

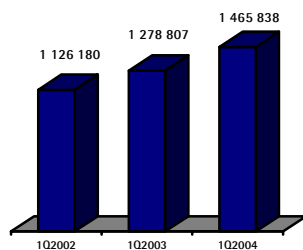


POLSKA TELEFONIA CYFROWA PUBLIKUJE SKONSOLIDOWANE WYNIKI FINANSOWE ZA PIERWSZY KWARTAŁ 2004 ROKU

Warszawa – 14 maja 2004 – Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o. („PTC”), (www.era.pl) wiodący operator usług telefonii komórkowej GSM 900 i GSM 1800 w Polsce, a także posiadacz koncesji UMTS, opublikowała w dniu dzisiejszym swoje wyniki za pierwszy kwartał 2004 roku. Prezentowane dane są przedstawione według Międzynarodowych Standardów Rachunkowości („MSR”) i wyrażone w złotych.

- Szacowany udział w rynku telefonii bezprzewodowej na poziomie 36,9%, 1,5 punktu procentowego wyższy niż na koniec pierwszego kwartału 2003 roku;
- Liczba nowych przyłączeń brutto wyniosła 944,0 tysiące w pierwszym kwartale 2004, co stanowi wzrost o 70,5%, przy ponad dwukrotnym zwiększeniu liczby przyłączeń klientów w systemie prepaid;
- Wzrost liczby klientów o 30,9% do około 6,9 milionów na koniec marca 2004 roku z 5,2 milionów na koniec marca 2003 roku.
- Przychody ze sprzedaży w pierwszym kwartale 2004 roku wyniosły 1.465,8 milionów złotych, co oznacza wzrost o 14,6% w porównaniu do analogicznego okresu roku 2003. Tempo wzrostu przychodów wyższe niż 13,6% w pierwszym kwartale 2003 roku;
- Wskaźnik EBITDA do przychodów ze sprzedaży wyniósł 36,7% w pierwszym kwartale 2004 roku; zysk EBITDA osiągnął wartość 538,7 milionów złotych;
- Zysk netto wyniósł 130,2 miliona złotych za pierwszy kwartał 2004 w porównaniu do 42,4 milionów za pierwszy kwartał roku 2003;
- Zadłużenie całkowite PTC na dzień 31 marca 2004 roku wyniosło 3.007,3 milionów złotych; stosunek całkowitego zadłużenia do rocznego EBITDA wyniósł 1,3x w porównaniu do 2.1x rok temu.

Podstawowe informacje finansowe za pierwszy kwartał 2004



Przychody: Przychody ze sprzedaży ogółem w pierwszym kwartale 2004 roku wzrosły o 14,6% w porównaniu do analogicznego okresu roku 2003.

Przychody ze sprzedaży

Przychody ze sprzedaży ogółem za pierwszy kwartał 2004 roku wyniosły 1.465,8 milionów złotych (377,7¹ milionów USD), co oznacza wzrost o 187,0 milionów złotych (48,2 milionów USD), czyli o 14,6% w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego.

Przychody ze sprzedaży usług wzrosły o 14,1% do 1.401,8 milionów złotych (361,2 milionów USD) w pierwszym kwartale 2004 roku z 1.228,1 milionów złotych (316,4 milionów USD) w pierwszym kwartale 2003 roku. Wzrost przychodów wynika przede wszystkim ze wzrostu liczby klientów PTC. Efekt ten został do pewnego stopnia zrównoważony przez wzrost udziału użytkowników systemu prepaid w ogólnej liczbie klientów PTC, którzy przynoszą średnio niższy miesięczny przychód niż klienci systemu abonamentowego. Ponadto wpływ na przychody miał spadek średnich przychodów na klienta w obu segmentach.

W pierwszym kwartale 2004 roku, przychody ze sprzedaży telefonów i akcesoriów wzrosły o 26,3% do poziomu 64,0 milionów złotych (16,5 milionów USD) w porównaniu do 50,7 milionów złotych (13,1 milionów USD) w pierwszym kwartale 2003 roku. Sprzedaż zestawów startowych z telefonami wzrosła o 89,9%, podczas gdy ogółem liczba nowych abonentów systemu prepaid wzrosła o 138,8% w stosunku do pierwszego kwartału ubiegłego roku. Średni przychód ze sprzedaży zestawu startowego zawierającego telefon zmalał o 26,7%. Liczba nowych przyłączeń w systemie abonamentowym spadła o 18,3% z powodu koncentracji na segmencie rynku o najwyższej wartości i redukcji subsydiowania aparatów telefonicznych, czego efektem był wzrost średniego przychodu ze sprzedanego aparatu o 87,5%.

Średni przychód na klienta („ARPU”)

ARPU: W pierwszym kwartale 2004 roku wartość wskaźnika ARPU spadła o 13,1% w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego.

Średni miesięczny przychód na klienta w pierwszym kwartale 2004 roku wyniósł 69,0 złotych (17,8 USD). Wartość ta oznacza spadek wskaźnika ARPU o 13,1% w stosunku do analogicznego okresu 2003 roku, kiedy to wskaźnik wynosił 79,4 złotych (20,5 USD). ARPU generowane przez klientów abonamentowych wyniosło w pierwszym kwartale 2004 roku 122,8 złotych (31,6 USD), co stanowi spadek o 4,0% w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego. Średni przychód generowany przez klientów systemu prepaid wyniósł w pierwszym kwartale 2003 roku 25,4 złotych (6,5 USD), o 13,9% mniej niż w pierwszym kwartale 2003 roku.

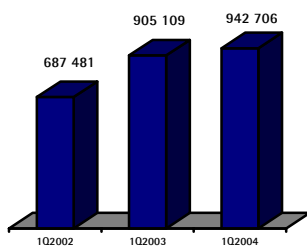
Spadek średniego wskaźnika ARPU odnotowany w minionym kwartale wynika ze spadku ceny za minutę, spowodowanego tym, że większość klientów abonamentowych przeniosła się do nowych, tańszych taryf i wykorzystuje coraz bardziej atrakcyjne oferty minut zawartych w abonamencie. Efekt niższych cen połączeń głosowych jest częściowo łagodzony poprzez rosnące przychody z usług nie głosowych i wzrost udziału klientów biznesowych w strukturze klientów.

Spadek średniego przychodu generowanego przez klientów systemu prepaid jest spowodowany dynamicznym wzrostem liczby użytkowników tego systemu i niższym średnim przychodem generowanym przez nowych klientów. Ponadto, jest to spowodowane wpływem zwiększonej liczby klientów generujących niski lub zerowy przychód, wynikającej z agresywnej strategii sprzedaży przyjętej w połowie 2002.

Koszty sprzedaży

W pierwszym kwartale 2004 roku koszty sprzedaży wyniosły 942,7 milionów złotych (242,9 milionów USD), co stanowi wzrost o 4,1% wobec 905,1 milionów

¹ Wyłącznie dla wygody czytelnika wszystkie wartości wyrażone w złotych zostały przeliczone na dolary amerykańskie po kursie średnim ustalonym przez Narodowy Bank Polski z dnia 31 marca 2004 roku, który wynosił 1 USD = 3,8813 PLN



Koszty sprzedaży: Koszty sprzedaży wzrosły o 4,1% w pierwszym kwartale 2004 roku w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.

złotych (233,2 milionów USD) za ten sam okres 2003 roku.

W pierwszym kwartale 2004 roku koszt sprzedaży usług wzrósł o 15,1% i wyniósł 635,1 milionów złotych (163,6 milionów USD) w porównaniu do 551,9 milionów złotych (142,2 milionów USD) w pierwszym kwartale 2003 roku, natomiast koszt sprzedaży telefonów i akcesoriów spadł o 12,9% do 307,6 milionów złotych (79,3 milionów USD) z 353,2 milionów złotych (91,0 milionów USD) w analogicznym okresie 2003 roku.

Wzrost kosztów sprzedaży usług został w głównej mierze spowodowany przez 35,2% wzrost kosztów z tytułu połączeń międzyoperatorskich w wyniku zwiększającego się ruchu generowanego przez naszych klientów oraz zwiększającego się udziału rozmów kierowanych do sieci komórkowych w porównaniu do rozmów do abonentów sieci stacjonarnych. Połączenia kierowane do innych sieci komórkowych pociągają za sobą dużo wyższe koszty związane z zakończeniem rozmów w porównaniu do opłat za zakończenie rozmów w sieciach stacjonarnych.

Spadek kosztów sprzedaży telefonów i akcesoriów był w głównej mierze spowodowany spadkiem przyłączeń w segmencie abonentowym. Efekt ten był jednakże częściowo ograniczony przez wzrost kursu euro. Na spadek kosztów wpłynął też fakt, iż duża liczba nowych przyłączeń miała miejsce w segmencie prepaid, wśród klientów kupujących tylko karty SIM, bez aparatów telefonicznych.

Koszt pozyskania klienta

W pierwszym kwartale 2004 roku średni koszt pozyskania klienta PTC obniżył się do 205,2 złotych (52,9 USD) w porównaniu do 393,3 złotych (101,3 USD) w analogicznym okresie ubiegłego roku, głównie w wyniku zwiększenia liczby klientów prepaid o dużo niższym koszcie pozyskania.

Średni koszt pozyskania klienta abonentowego zmalał do 801,5 złotych (206,5 USD) w pierwszym kwartale 2004 roku z 840,3 złotych (216,5 USD) w pierwszym kwartale 2003 roku. Średni koszt pozyskania klienta prepaid zmalał do 48,4 złotych (12,5 USD) w porównaniu do 49,7 złotych (12,8 USD) w pierwszym kwartale 2003.

Pomijając efekt sezonowego zwiększania zapasów w pośrednich kanałach dystrybucji, koszt pozyskania klienta abonentowego wyniósłby odpowiednio 783,0 złotych (201,7 USD) i 781,0 złotych (201,2 USD), odpowiednio w pierwszym kwartale lat 2004 i 2003.

Koszty pozyskania klienta odzwierciedlają również wyższy średni koszt euro, o około 7,7% w pierwszym kwartale 2004. Na koszt pozyskania klientów abonentowych negatywny wpływ miało również zwiększenie liczby klientów z wybierających wyższe taryfy, a co za tym idzie kupujących droższe aparaty z wyższą kwotą subsydiów.

Marża brutto

W pierwszym kwartale 2004 roku marża brutto wzrosła o 40,0% i wyniosła 523,1 milionów złotych (134,8 milionów USD), zaś w analogicznym okresie 2003 roku wyniosła 373,7 milionów złotych (96,3 milionów USD). Jako udział w całkowitej sprzedaży netto, marża brutto wzrosła do 35,7% w pierwszym kwartale 2004 z 29,1% za pierwszy kwartał 2003 roku.

Wzrost marży brutto w minionym kwartale wynika ze zwiększenia tempa wzrostu przychodów z usług oraz spadku kosztów pozyskania klienta, częściowo zniwelowanego przez zwiększone koszty rozliczeń międzyoperatorskich.

Używana do porównań marża brutto za pierwszy kwartał 2003 roku była wyjątkowo niska, czego powodem był dynamiczny wzrost liczby klientów abonentowych, pozyskanych przy wysokim koszcie jednostkowym, wynikającym z oferty wysokiej jakości telefonów. Wzrost liczby klientów abonentowych

pozwoił na zwiększenie dynamiki wzrostu przychodów w kolejnych okresach.

Koszty operacyjne

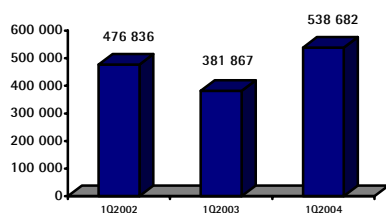
W pierwszym kwartale 2004 roku koszty operacyjne spadły do 212,5 milionów złotych (54,7 milionów USD) z 223,7 milionów złotych (57,6 milionów USD) w pierwszym kwartale 2003 roku. Na koszty operacyjne składają się koszty sprzedaży i dystrybucji oraz koszty administracyjne i inne koszty operacyjne.

W pierwszym kwartale 2004 roku koszty sprzedaży i dystrybucji spadły do 157,0 milionów złotych (40,5 milionów USD) z 166,7 milionów złotych (42,9 milionów USD) w analogicznym okresie ubiegłego roku. Głównym czynnikiem spadku kosztów sprzedaży i dystrybucji w pierwszym kwartale był spadek o 17,9% kosztów reklamy.

W pierwszych trzech miesiącach 2004 roku koszty administracyjne i pozostałe koszty operacyjne spadły o 2,6% do 55,5 milionów złotych (14,3 milionów USD) z 57,0 milionów złotych (14,7 milionów USD) w pierwszym kwartale 2003 roku, co było wynikiem programów kontroli kosztów.

Koszty należności wątpliwych

Zdecydowana polityka windykacji należności w PTC i zwiększający się udział użytkowników systemu pre-paid w ogólnej liczbie klientów pozwoliła na obniżenie kosztów związanych z wątpliwymi i straconymi należnościami do zadowalającego poziomu 8,7 miliona złotych (2,2 miliona USD), a w stosunku do przychodów ze sprzedaży ogółem do poziomu 0,6%. Koszt ten za pierwszy kwartał 2003 roku wynosił 10,5 miliona złotych (2,7 miliona USD).



EBITDA

Wartość EBITDA (zysk przed opodatkowaniem, przychodami i kosztami finansowymi, amortyzacją środków trwałych oraz wartości niematerialnych i prawnych) za pierwszy kwartał 2004 roku wyniosła 538,7 milionów złotych (138,8 milionów USD) w porównaniu do 381,9 milionów złotych (98,4 milionów USD) za ten sam okres 2003 roku. Wzrost wartości EBITDA wyniósł 41,1% w porównaniu do pierwszego kwartału 2003 roku, co jest wynikiem 40,0% wzrostu marży brutto oraz spadku kosztów operacyjnych.

EBITDA: W pierwszym kwartale roku 2004 wartość EBITDA wyniosła 538,7 milionów złotych.

Wskaźnik EBITDA do przychodów ze sprzedaży netto wyniósł 36,7% w pierwszym kwartale roku 2004, w porównaniu do 29,9% w analogicznym okresie 2003 roku.

Zysk na działalności operacyjnej: W pierwszym kwartale roku 2004 PTC zanotowała zysk na działalności operacyjnej w wysokości 310,6 milionów złotych, co oznacza podwojenie w stosunku do pierwszego kwartału 2003 roku.

Zysk na działalności operacyjnej

W pierwszym kwartale 2004 roku PTC zanotowała zysk na działalności operacyjnej w wysokości 310,6 milionów złotych (80,0 milionów USD), co oznacza ponad dwukrotny wzrost w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego, kiedy zysk na działalności operacyjnej wyniósł 150,0 milionów złotych (38,6 milionów USD).

Stosunek zysku na działalności operacyjnej do przychodów ze sprzedaży ogółem wyniósł w pierwszym kwartale 2004 roku 21,2% w porównaniu z 11,7% w analogicznym okresie ubiegłego roku.

Koszty finansowe

Zmiany w kursach wymiany walut, koszty odsetek oraz inne koszty działalności finansowej złożyły się na koszty finansowe netto w wysokości 131,3 milionów złotych (33,8 milionów USD) w pierwszym kwartale 2004 roku, w porównaniu do 108,8 milionów złotych (28,0 milionów USD) kosztów finansowych netto w

pierwszym kwartale 2003 roku.

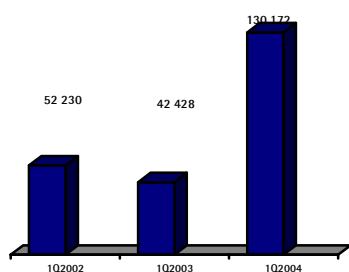
Koszty odsetek netto za okres trzech miesięcy kończący się 31 marca 2004 roku wyniosły 56,6 milionów złotych (14,6 milionów USD), w porównaniu do 82,5 milionów złotych (21,3 milionów USD) w analogicznym okresie 2003 roku. Spadek kosztów odsetek netto był w głównej mierze spowodowany spadkiem zadłużenia, częściowo zniwelowanym przez osłabienie kursu złotego wobec euro i dolara, podnoszące wyrażoną w złotych wartość płatności odsetkowych od zadłużenia denominowanego w tych walutach.

Wartość odsetek zapłaconych (tzw. „cash interest paid, net”)² w ciągu pierwszego kwartału bieżącego roku wyniosła 51,7 milionów złotych (13,3 milionów USD), w porównaniu z 98,5 milionów złotych (25,4 milionów USD) rok wcześniej.

Spadek wartości złotego w stosunku do euro (o 0,6%) oraz dolara amerykańskiego (o 3,8%) w pierwszym kwartale 2004 roku spowodował wykazanie przez PTC straty netto z tytułu różnic kursowych w omawianym okresie w wysokości 22,4 milionów złotych (5,8 milionów USD). Dla porównania, w analogicznym okresie roku 2003 PTC wykazała stratę netto z tytułu różnic kursowych w wysokości 223,2 milionów złotych (57,5 milionów USD). Strata netto na różnicach kursowych, zawiera zysk netto w wysokości 3,0 milionów złotych (0,8 miliona USD) dotyczący zrealizowanych różnic kursowych.

W pierwszym kwartale 2004 roku PTC wykazała stratę netto na derywatywach i pozostałej działalności finansowej w wysokości 52,2 milionów złotych (13,4 milionów USD). Dla porównania w pierwszym kwartale roku 2003 PTC wykazała zysk netto na derywatywach i pozostałej działalności finansowej w wysokości 196,9 milionów złotych (50,7 milionów USD). Strata netto na derywatywach wyniosła 52,2 milionów złotych (13,4 milionów USD) i zawiera zysk netto w kwocie 8,0 milionów złotych (2,1 milionów USD) wynikającą ze spadku wartości godziwej kontraktów terminowych oraz realizacji kontraktów terminowych i nieefektywnej części transakcji typu cross currency swap, stratę netto w kwocie 51,9 milionów złotych (13,4 milionów USD) wynikającą z wyceny godziwej instrumentów finansowych wbudowanych w długoterminowe obligacje wyemitowane przez spółki zależne od PTC, stratę netto w wysokości 5,4 milionów złotych (1,4 milionów USD) wynikającą z wyceny godziwej kontraktów terminowych wbudowanych w umowy najmu oraz inne kontrakty handlowe zawarte przez PTC oraz stratę netto w wysokości 2,9 milionów złotych (0,7 milionów USD) wynikających z opcji walutowych.

Wartość kosztów odsetek, różnic kursowych oraz transakcji zabezpieczających, wyniosła 54,8 milionów złotych (14,1 milionów USD) skapitalizowanych w wartość rzeczowych i niematerialnych składników majątku trwałego. Dla porównania, wartość 87,7 milionów złotych (22,6 milionów USD) została skapitalizowana w pierwszym kwartale 2003 roku.



Zysk netto: Zysk netto PTC wyniósł 130,2 milionów złotych w pierwszym kwartale 2004 roku w porównaniu do 42,4 milionów złotych w pierwszym kwartale

Zysk netto

Wysoki zysk z działalności operacyjnej w pierwszym kwartale 2004 roku, był częściowo zrównoważony przez wyższy poziom kosztów finansowych netto niż w podobnym okresie ubiegłego roku, czego rezultatem był znaczny wzrost zysku przed opodatkowaniem do 179,3 milionów złotych (46,2 milionów USD) w porównaniu do 41,2 milionów złotych (10,6 milionów USD) rok wcześniej.

Obciążenie z tytułu podatku dochodowego w pierwszym kwartale 2004 roku wyniosło 49,1 milionów złotych (12,7 milionów USD) w porównaniu do korzyści z tytułu podatku dochodowego w wysokości 1,2 milionów złotych (0,3 milionów USD) zanotowanej przed rokiem.

W wyniku powyższego, zysk netto w pierwszym kwartale 2004 roku wyniósł 130,2 milionów złotych (33,5 milionów USD), w porównaniu do zysku netto w wysokości 42,4 milionów złotych (10,6 milionów USD) w pierwszym kwartale 2003 roku.

² Cash interest paid, net jest definiowany jako koszty odsetek zapłaconych z wyłączeniem odsetek płaconych od koncesji GSM i UMTS.

2003 roku.

42,4 milionów złotych (10,9 milionów USD) w pierwszym kwartale 2003 roku.

Płynność finansowa

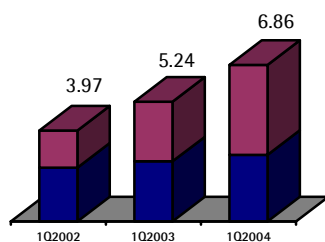
Na dzień 31 marca 2004 roku, saldo zadłużenia PTC z tytułu kredytu udzielonego przez konsorcjum bankowe składało się transzy złotowej w wysokości 150,0 milionów złotych (38,6 milionów USD) i 16,0 milionów USD transzy walutowej. Saldo zadłużenia wyniosło 212,1 milionów złotych (54,6 milionów USD), zaś wolne środki dostępne zgodnie z umową kredytową, a których PTC na dzień 31 marca 2004 roku nie wykorzystała, wynosiły około 654,5 milionów euro (800,2 milionów USD).

Zadłużenie całkowite PTC na dzień 31 marca 2004 roku wynosiło 3.007,3 milionów złotych (774,8 milionów USD). Na kwotę zadłużenia całkowitego na dzień 31 marca 2004 roku składało się 2.929,9 milionów złotych (754,9 milionów USD) zadłużenia długoterminowego³ i 77,4 milionów złotych (19,9 milionów USD) zadłużenia krótkoterminowego⁴. Wskaźnik: zadłużenie całkowite do rocznego EBITDA (okres 12 miesięcy kończący się 31 marca 2004 roku) wyniósł 1.3x na dzień 31 marca 2004 roku w porównaniu do 2.1x na dzień 31 grudnia 2003 roku.

Wartość EBITDA za okres trzech miesięcy zakończony 31 marca 2004 roku wyniosła 538,7 milionów złotych (138,8 milionów USD), w porównaniu do 60,0 milionów (15,5 milionów USD) inwestycji PTC w sieć GSM.

PTC w dalszym ciągu generuje dodatnie przepływy finansowe ze swojej działalności 2G i 2,5G, dzięki czemu nadwyżki finansowe w kwocie 268,6 milionów złotych (69,2 milionów USD) pozostające po obsłudze zadłużenia i podatkach, zostały wykorzystane na redukcję całkowitej wartości bilansowej zadłużenia za pierwszy kwartał 2004 roku. Jednakże, całkowita gotówka wykorzystana do spłaty zadłużenia podczas kwartału, wyniosła 353,6 milionów złotych (91,1 milionów USD). Różnica w stosunku do zmniejszenia wartości bilansowej wynika z niekorzystnego wpływu przeszacowania wartości bilansowej długu denominowanego w walutach obcych.

Dane operacyjne



Wzrost liczby klientów: W pierwszym kwartale 2004 roku liczba abonentów PTC wzrosła o 30,9% w porównaniu do końca pierwszego kwartału 2003 roku, co umocniło PTC na pozycji lidera na rynku usług telefonii bezprzewodowej w Polsce.

Wzrost liczby abonentów

W pierwszym kwartale 2004 roku PTC pozyskała 944,433 nowych klientów („przyłączenia brutto”), czyli o 70,5% więcej w porównaniu do 553,927 nowych klientów pozyskanych w analogicznym okresie 2003 roku.

W pierwszym kwartale 2004 roku wśród nowych klientów znalazło się 196,620 klientów abonamentowych oraz 747,813 użytkowników systemów prepaid. W analogicznym okresie 2003 roku wśród nowych klientów znalazło się odpowiednio 240,769 osób płacących abonament i 313,158 użytkowników systemów prepaid.

Ogólna liczba klientów PTC wzrosła w pierwszym kwartale 2004 roku o 30,9% do 6.857.490 z 5.240.373 klientów na dzień 31 marca 2003 roku. Na koniec pierwszego kwartału 2004 roku, liczba klientów PTC płacących abonament wyniosła 2.916.147, co stanowi 11,1% wzrost w stosunku do liczby 2.624.967 rok wcześniej. Liczba użytkowników systemu Tak Tak wyniosła 3.941.343, co stanowi 50,7% wzrost w porównaniu do liczby 2.615.406 rok wcześniej. Silny wzrost liczby klientów prepaid jest zgodny wcześniejszymi z oczekiwaniami PTC, co do największego potencjału wzrostu tego segmentu i oszczędności wynikających z

³ Na zadłużenie długoterminowe składają się wybrane zobowiązania długoterminowe ze sprawozdań finansowych PTC sporządzonych według MSR za trzy miesiące kończące się 31 marca 2004, a także za analogiczny okres 2003 roku w postaci: zobowiązań długoterminowych z tytułu obligacji, kredytu bankowego udzielonego przez Deutsche Bank (z wyłączeniem części krótkoterminowej), zobowiązania z tytułu leasingu finansowego (z wyłączeniem części krótkoterminowej) oraz zobowiązania z tytułu instrumentu pochodnego wbudowanego w umowę leasingu finansowego (z wyłączeniem części krótkoterminowej).

⁴ Na zadłużenie krótkoterminowe składają się wybrane zobowiązania krótkoterminowe ze sprawozdań finansowych PTC sporządzonych według MSR za okresy kończące się 31 marca 2004 oraz 2003 roku w postaci: kredytu w rachunku bieżącym, zobowiązań krótkoterminowych z tytułu leasingu finansowego oraz zobowiązań z tytułu instrumentu pochodnego wbudowanego w umowę leasingu finansowego.

niskich kosztów pozyskania klienta.

Wysoka liczba nowych przyłączeń, w porównaniu do 2003, wynika z bardzo dobrego przyjęcia przez rynek taryfy Era Love, wprowadzonej pod koniec 2002 roku i kontynuacji rozwoju oferty prepaid poprzez uruchomienie nowej taryfy pod marką „Heyah”, której konsumentami docelowymi są młodzi mieszkańcy miast. Sprzedaż aktywacji „Heyah” przyczyniła się do wzrostu liczby przyłączeń abonentów prepaid w okresie od daty uruchomienia oferty, czyli od 13 marca 2004 roku.

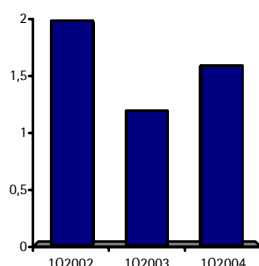
Pod względem przyłączeń netto, PTC odnotowała doskonały kwartał, przyłączając 646.444 abonentów, co dało jej pierwsze miejsce wśród polskich operatorów sieci komórkowych.

Spółka szacuje, że całkowita liczba abonentów na polskim rynku, wzrosła o około 6,9% w pierwszym kwartale 2004, do 18,6 milionów abonentów, co stanowi 48,6% penetrację rynku.

Zgodnie z trendem obserwowanym w minionych kwartałach, polski rynek prepaid rósł szybciej (o 8,9%), niż abonamentowy (o 4,7%) w pierwszym kwartale 2004.

PTC szacuje swój udział w rynku prepaid na 38,2% i abonamentowym na 35,1%, w porównaniu do 32,6% i 38,6% rok wcześniej. Sytuacja ta zapewnia PTC wiodącą pozycję w obydwu segmentach rynkach.

PTC szacuje, że jej udział w polskim rynku usług telefonii bezprzewodowej na dzień 31 marca 2004 roku, wynosił 36,9%, co stanowi wzrost z 35,4% w porównaniu do pierwszego kwartału 2003 roku. PTC umocniła się na pozycji lidera wśród operatorów bezprzewodowej telefonii w Polsce. Dzięki dużej liczbie klientów systemu post-paid oraz klientów biznesowych, PTC utrzymuje wiodący udział w rynku telefonii komórkowej, mierzony przychodami ze sprzedaży, na poziomie 36,0% i szacuje, że wzmocniła swoją przewagę nad drugim, pod względem przychodów, operatorem, która była na poziomie 7,7% na koniec 2003 roku.



Wskaźnik „churn”: W pierwszym kwartale 2004 roku średni miesięczny wskaźnik „churn” znacznie spadł w wyniku nowych wzrósł do 1,6%, głównie jako rezultat wzrostu wskaźnika churn w segmencie prepaid.

Wskaźnik „churn”

W pierwszym kwartale 2004 roku średni miesięczny wskaźnik „churn” oznaczający przymusowe bądź dobrowolne odłączenia klientów od sieci wyniósł 1,6%. Średni miesięczny wskaźnik „churn” wyniósł 1,5% dla klientów abonamentowych i 1,6% dla segmentu prepaid, w porównaniu do pierwszego kwartału 2003 roku, kiedy wskaźnik ten wyniósł odpowiednio 1,7% i 0,7%.

Średni miesięczny wskaźnik „churn” dla klientów płacących abonament był niższy niż rok temu, przede wszystkim na skutek atrakcyjnej oferty zaproponowanej klientom wraz z wprowadzeniem nowych taryf w październiku 2002 i maju 2003 roku, jak również w wyniku zoptymalizowania programów lojalnościowych. PTC zwraca dużą uwagę na wartość klientów w segmencie indywidualnych klientów abonamentowych i stale monitoruje opłacalność swoich programów lojalnościowych. W wyniku tych działań, koszty dopłat do aparatów telefonicznych oferowanych w programach retencyjnych spadły o prawie 42% w porównaniu do pierwszego kwartału 2003.

Średni miesięczny wskaźnik „churn” dla klientów systemu prepaid, wzrósł do 1,6% z poziomu 0,7% w pierwszym kwartale 2003 roku. Klienci prepaid są zazwyczaj odłączani i traktowani jako „churn” po 12 miesiącach od ostatniego doładowania konta (dokładny czas zależy od okresu ważności kuponu startowego lub doładowującego, plus dziewięć miesięcy), co, według najlepszej wiedzy firmy, jest praktyką stosowaną przez wszystkich operatorów w Polsce. Pewne pogorszenie średniej jakości klientów prepaid, zaakceptowane jako efekt zwiększonego zaangażowania PTC w rynek prepaid od 2002 roku, ma negatywny wpływ na statystyki „churn” w systemie prepaid i znajduje odzwierciedlenie w spadającym ARPU użytkowników tego systemu.

Średni miesięczny czas rozmów

W pierwszym kwartale 2004 roku średni miesięczny czas rozmów przypadający na klienta osiągnął wartość 71,8 minut, wobec 77,5 minut w pierwszym kwartale 2003 roku. Średni miesięczny czas rozmów w pierwszym kwartale 2004 roku wyniósł 130,0 minut dla klientów płacących abonament i 24,7 minut dla klientów systemów prepaid. Dla porównania, w pierwszym kwartale 2003 roku średni miesięczny czas rozmów wyniósł 123,6 minut dla klientów płacących abonament i 30,1 minut dla klientów systemu Tak Tak.

Spadek średniego miesięcznego czasu rozmów wynika głównie ze zwiększonego udziału klientów systemu pre-paid w ogólnej liczbie klientów. Ponadto, minuty wychodzące są mierzone w jednostkach taryfikacyjnych, za które obciążany jest klient, zróżnicowanych w zależności od wybranej taryfy. Sekundowe naliczanie czasu rozmów, z którego korzysta wielu klientów abonamentowych, jest przyczyną spadku raportowanej liczby minut dla danego faktycznego czasu rozmowy. Spadek miesięcznego czasu rozmów odzwierciedla wzrost liczby klientów nieaktywnych (zerowy lub bardzo niski generowany ruch), co jest wynikiem bardziej agresywnej strategii sprzedaży w segmencie pre-paid, wdrożonej w połowie 2002 roku. Niższy czas rozmów wiąże się też z rosnącą popularnością SMSów.

PTC dąży do zwiększenia ruchu w sieci oferując większą liczbę minut zawartych w abonamencie w niektórych planach taryfowych, niższe ceny rozmów, oraz 1-sekundowe naliczanie czasu rozmów dla klientów abonamentowych i prepaid „Heyah”.

Liczba krótkich wiadomości tekstowych SMS wysyłanych z sieci PTC wzrosła w pierwszym kwartale roku 2004 do około 26 wiadomości na klienta miesięcznie.

Wzrost liczby wysyłanych krótkich wiadomości tekstowych („SMS”)

W pierwszym kwartale 2004 roku średnia liczba krótkich wiadomości tekstowych SMS wysyłanych przez klienta sieci Era wzrosła do poziomu około 26 wiadomości miesięcznie, w porównaniu do około 22 wiadomości na klienta miesięcznie w pierwszym kwartale ubiegłego roku. Klienci płacący abonament wysyłają około 31 wiadomości miesięcznie, natomiast klienci systemu prepaid wysyłają średnio około 23 wiadomości miesięcznie.

Wzrost w pierwszym kwartale 2004 roku został osiągnięty głównie dzięki spadkowi cen SMSów, będącemu efektem wprowadzonych w 2003 roku taryf abonamentowych i prepaid, zwiększonej elastyczności związanej z wymienialnością minut i SMS zawartych w miesięcznym abonamencie, oraz sukcesu naszych kampanii promocyjnych.

Rozbudowa sieci

Rozbudowa sieci: Na koniec marca 2004 roku całkowite inwestycje sieciowe PTC osiągnęły poziom 8,3 miliarda złotych. Na tę kwotę składa się 4,5 miliarda złotych¹ inwestycji w sieciowe środki trwałe; 3,0 miliardy złotych² opłat koncesyjnych oraz 0,8 miliarda złotych³ inwestycji w oprogramowanie oraz licencje sieciowe.

W pierwszym kwartale 2004 roku inwestycje PTC w majątek trwały (poza koncesjami) wyniosły 60,0 milionów złotych⁴ (15,5 milionów USD), czyli o 10,3% mniej niż w analogicznym okresie roku poprzedniego, kiedy inwestycje te wyniosły 66,9 milionów złotych (17,2 milionów USD).

Inwestycje kapitałowe, stanowiące 4,0% przychodów ze sprzedaży, pozostają poniżej długoterminowego trendu, gdyż rozbudowa geograficznego zasięgu sieci GSM jest już praktycznie ukończona. Przyspieszony wzrost liczby abonentów i ruchu w sieci uwidocznił się w wynikach za pierwszy kwartał, spowoduje konieczność zwiększenia wydatków kapitałowych w kolejnych kwartałach 2004 roku, co jest zgodne z prognozami podanymi w notatce prasowej zawierającej wyniki za rok 2003.

¹ Wartość brutto posiadanych przez PTC sieciowych środków trwałych (urządzeń technicznych i maszyn) na 31 marca 2004.

² Wartość brutto posiadanych przez PTC licencji telekomunikacyjnych na 31 marca 2004.

³ Wartość brutto posiadanego przez PTC oprogramowania oraz licencji sieciowych na 31 marca 2004.

⁴ Na inwestycje w sieciowy majątek trwały składają się zwiększenia wartości brutto rzeczowego majątku trwałego oraz wartości niematerialnych i prawnych PTC za pierwszy kwartał 2003 roku (z wyłączeniem wzrostu wartości licencji telekomunikacyjnych oraz kosztów uruchomienia finansowania kredytu konsorcyjnego).

Prawne i regulacyjne

Międzyoperatorskie połączenia międzynarodowe

W dniu 9 marca 2004 roku, Sąd Najwyższy oddalił kasację złożoną przez TP SA wobec wyroku Sądu Antymonopolowego, podtrzymując tym samym decyzję Prezesa URTiP z dnia 28 maja 2001 roku, która nakazywała TP SA dokonywanie płatności na rzecz PTC za połączenia międzynarodowe zakończone w sieci PTC, w wysokości równej krajowym stawkom międzyoperatorskim za połączenia z sieci stacjonarnej do sieci komórkowej. Ryzyko niekorzystnego dla PTC rozstrzygnięcia tej kwestii było zawsze traktowane jako niewielkie, tak więc ogłoszenie tego wyroku nie miało żadnego wpływu na wyniki finansowe PTC.

Zmiany do Umów Emisji Obligacji

Zmiany do Umów Emisji Obligacji zawarte w Pierwszych Umowach Uzupelniających zostały dokonane w oparciu o Rozdział 9.01 odpowiednich Umów, który przewiduje, że PTC (jako "Gwarant"), jego spółki zależne (jako "Emitent" lub "Holding") oraz Powiernik mogą dokonać zmian Umowy Emisji Obligacji bez zawiadomienia lub zgody Posiadaczy obligacji, w celu usunięcia jakichkolwiek niejasności, uzupełnienia braków, usunięcia wad lub niespójności Umowy.

Umowa Emisji Obligacji została zmieniona poprzez zmianę podpunktu (b) Punktu 4.10 zastępując go w całości podpunktem w następującym brzmieniu:

"(b) Gwarant nie może zaciągnąć dodatkowego Długu w wysokości co najmniej U.S.\$1,00 na mocy podpunktu (a)(i) lub (ii) Punktu 4.09."

Zmienione postanowienie dotyczy warunków, których spełnienie pozwala Gwarantowi (PTC) na dokonanie Zastrzeżonych Płatności, określonych w definicji zawartej w Umowie Emisji Obligacji. Pierwsza Umowa Uzupelniająca wyjaśnia, że dokonanie Zastrzeżonych Płatności wymaga spełnienia jednego z następujących dwóch warunków określonych w Rozdziale 4.09 Umowy Emisji Obligacji:

- (i) wskaźnika poziomu Zadłużenia do Skorygowanych Przepływów Pieniężnych na poziomie poniżej 5.0 do 1.0 lub
- (ii) wskaźnika Skonsolidowanego Kapitału na poziomie poniżej 2.0 do 1.0.

Według wyliczeń Zarządu Spółka osiągnęła wymagane poziomy dla obu wskaźników na dzień 31 grudnia 2003 roku, to jest na datę bilansową ostatnich opublikowanych sprawozdań finansowych.

Nagrody

Usługa Era [Hot@Spot](#) została nagrodzona Certyfikatem Telekomunikacyjnym „Wprost 2004” za rozwiązanie, które jest najbardziej innowacyjne, nowoczesne i najlepiej odpowiada na potrzeby rynku.

Inne

Heyah

PTC wyrażała w przeszłości opinię, że segment rynku prepaid oferuje największy potencjał wzrostu i będzie on obszarem szczególnego zainteresowania PTC. W segmencie abonamentowym, celem PTC jest stopniowe odchodzenie od subsydiowania telefonów, w zamian za oferowanie klientom dużo atrakcyjniejszych cen usług. Nowa oferta usługi sprzedawanej pod marką „Heyah” ma pomóc w realizacji obu wymienionych celów. Jest to oferta prepaid, skierowana do precyzyjnie określonej grupy młodych mieszkańców miast. Heyah wyznacza nowy standard wśród ofert prepaid pod względem cen usług, jak

również ich prostoty i przejrzystości.

Aktywacje „Heyah” sprzedawane są bez aparatów telefonicznych, czego rezultatem jest bardzo niski koszt pozyskania klienta. Dystrybucja i obsługa klienta zorganizowana jest na innych zasadach, bardziej oszczędnych kosztowo, niż w przypadku usługi prepaid Era Tak Tak. Innym źródłem niższych kosztów jest wyłączenie z oferty Heyah bardziej zaawansowanych usług niegłosowych.

Dywidendy

Po szeroko zakrojonych konsultacjach z udziałowcami, Zarząd PTC zarekomendował przeznaczenie zysków za 2003 rok na kapitał zapasowy Spółki, a tym samym nie wypłacenie dywidendy, co było uprzednio rozważane. Ostateczna decyzja zostanie podjęta przez udziałowców w drugim kwartale 2004 roku.

Plany na 2004

Wyniki operacyjne i finansowe PTC za pierwszy kwartał 2004 roku są zgodne z oczekiwaniami Zarządu Spółki i nie są podstawą do dokonania żadnych zmian w ogłoszonych planach na rok 2004. Tym samym Zarząd potwierdza ambitne cele ustalone na rok 2004, których najważniejsze elementy zostały przedstawione poniżej.

Spółka zamierza zachować wiodącą pozycję pod względem liczby klientów w obu segmentach abonamentowym i pre-paid, jednocześnie zwiększając przychody, o co najmniej 10% w stosunku do roku 2003 i zwiększając przewagę nad drugim pod względem przychodów operatorem na rynku.

Wzrost przychodów będzie rezultatem zwiększenia przychodów z usług niegłosowych i segmentu pre-paid, jak również wynikiem dalszej optymalizacji struktury klientów opłacających abonament.

Spodziewany jest tylko nieznaczny wzrost marży w stosunku do 2003 roku, gdyż PTC nadal koncentruje swoje działania na utrzymaniu swej czołowej pozycji rynkowej. Brak prognozy wartości zysku netto wynika ze znacznej wrażliwości zysku na wahania kursów walutowych.

Spodziewany wzrost inwestycji może wynosić do 90% z powodu niezbędnych inwestycji w pojemność sieci i platform GSM, włączając w to inwestycje w rozwój nowych produktów. Na wzrost wydatków inwestycyjnych wpłyną również nakłady związane z początkową fazą uruchomienia w pełni funkcjonalnej sieci UMTS na obszarze Warszawy.

W obliczu pierwszego pełnego roku płatności podatku od osób prawnych przez spółkę, szacuje się, że przepływy gotówkowe generowane przez PTC osiągną wartość zbliżoną do uzyskanej w 2003 roku.

Prognozy finansowe

Niniejsza informacja prasowa zawiera obok danych rzeczywistych pewne szacunki, przewidywania i planowane wyniki finansowe PTC. Rzeczywiste wyniki mogą się znacznie różnić od naszych planów. Czynniki mogące istotnie wpłynąć na bieżącą działalność PTC obejmują:

- Konkurencję na polskim rynku usług telefonii bezprzewodowej,
- Koszty i ryzyko biznesowe związane z wejściem na nowe rynki i związane z tym wymagania dotyczące pokrycia kraju nowymi usługami,
- Zdolność PTC do ciągłego wzrostu i utrzymania pozycji lidera na rynku,
- Niepewność co do sukcesu strategicznych inwestycji PTC,
- Wpływ wydarzeń nieprzewidywalnych, które mogą być skutkiem działalności

operacyjnej PTC,

- Wpływ zmian politycznych i gospodarczych, i innych czynników takich jak polityka pieniężna, prawo i zmiany w ustawodawstwie, zwłaszcza w ustawodawstwie telekomunikacyjnym, a także inne czynniki zewnętrzne będące poza kontrolą PTC,
- Inne ryzyka opisywane w kwartalnym raporcie przesyłanym przez PTC do Komisji Papierów Wartościowych i Giełd – („SEC”) w Stanach Zjednoczonych.

Słowa „szacunkowe,” „przewidywane,” „zamierzamy,” „oczekujemy,” „uważamy” i tym podobne stwierdzenia, które pojawiają się w tekście w służą do opisu planów PTC odnośnie jej przyszłych wyników. Plany te mogą się różnić od rzeczywistych wyników osiągniętych przez PTC. PTC nie jest zobligowana do podania jakichkolwiek zmian do planowanych wyników celem odzwierciedlenia wpływu jakichkolwiek wydarzeń, które będą miały miejsce po dacie niniejszej informacji prasowej. PTC raportuje kwartalnie do Komisji Papierów Wartościowych i Giełd – SEC w Stanach Zjednoczonych. W raportach tych można znaleźć dokładną analizę wszystkich czynników ryzyka, na które napotyka w swojej działalności operacyjnej PTC. Zachęcamy zatem do lektury tychże raportów.

W celu uzyskania dalszych informacji prosimy o kontakt z:

Biuro Prasowe sieci Era

☎ (+48) 22 413 4300

Fax: (+48) 22 413 6178

Aneks 1

Skonsolidowane rachunki zysków i strat – na podstawie raportu
SEC 6-K (Międzynarodowe Standardy Rachunkowości – w tysiącach złotych)

	Za okres trzech miesięcy kończący się 31 marca 2004 (nie zbadany)	Za okres trzech miesięcy kończący się 31 marca 2003 (nie zbadany)
Przychody ze sprzedaży ogółem	1.465.838	1.278.807
Koszty sprzedaży	(942.706)	(905.109)
-----	-----	-----
Marża brutto	523.132	373.698
Koszty operacyjne	(212.533)	(223.693)
-----	-----	-----
Zysk na działalności operacyjnej	310.599	150.005
Koszty i przychody finansowe		
Odsetki i pozostałe przychody finansowe	60.778	249.866
Odsetki i pozostałe koszty finansowe	(192.060)	(358.651)
-----	-----	-----
Zysk brutto	179.317	41.220
Podatek dochodowy	(49.145)	1.208
-----	-----	-----
Zysk netto	130.172	42.428
	=====	=====

**Aneks 2 Skonsolidowane bilanse – na podstawie raportu SEC 6-K
(Międzynarodowe Standardy Rachunkowości – w tysiącach złotych)**

	Na dzień 31 marca 2004 (nie zbadany)	Na dzień 31 grudnia 2003
Majątek obrotowy		
Środki pieniężne	18.606	20.880
Inwestycje krótkoterminowe i pozostałe aktywa finansowe	105.461	110.538
Należności i krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	730.755	751.122
Zapasy	226.419	185.866
	-----	-----
	1.081.241	1.068.406
Majątek trwały		
Rzeczowy majątek trwały, netto	2.890.917	3.023.831
Wartości niematerialne i prawne, netto	2.851.407	2.829.980
Aktywa finansowe	196.025	248.373
Rozliczenia międzyokresowe kosztów i inne aktywa długoterminowe	4.619	4.536
	-----	-----
	5.942.968	6.106.720
	-----	-----
Aktywa razem	7.024.209	7.175.126
	=====	=====
Zobowiązania krótkoterminowe		
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	113.236	290.405
Zobowiązania z tytułu podatków, cel i ubezpieczeń społecznych	98.387	69.385
Zobowiązania obciążone odsetkami	165.283	101.445
Rozliczenia międzyokresowe kosztów	235.070	220.595
Rozliczenia międzyokresowe przychodów i pozostałe zobowiązania	237.021	211.787
	-----	-----
	848.997	893.617
Zobowiązania długoterminowe		
Zobowiązania obciążone odsetkami	3.527.302	3.811.750
Zobowiązania bez obciążeń odsetkowych	13	13
Zobowiązania z tytułu podatku odroczonego netto	337.650	290.563
Rezerwy	92.394	91.952
	-----	-----
	3.957.359	4.194.278
	-----	-----
Zobowiązania razem	4.806.356	5.087.895
	-----	-----
Kapitał własny i rezerwy		
Kapitał podstawowy	471.000	471.000
Kapitał zapasowy	409.754	409.754
Kapitał rezerwowy z wyceny transakcji zabezpieczających	(2.812)	(3.262)
Nie podzielony wynik finansowy z lat ubiegłych	1.339.911	1.209.739
	-----	-----
	2.217.853	2.087.231
	-----	-----
Pasywa razem	7.024.209	7.175.126
	=====	=====

Aneks 3

Skonsolidowane sprawozdania z przepływu środków pieniężnych – na podstawie raportu SEC 6-K
(Międzynarodowe Standardy Rachunkowości – w tysiącach złotych)

	Za okres trzech miesiący kończący się 31 marca 2004 roku (nie zbadane)	Za okres trzech miesiący kończący się 31 marca 2003 roku (nie zbadane)
PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ:		
Zysk brutto	179.317	41.220
Korekty o pozycje:		
Amortyzacja	228.083	231.862
Zwiększenie rezerwy na należności oraz odpisy należności	8.728	10.508
Zwiększenie rezerwy na zapasy	(3.346)	3.528
Inne rezerwy długoterminowe	442	3.108
Strata z tytułu różnic kursowych i zmiany wartości godziwej instrumentów finansowych	74.629	25.918
Wynik na sprzedaży i likwidacji środków trwałych	302	1.287
Koszty odsetek netto	56.654	82.869
	-----	-----
Przepływy pieniężne przed zmianami kapitału operacyjnego	544.809	400.300
Zmiana stanu zapasów	(37.207)	51.795
Zmiana stanu należności i rozliczeń międzyokresowych	11.556	(23.054)
Zmiana stanu zobowiązań i rozliczeń międzyokresowych	13.712	79.028
	-----	-----
Środki pieniężne z działalności operacyjnej	532.870	508.069
Odsetki zapłacone	(53.982)	(102.148)
Odsetki otrzymane	2.290	3.624
Podatek dochodowy zapłacony	-	(358)
Realizacja instrumentów finansowych	(4.267)	(5.832)
	-----	-----
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	476.911	403.355
PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH Z DZIAŁALNOŚCI INWESTYCYJNEJ:		
Nabycie wartości niematerialnych i prawnych	(24.652)	(13.708)
Nabycie składników rzeczowego majątku trwałego	(138.209)	(109.664)
Sprzedaż składników rzeczowego majątku trwałego	855	2.125
	-----	-----
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(162.006)	(121.247)
PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH Z DZIAŁALNOŚCI FINANSOWEJ:		
Splata netto kredytu konsorcjalnego	(329.290)	(311.057)
Wpływy netto z emisji obligacji/(wykup obligacji)	(24.282)	(21.377)
	-----	-----
Środki pieniężne netto z działalności finansowej	(353.572)	(332.434)
Zmiana stanu środków pieniężnych netto	(38.667)	(50.326)
Wynik wyceny środków pieniężnych	71	131
Środki pieniężne na początek okresu obrotowego	(5.099)	54.400
	-----	-----
Środki pieniężne na koniec okresu obrotowego	(43.695)	4.205
	=====	=====

Aneks 4

Skonsolidowane sprawozdania ze zmian w kapitale własnym – na podstawie raportu SEC 6-K
(Międzynarodowe Standardy Rachunkowości – w tysiącach złotych)

	Kapitał podstawowy	Kapitał zapasowy	Kapitał rezerwy z wyceny transakcji zabezpieczających	Niepodzielony wynik z lat ubiegłych	Razem
Saldo na dzień 1 stycznia 2003 roku	471.000	409.754	(86.649)	558.422	1.352.527
Zabezpieczenie przepływów środków pieniężnych:					
zysk na wartości godziwej transakcji zabezpieczających po opodatkowaniu	-	-	64.290	-	64.290
rekłasyfikacja do wyniku netto	-	-	4.682	-	4.682
opodatkowanie zreklasyfikowanej wartości	-	-	(1.264)	-	(1.264)
Zysk netto okresu	-	-	-	42.428	42.428
	-----	-----	-----	-----	-----
	-	---		-	--
Saldo na dzień 31 marca 2003 roku (nie zbadane)	471.000	409.754	(18.941)	600.850	1.462.663
Zabezpieczenie przepływów środków pieniężnych:					
strata na wartości godziwej transakcji zabezpieczających po opodatkowaniu	-	-	11.596	-	11.596
zmiana instrumentów zabezpieczających po podatku			(7.833)		(7.833)
rekłasyfikacja do wyniku netto	-	-	15.706	-	15.706
opodatkowanie zreklasyfikowanej wartości	-	-	(4.241)	-	(4.241)
wpływ zmiany stopy opodatkowania na podatek odroczony	-	-	451	-	451
Zysk netto okresu	-	-	-	611.494	611.494
Efekt zamknięcia spółki zależnej				(2.605)	(2.605)
	-----	-----	-----	-----	-----
	--	---		--	--
Saldo na dzień 31 grudnia 2003 roku	471.000	409.754	(3.262)	1.209.739	2.087.231
Saldo na dzień 1 stycznia 2004 roku					
Zabezpieczenie przepływów środków pieniężnych:					
zysk na wartości godziwej transakcji zabezpieczających po opodatkowaniu	-	-	1.818	-	1.818
rekłasyfikacja do wyniku netto	-	-	(1.689)	-	(1.689)
opodatkowanie zreklasyfikowanej wartości	-	-	321	-	321
Zysk netto okresu	-	-	-	130.172	130.172
	-----	-----	-----	-----	-----
	-	---		--	--
Saldo na dzień 31 marca 2004 roku (nie zbadane)	471.000	409.754	(2.812)	1.339.911	2.217.853
	=====	=====	=====	=====	=====
		=			==

Segment rynku	Za okres trzech miesięcy kończący się 31 marca 2004 (nie zbadane)	Za okres trzech miesięcy kończący się 31 marca 2003 (nie zbadane)
	<i>Liczba klientów (na koniec okresu)</i>	6.857.490
Post-paid	2.916.147	2.624.967
Pre-paid	3.941.343	2.615.406
<i>Przylączenia klientów brutto</i>	944.433	553.927
Post-paid	196.620	240.769
Pre-paid	747.813	313.158
<i>Średni miesięczny czas rozmów (MOU)</i>	71,8	77,5
Post-paid	130,0	123,6
Pre-paid	24,7	30,1
<i>Liczba SMS'ów</i>	26	22
Post-paid	31	23
Pre-paid	23	22
<i>Wskaźnik odłączeń od sieci „churn”</i>	1,6%	1,2%
Post-paid	1,5%	1,7%
Pre-paid	1,6%	0,7%
<i>ARPU (Średni przychód na klienta)</i>	69,0	79,4
Post-paid	122,8	127,9
Pre-paid	25,4	29,5
<i>Koszt pozyskania klienta</i>	205,2	393,3
Post-paid	801,5	840,3
Pre-paid	48,4	49,7