



Netia SA

Polski rynek szerokopasmowy – nowe możliwości

wrzesień 2007

netia

PLAY 

G GERMANOS

www.inwestor.netia.pl

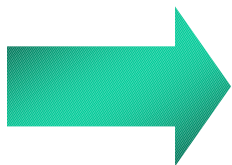
© Netia SA 2007



Informacje zawarte w niniejszej prezentacji zawierają stwierdzenia dotyczące przyszłości (prognozy). Prognozy te nie stanowią gwarancji przyszłych wyników oraz wiążą się z ryzykiem i brakiem pewności realizacji tych prognoz. Z uwagi na wystąpienie szeregu czynników faktyczne wyniki osiągnięte przez Netię mogą różnić się w istotnym zakresie od wyników przedstawionych w informacjach prognostycznych. Szczegółowy opis czynników ryzyka związanych z inwestowaniem w papiery wartościowe Netii znajduje się w raporcie półrocznym Netii opublikowanym w formie raportu okresowego nr 68/2007 z dnia 13 sierpnia 2007 roku. Netia niniejszym oświadcza, że nie jest zobowiązana do aktualizacji lub korygowania publikowanych prognoz.

Najnowsze wydarzenia w Netii

- Bardzo korzystne regulacje prawne od stycznia 2007, szczególnie dla LLU (uwolnienie dostępu do lokalnej pętli abonenckiej) i BSA (dostęp szerokopasmowy przez bitstream)
- Zaktualizowana strategia ukierunkowana na wykorzystanie szans na polskim rynku szerokopasmowym – Netia ma ponad 150 tys. klientów usług szerokopasmowych (wzrost o 170% w ciągu roku)
- Nowy zespół zarządzający mocno motywowany do maksymalizacji wartości dla akcjonariuszy
- Spodziewane uzyskanie znaczącej wartości oraz kluczowych synergii operacyjnych z racji 23% udziału w czwartym polskim operatorze komórkowym; PLAY ma ponad 300 tys. klientów usług komórkowych i zakłada pozyskanie łącznie ponad 750 tys. klientów do końca 2007 r.



Treść

Przegląd rynku

Strategia

Dane finansowe

Podsumowanie

Polski rynek jest atrakcyjny i dynamicznie się rozwija

Główne wskaźniki

Polityka:

- Szybka liberalizacja rynku telekomunikacyjnego
- Integracja z UE wnosi element stabilności

Gospodarka:

- Niska inflacja
- Szybki rozwój gospodarczy
- Niskie stopy procentowe

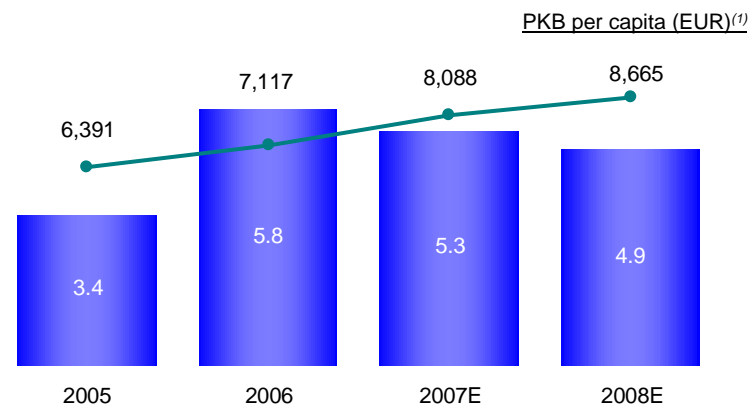
Społeczeństwo:

- Migracja do dużych miast i krajów UE
- Rosnąca klasa średnia i starzejąca się populacja

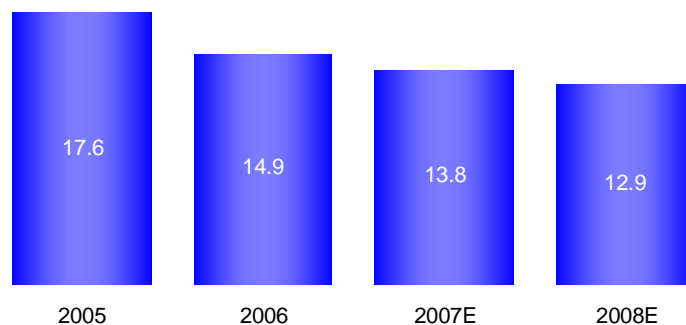
Technologie:

- Masowe korzystanie z Internetu i telefonii komórkowej
- Szybka akceptacja dla nowych technologii

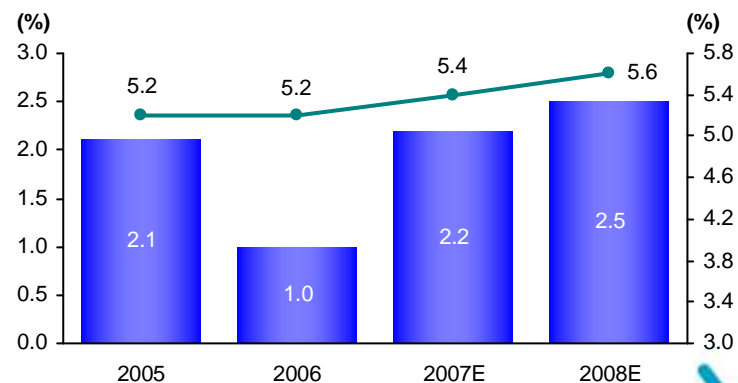
Wzrost PKB (%)



Stopa bezrobocia (%)



Inflacja / stopy procentowe⁽²⁾



(1) Źródło: GUS

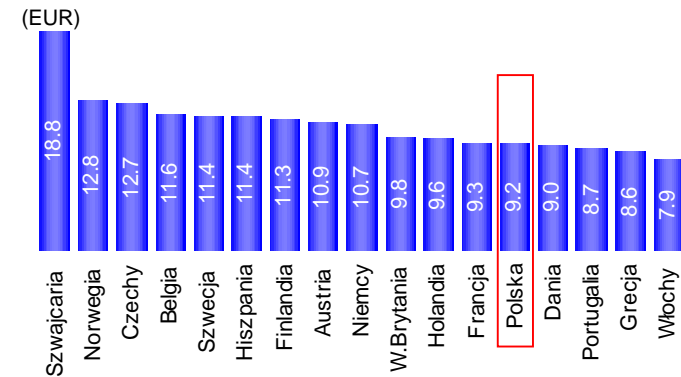
(2) Stopy procentowe w oparciu o oprocentowanie 10-letnich obligacji Skarbu Państwa

Polski rynek telekomunikacyjny podlega szybkiej liberalizacji

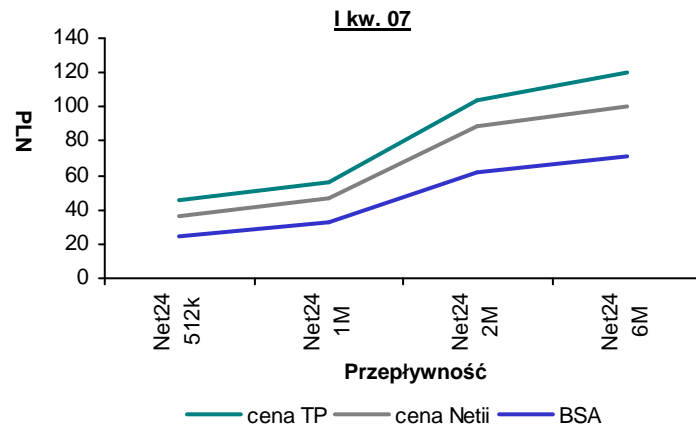
Regulacje

- Bitstream z 51% upustem od ceny detalicznej
- WLR z 47% upustem
- LLU - pełen dostęp za 36 PLN / miesiąc
- Nowe RIO wprowadziło 35% obniżkę stawek za terminację ruchu w sieciach stacjonarnych w 2006
- Stawki za terminację ruchu w sieciach komórkowych obniżone o 22% w 2006
- Kary nałożone na TP w łącznej wysokości blisko 0,5 mld zł, większość podtrzymana przez sąd

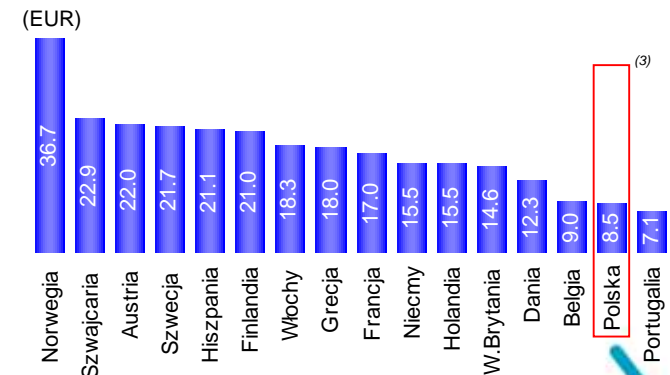
Hurtowe ceny dla LLU⁽¹⁾



Atrakcyjne marże dla bitstreamu



Hurtowe ceny dla bitstreamu⁽²⁾



(1) Źródło: Merrill Lynch Research

(2) W przypadku Finlandii, Niemiec, Grecji, Szwecji i Szwajcarii cena dotyczy odsprzedaży ADSL

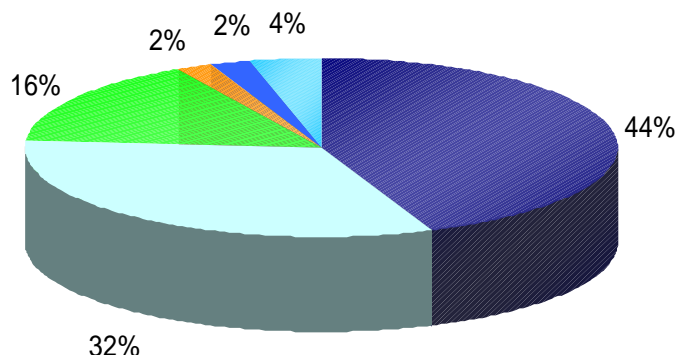
(3) Cena hurtowa obliczona jako 51% upust od APRU dla ADSL w TP w 2006

Rynek szerokopasmowy jest rozdrobniony

Użytkownicy usług szerokopasmowych

Szanse wzrostu dla Netii

Łącznie 4,1 mln

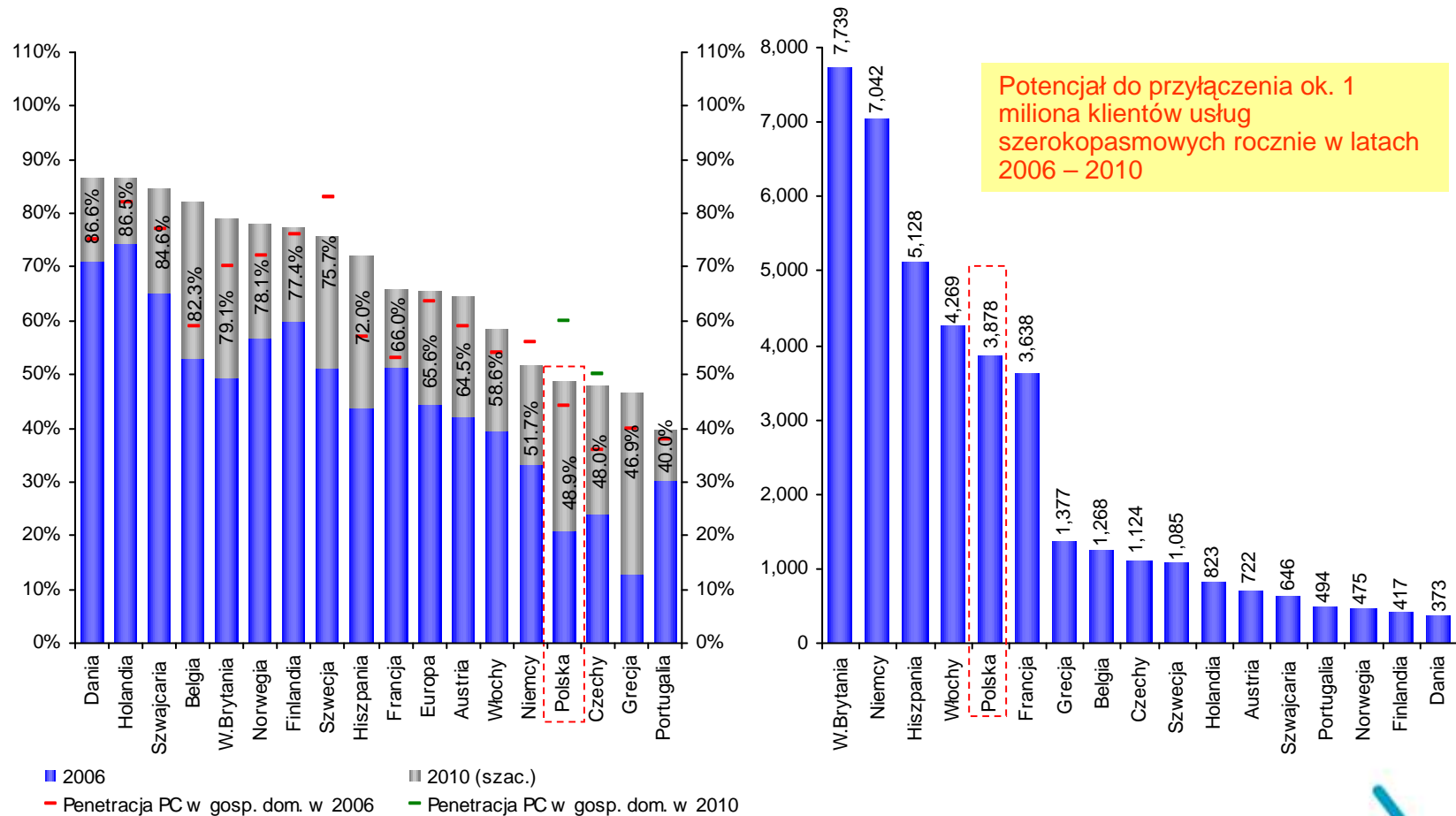


- Własna sieć miedziana/światłowodowa Netii
 - Kontynuacja rozwoju ADSL wśród własnej bazy klientów (obecnie 250 tys. linii mieszkaniowych i 150 tys. linii biznesowych)
- Dostęp do sieci TP otwarty decyzjami Regulatora
 - Internet w oparciu o Bitstream Access
 - Sprzedaż dodatkowa usług głosowych – VoIP i hurtowy dostęp do abonamentu (WLR)
 - Przejście do LLU przy osiągnięciu odpowiedniej skali
 - Sprzedaż dodatkowa usług IPTV i sprzedaż krzyżowa usług komórkowych
- Sieci osiedlowe (Ethernet)
 - Sieci lokalne o wysokiej przepływności
 - Brak możliwości skali do oferowania kontentu i spełnienia wymogów regulacyjnych
 - Potencjał do małych przejęć zamykających (bolt-on acquisitions)
- TV kablowa
 - Netia ma możliwość konkurencyjnej oferty typu „multi-play”

Rynek szerokopasmowy w Polsce ma potencjał do rozwoju

Dostęp szerokopasmowy⁽¹⁾

Szacowany wzrost dostępu szerokopasmowego do 2010 roku (gosp. domowe)⁽¹⁾⁽²⁾



Źródło: Merrill Lynch Broadband Matrix, Merrill Lynch CE3 Matrix

Nota: Szacunki dot. krajów Europy Zachodniej oparte o dane po IV kw. 06, szacunki dot. Polski i Czech oparte o dane po I kw. 06; dane za 2006 rok dla Polski i Czech oszacowane w oparciu o I kw. 06

(1) Bez uwzględnienia sieci osiedlowych (Ethernet)

(2) Obliczony jako różnica liczby gosp. dom. z dostępem szerokopasmowym w 2010 (szac.) i 2006 roku



Netia ma najbardziej dogodną pozycję do wykorzystania szans na liberalizowanym rynku

Główni gracze rynkowi

Operator	Podst. działalność	Pozycja rynkowa	Przychody'06 (EUR mln)	Kapitalizacja giełdowa (EUR mln)	Ogólnokrajowa sieć szkieletowa	Orientacja na klienta	Strategia LLU BSA/WLR
TP	Telefonia stacjonarna, internet, transmisja danych	10,1mn linii stacj., 1,7mln klientów usług szerokopasmowych	2.872	8.386			
PTK Centertel (Orange)	Telefonia komórkowa	12,5mln abonentów	1.950				
Polkomtel (Plus)	Telefonia komórkowa	12mln abonentów	1,905	Nie notowana			
PTC (Era)	Telefonia komórkowa	12,2mln abonentów	1.838	Nie notowana			
Netia	Telefonia stacjonarna, transmisja danych, internet	396tys. linii stacj., 150tys. klientów usług szerokopasmowych ⁽¹⁾	223	432	Tak	Biznes./Mieszkan.	WLR, BSA, LLU
Exatel	Telefonia stacjonarna	1,2% udział w wartości rynku telekom.	137	Nie notowana	Tak	Biznesowi	WLR, BSA
Telefonia Dialog	Telefonia stacjonarna, transmisja danych, internet	438tys. linii stacj., 96tys. klientów usług szerokopasmowych	129	Nie notowana	Nie	Mieszkan./Biznes.	WLR, BSA, LLU
GTS Energis	Telefonia stacjonarna	7tys. klientów biznesowych, ok.1% wartości rynku telekom.	103	Nie notowana	Tak	Biznesowi	WLR, BSA, LLU
UPC Polska	TV kablowa	2mln gosp. w zasięgu 994tys. abonentów TV kablowej	97,4*	Nie notowana	Nie	Mieszkańcowi	
Tele2	Telefonia stacjonarna, reseller	1mln abonentów usług stacjonarnych	61,9*	Nie notowana	Nie	Mieszkańcowi	WLR, BSA, LLU
Multimedia	TV kablowa	130tys. abonentów usług stacjonarnych	97,5	555	Nie	Mieszkańcowi	WLR, BSA, LLU
Vectra	TV kablowa	630tys. abonentów TV kablowej	64,2	Nie notowana	Nie	Mieszkańcowi	
Hyperion	Usługi szerokopasmowe	B/D	5,1	30	Nie	Mieszkańcowi	

* Dane za 2005; Kapitalizacja rynkowa z dn. 08/06/2007

⁽¹⁾ Dane na dzień 28.08.2007

Źródło: GUS, CBOS, TNS OBOP, PMR, dane własne, sprawozdania finansowe operatorów

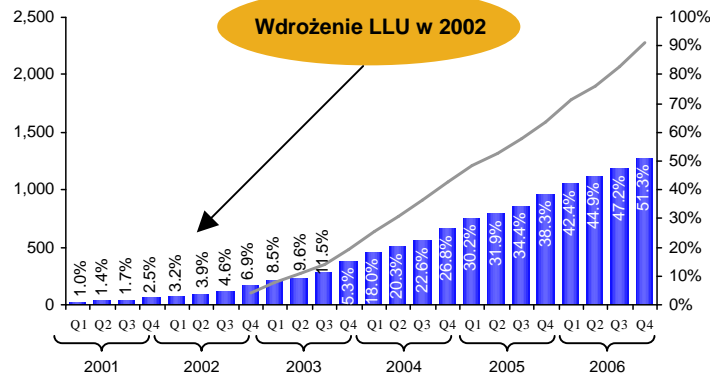


Netia ma unikalne atuty, by wykorzystać szanse na rynku szerokopasmowym

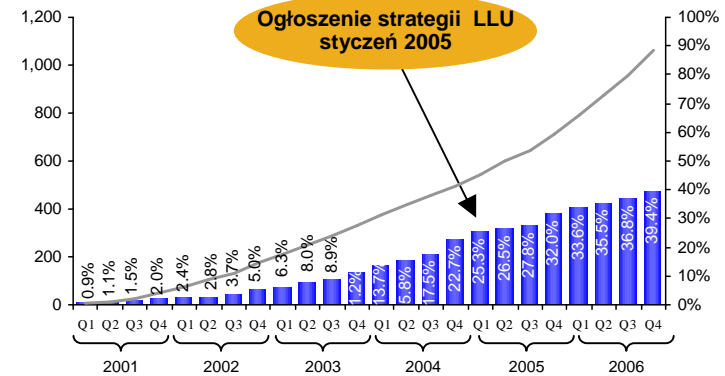
Przewaga pierwszeństwa	<ul style="list-style-type: none">▪ Ponad 150 tys. klientów usług szerokopasmowych daje Netii pierwszą pozycję wśród polskich operatorów alternatywnych▪ Netia pierwsza wykorzystała szanse związane z liberalizacją rynku – 41 tys. klientów bitstreamu na koniec II kw. 2007▪ pierwsza umowa LLU
Synergie operacyjne z PLAY	<ul style="list-style-type: none">▪ Oferta szerokopasmowa Netii jest dostępna w sieci sprzedaży Germanos
Ogólnopolski zasięg	<ul style="list-style-type: none">▪ Marka rozpoznawalna na terenie całego kraju▪ Ogólnopolski marketing i sieć dystrybucji, w tym najatrakcyjniejsze lokalizacje▪ Ogólnopolska sieć szkieletowa zapewnia pojemność i łączy backhaul od punktów styku▪ Utrzymanie i zarządzanie siecią realizowane na terenie całego kraju poprzez umowę serwisową z firmą Ericsson
Obecna działalność wspiera rozwój	<ul style="list-style-type: none">▪ Dotychczasowa działalność generuje środki pieniężne▪ Znaczący potencjał do dalszej optymalizacji▪ Bilans bez zadłużenia wesprze finansowanie rozwoju usług szerokopasmowych
Kierownictwo	<ul style="list-style-type: none">▪ Duże doświadczenie grupy zarządzającej i znajomość polskiego rynku telekomunikacyjnego▪ Plany motywacyjne skorelowane z wartością dla akcjonariuszy

Porównywalni wiodący operatorzy alternatywni

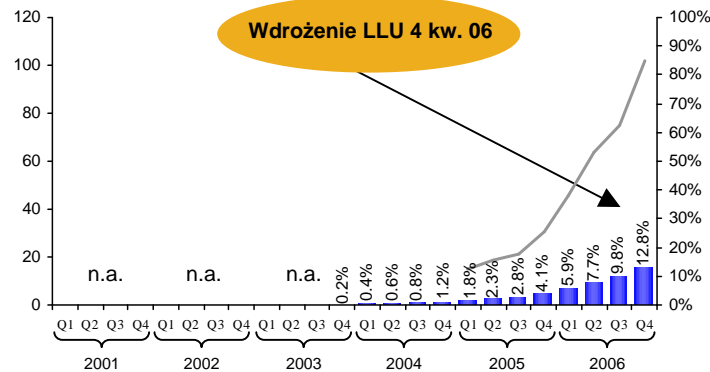
Iliad - Francja



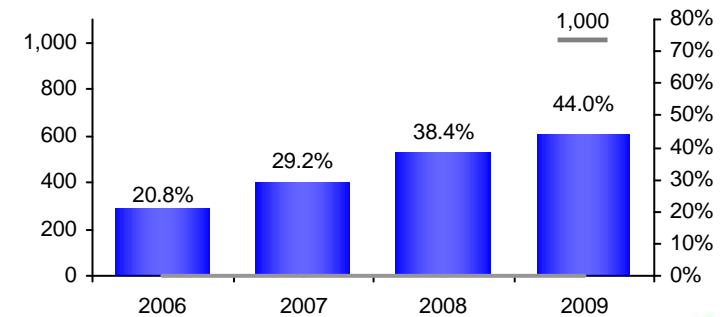
Fastweb - Włochy



Forthnet - Grecja



Netia - Polska



■ Dostępność usług szerokopasm. w gosp. dom [%] ▬ Liczba klientów



Treść

Przegląd rynku

Strategia

Dane finansowe

Podsumowanie



Cele Netii ukierunkowane na wzrost wartości dla akcjonariuszy

- Zdobyć pozycję lidera usług szerokopasmowych wśród operatorów alternatywnych; Cel: pozyskanie 1 miliona klientów usług szerokopasmowych w ciągu najbliższych trzech lat
- Optimalizacja silnej pozycji w segmencie klientów biznesowych
- Wykorzystanie inwestycji w PLAY

Przy jednoczesnej

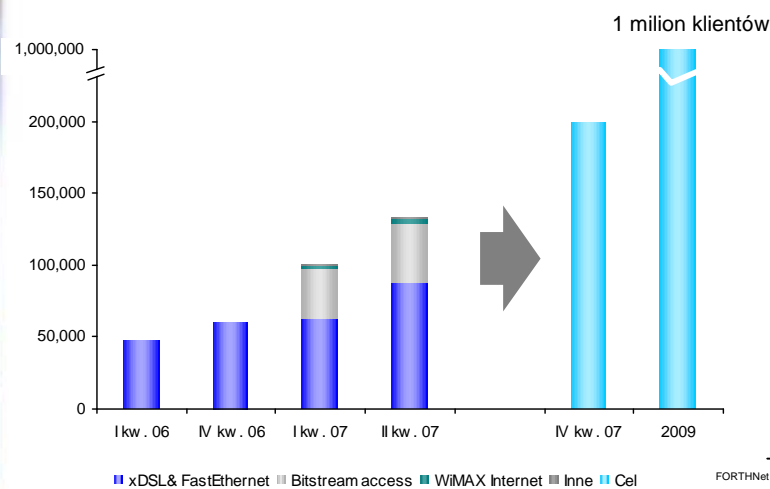
- Zmianie kultury organizacyjnej, aby wesprzeć strategię skoncentrowaną na wzroście wartości
- Prowadzeniu strategii skalowalnych inwestycji dla uzyskania wzrostu wartości



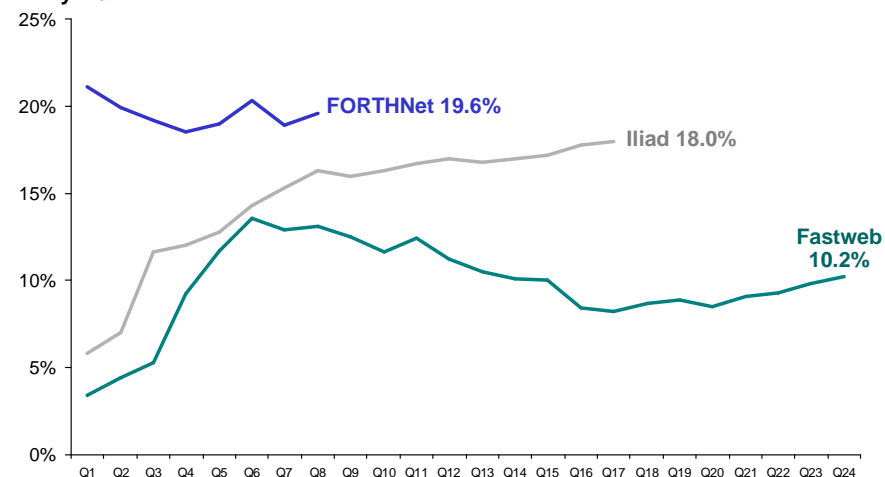
Baza klientów usług szerokopasmowych Netii szybko rośnie

- Ponad 150 tys. klientów usług szerokopasmowych we wrześniu 2007
- Ponad 200 tys. klientów usług szerokopasmowych planowane na koniec 2007
- Strategiczny cel pozyskania 1 miliona klientów usług szerokopasmowych w ciągu kolejnych trzech lat
- Zakładany wysoki kilkunastoprocentowy udział wśród przyszłych nowych przyłączeń netto

Liczba portów szerokopasmowych



Udział w rynku



Start Date	Start Subs	Q1 05	Q2 05	Q3 05	Q4 05	Q1 06	Q2 06	Q3 06	Q4 06	Q1 07	Q2 07	Q3 07	Q4 07	Q1 08	Q2 08	Q3 08	Q4 08	Q1 09	Q2 09							
FORTHNet	Q1 05	15.2	21.1%	19.9%	19.2%	18.5%	19.0%	20.3%	18.9%	19.6%																
Iliad	Q4 02	99.1	5.8%	n.a	11.6%	n.a	12.8%	14.3%	15.3%	16.3%	16.0%	16.3%	16.7%	17.0%	16.8%	17.0%	17.2%	17.8%	18.0%							
Fastweb	Q1 01	6.4	3.4%	4.4%	5.3%	9.2%	11.7%	13.6%	12.9%	13.1%	12.5%	11.6%	12.4%	11.2%	10.5%	10.1%	10.0%	8.4%	8.2%	8.7%	8.9%	8.5%	9.1%	9.3%	9.8%	10.2%

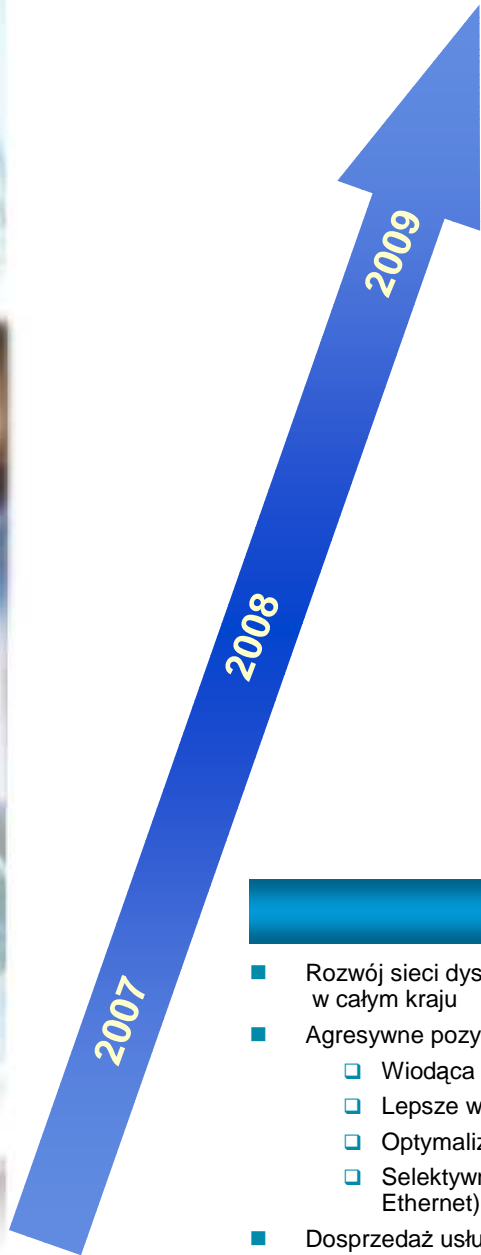
— FORTHNet — Iliad — Fastweb⁽¹⁾



Źródło: Raporty spółek

(1) Ogólnokrajowy udział w rynku. Sieć światłowodowa Fastweb obejmowała jedynie ok. 4 mln gospodarstw domowych do momentu rozpoczęcia ogólnokrajowego projektu LLU w styczniu 2005

Strategia wzrostu



Wzrost wartości klienta

- Wzrost dostępności LLU i migracja klientów bitstreamu / WLR
- Dalsze pozyskiwanie lokalnych sieci Ethernet
- Wprowadzenie i dosprzedaż usług „triple-play”
- Dosprzedaż usług komórkowych i konwergentnych klientom biznesowym
- Dalsza optymalizacja wykorzystania pojemności sieci

Rozszerzenie portfela usług

- Szybkie wejście i rozwój LLU w najbardziej atrakcyjnych lokalizacjach
- Ocena potencjału rynku, technologii i modelu biznesowego dla usług IPTV i VoD, następnie wdrożenie (roll-out) w 2008
- Przygotowanie, ocena biznesowa i technologiczna oraz pierwsze wejście na rynek usług komórkowych i konwergentnych

Wzrost liczby klientów

- Rozwój sieci dystrybucji i funkcji wsparcia w celu obsługi klientów indywidualnych w całym kraju
- Agresywne pozyskiwanie klientów usług szerokopasmowych w oparciu o geo-marketing
 - Wiodąca pozycja w bitstreamie
 - Lepsze wykorzystanie własnej sieci miedzianej
 - Optymalizacja inwestycji w WiMax
 - Selektywne pozyskiwanie wysokiej jakości lokalnych sieci dostępowych (sieci Ethernet)
- Dosprzedaż usług WLR klientom bitstreamu i pośrednich usług głosowych



Strategia marketingowa

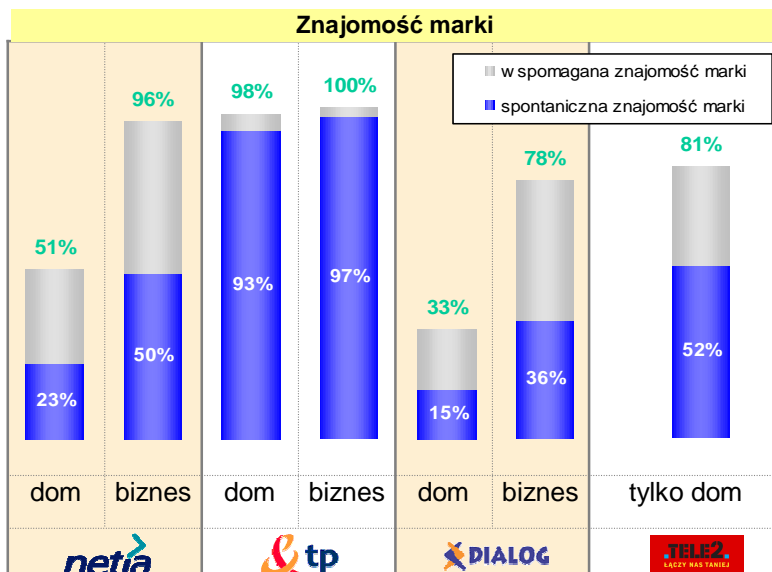
- Netia pierwsza i dynamicznie pozyskująca klientów bitstreamu
- Strategia marketingowa skoncentrowana na kliencie detalicznym
- Usługi dodatkowe jako czynnik wyróżniający
- Wysoki standard obsługi klienta
- Nacisk na niskokosztowe kanały dystrybucji i pozyskania klienta
- Zapewniona obecność w najatrakcyjniejszych punktach sprzedaży

Infrastruktura marketingowa gotowa

- Nowoczesny system sprzedaży elektronicznej (e-sales)
- 200+ pracowników Telesales (113 własnych i 91 zewnętrznych)
- 530 osób pracujących w sprzedaży bezpośredniej w systemie prowizyjnym
- 300+ punktów sprzedaży Play / Germanos dostępnych w najlepszych lokalizacjach, wyłączność na sprzedaż usług szerokopasmowych

Przejęcie do sektora masowego

- Marka dobrze upozycjonowana w segmencie klientów biznesowych
- Nowy wzór logo ukierunkowany na rynek masowy
- Masowa kampania reklamowa rozpoczęta (TV, czasopisma, megaboards, reklama bezpośrednia, itd.)
- Reklama o zasięgu ogólnopolskim



Dane o klientach indywidualnych: za okres trzech miesięcy luty - kwiecień 2007 (N=3000)
 Dane o klientach biznesowych: kuty 2007 (N=500)

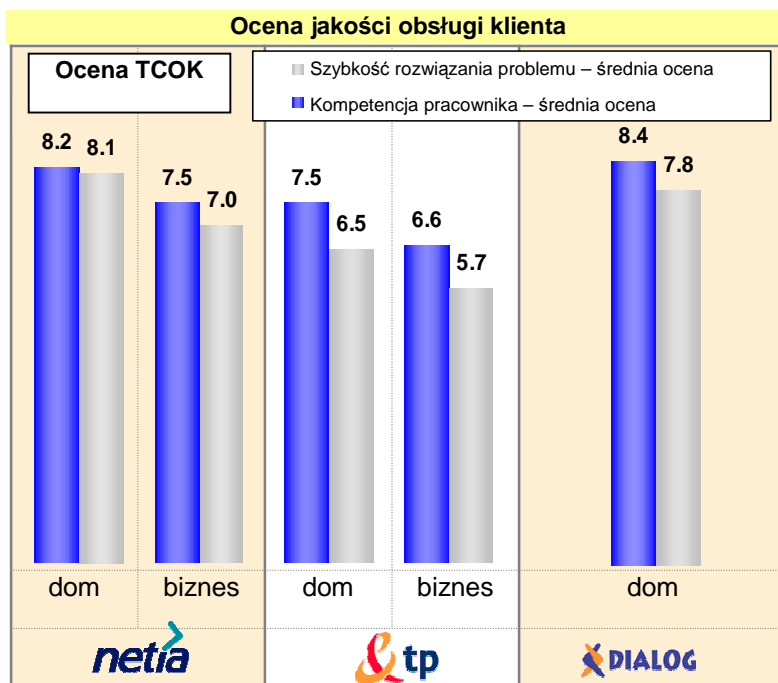


Obsługa klienta

- Poziom obsługi wysoko oceniany przez klientów Netii
- Nacisk na wysoką jakość obsługi klienta
- Odpowiednie środki alokowane aby zapewnić wysokie standardy

Zasoby alokowane do obsługi klienta

- 3 telefoniczne centra obsługi klienta, w tym 2 zewnętrzne (możliwość obsłużenia 10.000 rozmów dziennie)
- Billing (Geneva) / CRM (Clarify) przygotowane na jeszcze wyższe obciążenie
- Wsparcie techniczne realizowane przez umowę serwisową z firmą Ericsson
 - 300 fachowców
 - Ogólnopolski zasięg
- 300+ pracowników w obsłudze klienta
- Do 150 stanowisk zewnętrznych dostępne w razie potrzeby (dodane w ciągu ostatnich 6 miesięcy)
- 200+ pracowników telesales w CRM i sprzedaży dodatkowej
- Instalacje
 - Urządzenia końcowe „Plug&Play”
 - Konsultanci zewnętrzni do pomocy technicznej



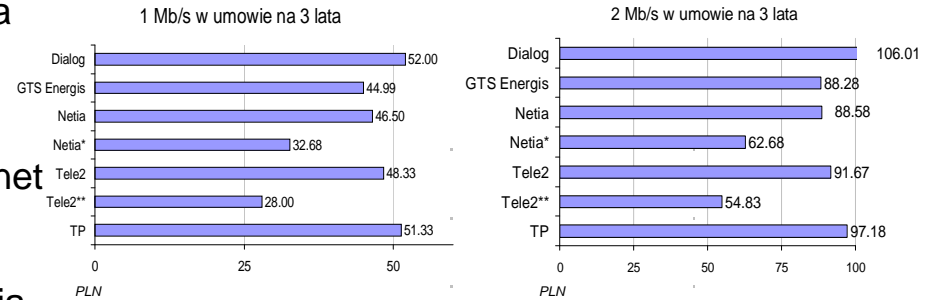
Dane dla klientów indywidualnych: luty 2007 (Netia=44, TP S.A.=82 Dialog=74)
Dane dla klientów biznesowych: luty 2007 (Netia=190, TP S.A.=444), ocena ważona



Porównanie produktów / cen Netii

- W I poł. 2007 koncentracja na ofercie bitstream access (BSA) i możliwości bycia liderem cenowym
- W II poł. 2007 koncentracja na ofercie pakietowej: usługi głosowe (WLR) + Internet (BSA) – w sprzedaży od 20.08.2007
- Migracja do LLU, tj. możliwość wyróżnienia oferty proponowaną przepływnością i innowacyjnością

Porównanie cen szerokopasmowego Internetu poprzez BSA ~



~ Porównanie średnich opłat miesięcznych, ceny brutto
 * Oferta promocyjna Netii „Internet - Rok za darmo” (od 09.07 do 10.08.2007)
 ** Letnia oferta promocyjna Tele2's (do 31.08. 2007)



SZYBKI INTERNET ZA DARMO

Najniej tańszy Internet z pakietem TP SA, również z opcją szybki Internet 16Mbit/s, do darmowego przeliczenia
 Za pomocą 10 sekundarych przeliczeń, Internet z prędkością 16Mbit/s, do darmowego przeliczenia
 Cena za pozostałe dni lata, w tym 49 zł brutto wliczone do Internet 16Mbit/s.
 Jest to oferta promocyjna z ograniczoną liczbą miejsc i dostępna tylko dla klientów indywidualnych.
 Mówi czas tylko do 10.08.2007 r.
 0 801 88 11 00 www.netia.pl sklepy Play Germanos



Przykład reklamy promocyjnej oferty Netii dla usług bitstreamu „Internet - Rok za darmo” z lipca 2007



CZAS NA SZYBKOŚĆ. KUPIJ SZYBKI INTERNET!
 Nie dość, że szybki, to o 25% tańszy niż u konkurencji. Teraz możesz go mieć nawet na linii TP SA.
 Informacja: 0 801 88 11 00 www.netia.pl



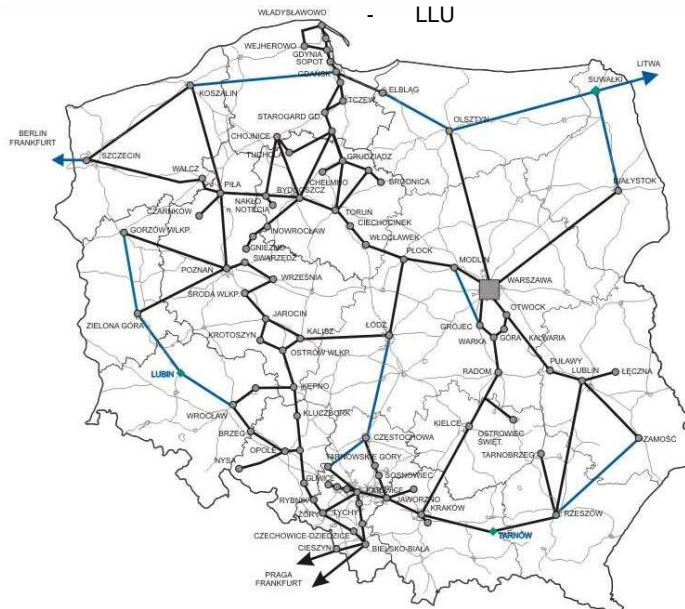
Przykłady kampanii promocyjnej Netii dla usług bitstreamu „Szybki Internet” z maja 2007

Strategia w zakresie sieci

- Wykorzystanie istniejącej sieci miedzianej przy jej selektywnej rozbudowie
- Budowa infrastruktury LLU w wybranych lokalizacjach
- Wykorzystanie inwestycji w WiMAX w miastach o małej dostępności Internetu i na przedmieściach dużych miast

Plany w zakresie budowy infrastruktury LLU

Węzły TP do uwolnienia	560
Łączna liczba węzłów potencjalnie dostępnych do uwolnienia	5 615
Średnia liczba linii na uwalniany węzeł	9 300
Docelowe pokrycie sieci TP (%)	
- Bitstream	100%
- LLU	50%



Netia' – sieć szkieletowa



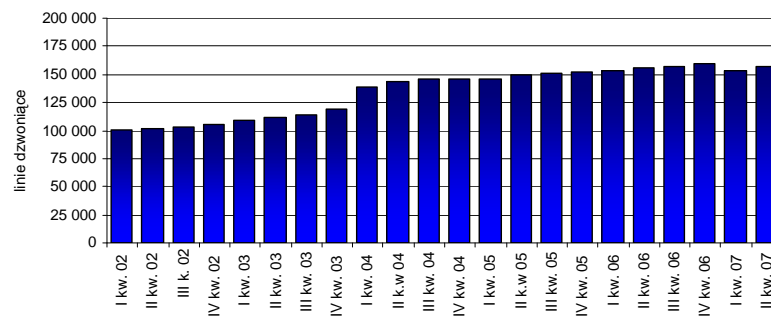
Netia - stacje WiMAX

netia

Optymalizacja silnej pozycji w segmencie klientów biznesowych

- Adresowanie oferty do klientów korporacyjnych przynoszących wyższe marże przy minimalizacji dodatkowych nakładów
- Zmiana struktury bazy klientów - wzrost liczby małych i średnich przedsiębiorstw kosztem dużych korporacji
 - Standaryzacja produktów dla małych i średnich firm
 - Uproszczenie oferty
- Ukierunkowanie działu sprzedaży na marże jako kluczowy parametr działalności w sektorze klientów biznesowych
- Sprzedaż dodatkowa usług głosowych klientom bitstreamu
- Obniżenie kosztów operacyjnych i nakładów inwestycyjnych

Biznesowe linie dzwoniące (usługi głosowe)

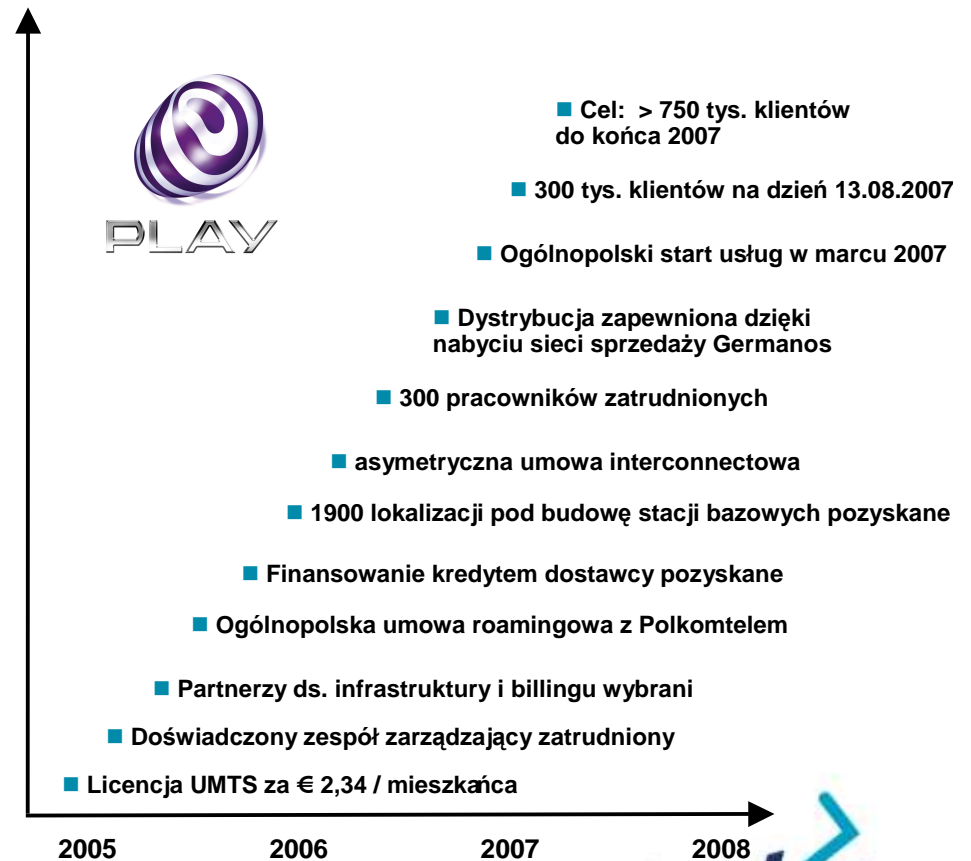


PLAY: zniesione ryzyko, gotowy do budowania wartości

Tworzenie wartości 4-go polskiego operatora komórkowego

- Ponad 300 tys. klientów
- Przychody za I półrocze 2007 wyniosły 54,7 mln zł (ok. 1% udział w rynku)
- Wstępne ARPU, wyższe od średniej rynkowej, wskazują, że oferta dociera do docelowej grupy młodych, intensywnie korzystających z Internetu klientów
- Dystrybucja budowana od 1-go maja w oparciu o sieć sprzedaży Germanos
 - 300+ punktów sprzedaży postpaid
 - 30 000+ punktów sprzedaży prepaid
- Marka skutecznie uplasowana jako rozpoznawalna i odróżniająca się od innych
- Dobre wyniki pierwszych badań satysfakcji i lojalności klienta

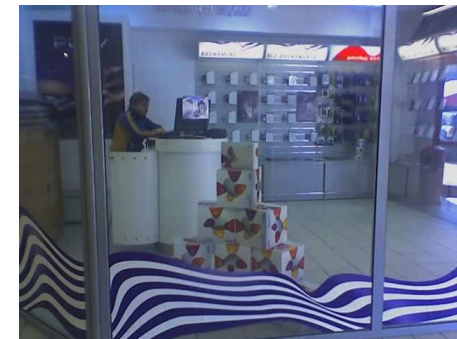
Wartość firmy



netia

Wykorzystanie inwestycji w PLAY

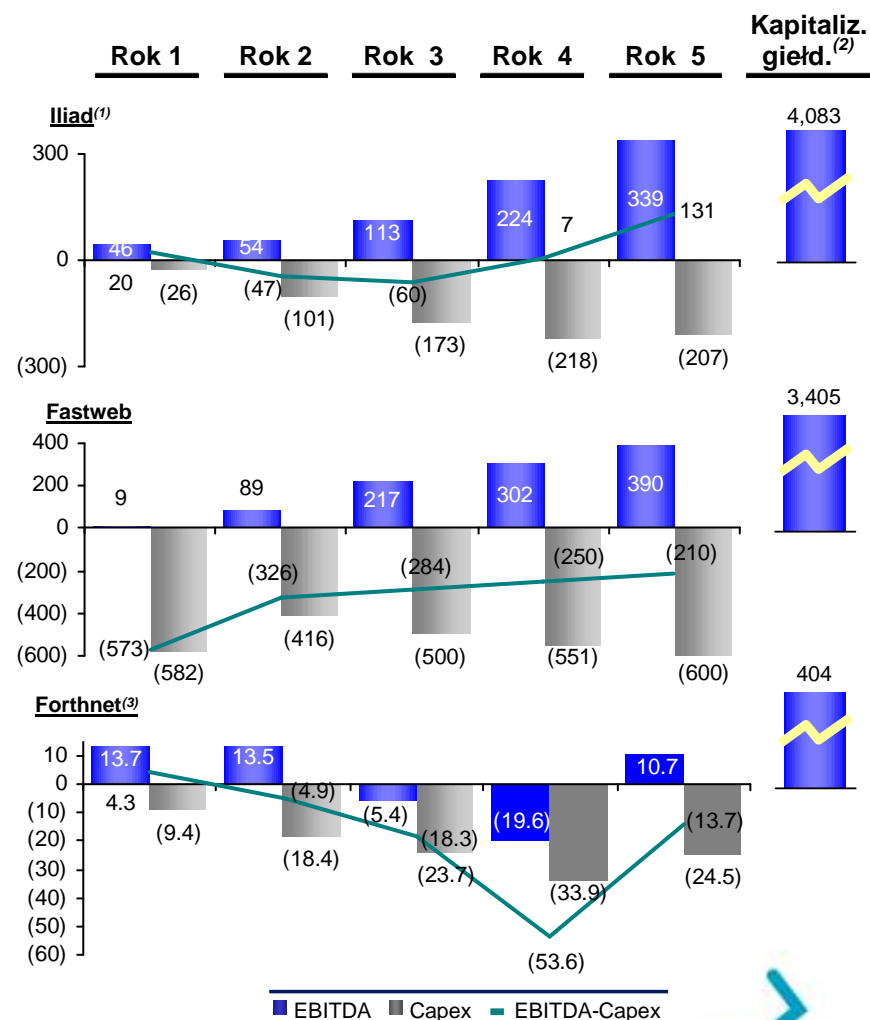
- Rozszerzenie portfela usług:
 - ❑ Odsprzedaż usług komórkowych klientom biznesowym pod marką Netii
 - ❑ Stworzenie oferty usług konwergentnych wraz z PLAY
- Dostarczenie rozwiązań transmisyjnych dla sieci Play
 - ❑ 5 – letni kontrakt może przynieść do 50 mln zł przychodów rocznie
 - ❑ Nakłady inwestycyjne do 100 mln zł w latach 2007 - 2008
- Wykorzystanie synergii kosztowych:
 - ❑ funkcje wsparcia
 - ❑ sieć dystrybucji
 - ❑ konsolidacja zakupów



Do 10% sprzedaży usług bitstreamu Netii jest obecnie prowadzone poprzez sklepy Germanos

Skalowalne inwestycje w rentowny wzrost

- Netia zamierza osiągnąć pozytywne przepływy środków pieniężnych do 2010, czyli szybciej niż porównywalni operatorzy usług szerokopasmowych
- Wpływ nowych inwestycji na przepływy pieniężne znacząco zneutralizowany przez:
 - Przepływy pieniężne z dotychczasowej działalności
 - Wykorzystanie istniejących aktywów
 - Optymalizację nieruchomości / innych niekluczowych aktywów
- Netia spodziewa się utrzymać pozytywną EBITDA podczas całej fazy wzrostu



Źródło: Raporty finansowe spółek, zewnętrzne raporty analityczne

(1) LLU wdrożone w Roku 2

(2) Kurs akcji z dnia 22 maja 2007

(3) Ostatnie dwa lata wg szacunków Merrill Lynch Forecast



Treść

Przegląd rynku

Strategia

Dane finansowe

Podsumowanie

Coraz lepsze wyniki finansowe

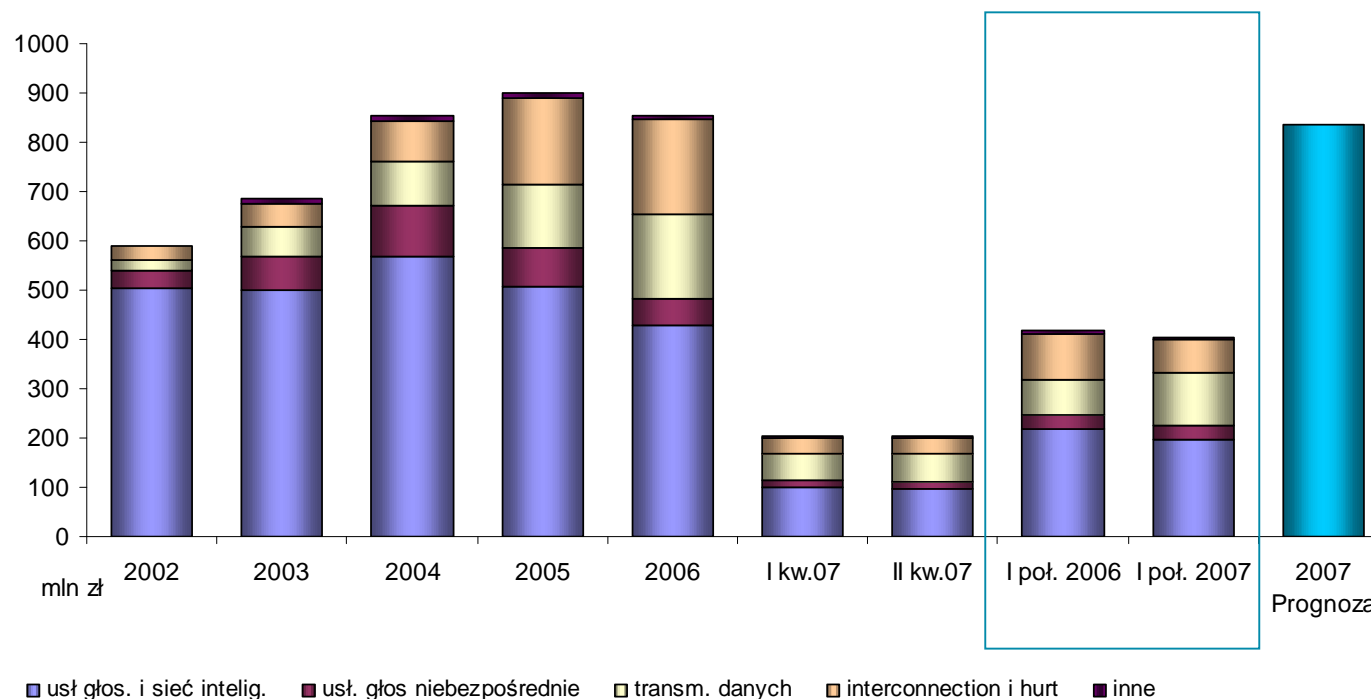
zł w tysiącach

	2007		2006			
	II kw.	I kw.	IV kw.	III kw.	II kw.	I kw.
Przychody	205.580	204.392	209.718	230.537	203.422	218.380
% zmiana (r-d-r)	1,1%	(6,4%)	(11,7%)	(0,1%)	(9,2%)	0,8%
EBITDA / Skorygowana EBITDA*	62.236	54.609	60.552*	53.994*	48.009*	58.751
Marża	30,3%	26,7%	28,9%*	23,4%*	23,6%*	26,9%
EBIT/Pro Forma EBIT*	(8.249)	(14. 910)	(9.827)*	(15.583)*	(19.928)*	(5.843)
Udział w kosztach początkowych P4	(42.994)	(25.618)	(15.735)	(7.262)	(4.650)	(3.007)
PAT/Pro Forma PAT *	(51.010)	(37.802)	(31.494)*	(22.919)*	(23.101)*	(10.638)
Aktywa razem	2.092.063	2.093.132	2.155.359	2.528.943	2.527.046	2.588.619
Środki pieniężne netto	98.861	152.129	143.586	107.783	136.008	228.957

Prognoza na 2007

NETIA (w mln zł, chyba że wskazano inaczej)	I połowa 2007 wyniki	2007 prognoza dotychczasowa	2007 prognoza zaktualizowana
Użytkownicy usług szerokopasmowych (tys.)	134	> 200	> 200
Przychody	410,0	830,0 – 865,0	835,0 – 850,0
EBITDA/Skorygowana EBITDA	116,8	150,0	160,0
<i>W tym</i>			
Straty początkowe związane ze zdobyciem klientów BSA, WLR i LLU	21,8	60,0	60,0
Nakłady inwestycyjne	89,3	up to 300,0	up to 275,0
Klienci usług komórkowych PLAY (tys.)	172	> 750	> 750

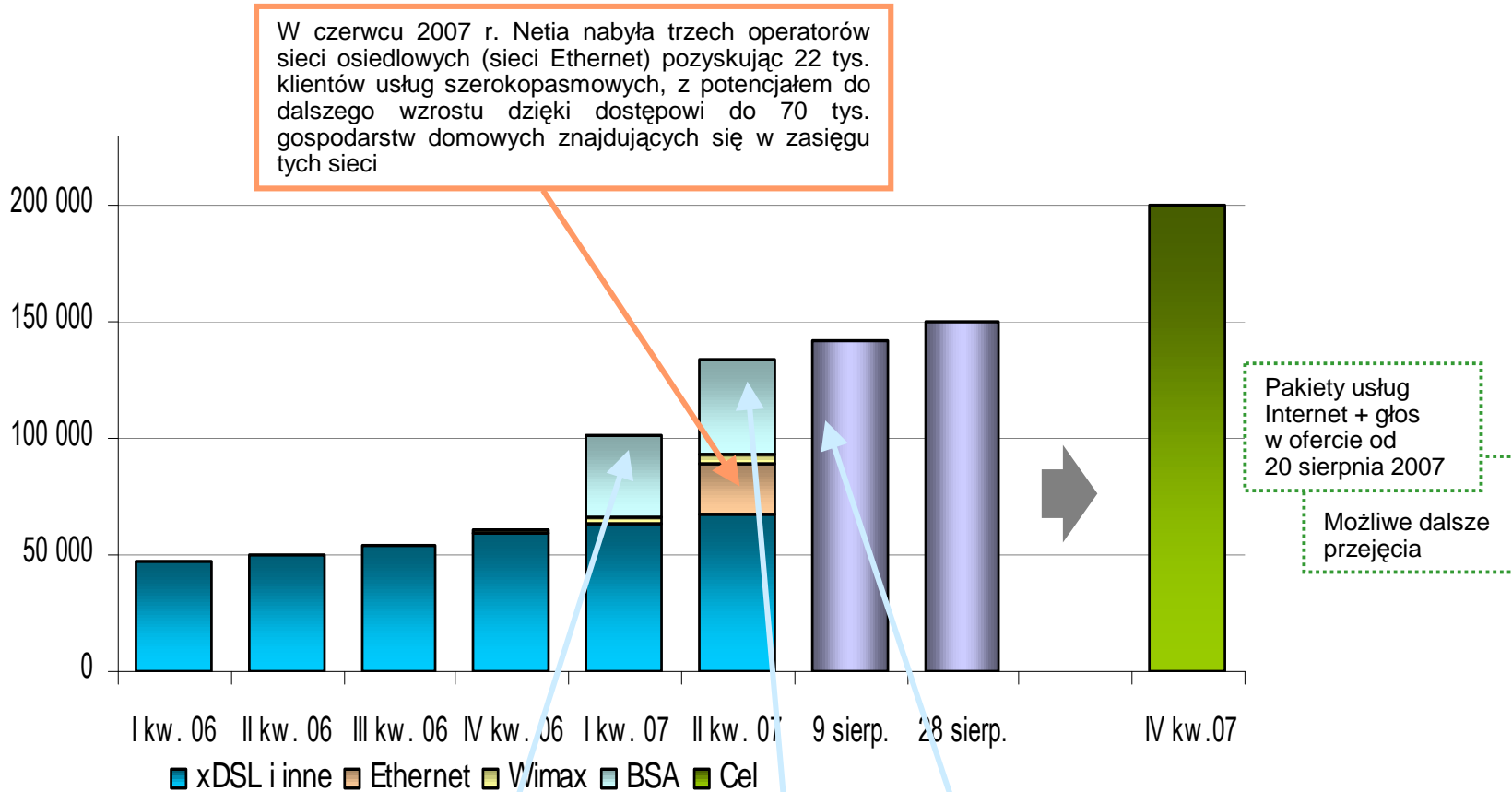
Przychody w podziale na produkty



- > Przychody z usług transmisji danych wzrosły w I półroczu 2007 r. do 109,5 mln zł wykazując 54% wzrost w porównaniu do I półrocza 2006 r., a kwartalne przychody z tego tytułu wzrosły o 13% w porównaniu z I kw. 2007 r. Powyższy wzrost przychodów z transmisji danych zrekompensował z nawiązką obniżkę przychodów za sprzedaży bezpośrednich usług głosowych o 10% w porównaniu z I półroczem 2006 r.
- > Przychody za I półrocze 2007 r. spadły o 3% rok-do-roku do poziomu 410,0 mln zł na skutek spadku przychodów z tytułu usług hurtowych i rozliczeń międzyoperatorskich
- > Perspektywa dalszego wzrostu bazy użytkowników usług szerokopasmowych, dosprzedaży usług głosowych nowym klientom usług szerokopasmowych oraz rosnących przychodów z tytułu dostarczania rozwiązań sieci transmisyjnej dla PLAY sprawiają, że Netia ma dobrą pozycję do osiągnięcia w II półroczu 2007 r. cokwartalnego wzrostu przychodów, jak również odnotowania w 2008 r. wzrostu przychodów w skali roku.

Dynamiczny wzrost bazy klientów usług szerokopasmowych

Liczba portów szerokopasmowych



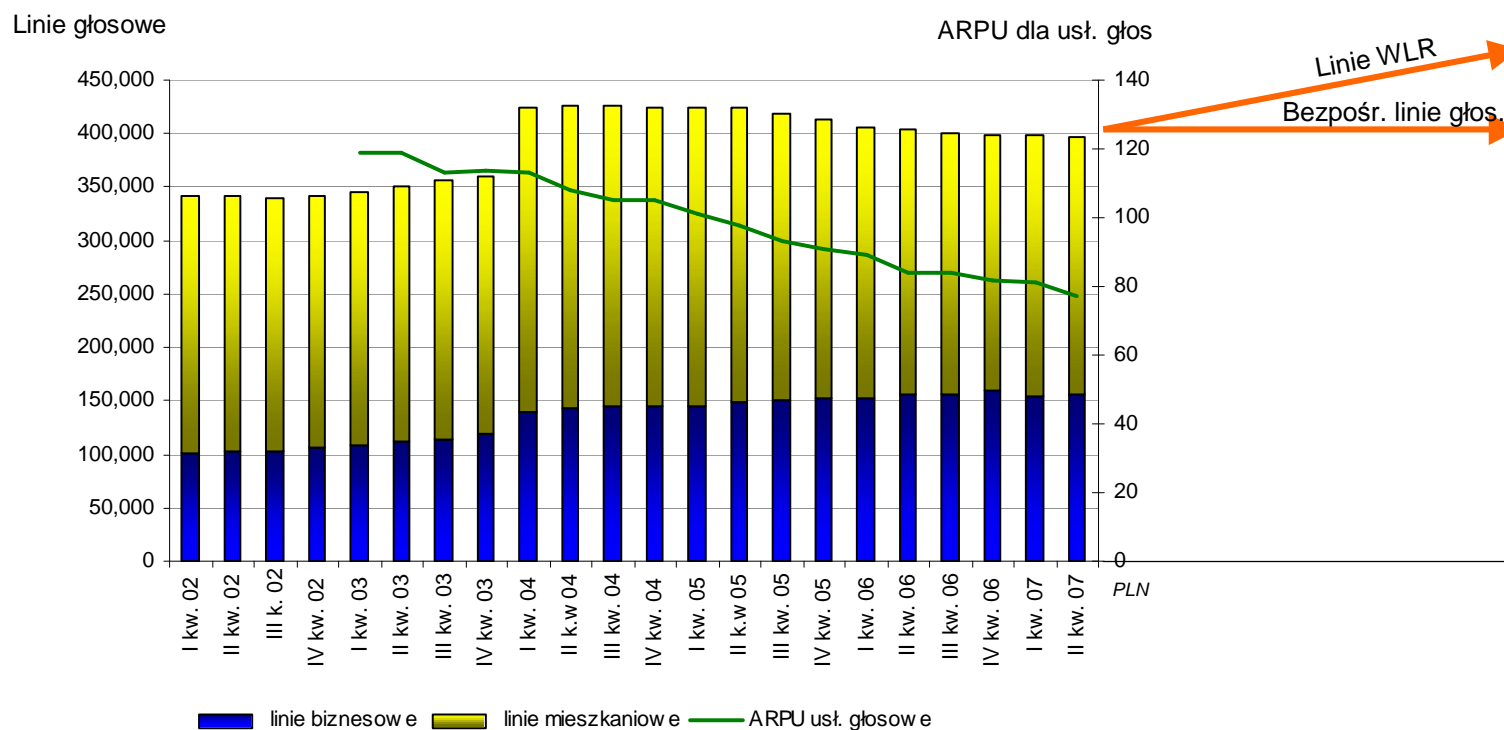
Komercyjny start pierwszej w Polsce oferty bitstreamu dla klientów mieszkaniowych (połowa sierpnia 2007)

Kampania reklamowa „Szybki Internet” (połowa maja 2007)

Promocja „Internet – Rok za darmo” (9 lipca – 10 sierpnia 2007); 47 tys. aktywnych klientów BSA na dzień 9 sierp. i 24 tys. zleceń oczekujących na aktywację

netia

Spodziewana stabilizacja przychodów z usług głosowych dzięki ofercie pakietowej



Podsumowanie

- Dynamiczny wzrost rynku **klientów indywidualnych** i liberalizacja dostępu stwarzają nowe możliwości wykorzystania kluczowych kompetencji i zasobów Netii

poprzez:

- Szybkie zdobywanie klientów usług szerokopasmowych i dalsze podnoszenie wartości klienta poprzez migrację usług bitstreamu do LLU - dosprzedaż usług kontentowych i konwergentnych będą głównymi źródłami wzrostu
- Wsparcie strategii wzrostu Netii przez organizację skoncentrowaną na potrzebach klienta
- Zoptymalizowanie silnej pozycji Netii w segmencie **klientów biznesowych** dzięki koncentracji na najatrakcyjniejszych segmentach rynku i minimalizacji wydatków
- Bliska współpraca z PLAY pozwoli Netii świadczyć **usługi komórkowe i konwergentne** oraz uzyskać korzyści skali przez wspólną sieć dystrybucji i funkcje wsparcia
- Trzyletnie inwestycje w usługi szerokopasmowe powinny doprowadzić do wysokiego wzrostu EBITDA do 2009 roku i pozytywnych przepływów środków pieniężnych do 2010 roku



Dziękujemy za uwagę