



Wyniki finansowe 2Q'2018

23 sierpnia 2018 r.

Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat S.A.



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'18
2. Działalność operacyjna
3. Wyniki finansowe
4. Podsumowanie i Q&A



1. Najważniejsze wydarzenia 2Q'18



Najważniejsze wydarzenia



Przejęcie kontroli na Netią
Rozpoczęcie współpracy operacyjnej



Telewizja Polsat przejmuje kontrolę
nad Eleven Sports Network w Polsce



Liga Mistrzów UEFA w ofercie Grupy Polsat

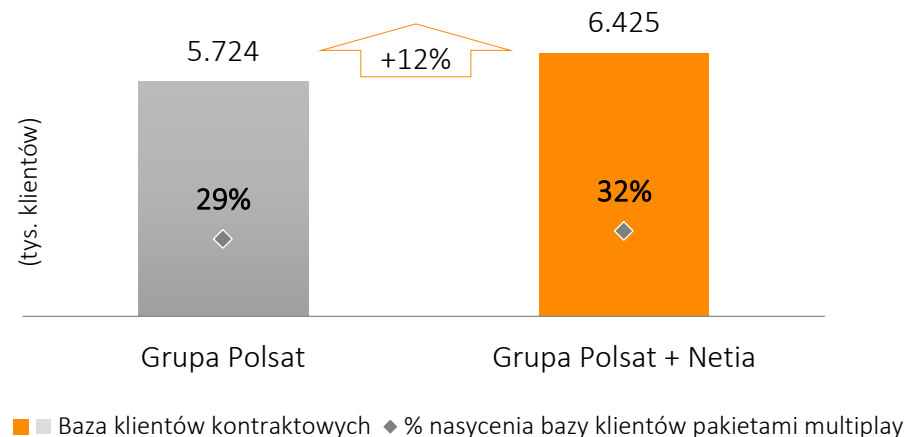


Zakup Netii wzmacnia naszą strategię multiplay

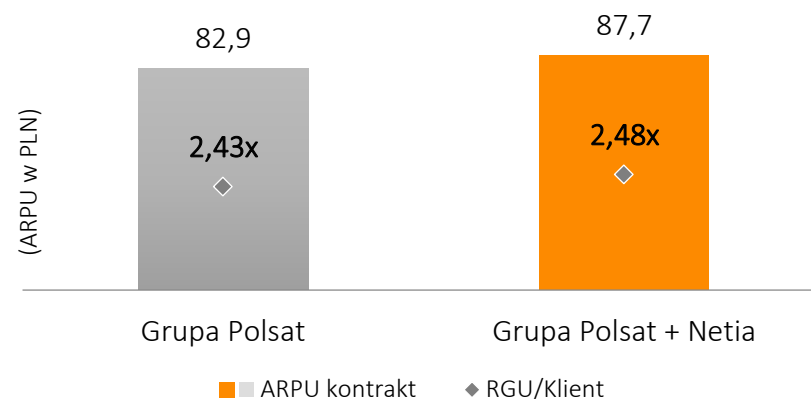


- Ponad 700 tysięcy nowych klientów oznacza zwiększony potencjał sprzedaży usług
- Tylko 32% klientów w ramach połączonej bazy korzysta z usług multiplay
- Wzrost ilości klientów B2B przekłada się na zwiększenie ARPU

Baza klientów kontraktowych i penetracja usługami multiplay



ARPU kontraktowe (IFRS 15)



Źródło: wstępne szacunki własne, dane mogą podlegać korektom



Strategiczne inicjatywy po przejęciu kontroli nad Netią



2. Działalność operacyjna



2.1 Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

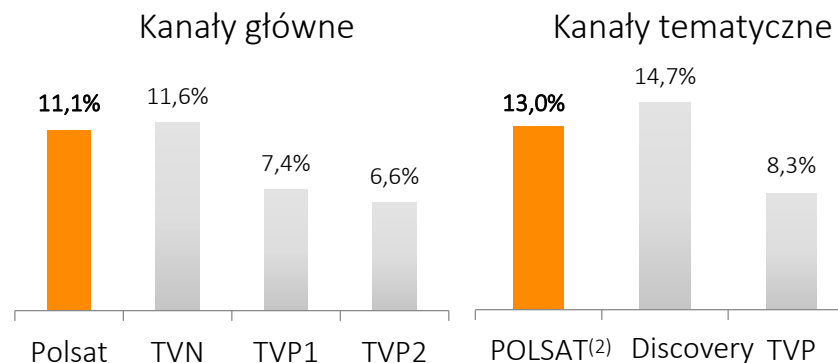


Oglądalność naszych kanałów w 2Q'18

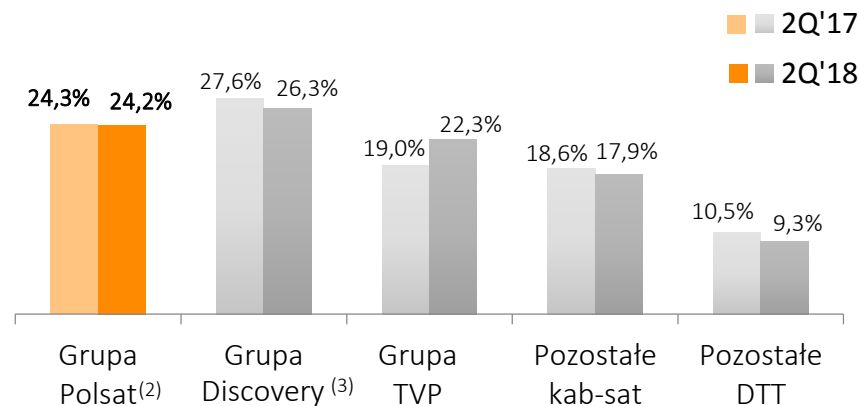


- Wyniki oglądalności kanałów Grupy Polsat zgodne ze strategią pomimo przejściowego wpływu Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej 2018

Udział w oglądalności⁽¹⁾



Dynamika udziałów w oglądalności⁽¹⁾



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

Nota: (1) oglądalność z dnia emisji i z 2 kolejnych dni (tzw. *Time Shift Viewing*)

(2) z włączeniem kanałów Eleven (od czerwca 2018), z wyłączeniem kanałów partnerskich: Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat Nature, Polsat Viasat History, JimJam, CI Polsat

(3) Pro forma, łącznie kanały Grupy TVN oraz Discovery Networks Europe



Pozycja na rynku reklamy w 2Q'18



- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Polsat rosły o 4,5% r/r, w tym samym czasie rynek – korzystając z efektu mundialu – rósł o 7,9% r/r
- W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu osiągnął 26,7%

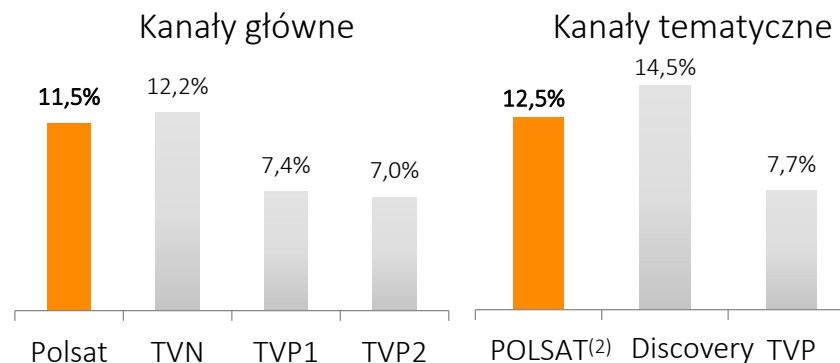


Oglądalność naszych kanałów w 1H'18

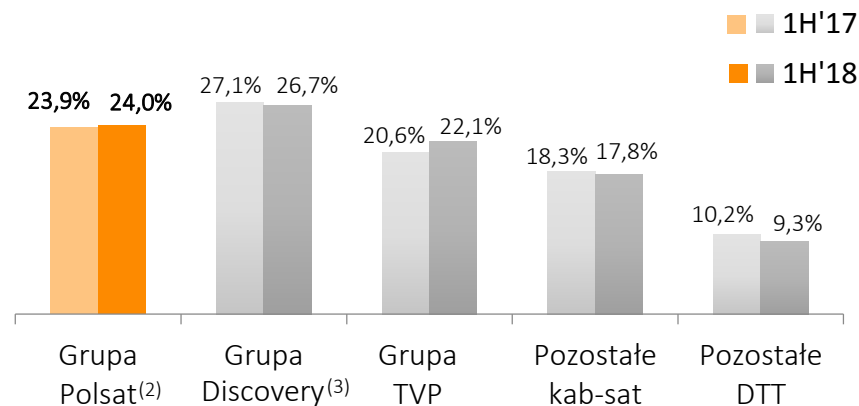


- Wyniki oglądalności kanałów Grupy Polsat zgodne ze strategią

Udział w oglądalności⁽¹⁾



Dynamika udziałów w oglądalności⁽¹⁾



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

Nota: (1) oglądalność z dnia emisji i z 2 kolejnych dni (tzw. *Time Shift Viewing*)

(2) z włączeniem kanałów Eleven (od czerwca 2018), z wyłączeniem kanałów partnerskich: Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat Nature, Polsat Viasat History, JimJam, CI Polsat

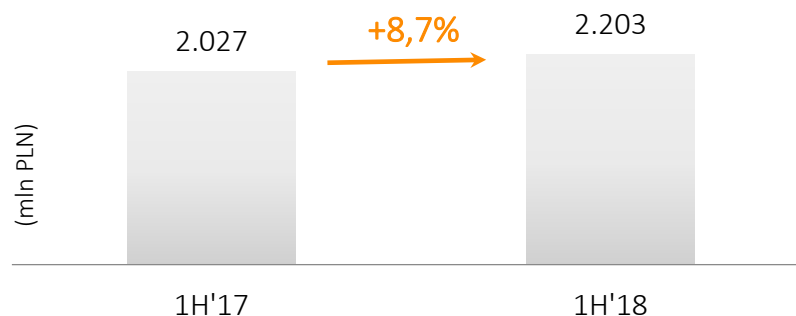
(3) Pro forma, łącznie kanały Grupy TVN oraz Discovery Networks Europe



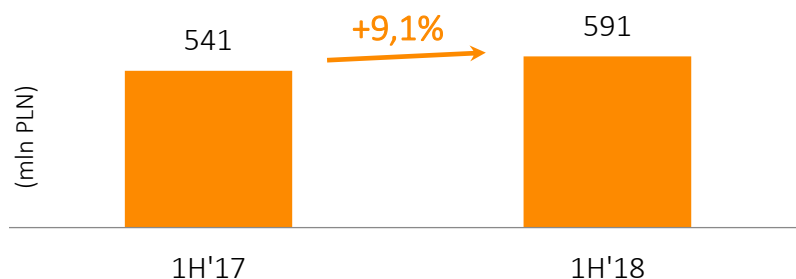
Pozycja na rynku reklamy w 1H'18

- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Polsat rosły o 9,1% r/r, w tym samym czasie rynek rósł o 8,7% r/r
- Dynamiczny wzrost przychodów z kanałów TV Polsat wsparty został szybką realizacją synergii zapowiedzianych w momencie nabycia nowych kanałów TV
- W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrósł do 26,8%

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



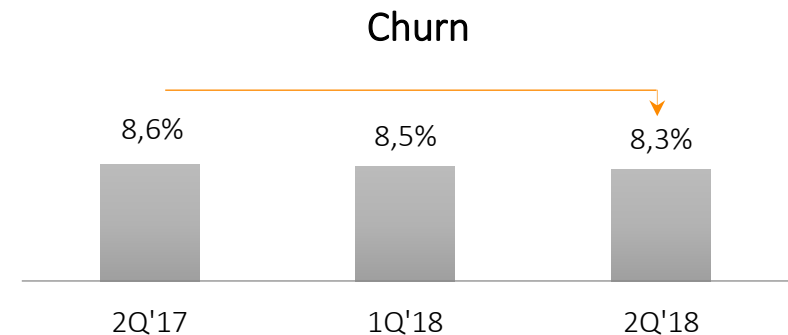
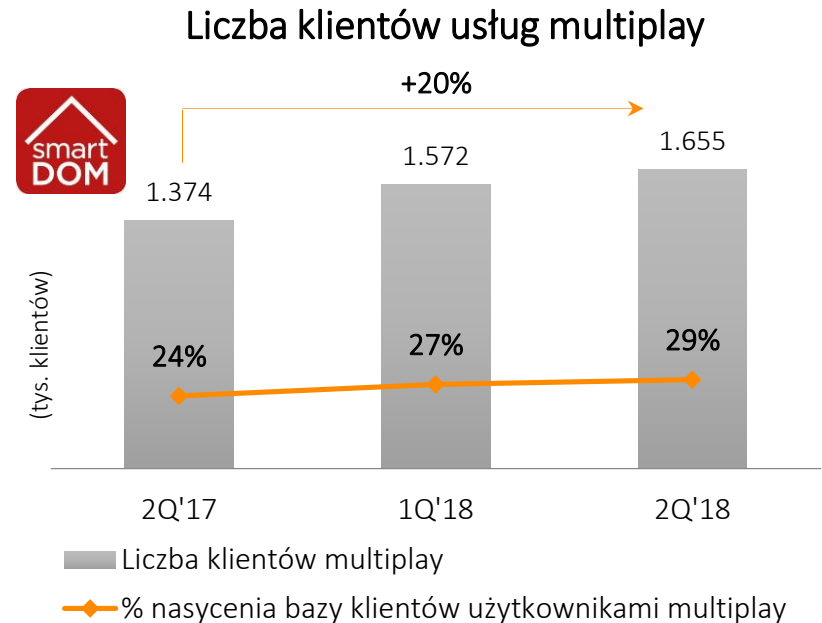
2.2 Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym



Szybkie tempo budowy bazy multiplay odzwierciedla się w niskim poziomie churn



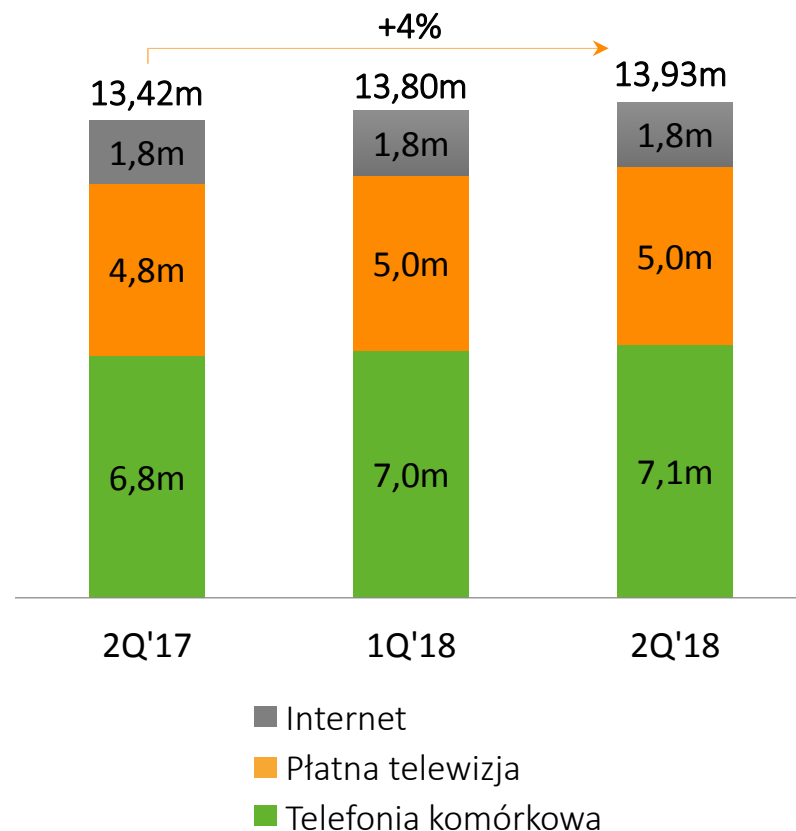
- Konsekwentna realizacja strategii multiplay skutkuje stabilnym wzrostem liczby klientów tych usług o 281 tys. r/r
- Liczba RGU posiadanych przez tych klientów rośnie do 4,94 mln
- Bardzo niski poziom churn – głównie dzięki naszej strategii multiplay



Stabilny wzrost usług kontraktowych

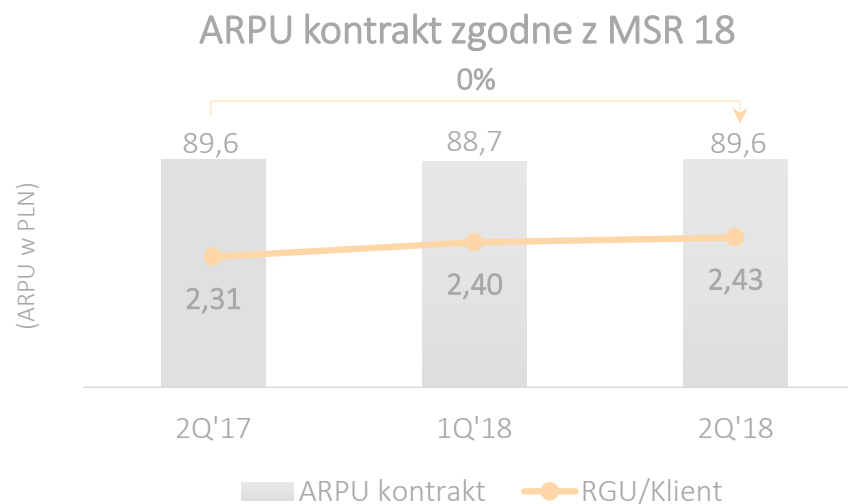
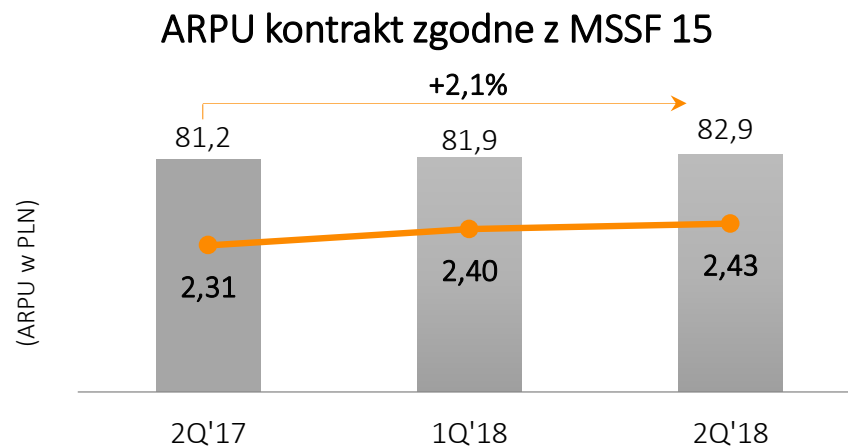


- Przyrost liczby usług kontraktowych o 510 tys. r/r
- 287 tys. r/r dodatkowych RGU telefonii to efekt korzystnego wpływu strategii multiplay oraz nowych prostych taryf Plusa wprowadzonych w lutym 2018 r., wspartych dobrą sprzedażą w segmencie B2B (m2m)
- RGU płatnej telewizji rośnie o 192 tys. r/r (efekt multiroom i płatnego OTT)
- Wzrost bazy Internetu o 31 tys. r/r



Wzrost ARPU pomimo regulacji RLAH

- Wzrost ARPU o 2,1% r/r⁽¹⁾ pomimo negatywnego wpływu regulacji RLAH
- Skuteczna dosprzedaż produktów w ramach strategii multiplay niezmiennie odzwierciedla się we wzroście wskaźnika saturacji RGU na klienta

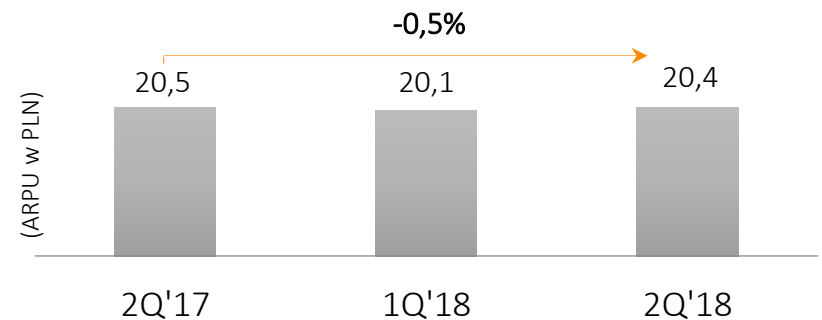
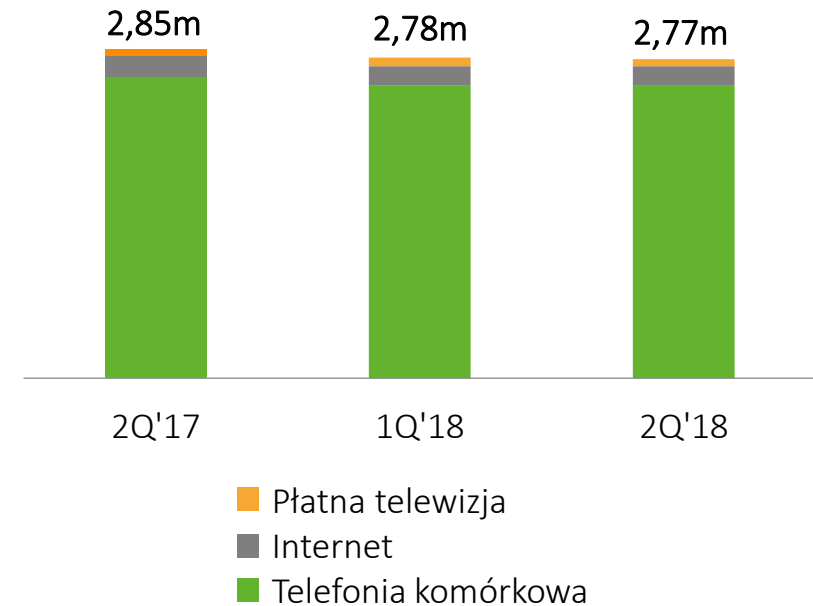


Nota: (1) ARPU skalkulowane zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem MSSF 15

Wysokie ARPU, stabilna baza prepaid



- Stabilna baza na poziomie 2,8 mln usług, odzwierciedlająca rzeczywistą liczbę użytkowników usług przedpłaconych
- Wysoki i stabilny poziom ARPU



3. Wyniki finansowe

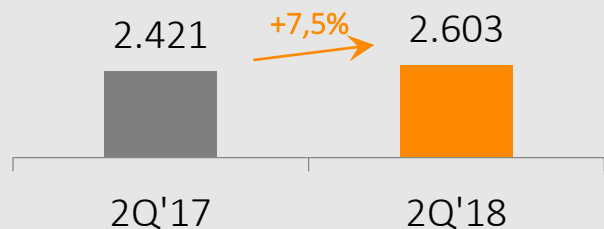


Wyniki Grupy w 2Q'18

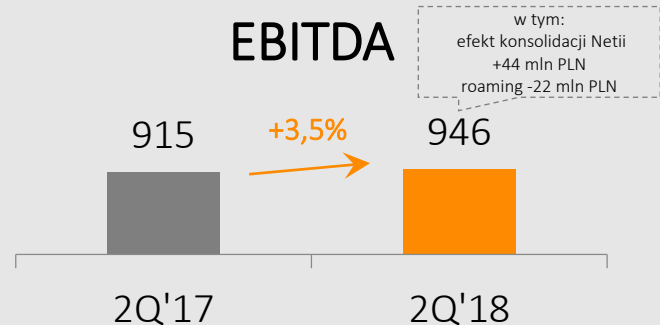
Zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem MSSF 15 oraz konsolidacją Netii



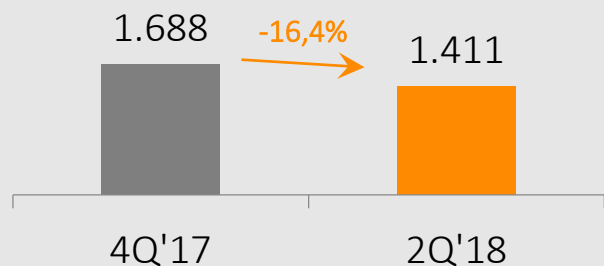
przychody



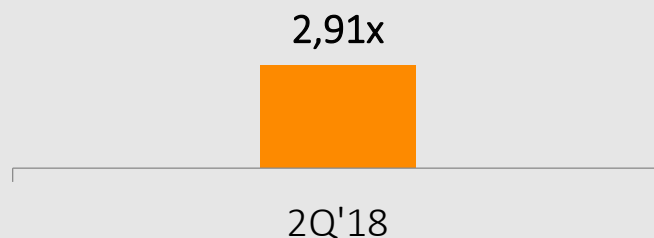
EBITDA



LTM FCF



dług netto/EBITDA LTM



Przychody i EBITDA – czynniki zmian

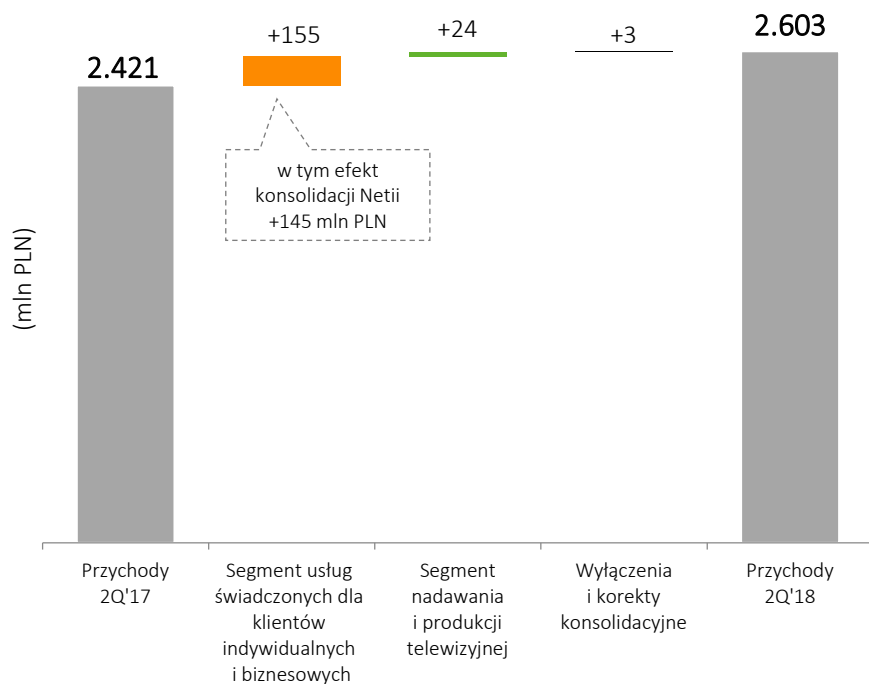
Zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem MSSF 15 oraz konsolidacją Netii



Przychody ze sprzedaży

zmiana r/r

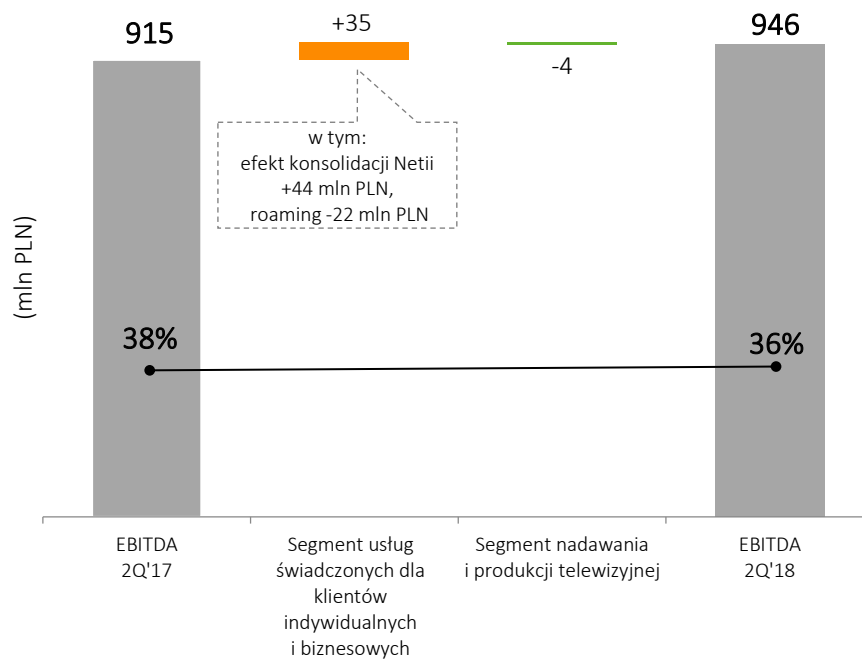
+8%
+182 mln



EBITDA

zmiana r/r

+3%
+31mln



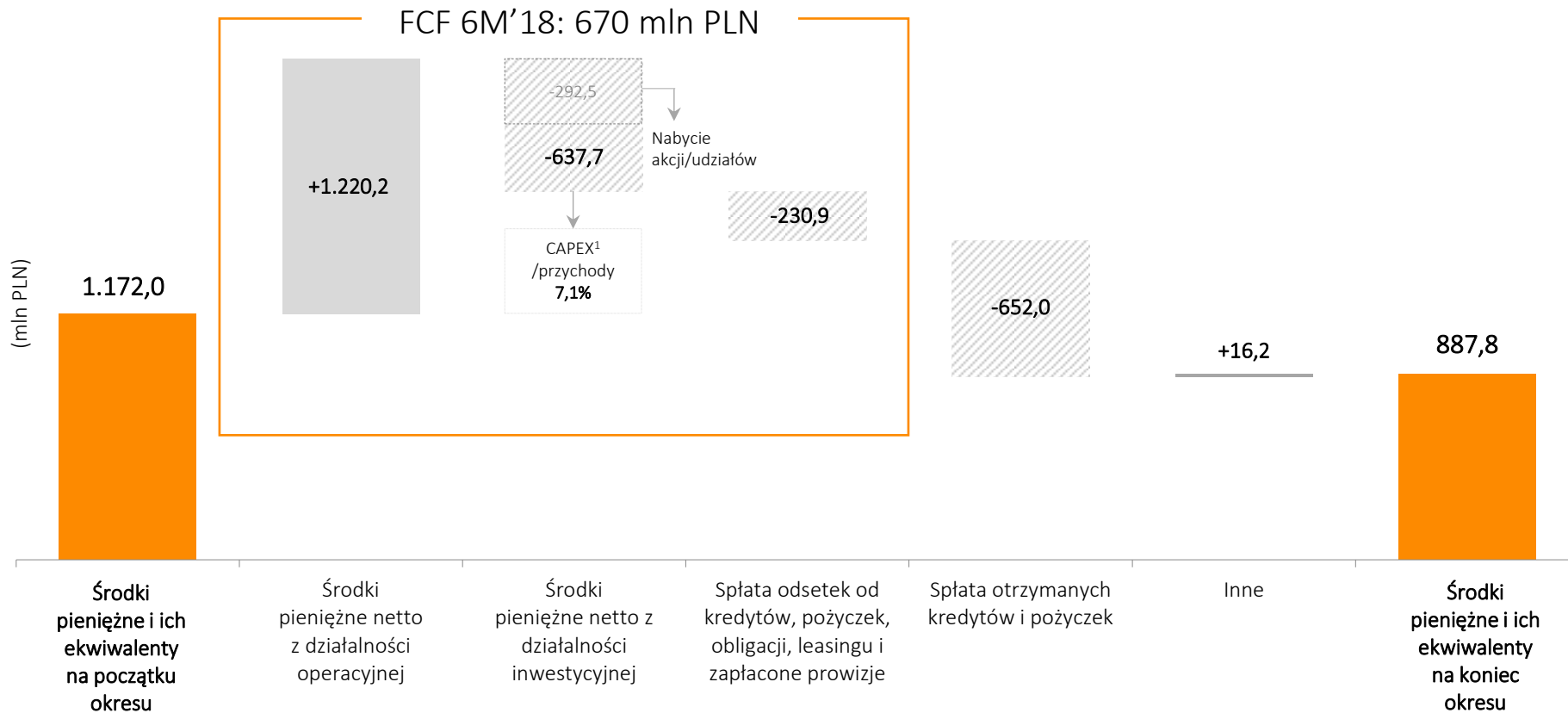
●—● Marża EBITDA

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2018 r. oraz szacunki własne w odniesieniu do 2Q'17

Nota: Konsolidacja Netia S.A. od 22 maja 2018 r.



Rachunek przepływów pieniężnych w 6M'18



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2018 r. oraz analizy własne

Nota: (1) Wydatki na nabycie rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych

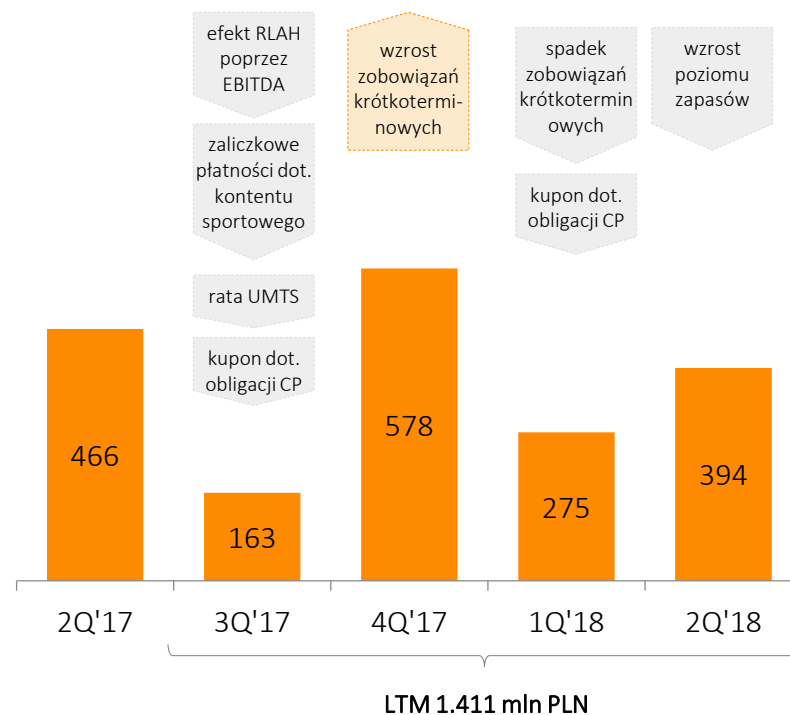


FCF – wynik zgodny z oczekiwaniami



mln PLN	2Q'18	1H'18
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	650	1.220
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-382	-638
Splata odsetek od kredytów, pożyczek, obligacji, leasingu i zapłacone prowizje	-93	-231
FCF po odsetkach	175	352
Nabycia akcji/udziałów	265	293
Wpływy/wpływy z tyt. inwestycji w fundusze, netto	-45	0
Jednorazowe koszty dot. finansowania	-	26
Skorygowany FCF po odsetkach	394	670

Skorygowany FCF po odsetkach



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2018 r. oraz analizy własne



Zadłużenie Grupy

mln PLN	Wartość bilansowa na dzień 30 czerwca 2018 r.
Połączony Kredyt Terminowy	9.588
Kredyt Rewolwingowy	350
Obligacje serii A	1.018
Umowa kredytowa Grupy Netia ¹	276
Leasing i inne	24
Zadłużenie brutto	11.256
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty ²	(888)
Zadłużenie netto	10.369
EBITDA LTM ³	3.560
Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM	2,91x
Średni ważony koszt odsetek ⁴	3,3%

¹ Netia spłaciła całość zadłużenia wynikającego z umowy kredytowej zawartej z konsorcjum banków w dniu 26 lipca 2018 r.

² Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, w tym środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania oraz lokat krótkoterminowych.

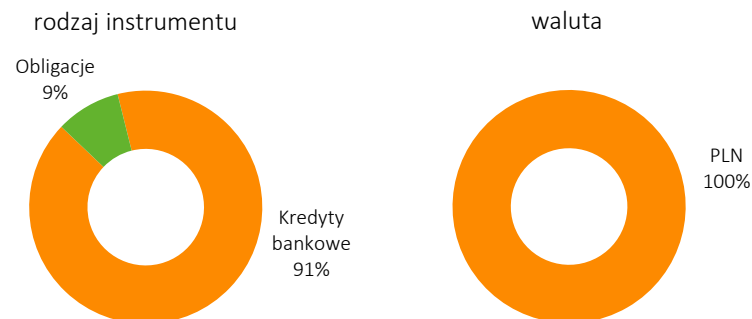
³ Zgodnie z wymogami Połączonej Umowy Kredytowej EBITDA LTM uwzględnia wartości EBITDA za 3 i 4 kw. 2017 r. obliczone w oparciu o standard MSR 18 (obowiązujący do 31 grudnia 2017 r.) oraz wartości EBITDA za 1 i 2 kw. 2018 r. obliczone w oparciu o standard MSSF 15 (obowiązujący od 1 stycznia 2018 r.).

⁴ Prospektywny średni ważony koszt odsetkowy Połączonego Kredytu Terminowego (wraz z Kredytem Rewolwingowym) oraz Obligacji Serii A, wg stanu na dzień 30 czerwca 2018 r. przy WIBOR 1M na poziomie 1,64% i WIBOR 6M 1,78%, nie uwzględniając instrumentów zabezpieczających ani kredytów Netii.

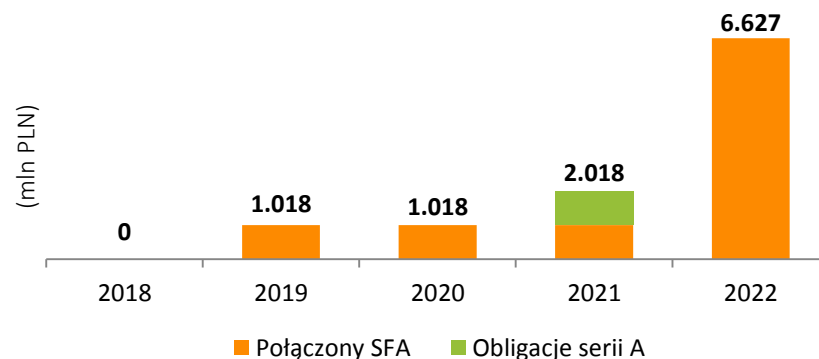
⁵ Wartość nominalna zadłużenia na dzień 30 czerwca 2018 r. (z wyłączeniem Kredytu Rewolwingowego i leasingu).

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2018 r. oraz analizy własne

Struktura zadłużenia⁵



Zapadalność długu⁵



4. Podsumowanie i Q&A



Podsumowanie



Bardzo dobre wyniki operacyjne i sprzedażowe segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym



Silne wyniki finansowe zgodne z oczekiwaniami spółki

NETIA



Wdrożenie strategicznych inicjatyw w celu wsparcia sprzedaży produktów Netii



Kontrola nad ESN buduje naszą pozycję na rynku kanałów sportowych premium



Uruchomienie kanałów Polsat Sport Premium i rozpoczęcie monetyzacji praw do Ligi Mistrzów i Ligi Europy



5. Dodatkowe informacje:

wyniki finansowe zgodnie z poprzednim standardem MSR 18 oraz wyłączeniem konsolidacji Netii

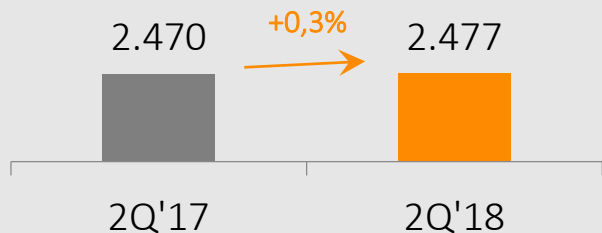


Wyniki Grupy w 2Q'18

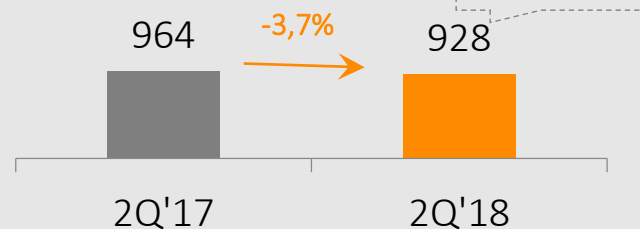
Zgodnie z poprzednim standardem MSR 18 oraz wyłączeniem konsolidacji Netii¹



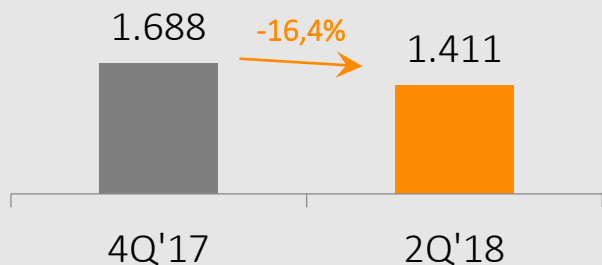
przychody



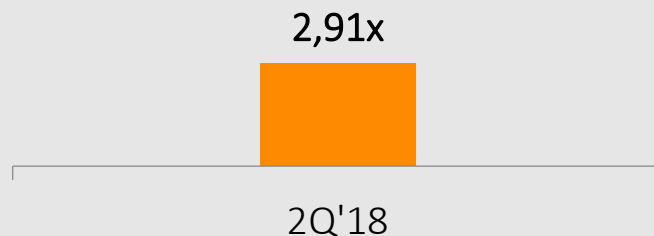
EBITDA



LTM FCF



dług netto/EBITDA LTM



Przychody i EBITDA – czynniki zmian

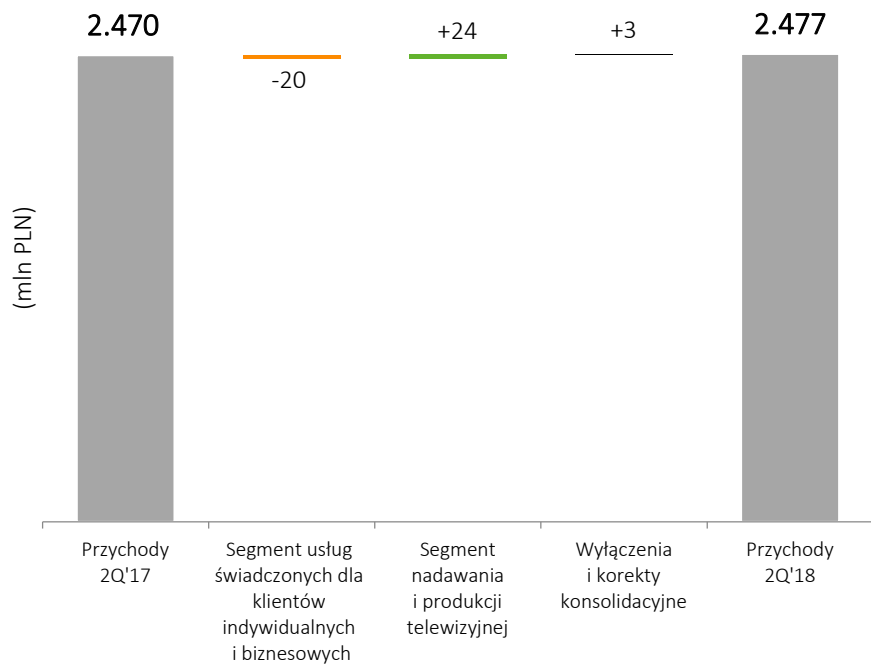
Zgodnie z poprzednim standardem MSR 18 oraz z wyłączeniem konsolidacji Netii



Przychody ze sprzedaży

zmiana r/r

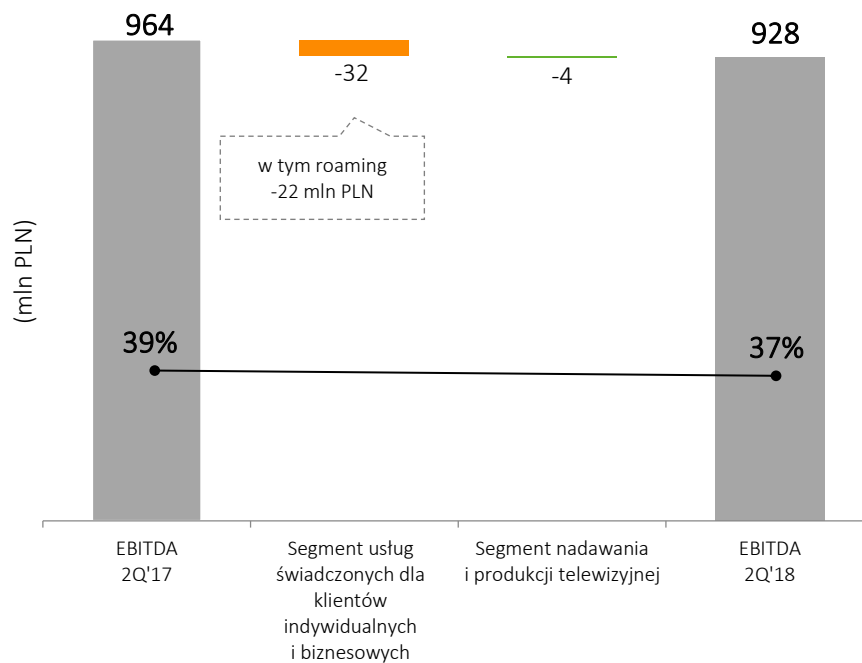
+0,3%
+7mln



EBITDA

zmiana r/r

-4%
-36mln



●—● Marża EBITDA

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2018 r. oraz analizy własne



Wyniki segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym

Zgodnie z poprzednim standardem MSR 18 oraz z wyłączeniem konsolidacji Netii



mln PLN	2Q'18 ⁽¹⁾	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.121	-1%
Koszty operacyjne ⁽²⁾	1.343	0%
EBITDA	776	-4%
Marża EBITDA	36,6%	-1,2pkt%

- Poziom przychodów odzwierciedla niższe przychody detaliczne, przy jednoczesnym wzroście przychodów hurtowych
- Poziom kosztów głównie pod wpływem niższych kosztów własnych sprzedanego sprzętu oraz wyższych kosztów technicznych i rozliczeń międzyoperatorskich (IC)

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2018 r. oraz analizy własne

Nota: (1) na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości

(2) koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej

Zgodnie z poprzednim standardem MSR 18 oraz z wyłączeniem konsolidacji Netii



mln PLN	2Q'18 ⁽¹⁾	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	412	6%
Koszty operacyjne ⁽²⁾	262	12%
EBITDA	151	-3%
Marża EBITDA	36,6%	-3,4pkt%

- Wynik EBITDA segmentu stabilny pomimo przejściowego wpływu emitowania na otwartych kanałach telewizji publicznej Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej Rosja 2018

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2018 r. oraz analizy własne

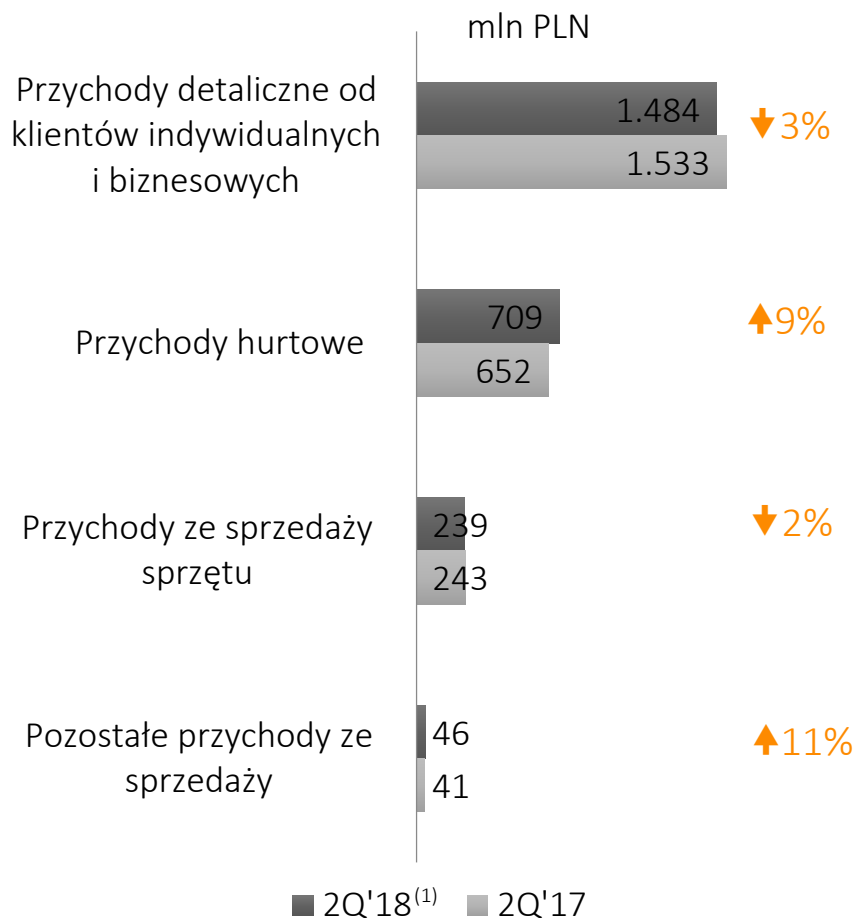
Nota: (1) na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości

(2) koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



Struktura przychodów ze sprzedaży

Zgodnie z poprzednim standardem MSR 18 oraz z wyłączeniem konsolidacji Netii



- Spadek **przychodów detalicznych od klientów indywidualnych i biznesowych** przede wszystkim na skutek ujęcia niższych przychodów z usług głosowych. Na erozję przychodów z usług głosowych wpłynęła m.in. implementacja regulacji *Roam Like at Home*, zgodnie z którą detaliczne stawki roamingowe zostały zrównane ze stawkami krajowymi począwszy od czerwca 2017 r. oraz zmiana sposobu oferowania sprzętu dla klientów detalicznych. Spadek ten został częściowo skompensowany wyższymi przychodami z usług płatnej telewizji oraz wyższymi przychodami z tytułu transmisji danych.
- Wzrost **przychodów hurtowych** przede wszystkim w wyniku rozpoznania wyższych przychodów z reklamy, wynikających z włączenia do portfolio Grupy nowych kanałów telewizyjnych oraz wyższych przychodów z tytułu połączeń międzyoperatorskich (interconnect), wynikających ze wzrostu wolumenu ruchu wymienianego z innymi sieciami.
- Niższe **przychody ze sprzedaży sprzętu** głównie na skutek niższego wolumenu sprzedaży urządzeń końcowych, co znalazło swoje odzwierciedlenie również w niższym koszcie własnym sprzedanego sprzętu.

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2018 r. oraz analizy własne

Nota: (1) na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości



Struktura kosztów operacyjnych

Zgodnie z poprzednim standardem MSR 18 oraz z wyłączeniem konsolidacji Netii



- Wzrost **kosztów technicznych** głównie w wyniku wyższych kosztów zakupu ruchu w roamingu międzynarodowym związanych z istotnym wzrostem wolumenu ruchu generowanego przez Polaków w ramach roamingu międzynarodowego (efekt regulacji *Roam Like at Home*), jak również z rosnących kosztów Interconnect wynikających z wyższego wolumenu połączeń zakańczanych przez naszych klientów w sieciach innych operatorów.
- Spadek **amortyzacji** m.in. w wyniku zakończenia okresu amortyzacji części wartości niematerialnych rozpoznanych podczas transakcji zakupu Polkomtelu w 2014 r., co zostało częściowo zniwelowane skróceniem okresu amortyzacji wybranych środków trwałych.
- Spadek **kosztu własnego sprzedanego sprzętu** na skutek niższego wolumenu sprzedanych urządzeń końcowych.
- Wzrost **kosztów kontentu** spowodowany ujęciem wyższych kosztów produkcji własnej, m.in. w wyniku ujęcia kosztów nowo nabytych kanałów telewizyjnych, oraz wyższych kosztów licencji programowych, co związane było z rosnącą popularnością pakietów programowych typu „premium” wśród naszych klientów płatnej telewizji

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2018 r. oraz analizy własne

Nota: (1) na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości



Implementacja MSSF15 – wpływ na ARPU kontraktowe



PLN	1Q'17	2Q'17	3Q'17	4Q'17	1Q'18	2Q'18
ARPU kontrakt wg dotychczasowych standardów rachunkowych	89,1	89,6	88,4	89,0	88,7	89,6
ARPU kontrakt po implementacji MSSF15	80,3	81,2	80,5	81,9	81,9	82,9

Definicje



RGU (Revenue Generating Unit)	Pojedyncza, aktywna usługa płatnej telewizji, dostępu do Internetu lub telefonii komórkowej, świadczona w modelu kontraktowym lub przedpłaconym.
Klient	Osoba fizyczna, prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, posiadająca co najmniej jedną, aktywną usługę świadczoną w modelu kontraktowym .
ARPU kontrakt	Średni miesięczny przychód od Klienta wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym (uwzględnia przychody z interconnect).
ARPU pre-paid	Średni miesięczny przychód od RGU pre-paid wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym (uwzględnia przychody z interconnect).
Churn	Rozwiązanie umowy z Klientem w drodze wypowiedzenia, windykacji lub innych działań, skutkujące tym, że po skutecznym rozwiązaniu umowy, Klient nie posiada żadnej aktywnej usługi świadczonej w modelu kontraktowym. 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.
Definicja użyciowa (90-dni dla RGU pre-paid)	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

Email: ozomer@cyfrowypolsat.pl

Grzegorz Para

Dyrektor Relacji Inwestorskich

Telefon: +48 (22) 426 8562

Email: gpara@cyfrowypolsat.pl

Lub odwiedź naszą stronę internetową:

www.grupapolsat.pl

