paid	7,8	8,4	9,1	9,3	9,9	9,9
Pre-paid	0,6	0,5	0,6	0,7	0,7	0,9
Zagregowane	3,8	4,1	4,4	4,5	4,8	5,0
ARPU z SMS/MMS i innych usług						
Post-paid	10,7	10,9	10,6	11,5	10,5	10,8
Pre-paid	3,9	3,8	3,7	3,6	3,3	3,3
Zagregowane	7,0	7,0	6,8	7,1	6,5	6,8

pozostałe statystyki operacyjne telefonii komórkowej	2013				2014	
	1 kw.	2 kw.	3 kw.	4 kw.	1 kw.	2 kw.
Klienci operatorów wirtualnych (MVNO) (w tys.)	66	67	69	62	59	32
Liczba smartfonów (w tys.)	3 384	3 526	3 613	3 804	3 920	4 044
Ruch i wskaźnik odejść						
AUPU (w min.)						
Post-paid	253,1	264,6	266,8	273,7	279,7	294,7
Pre-paid	90,2	94,5	91,3	90,8	90,5	93,5
Zagregowane	165,7	173,7	173,2	176,3	180,3	190,1
Wskaźnik odejść klientów telefonii komórkowej w danym kwartale (w %)						
Post-paid	3,7	3,6	3,3	3,4	3,4	3,3
Pre-paid	15,5	15,1	14,6	14,8	14,9	14,9
Subsydia						
SAC post-paid (zł)	556,8	502,3	484,8	521,6	441,4	366,4
SRC post-paid (zł)	446,8	381,9	358,4	420,4	321,8	240,0
Pokrycie						
Pokrycie dla sieci 3G Grupy (w % ludności)	69,9%	73,7%	85,5%	90,2%	90,9%	97,2%
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.
	raportowane	raportowane	raportowane	raportowane	raportowane	raportowane
Orange Polska	21 617	21 024	20 143	19 922	19 224	18 594
50% pracowników Networks	395	392	398	397	396	396
Razem	22 012	21 416	20 541	20 319	19 620	18 990

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