



Warszawa, 27 lipca 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 38/2015

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 drugi kwartał i pierwsze półrocze 2015 roku.

Orange Polska ogłasza dobre wyniki komercyjne w segmencie komórkowych usług abonentowych oraz zadowalające wyniki finansowe za 2 kw. 2015 roku

Podsumowanie 2 kw. 2015:

- zmiana przychodów o -2,3% rok-do-roku, odzwierciedlająca mniejszy wpływ ze sprzedaży sprzętu
- **wyniki komercyjne: bardzo dobre wyniki w segmencie komórkowych usług abonentowych, obszar usług stacjonarnych pod presją**
 - przyrost o +6% rok-do-roku liczby mobilnych klientów abonentowych, +170 tys. przyłączeń netto w 2 kw.
 - przyrost o +29% rok-do-roku liczby klientów mobilnego dostępu do Internetu, +102 tys. przyłączeń netto w 2 kw.
 - przyrost o +50% rok-do-roku liczby klientów Orange Open, korzystających z blisko 2,6 mln usług, +36 tys. przyłączeń netto w 2 kw.
 - liczba użytkowników sieci LTE na poziomie 1 270 tys., +370 tys. przyłączeń netto w 2 kw.
 - przyrost o +6% rok-do-roku liczby klientów usług TV, +5 tys. przyłączeń netto w 2 kw.
 - przyrost o +100% rok-do-roku liczby klientów VHBB, +25 tys. przyłączeń netto w 2 kw., baza klientów technologii ADSL pod presją, z utratą 52 tys. klientów netto w 2 kw.
 - utrata liczby stacjonarnych łączy głosowych: -88 tys. wobec -77 tys. w 1 kw.
- marża EBITDA na poziomie 31,8% (-1,9 pp rok-do-roku¹), odzwierciedlająca wyższe koszty sprzedaży, przy korzystnym wpływie 85 mln zł oszczędności kosztowych oraz zysku ze sprzedaży aktywów (43 mln zł)
- **organiczne przepływy pieniężne² w pierwszym półroczu w wysokości 531 mln zł, +49 mln zł rok-do-roku; cel całoroczny potwierdzony**

¹ według danych porównywalnych, zgodnie z tabelą na str. 4

² 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

Kluczowe wskaźniki (w mln zł), MSSF	2 kw. 2015	2 kw. 2014	zmiana	1 poł. 2015	1 poł. 2014	zmiana
przychody Grupy ³	3 013	3 084	-2,3%	5 943	6 064	-2,0%
z wyłączeniem wpływu regulacji ³			-1,6%			-1,3%
skorygowana EBITDA ³	959	1 040	-7,8%	1 919	1 987	-3,4%
skorygowana EBITDA ³ (jako % przychodów)	31,8%	33,7%	-1,9 pp	32,3%	32,8%	-0,5 pp
zysk netto	126	94	+34,0%	297	365	-18,6%
organiczne przepływy pieniężne (zgodnie z definicją celu całorocznego)	379	325	+16,6%	531	482	+10,2%

Odnośząc się do wyników za 2 kw. 2015 roku, Bruno Duthoit, Prezes Zarządu, stwierdził:

„Intensywne działania marketingowe w 2 kw. przełożyły się na znaczącą poprawę dynamiki działalności komercyjnej w segmencie mobilnych usług abonamentowych. Osiągnęliśmy wysoką liczbę przyłączeń netto we wszystkich grupach klientów: biznesowych, indywidualnych i telemetrii (M2M). Jednak w obszarze usług stacjonarnych utrzymywała się duża presja na usługi głosowe i dostępu do Internetu w technologii ADSL. Przeciwdziałając tej sytuacji, w uzupełnieniu podjętych wcześniej działań, zdecydowaliśmy o obniżeniu cen Neostrady na obszarach regulowanych. W efekcie, w całej Polsce obowiązują obecnie jednolite stawki na wszystkie dostępne prędkości tej usługi. Ponadto, w celu dodatkowego wsparcia oferty konwergentnej, po raz pierwszy wprowadziliśmy dedykowane plany mobilne dostępne tylko dla użytkowników usług stacjonarnych.

Z uwagi na utrzymującą się dużą konkurencyjność rynku nasze plany na drugie półrocze obejmują kontynuację aktywnych działań marketingowych, w obszarze mobilnym i stacjonarnym. Zgodnie z naszymi założeniami, znacznie przyspieszy realizacja projektu budowy sieci światłowodowej. Potwierdzamy ogłoszone w lutym cele w zakresie liczby gospodarstw domowych w zasięgu tej sieci oraz wysokości nakładów inwestycyjnych. Jesteśmy przekonani, że długofalowo przełoży się to na znaczne zwiększenie przewagi konkurencyjnej Orange Polska.”

Wyniki finansowe

zmiana przychodów o -2,3% rok-do-roku (-1,6% rok-do-roku z wyłączeniem wpływu regulacji)

Skonsolidowane przychody w 2 kw. wyniosły 3 013 mln zł i w ujęciu rocznym zmniejszyły się o 71 mln zł, tj. 2,3%. Wpływ decyzji regulacyjnych wyniósł 22 mln zł i był związany głównie z obniżkami stawek roamingowych w Unii Europejskiej. Z wyłączeniem wpływu regulacji, spadek przychodów wyniósł 49 mln zł, tj. 1,6% rok-do-roku, wobec 31 mln zł (1,0%) w poprzednim kwartale. To nieznaczne pogorszenie trendu wynikało z wolniejszego rok-do-roku wzrostu przychodów ze sprzedaży sprzętu, które w 2 kw. zwiększyły się o 39 mln zł wobec wzrostu o 95 mln zł w poprzednim kwartale. Czynniki ten został zrównoważony przez wzrost pozostałych przychodów o 62 mln zł rok-do-roku, wynikający ze wzrostu przychodów z usług ICT oraz realizacji infrastrukturalnych projektów sieci szerokopasmowych we współpracy z władzami samorządowymi.

Całkowita liczba klientów mobilnych nie uległa znaczącej zmianie. Nastąpiła jednak istotna poprawa w segmencie mobilnych usług abonamentowych, w którym działania komercyjne w połączeniu z nowymi atrakcyjnymi planami taryfowymi przyczyniły się do osiągnięcia 170 tys. przyłączeń netto w 2 kw. Wzrost ten rozłożył się pomiędzy poszczególne grupy klientów: biznesowych, indywidualnych i telemetrii (M2M). Baza klientów usług przedpłaconych nadal się zmniejszała, lecz wolniej niż w poprzednim kwartale. Liczba klientów mobilnego internetu osiągnęła poziom 1,7 mln, przy prawie

³ według danych porównywalnych, zgodnie z tabelą na str. 4

rekordowym wzroście o 102 tys. w 2 kw. Liczba użytkowników sieci LTE osiągnęła blisko 1,27 mln, przy czym jej przyrost był szybszy niż w 1 kw. Wskaźnik penetracji dla smartfonów w segmencie głosowych usług abonamentowych wzrósł w ujęciu rok do roku z 45% do 55%.

Dynamika zagregowanego wskaźnika ARPU nieznacznie się poprawiła względem poprzedniego kwartału i wyniosła -4,7% rok-do-roku. Korzystny wpływ na ten wskaźnik miał wzrost ruchu przychodzącego oraz dobre wyniki w segmencie przedpłaconym. Wskaźnik ARPU z usług mobilnego przesyłu danych zwiększył się o 20% rok-do-roku, w wyniku wzrostu ruchu na jednego klienta o ponad 100% rok-do-roku, a udział tego wskaźnika w zagregowanym ARPU wzrósł do 20% (z 16% rok wcześniej).

Liczba klientów rozwiązań Orange Open nadal rosła, zwiększając się w ujęciu rocznym o 50% (w tym 36 tys. przyłączeń netto w 2 kw.). Łączna liczba usług, z których korzystają klienci Orange Open, osiągnęła blisko 2,6 mln, co oznacza, że na jednego klienta przypadają średnio ponad cztery usługi.

Wyniki komercyjne w obszarze usług stacjonarnych w 2 kw. odzwierciedlały dużą konkurencję rynkową. Utrata stacjonarnych łączy głosowych przyspieszyła do 88 tys. wobec 77 tys. w 1 kw. Pomimo wzrostu liczby klientów szybkiego dostępu do Internetu (o 25 tys. w 2 kw.), na całkowitą bazę klientów detalicznych usług stacjonarnego dostępu szerokopasmowego w dalszym ciągu niekorzystnie wpływał proces zastępowania tych usług przez mobilny dostęp do Internetu. Przełożyło się to na spadek liczby łączy ADSL o 52 tys. w 2 kw. Pozytywnym czynnikiem był wzrost ARPU z usług internetowych o blisko 2% rok-do-roku, wynikający z rosnącej penetracji pakietów usług. Stale rośnie liczba klientów oferty FunPack (3P), którzy stanowią już 21% całkowitej bazy klientów usług dostępu szerokopasmowego (wobec 17% w analogicznym okresie ubiegłego roku).

Kluczowe wskaźniki KPI (w tys.)	2 kw. 2015	2 kw. 2014	Zmiana
liczba klientów Orange Open	627	418	+50,0%
liczba klientów 3P (Internet, TV i VoIP)	455	383	+18,8%
liczba klientów komórkowych	15 587	15 461	+0,8%
post-paid	7 897	7 459	+5,9%
pre-paid	7 690	8 002	-3,9%
stacjonarne łącza głosowe (rynek detaliczny)	4 347	4 633	-6,2%
stacjonarne dostępy szerokopasmowe (rynek detaliczny)	2 159	2 281	-5,3%
mobilne dostępy szerokopasmowe	1 700	1 319	+28,9%
liczba klientów usług TV	761	720	+5,7%

marża EBITDA na poziomie 31,8%(-1,9 pp rok-do-roku⁴), odzwierciedlająca wyższe koszty sprzedaży oraz zysk ze sprzedaży aktywów

EBITDA za 2 kw. 2015 roku wyniosła 959 mln i w ujęciu rocznym była niższa o 81 mln, tj. 7,8%⁴. Spadek ten odzwierciedlał głównie niższe przychody, wyższe koszty międzyoperatorskie (w wyniku rosnącego udziału Nielimitowanych planów mobilnych) oraz inwestycje w pozyskanie klientów. Bezpośrednie koszty sprzedaży zwiększyły się o 39 mln zł rok-do-roku w wyniku wzrostu liczby pozyskanych i utrzymanych klientów, (co przyczyniło się do poprawy dynamiki działalności komercyjnej w komórkowym segmencie abonamentowym). Korzystny wpływ na EBITDA miały natomiast dwa czynniki: 85 mln zł oszczędności uzyskanych w wyniku programu optymalizacji kosztów oraz 43 mln zysku ze sprzedaży aktywów.

⁴ według danych porównywalnych, zgodnie z tabelą na str. 4

zysk netto w 2 kw. w wysokości 126 mln zł, wzrost o 34% rok-do-roku

Zysk netto Orange Polska w 2 kw. 2015 roku wyniósł 126 mln zł i był o 32 mln zł wyższy niż w analogicznym okresie 2014 roku. Wzrost zysku odzwierciedlał niższą amortyzację (o 61 mln zł rok-do-roku) oraz niższe koszty finansowe netto (o 42 mln w porównaniu z 2 kw. 2014 roku), które zmniejszyły się w wyniku refinansowania długu. Te korzystne czynniki zrównoważyły niższą wykazaną EBITDA oraz wyższy o 42 mln zł podatek dochodowy (w 2 kw. 2014 roku do jego obniżenia przyczynił się jednorazowy zwrot podatku oraz ulga na nowe technologie).

organiczne przepływy pieniężne⁵ w wysokości 379 mln zł w 2 kw., a w efekcie 531 mln zł narastająco w 1 półroczu, zgodne z celem całorocznym

Organiczne przepływy pieniężne wyniosły w 2 kw. 2015 roku 379 mln zł wobec 325 mln zł rok wcześniej. Wzrost przepływów pieniężnych w ujęciu rocznym wynikał przede wszystkim z niższego o 46 mln zł wypływu środków pieniężnych na nakłady inwestycyjne oraz wyższych o 53 mln wpływów netto ze sprzedaży aktywów. Z drugiej strony, na przepływy pieniężne niekorzystnie wpłynął wzrost zapotrzebowania na kapitał obrotowy o 47 mln ze względu na niższą korzystną zmianę stanu zobowiązań handlowych (co wynikało ze wzrostu rok-do-roku płatności za telefony komórkowe zakupione w 1 kw.).

Odnosząc się do wyników za 2 kw. 2015 roku, Maciej Nowohoński, Członek Zarządu ds. Finansów, stwierdził:

„W 2 kw. osiągnęliśmy solidne wyniki finansowe. Niższy rok-do-roku wzrost przychodów ze sprzedaży sprzętu telefonii komórkowej został w dużej mierze zrównoważony przez przychody z projektów infrastrukturalnych i usług ICT. Nasilone działania marketingowe odbiły się na EBITDA, ale przyczyniły się do wyraźnej poprawy wyników komercyjnych w segmencie mobilnym. Zgodnie z zapowiedziami z lutego, nasililiśmy również działania w zakresie zbycia nieużywanego majątku, co poprawiło generowane przepływy pieniężne. Ponieważ nie przewidujemy osłabienia konkurencji w drugim półroczu, utrzymamy dużą aktywność marketingową, co może wpłynąć na rentowność. Zgodnie z planem całorocznym, przepływy pieniężne w pozostałej części roku będą niższe (rok-do-roku), przede wszystkim ze względu na presję na EBITDA i wyższe nakłady inwestycyjne związane z rozbudową sieci światłowodowej.”

Korekty danych finansowych

<i>w mln zł</i>	2 kw. 2014	2 kw. 2015	1 poł. 2014	1 poł. 2015
przychody	3 084	3 013	6 079	5 943
- przychody Wirtualnej Polski	-	-	-15	-
skorygowane przychody	3 084	3 013	6 064	5 943
EBITDA	996	959	2 138	1 918
- zysk ze sprzedaży Wirtualnej Polski	-	-	-191	-
- EBITDA Wirtualnej Polski	-	-	-4	-
- wpływ niektórych roszczeń i spraw sądowych	44	-	44	-
- koszty rozwiązania stosunku pracy	-	-	-	1
skorygowana EBITDA	1 040	959	1 987	1 919
nakłady inwestycyjne	762	419	1 136	740
- zakup licencji telekomunikacyjnych	-367	-	-368	-
nakłady inwestycyjne (zgodnie z definicją celu całorocznego)	395	419	768	740

⁵ 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

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 2015

Wtorek, 28 lipca 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 Q2 2015 Results

Numery do telekonferencji:

Wlk. Brytania/Europa: +44-20-7136-2054
USA: +1-646-254-3366

Bezpłatne numery telefoniczne:

Wlk. Brytania: 0808-238-9069
USA: +1-877-280-1254

Skonsolidowane wyniki Grupy Kapitałowej Orange Polska

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

*pro forma skorygowana o wyłączenie z konsolidacji spółki Wirtualna Polska
** 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.
Orange Open ¹	286	352	418	480	539	591	627
Stacjonarne usługi głosowe							
POTS, ISDN i WLL	4 275	4 203	4 133	4 061	3 974	3 880	3 780
VoIP jako linia główna	466	482	500	518	538	555	567
Razem łącza główne – rynek detaliczny	4 741	4 685	4 633	4 579	4 512	4 435	4 347
Dostępny szerokopasmowy							
ADSL	2 076	2 051	2 031	2 006	1 959	1 902	1 850
VHBB (VDSL+FTTH)	71	94	116	140	174	207	232
CDMA	154	140	134	123	108	89	77
Rynek detaliczny – łącznie	2 301	2 285	2 281	2 269	2 241	2 198	2 159
Baza klientów usług TV							
IPTV	121	123	129	135	143	150	156
DTH (telewizja satelitarna)	586	585	591	600	605	606	605
Liczba klientów usług TV	707	708	720	735	748	756	761
W tym pakiety telewizyjne 'nc+'	116	124	132	141	150	158	158
3P usługi (TV+BB+VoIP)	351	364	383	402	423	441	455
Liczba klientów telefonii komórkowej							
Post-paid	7 221	7 360	7 459	7 533	7 679	7 727	7 897
- w tym klienci biznesowi	2 420	2 456	2 464	2 468	2 498	2 496	2 561
Pre-paid	8 104	8 035	8 002	8 058	7 950	7 791	7 690
Razem	15 325	15 395	15 461	15 591	15 629	15 518	15 587
- w tym abonenci dedykowanych usług mobilnego dostępu szerokopasmowego	1 165	1 233	1 319	1 413	1 521	1 598	1 700
Liczba klientów usług hurtowych							
WLR	1 301	1 237	1 176	1 111	1 046	991	933
BSA	330	322	311	295	280	263	261
LLU	172	169	165	159	152	146	141
¹ Orange Open zawiera się w usługach stacjonarnego głosu, dostępu szerokopasmowego oraz usług telefonii komórkowej							
kwartalne ARPU w zł na miesiąc							
	2013	2014				2015	
	4 kw.	1 kw.	2 kw.	3 kw.	4 kw.	1 kw.	2 kw.
detaliczne ARPU z usług głosowych telefonii stacjonarnej Orange Polska	43,3	42,4	41,9	41,4	40,0	40,4	40,2
ARPU z usług Orange Polska dostępu szerokopasmowego, telewizji i VoIP	60,9	60,5	60,4	60,4	60,4	60,8	61,4
ARPU z usług telefonii komórkowej							
post-paid	57,2	55,6	55,6	53,3	51,4	50,5	50,0
- w tym klienci biznesowi	69,7	68,0	65,7	61,2	57,2	57,1	55,0
pre-paid	13,0	11,9	12,2	12,7	12,8	12,1	12,9
Zagregowane	32,8	31,8	32,1	31,4	30,7	30,2	30,6
ARPU z usług detalicznych	29,2	28,2	28,3	27,3	26,2	25,6	25,7
ARPU z usług hurtowych	3,6	3,6	3,9	4,1	4,5	4,6	4,9
ARPU z usług głosowych							
Post-paid	36,4	35,3	35,0	32,7	30,7	30,0	29,3
Pre-paid	8,7	8,0	8,0	8,1	8,0	7,8	8,4
Zagregowane	21,1	20,4	20,4	19,5	18,5	18,3	18,4
ARPU z usług przesyłu danych							
Post-paid	9,3	9,9	9,9	10,4	10,4	10,7	11,2
Pre-paid	0,7	0,7	0,9	1,6	1,5	1,0	1,3
Zagregowane	4,5	4,8	5,0	5,6	5,6	5,6	6,0
ARPU z SMS/MMS i innych usług							
Post-paid	11,5	10,5	10,8	10,2	10,3	9,8	9,5
Pre-paid	3,6	3,3	3,3	3,1	3,4	3,2	3,2
Zagregowane	7,1	6,5	6,8	6,4	6,6	6,3	6,2

pozostałe statystyki operacyjne telefonii komórkowej	2013	2014				2015	
	4 kw.	1 kw.	2 kw.	3 kw.	4 kw.	1 kw.	2 kw.
Klienci operatorów wirtualnych (MVNO) (w tys.)	62	59	32	31	22	11	8
Liczba smartfonów (w tys.)	3 804	3 920	4 044	4 284	4 581	4 768	4 965
Ruch i wskaźnik odejść							
AUPU (w min.)							
Post-paid	295,6	305,9	320,2	326,1	334,3	335,6	345,0
Pre-paid	90,8	90,5	93,5	96,3	97,4	100,0	106,0
Zagregowane	182,7	187,1	197,6	202,3	207,3	210,9	220,1
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
Pre-paid	14,8	14,9	14,9	16,4	16,8	16,7	16,1
Subsydia							
SAC post-paid (zł)	521,6	441,4	366,4	340,0	368,0	375,1	320,8
SRC post-paid (zł)	420,4	321,8	240,0	247,8	297,3	292,3	259,0
Pokrycie							
Pokrycie dla sieci 4G (w % ludności)	16,0%	28,7%	51,7%	58,7%	60,9%	72,0%	78,8%
Pokrycie dla sieci 3G (w % ludności)	90,2%	90,9%	97,2%	99,2%	99,4%	99,4%	99,4%
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.
Orange Polska	19 922	19 224	18 594	18 207	18 047	17 887	17 393
50% pracowników Networks	397	396	396	395	395	369	354
Razem	20 319	19 620	18 990	18 602	18 442	18 256	17 747

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