

# Stagnacja Multimedia Polska w segmencie internetowym



**533 tys. klientów internetu szerokopasmowego miała na koniec pierwszego kwartału Multimedia Polska, trzecia co do wielkości sieć kablowa w Polsce. Oznacza to, że w pierwszych trzech miesiącach roku ich liczba zmniejszyła się o 2,7 tys.**

Multimedia Polska na koniec marca br. miała 826,9 tys. abonentów, z których 310,6 tys. korzystało z dwóch usług, a 128,9 tys. z co najmniej trzech usług.

W pierwszym kwartale br. przychody Multimediów wyniosły 181 mln zł, co oznacza wzrost o 3,5 proc. w porównaniu do analogicznego okresu w 2015 roku. Wtedy przychody wyniosły 174,9 mln zł.

Wpływy w segmencie telewizji wyniosły 90,2 mln zł, notując wzrost o 4,2 proc. Przychody z usług internetowych wzrosły o 1,8 proc. do 56,7 mln zł, a w segmencie telefonii spadły o 9,9 proc. do 24,1 mln zł.

Głównym założeniem strategii Multimedia Polska jest konsekwentne rozszerzanie skali biznesu poprzez dostarczanie zintegrowanych usług dla domu oraz małych i średnich przedsiębiorstw. Systematycznie rozbudowujemy naszą podstawową ofertę telekomunikacyjną o usługi mobilne oraz o nowe usługi, niezwiązane z rynkiem telekomunikacyjnym, takie jak energia elektryczna, gaz, ubezpieczenia, które możemy dostarczać klientom na terenie całego kraju. Widzimy już efekty podejmowanych działań zarówno we wzroście liczby klientów, jak i po stronie przychodowej - mówi Andrzej Rogowski, prezes zarządu Multimedia Polska.