



# Wyniki finansowe 2Q'2017

24 sierpnia 2017 r.

Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat S.A.



# Oświadczenie



Informacje zawarte w niniejszej prezentacji mogą zawierać stwierdzenia odnoszące się do przyszłych oczekiwań, rozumiane jako wszystkie stwierdzenia (z wyjątkiem dotyczących faktów historycznych) w odniesieniu do naszych wyników finansowych, strategii biznesowej oraz celów i planów dotyczących przyszłej działalności (łącznie z planami odnośnie rozwoju naszych produktów i usług). Stwierdzenia te nie stanowią gwarancji przyszłych wyników oraz wiążą się z ryzykiem i brakiem pewności realizacji tych oczekiwań, gdyż ze swej natury podlegają wielu założeniom, ryzykom i niepewności. Rzeczywiste wyniki mogą zasadniczo różnić się od tych, które wyrażono lub których można oczekiwać na podstawie stwierdzeń odnoszących się do przyszłych oczekiwań. Nawet jeśli nasze wyniki finansowe, strategia biznesowa oraz cele i plany dotyczące naszej przyszłej działalności są zgodne z zawartymi w prezentacji stwierdzeniami dotyczącymi przyszłych oczekiwań, nie musi to oznaczać, że te stwierdzenia będą prawdziwe dla kolejnych okresów. Stwierdzenia te wyrażają nasze stanowisko na dzień sporządzenia prezentacji.

Nie podejmujemy żadnego zobowiązania do publikowania jakichkolwiek korekt czy aktualizacji stwierdzeń zawartych w prezentacji w celu odzwierciedlenia zmian naszych oczekiwań, zmian okoliczności, na których oparte zostały te stwierdzenia czy też zdarzeń zaistniałych po dacie sporządzenia niniejszej prezentacji.



# Agenda

---



1. Najważniejsze wydarzenia 2Q'17
2. Działalność operacyjna
3. Wyniki finansowe
4. Podsumowanie i Q&A



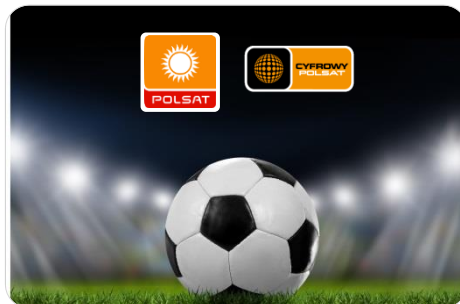
# 1. Najważniejsze wydarzenia 2Q'17

A horizontal bar with a gradient from orange on the left to green on the right, positioned below the title.

# Najważniejsze wydarzenia



Wypłata dywidendy w wysokości 205 mln PLN – 0,32 zł na akcję



Nabycie wyłącznych praw do Ligi Mistrzów i Ligi Europy UEFA 2018-2021 dla wszystkich kanałów dystrybucji – m.in. telewizji, Internetu i urządzeń mobilnych



Bardzo dobre wyniki operacyjne i finansowe w 2Q'17

## 2. Działalność operacyjna

A horizontal decorative bar with a gradient from orange on the left to green on the right, positioned below the section header.



## 2.1 Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

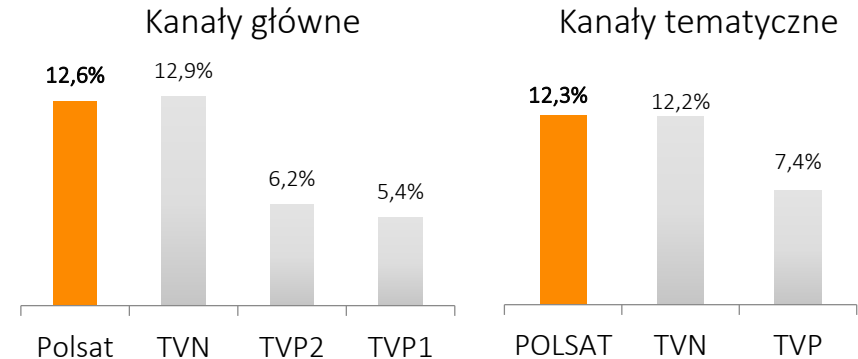


# Oglądalność naszych kanałów w 2Q'17

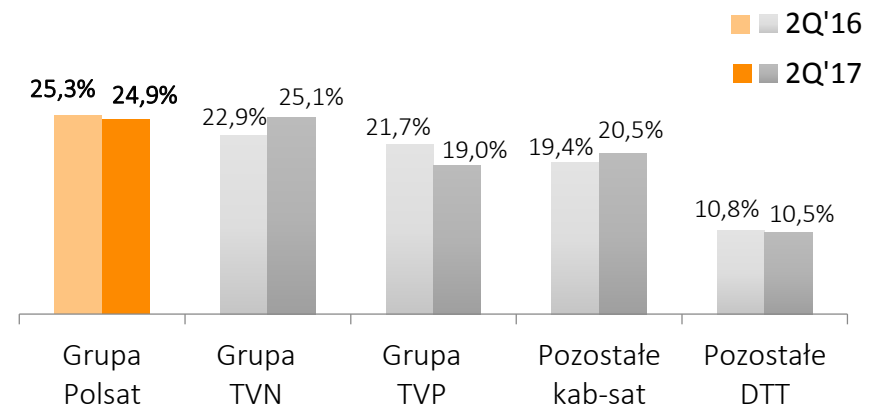


- Wyniki oglądalności zgodne z długoterminową strategią, pomimo efektu wysokiej bazy roku 2016 związanego z wpływem UEFA EURO 2016

## Udział w oglądalności



## Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2<sup>(1)</sup>, analizy własne

Nota 1: oglądalność z dnia emisji i z 2 kolejnych dni (tzw. *Time Shift Viewing* - przesunięcie w czasie konsumpcji treści telewizyjnych nadawanych w czasie rzeczywistym poprzez zapis programów na nośniku pamięci (np. cyfrowym dekodерze) i późniejsze ich odtwarzanie)

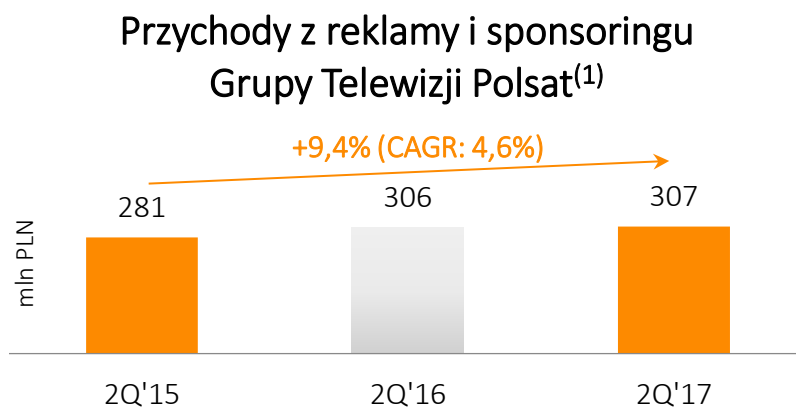
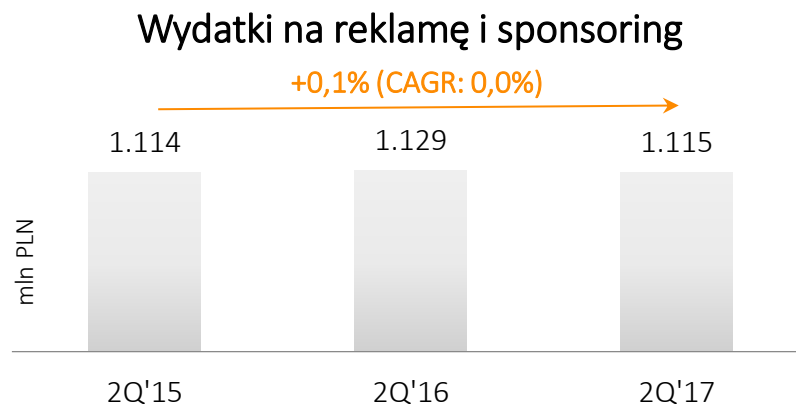




# Pozycja na rynku reklamy w 2Q'17



- Stabilny rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu
- Pomimo efektu wysokiej bazy wynikającej z UEFA EURO 2016, dynamika r/r przychodów z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat ponownie lepsza niż rynkowa
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrósł do 27,6%



Źródło: Starcom, dane wstępne, reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy własne  
Nota: (1) Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Starcom

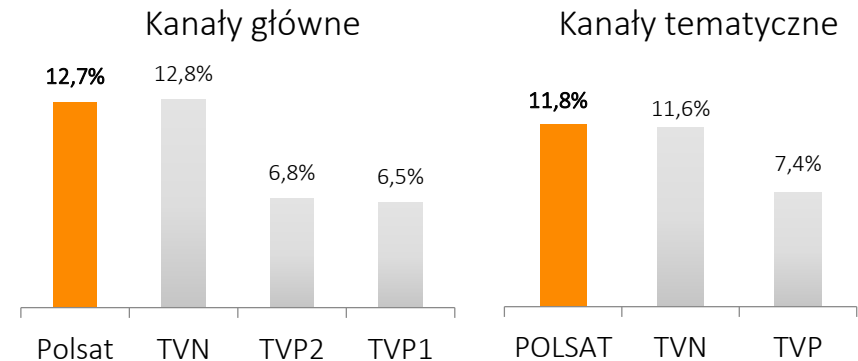


# Oglądalność naszych kanałów w 1H'17

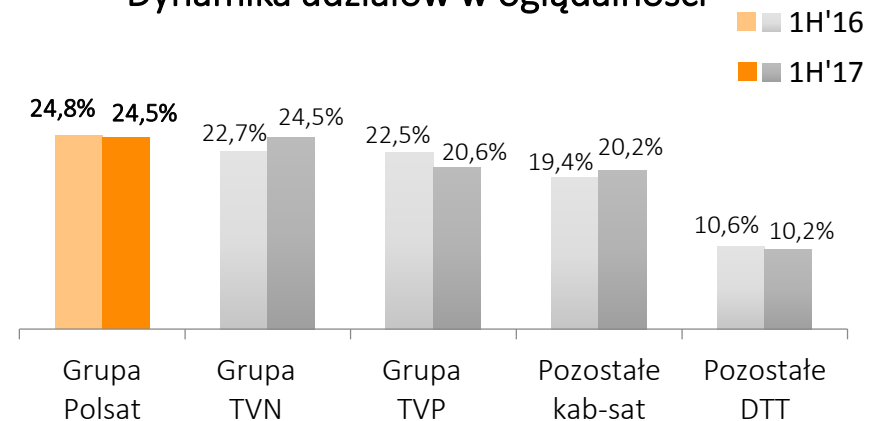


- Wyniki oglądalności zgodne z długoterminową strategią Grupy Polsat

## Udział w oglądalności



## Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2<sup>(1)</sup>, analizy własne

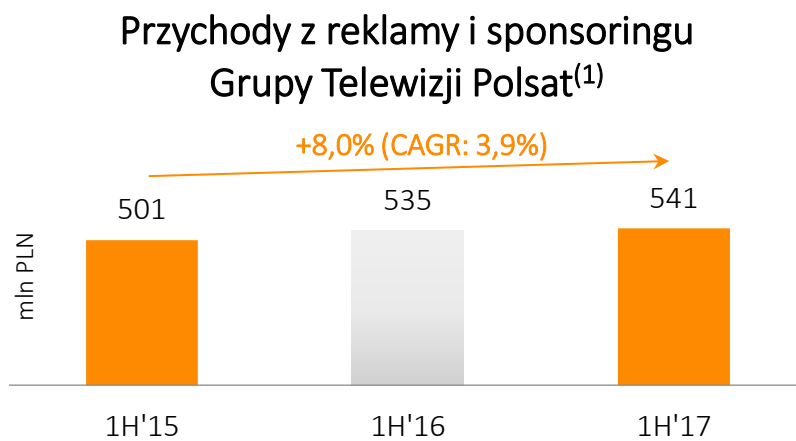
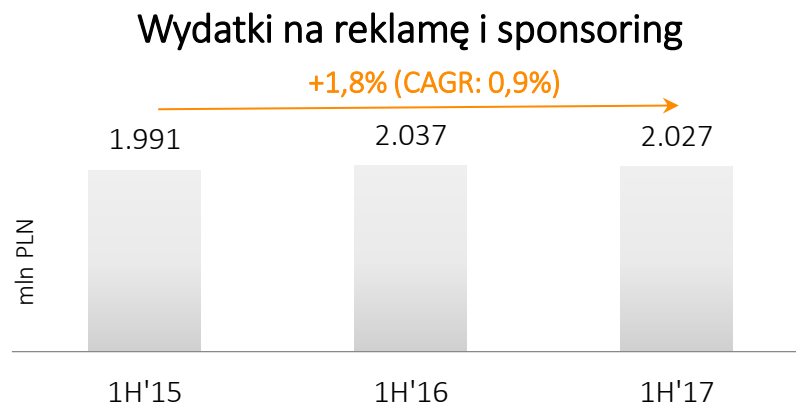
Nota 1: oglądalność z dnia emisji i z 2 kolejnych dni (tzw. *Time Shift Viewing* - przesunięcie w czasie konsumpcji treści telewizyjnych nadawanych w czasie rzeczywistym poprzez zapis programów na nośniku pamięci (np. cyfrowym dekodерze) i późniejsze ich odtwarzanie)



# Pozycja na rynku reklamy w 1H'17



- Stabilny rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat rosną szybciej niż rynek
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrósł do 26,7%



Źródło: Starcom, dane wstępne, reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy własne  
Nota: (1) Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Starcom



# Wyniki finansowe segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej



mln PLN	2Q'15	2Q'16	2Q'17	zmiana r/r	2Q'17vs 2Q'15
Przychody ze sprzedaży	346	451	389	-14%	12%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	213	270	234	-13%	10%
EBITDA	134	181	155	-14%	16%
Marża EBITDA	38,6%	40,1%	40,0%	-0,1pkt%	1,4pkt%

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2017 r. oraz analizy własne

Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



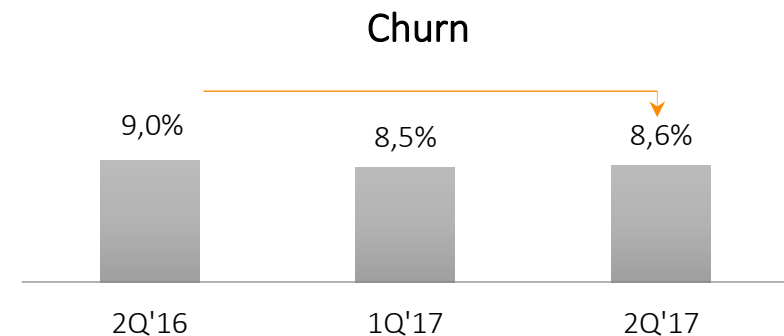
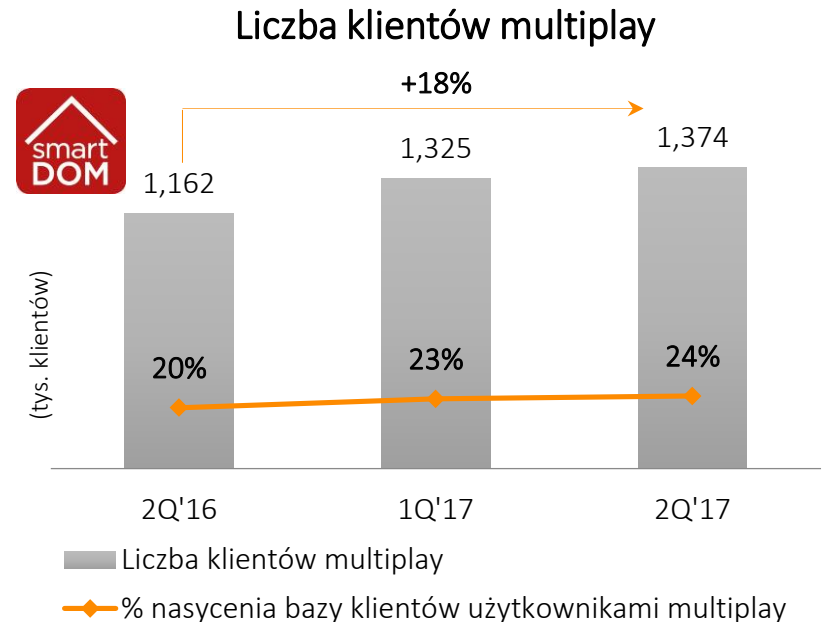
## 2.2 Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym



# Kontynuacja strategii multiplay



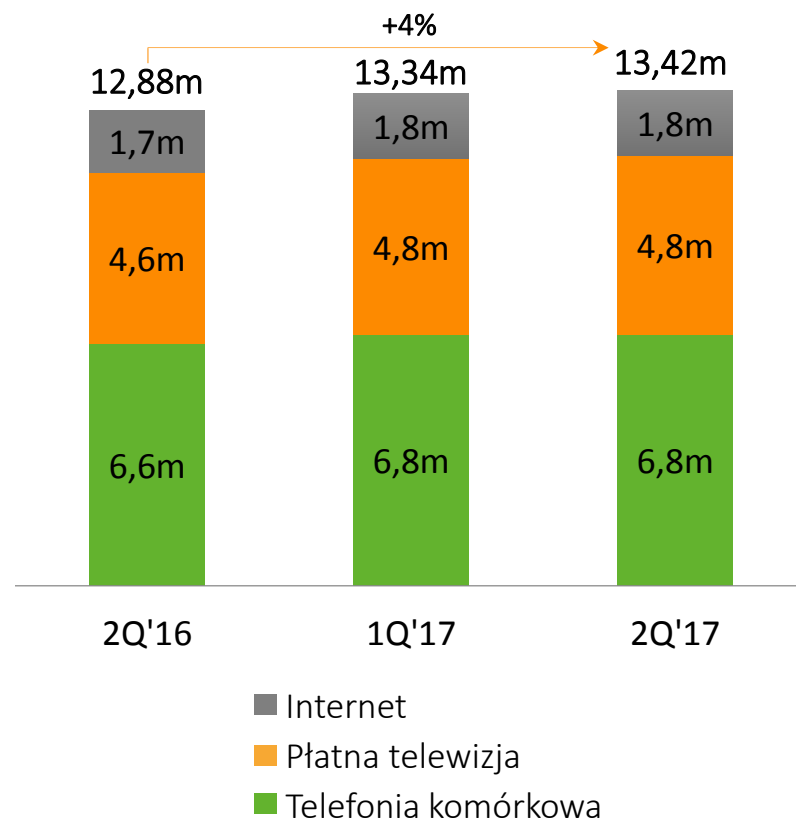
- Otwarcie oferty multiplay również dla klientów z niskim abonamentem TV (dawny segment „Mini”) odzwierciedla się w większej dynamice wzrostu bazy multiplay
- Liczba RGU posiadanych przez klientów smartDOM rośnie do 4,09 mln
- Stabilny, niski poziom churn, głównie dzięki naszej strategii multiplay



# Stabilny wzrost usług kontraktowych



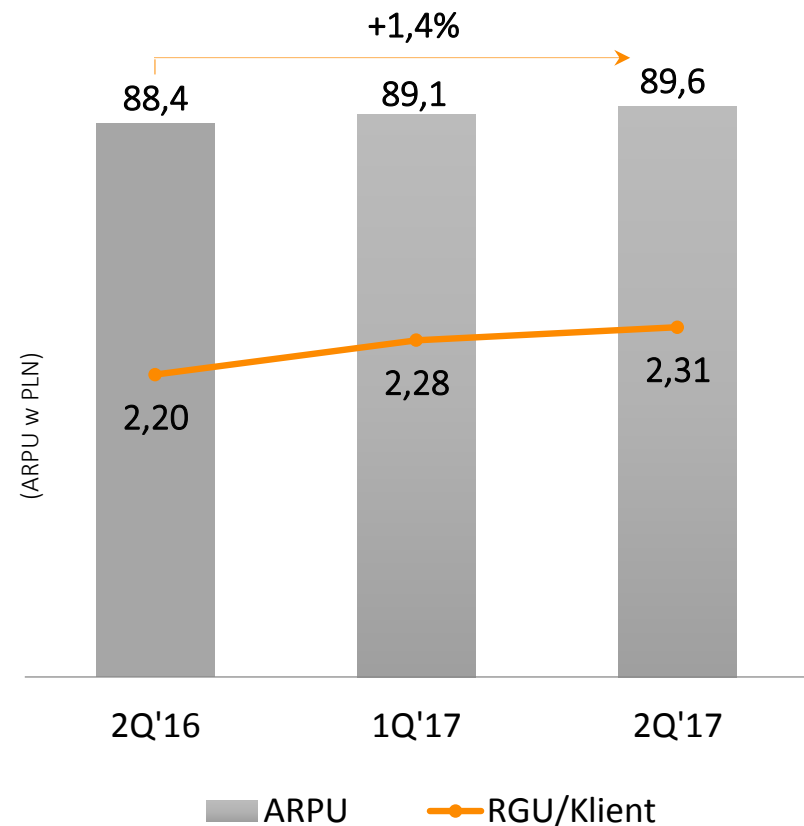
- Przyrost liczby usług kontraktowych o 539 tys. r/r
- 252 tys. r/r dodatkowych RGU telefonii to efekt korzystnego wpływu strategii multiplay, wspartego przejściowo zintensyfikowaną migracją klientów segmentu prepaid
- RGU płatnej telewizji rośnie o 203 tys. r/r (efekt multiroom i płatnego OTT)
- Dalszy wzrost bazy Internetu o 84 tys. r/r



# Skuteczna budowa ARPU klienta



- ARPU kontraktowe stale rośnie w efekcie konsekwentnej realizacji strategii budowy wartości klienta, pomimo efektu wysokiej bazy wynikającej z UEFA EURO 2016
- Implementacja *Roam Like at Home* osłabiła nieco dynamikę wzrostu ARPU w końcówce drugiego kwartału
- Skuteczna dosprzedaż produktów odzwierciedla się we wzroście wskaźnika saturacji RGU na klienta

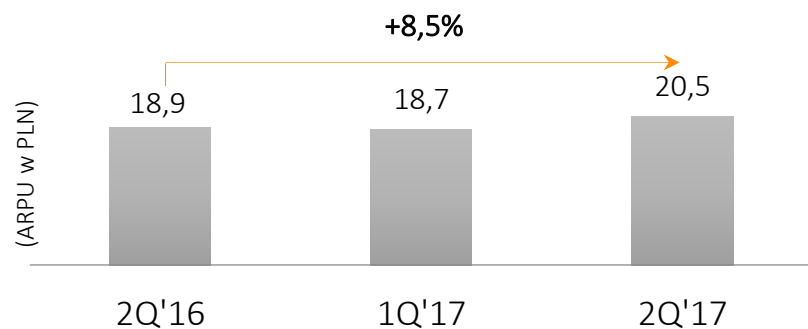
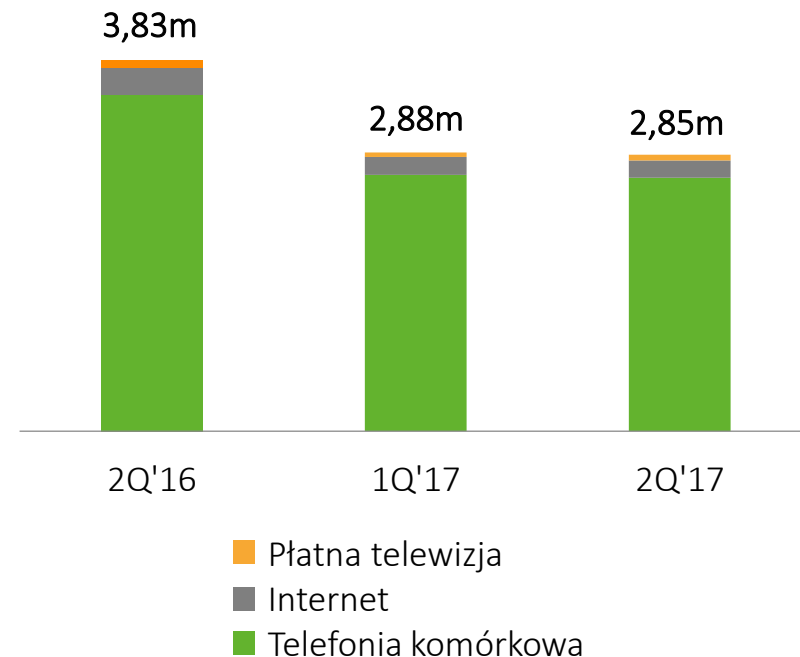




# Stabilizacja bazy prepaid



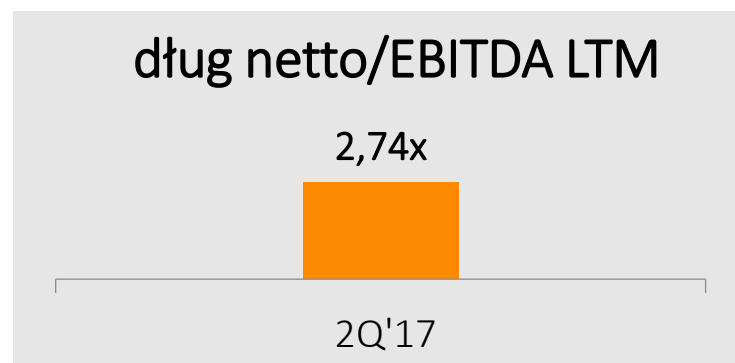
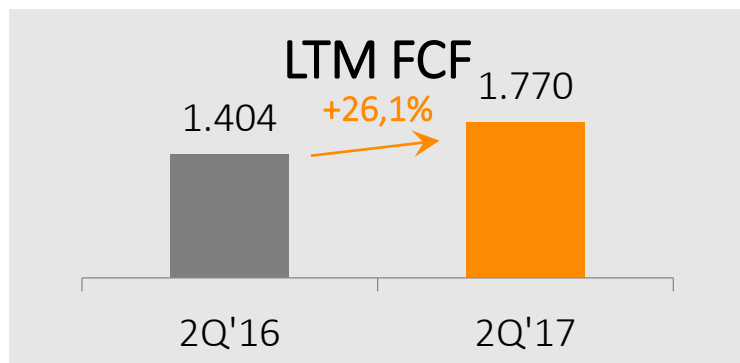
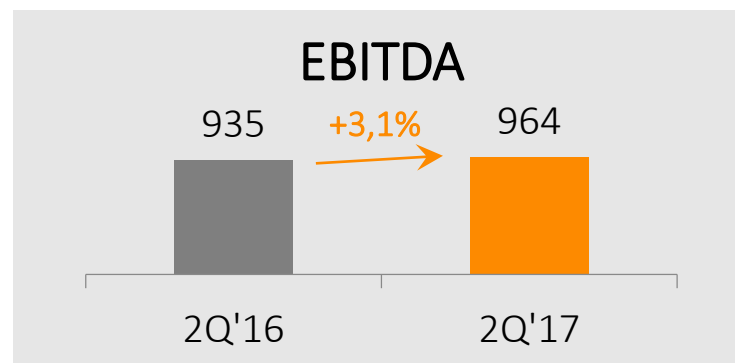
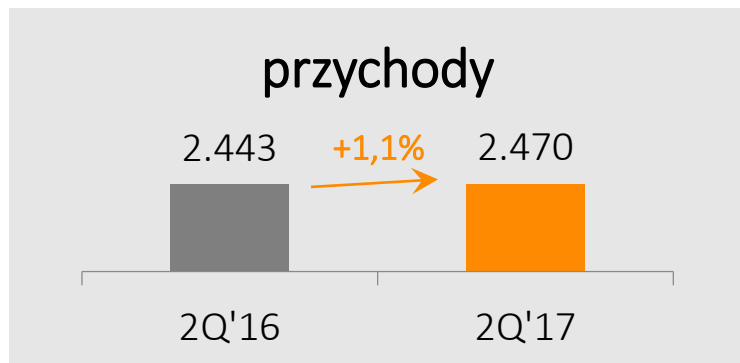
- Stabilna baza na poziomie 2,9 mln usług, odzwierciedlająca rzeczywistą liczbę użytkowników
- Dynamicznie rosnące ARPU, wynikające z oczyszczenia bazy o tzw. *one time user'ów* oraz wygaśnięciu promocji rejestracyjnych
- Regulacja *Roam Like at Home* odzwierciedli się również w ARPU segmentu prepaid



# 3. Wyniki finansowe



# Wyniki Grupy



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2017 r. oraz analizy własne

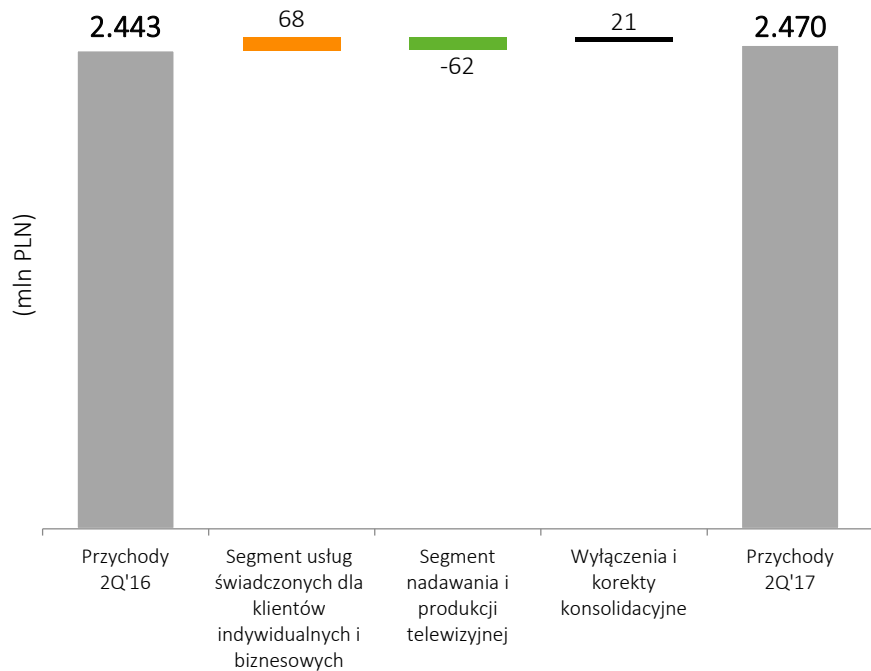


# Przychody i EBITDA – czynniki zmian



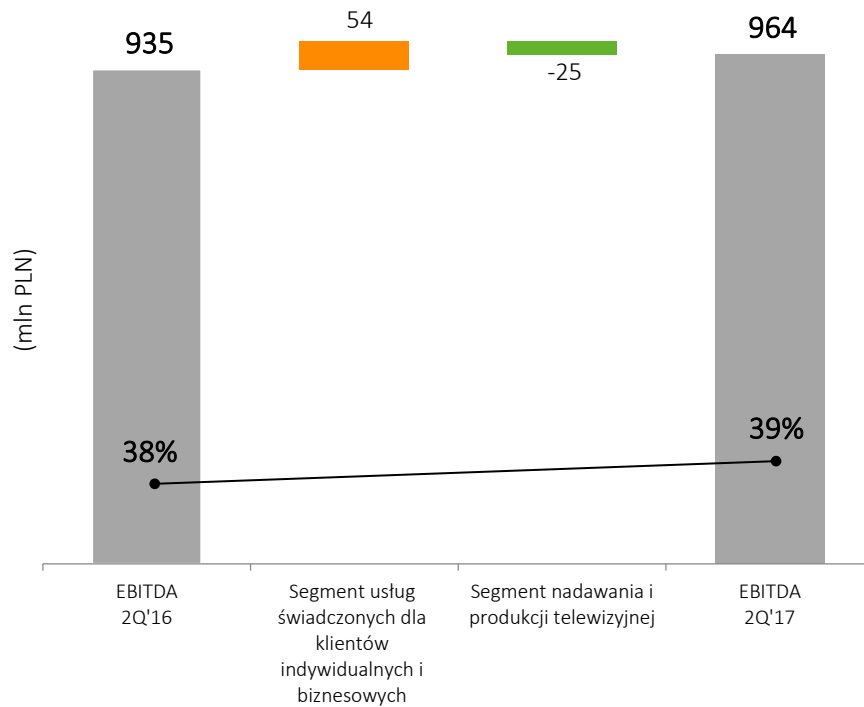
## Przychody ze sprzedaży

zmiana r/r **+1%**  
**+27mln**



## EBITDA

zmiana r/r **+3%**  
**+29 mln**

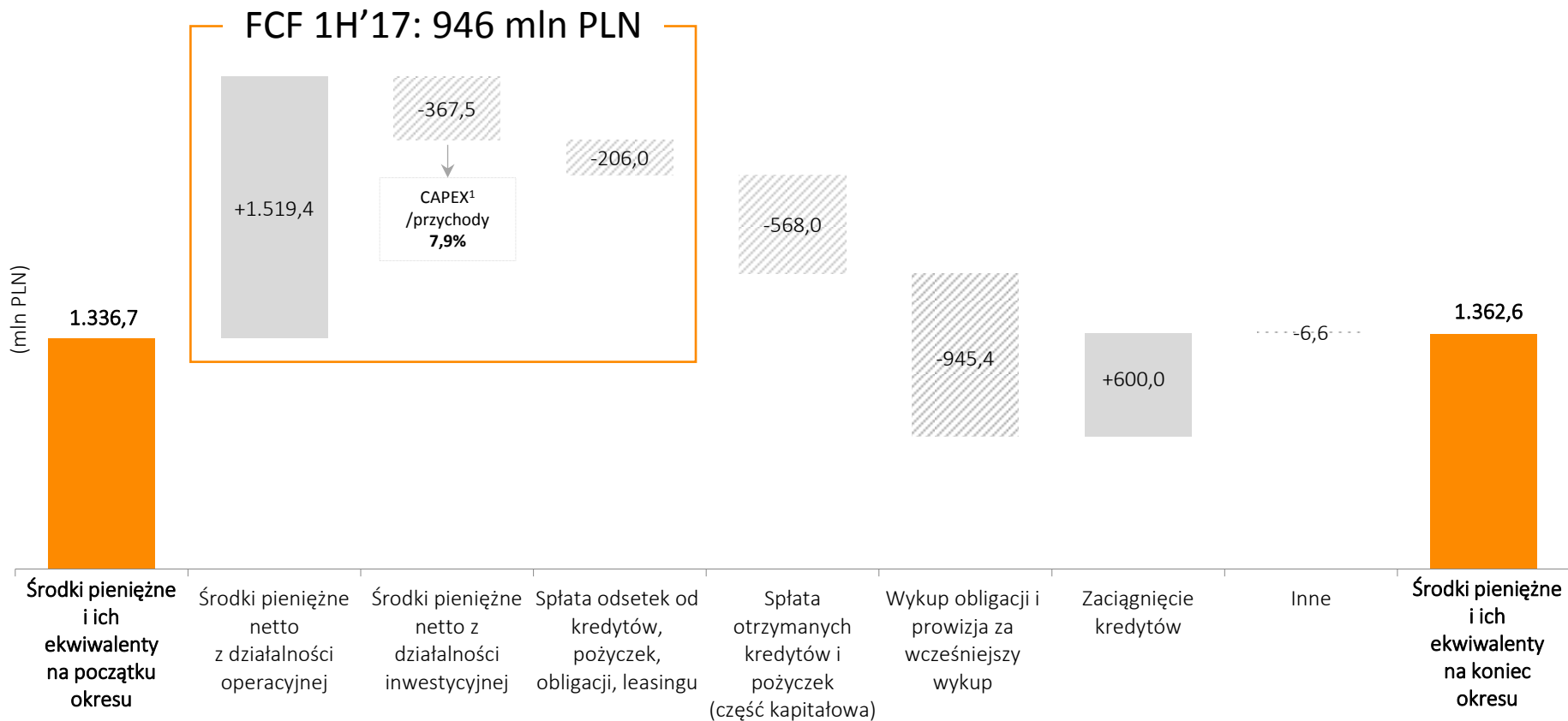


●—● Marża EBITDA

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2017 r. oraz analizy własne



# Rachunek przepływów pieniężnych w 1H'17



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2017 r. oraz analizy własne  
 Nota: (1) Wydatki na nabycie rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych

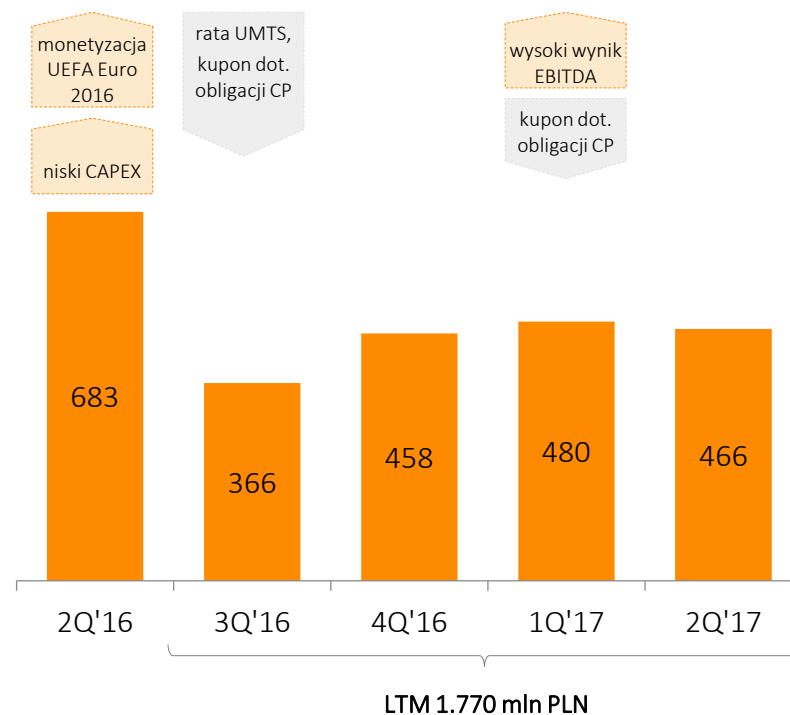


# Wyraźna stabilizacja generowanego FCF



mln PLN	2Q'17	1H'17
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	768	1.519
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-208	-368
Splata odsetek od kredytów, pożyczek i obligacji	-94	-206
<b>FCF po odsetkach</b>	<b>466</b>	<b>946</b>
brak korekt	-	-
<b>Skorygowany FCF po odsetkach</b>	<b>466</b>	<b>946</b>

## Skorygowany FCF po odsetkach



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2017 r. oraz analizy własne



# Zadłużenie Grupy

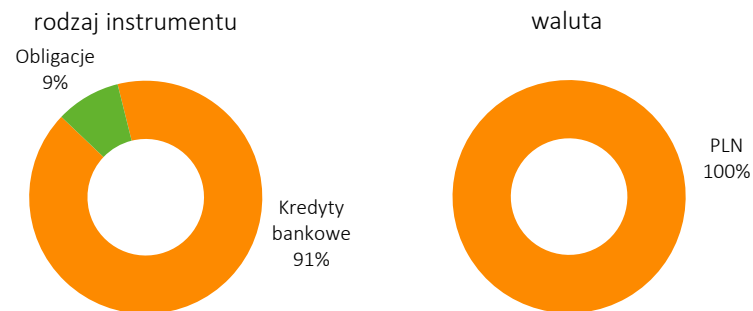


mIn PLN	Wartość bilansowa na dzień 30 czerwca 2017 r.
Połączony Kredyt Terminowy	10.115
Kredyt Rewolwingowy	500
Obligacje serii A	1.018
Leasing i inne	29
<b>Zadłużenie brutto</b>	<b>11.661</b>
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	(1.363)
<b>Zadłużenie netto</b>	<b>10.299</b>
EBITDA LTM	3.753
<b>Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM</b>	<b>2,74</b>
Średni ważony koszt odsetek <sup>1</sup>	3,3%

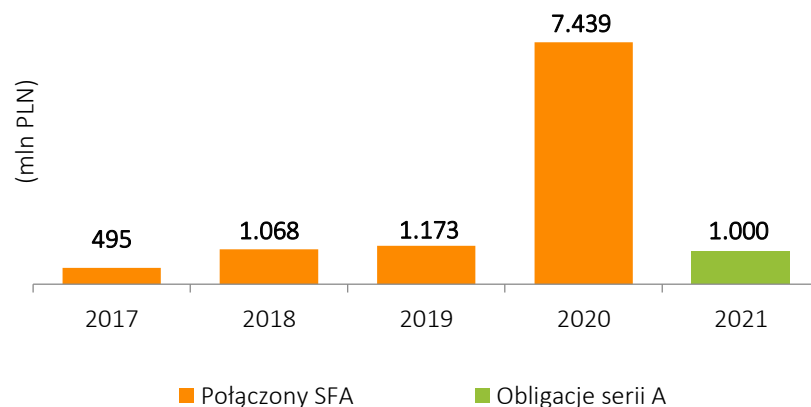
<sup>1</sup> Prospektywny średni ważony koszt odsetkowy Połączonego Kredytu Terminowego (wraz z Kredytem Rewolwingowym) oraz Obligacji Serii A, wg stanu na dzień 30 czerwca 2017 roku przy WIBOR 1M na poziomie 1,66% i WIBOR 6M 1,81%, nie uwzględniając instrumentów zabezpieczających

<sup>2</sup> Wartość nominalna zadłużenia na dzień 30 czerwca 2017 r. (z wyłączeniem Kredytu Rewolwingowego i leasingu)

## Struktura zadłużenia<sup>2</sup>



## Zapadalność długu<sup>2</sup>



# 4. Podsumowanie i Q&A

A horizontal bar with a gradient from orange on the left to green on the right, positioned below the section header.



# Podsumowanie



Bardzo dobre wyniki operacyjne i finansowe wszystkich segmentów biznesowych – rosnąca EBITDA i FCF



Konsekwentna realizacja polityki finansowej – ścisła kontrola kosztów i regularne zmniejszanie zadłużenia



Strategiczna inwestycja w контент w celu budowy wartości bazy klientów w latach 2018-2021



# 5. Dodatkowe informacje

A horizontal bar with a gradient from orange on the left to green on the right, positioned below the section header.

# Wyniki segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym



mln PLN	2Q'17	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.140	3%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	1.342	1%
EBITDA	808	7%
Marża EBITDA	37,8%	1,4pkt%

- Poziom przychodów w wyniku wyższych przychodów ze sprzedaży sprzętu oraz przychodów hurtowych oraz niższych przychodów detalicznych od klientów indywidualnych i biznesowych
- Poziom kosztów głównie pod wpływem wyższych kosztów technicznych i rozliczeń międzyoperatorskich (IC), a także kosztów dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta oraz niższych kosztów kontentu

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2017 r. oraz analizy własne

Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



# Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej



mln PLN	2Q'17	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	389	-14%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	234	-13%
EBITDA	155	-14%
Marża EBITDA	40,0%	-0,1pkt%

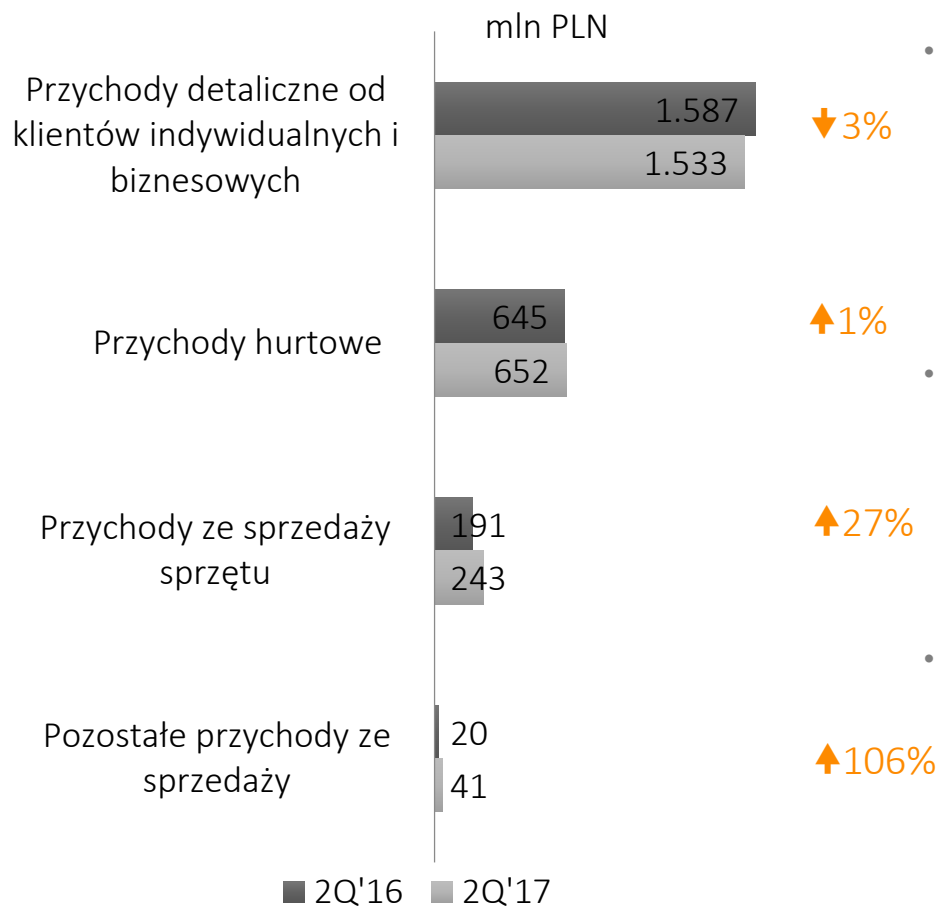
- Wyniki segmentu pod wpływem efektu wysokiej bazy wynikającej z sukcesu finansowego UEFA EURO 2016 transmitowanego na antenach TV Polsat w 2Q'16

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2017 r. oraz analizy własne

Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



# Struktura przychodów ze sprzedaży



- Spadek przychodów z usług głosowych (głównie w wyniku zmiany sposobu oferowania sprzętu dla klientów detalicznych, niższej liczby aktywacji prepaid, co związane jest z wymogiem rejestracji kart przedpłaconych i oczyszczeniem bazy z tzw. kart jednorazowego użytku, a także wysokiej konkurencyjności rynku telekomunikacyjnego) skompensowany częściowo wyższymi przychodami z usług płatnej telewizji oraz dostępu do Internetu i transmisji danych
- Wzrost przychodów hurtowych przede wszystkim w wyniku rosnących przychodów z rozliczeń IC. Dynamika wzrostu została w znacznym stopniu zniekształcona na skutek efektu wysokiej bazy wynikającej z ujęcia w tej pozycji w 2Q'16 dodatkowych przychodów związanych z wielokanałową monetyzacją praw do rozgrywek Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2016
- Wyższe przychody ze sprzedaży sprzętu przede wszystkim w wyniku rosnącego udziału sprzedaży sprzętu w modelu ratalnym, jak również z wyższą preferencją klientów co do zakupu bardziej zaawansowanych i droższych urządzeń końcowych

# Struktura kosztów operacyjnych



- Spadek amortyzacji m.in. w wyniku zakończenia okresu amortyzacji części wartości niematerialnych i prawnych nabytych podczas transakcji zakupu Polkomtelu w 2014 r. oraz niższych kosztów amortyzacji infrastruktury telekomunikacyjnej w związku z zakończeniem okresu amortyzacji wybranych elementów tej infrastruktury
- Koszty techniczne pod wpływem wzrostu kosztów interconnect związanych z popularyzacją taryf umożliwiających wykonywanie nielimitowanych połączeń do obcych sieci telekomunikacyjnych, jak również wyższych kosztów zakupu ruchu w roamingu międzynarodowym
- Niższe koszty kontentu spowodowane przede wszystkim efektem wysokiej bazy - w 2Q'16 ujęte zostały wyższe koszty licencji sportowych i produkcji własnej w związku z emisją rozgrywek Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2016 - i zostały częściowo zniwelowane wyższymi kosztami licencji programowych, związanymi ze wzbogaceniem kontentu pakietów programowych naszych klientów płatnej telewizji
- Wyższe koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta m.in. w wyniku ujęcia wyższych kosztów obsługi i utrzymania klienta związanych ze wzrostem stawek rozliczeniowych w związku z panującą na polskim rynku pracy presją na wzrost wynagrodzeń, jak również wyższych kosztów marketingu

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2017 r. oraz analizy własne



<b>RGU (Revenue Generating Unit)</b>	Pojedyncza, aktywna usługa płatnej telewizji, dostępu do Internetu lub telefonii komórkowej, świadczona w modelu kontraktowym lub przedpłaconym.
<b>Klient</b>	Osoba fizyczna, prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, posiadająca co najmniej jedną, aktywną usługę świadczoną w <b>modelu kontraktowym</b> .
<b>ARPU kontrakt</b>	Średni miesięczny przychód od <b>Klienta</b> wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym (uwzględnia przychody z interconnect).
<b>ARPU pre-paid</b>	Średni miesięczny przychód od <b>RGU pre-paid</b> wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym (uwzględnia przychody z interconnect).
<b>Churn</b>	<p>Rozwiązanie umowy z <b>Klientem</b> w drodze wypowiedzenia, windykacji lub innych działań, skutkujące tym, że po skutecznym rozwiązaniu umowy, Klient nie posiada żadnej aktywnej usługi świadczonej w modelu kontraktowym.</p> <p>Wskaźnik churn prezentuje stosunek liczby klientów, którym dezaktywowano ostatnią usługę (w drodze wypowiedzenia, jak i dezaktywacji w wyniku działań windykacyjnych lub z innych przyczyn) w okresie ostatnich 12 miesięcy do średniorocznej liczby klientów w tym 12 miesięcznym okresie.</p>
<b>Definicja użyciowa (90-dni dla RGU pre-paid)</b>	Liczba raportowanych RGU usług przedpłaconych w ramach telefonii komórkowej oraz Internetu oznacza liczbę kart SIM, które w ciągu ostatnich 90 dni wykonały albo otrzymały połączenie, wysłały albo otrzymały SMS/MMS albo skorzystały z usług transmisji danych. W przypadku bezpłatnego dostępu do Internetu świadczonego przez Aero 2 do RGU usług przedpłaconych w ramach dostępu do Internetu wliczone zostały wyłącznie karty SIM, które w ciągu ostatnich 90 dni skorzystały z usług transmisji danych w ramach płatnych pakietów.



## Kontakt

### **Olga Zomer**

Rzecznik Prasowy

Telefon: +48 (22) 356 6035

Faks: +48 (22) 356 6003

Email: [ozomer@cyfrowypolsat.pl](mailto:ozomer@cyfrowypolsat.pl)

### **Bartłomiej Drywa**

Dyrektor Relacji Inwestorskich

Telefon: +48 (22) 356 6004

Faks: +48 (22) 356 6003

Email: [bdrywa@cyfrowypolsat.pl](mailto:bdrywa@cyfrowypolsat.pl)

Lub odwiedź naszą stronę internetową:

[www.grupapolsat.pl](http://www.grupapolsat.pl)

