



# **Wyniki za dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2009 roku**

**Konferencja prasowa  
10 listopada 2009 roku**

**1**

**Najważniejsze wydarzenia**



# Wyniki za 9 miesięcy 2009 r.

## 🌐 Poprawa wyników operacyjnych

- Pozyskania brutto w okresie 9 miesięcy zakończonym 30 września 2009 r. wyniosły 431 tys. w porównaniu do 439 tys. w analogicznym okresie 2008 r. oraz do 162 tys. platformy „n”
- Nasza baza abonentów wzrosła o 514 tys. do **2.917** tys. w porównaniu do 30 września 2008 r.; platforma „n” odnotowała 220 tys. przyrostu bazy abonentów; całkowita liczba użytkowników naszych dekodерów wyniosła 3.531 tys.
- Na dzień 30 września 2009 roku mieliśmy 36 tys. użytkowników usług telekomunikacyjnych.
- 60% nowo zawartych umów w okresie 9 miesięcy zakończonym 30 września 2009 r. stanowiły umowy na udostępnienie zestawów odbiorczych

## 🌐 Wyniki finansowe pod wpływem osłabienia złotego

### 9M 2009

Przychody	wzrosły o 20% do 983 mln zł
Zysk EBITDA	wyniósł 254 mln zł
<b>Skorygowany zysk EBITDA<sup>(1)</sup></b>	<b>Wzrosły o 10% do 329 mln zł</b>
Zysk netto	wyniósł 189 mln zł
<b>Skorygowany zysk netto<sup>(1)</sup></b>	<b>Wzrósł o 10% do 250 mln zł</b>

<sup>(1)</sup> Zysk skorygowany o wpływ osłabienia się złotego na koszty licencji programowych, koszty przesyłu sygnału oraz przychody ze sprzedaży usług przesyłania sygnału.



## Ostatnie wydarzenia

- Wprowadziliśmy nowe dekodery: dekodery HD EchoStar DSB-7200 HD oraz dekodery HD z twardym dyskiem o pojemności 320 GB – EchoStar DVR-7400 HD
- Wprowadziliśmy nową ofertę promocyjną: „Pełna oferta bez płacenia przez 4 miesiące”
- Nasza oferta programowa została poszerzona o nowe kanały między innymi: Polsat HD, Polsat Futbol, Polsat Film
- Podpisaliśmy umowy na wynajem pojemności satelitarnej od Eutelsat S.A. w celu świadczenia usług z kategorii video na żądanie



# Zakup sieci dystrybucji mPunkt



- 🌐 Zakup 45% udziałów mPunkt Holdings LTD za 24,6 mln zł
- 🌐 Zamiar nabycia pakietu większościowego, za cenę proporcjonalną do ceny za 45% udziałów, pod warunkiem uzyskania zgody UOKiK
- 🌐 mPunkt to dobrze funkcjonująca sieć dystrybucji, która poszerzy i da impuls do rozwoju naszej sieci sprzedaży usług zintegrowanych
- 🌐 Zakładamy kontynuację współpracy pomiędzy mPunkt i Polkomtel S.A.





## Zakup sieci dystrybucji mPunkt



- mPunkt to sieć ponad 200 sklepów działających w ponad 150 miastach na terenie Polski. W ofercie mPunkt znajdują się produkty telekomunikacyjne; sprzedaż mPunkt stanowi on ok. 22% sprzedaży usług Polkomtel S.A.

- Wyniki mPunkt

	<b>2008 r.</b>	<b>I półrocze 2009 r.</b>
Przychody	571 mln zł (wzrost o 19%)	238 mln zł
EBITDA	9,4 mln zł (wzrost o 46%)	4,8 mln zł
Marża EBITDA	1,6% (1,3% w 2007 r.)	2%
Zysk netto	1,9 mln zł (-0,5 mln zł w 2007 r.)	1,5 mln zł

- Spółka nie posiada żadnego zadłużenia.

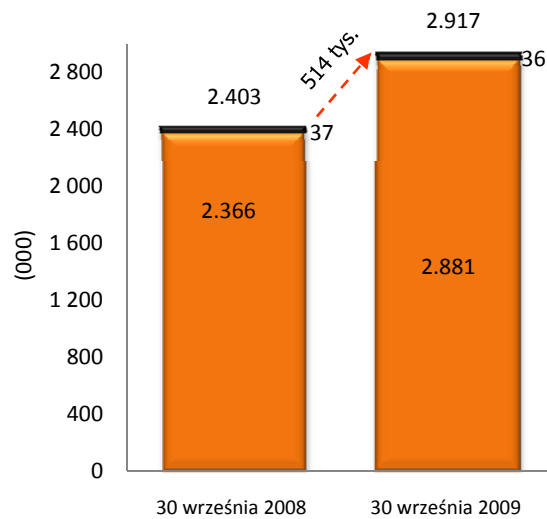
**2**

**Wyniki operacyjne**



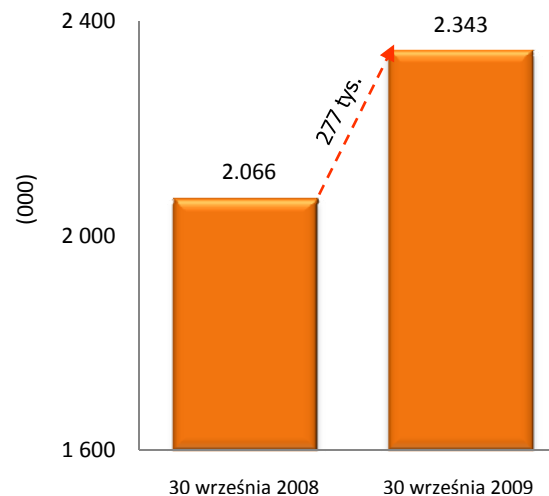
# Nasza baza abonentów wzrosła o 514 tys. w porównaniu do września 2008 r.

## Abonenci



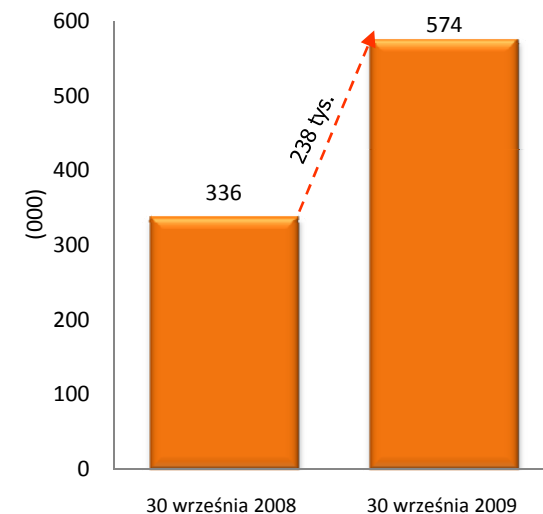
- Liczba abonentów z podpisaną umową
- Liczba użytkowników FTA <sup>(1)</sup> z opłaconymi pakietami programowymi

## Abonenci — Pakiet Familijny/Premium



80% bazy abonentów

## Abonenci — Pakiet Mini/Mini Max



20% bazy abonentów

Współczynnik odpływu klientów (%) (12 miesięcy) z wyłączeniem churn wewnętrznego

6,2%

7,9% <sup>(2)</sup>

7,1%

9,1% <sup>(2)</sup>

0,1%

2,2% <sup>(2)</sup>

(1) Użytkownicy FTA to tacy użytkownicy, którzy posiadają nasz dekoder umożliwiający odbiór bezpłatnych kanałów niekodowanych a po wniesieniu przez nich opłaty mają możliwość odbioru płatnych pakietów programowych

(2) Raportowany churn wyniósł odpowiednio 10,1% w okresie 12 miesięcy do 30 września 2009 r., 11,6% dla Pakietu Familijnego oraz 2,9% dla Pakietu Mini

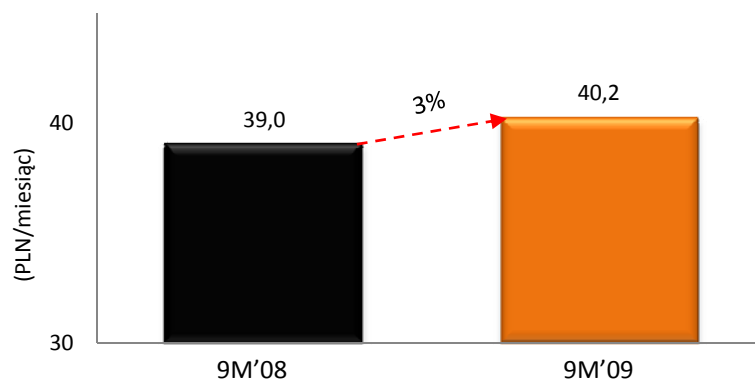




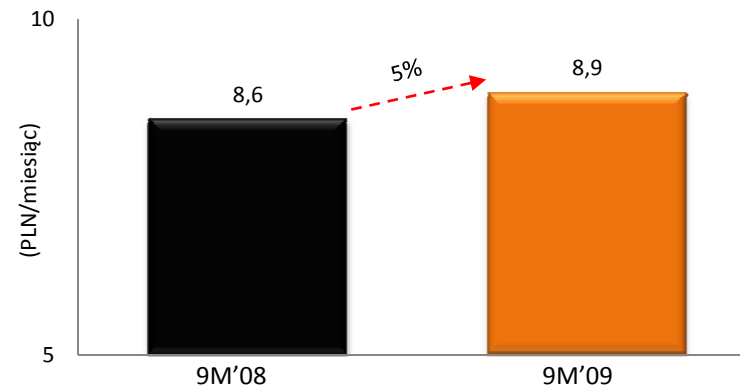
## Wzrost ARPU Pakietu Familijnego i Pakietu Mini

ARPU Pakietu Familijnego wzrosło o 3%. ARPU Pakietu Mini wzrosło o 5%.

ARPU <sup>(1)</sup> — Pakiet Familijny/Premium



ARPU <sup>(1)</sup> — Pakiet Mini



<sup>(1)</sup> ARPU (Średni miesięczny przychód na jednego abonenta) – jest liczony poprzez podzielenie przychodów rozpoznanych zgodnie z MSSF (z uwzględnieniem okresów promocyjnych) z tytułu opłat abonamentowych w danym okresie przez średnią liczbę abonentów w danym okresie i przez liczbę miesięcy w danym okresie

**3**

## **Wyniki finansowe**



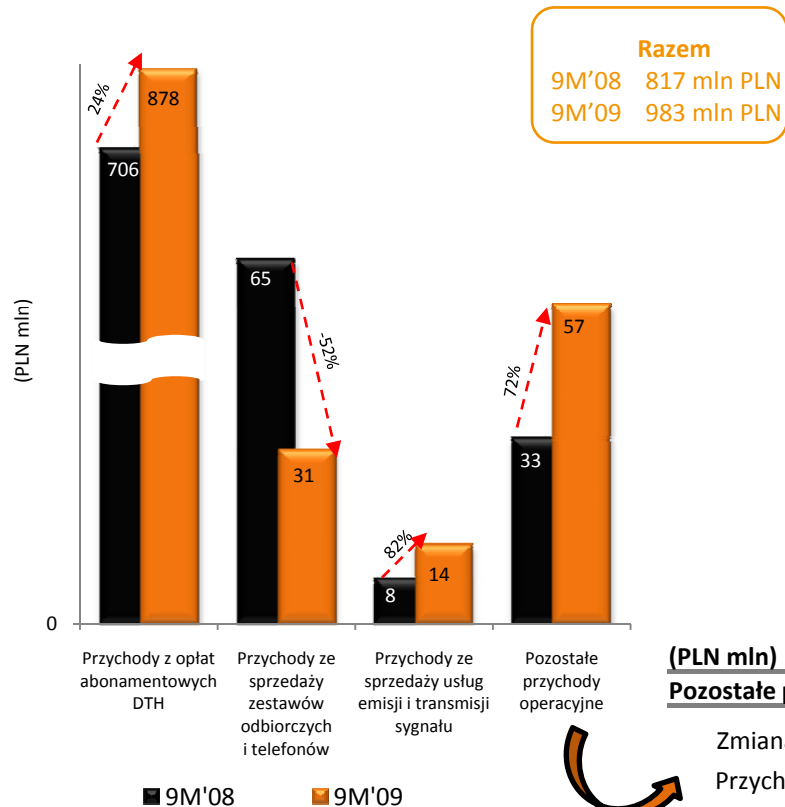
# 9M'09 wyniki finansowe

	9M'09 mln PLN	9M'08 mln PLN	Zmiana PLN/%	Przyczyny
<b>Przychody</b>	<b>983</b>	<b>817</b>	<b>166 20%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 26% wzrost średniej liczby abonentów ↑</li> <li>• wzrost stanu zapasów zestawów odbiorczych wyprodukowanych przez nas ↑</li> <li>• wzrost w liczbie udostępnionych zestawów odbiorczych (60% nowo zawartych umów) ↓</li> <li>• spadek wpływów o charakterze jednorazowym (Nagravision) ↓</li> </ul>
<i>Kursy wymiany walut</i>				
<i>EUR/PLN</i>	4,40	3,42	29%	
<i>USD/PLN</i>	3,22	2,25	44%	
<b>Koszty operacyjne</b>	<b>758</b>	<b>534</b>	<b>224 42%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 78 mln zł z osłabienia się złotego</li> <li>• <b>skorygowane koszty operacyjne 680 mln zł (wzrost o 28%)</b></li> <li>• wzrost bazy abonentów</li> <li>• wzbogacenie oferty programowej</li> <li>• wzrost kosztów pozyskania, obsługi oraz utrzymania abonentów</li> </ul>
<b>EBITDA</b>	<b>254</b>	<b>300</b>	<b>(46)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• skorygowany zysk EBITDA wzrósł o 10% do 329 mln zł</li> <li>• skorygowana marża zysku EBITDA 33,4%</li> </ul>
marża %	25,8%	36,7%	-15%	
<b>Zysk netto</b>	<b>189</b>	<b>227</b>	<b>(38)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• skorygowany zysk netto wzrósł o 10% do 250 mln zł</li> <li>• skorygowana marża zysku netto 25,5%</li> </ul>
marża %	19,2%	27,8%	-17%	

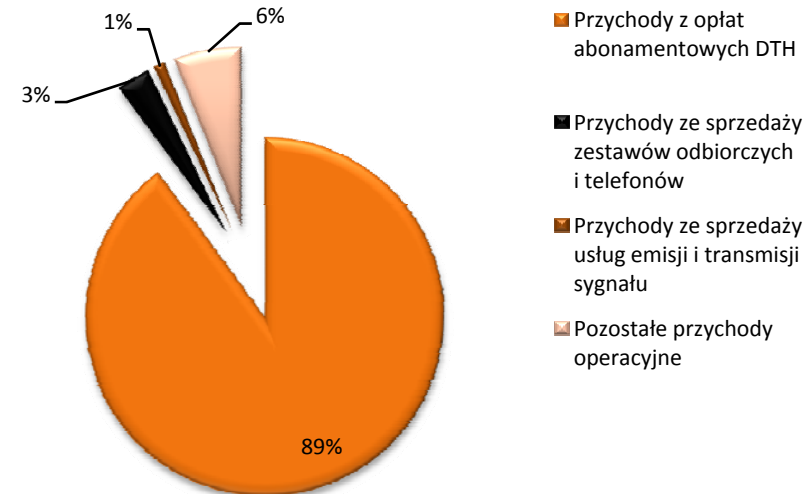


## 9M'09 Przychody wyższe o 20% dzięki wzrostowi przychodów z opłat abonamentowych oraz zmianie stanu produktów

### Przychody w 9M'08 vs. 9M'09



### Struktura przychodów w 9M'09 (%)

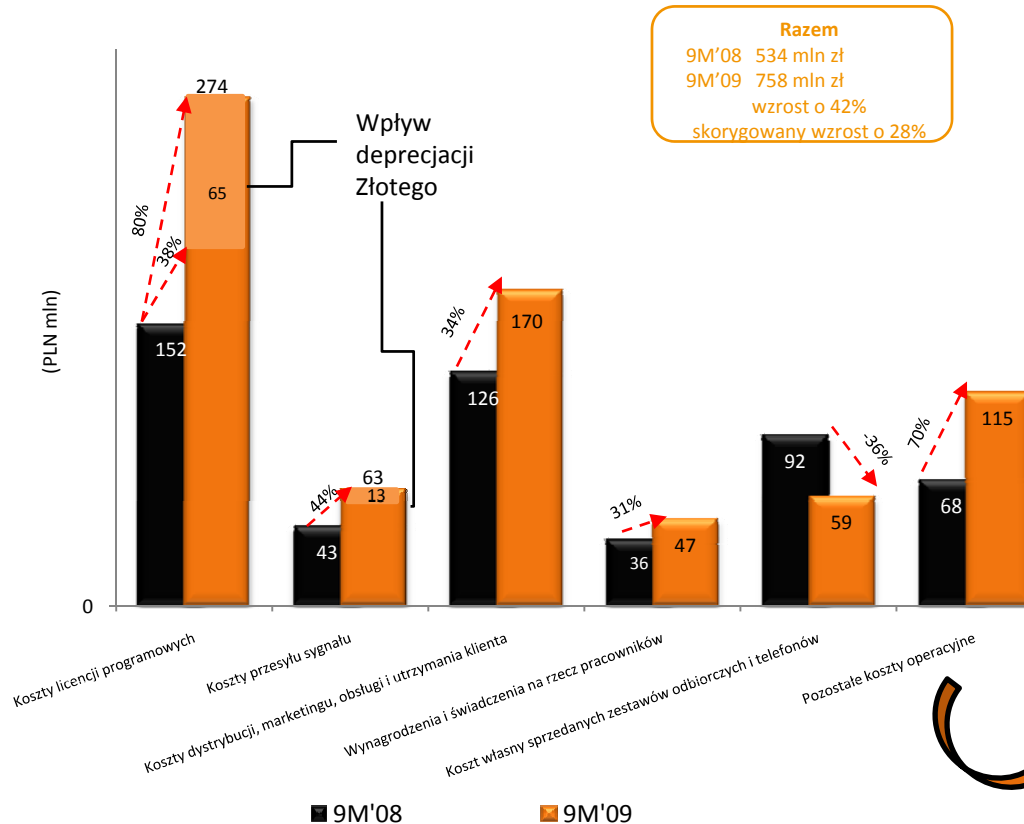


(PLN mln)	9M'09	9M'08	Zmiana
<b>Pozostałe przychody operacyjne, w tym</b>	<b>57</b>	<b>33</b>	<b>72%</b>
Zmiana stanu zapasów	28	4	>100%
Przychody z najmu lokali i urządzeń	9	-	n/a
Odszkodowania od Nagravision	8	16	-51%
Pozostałe przychody operacyjne	12	13	-5%

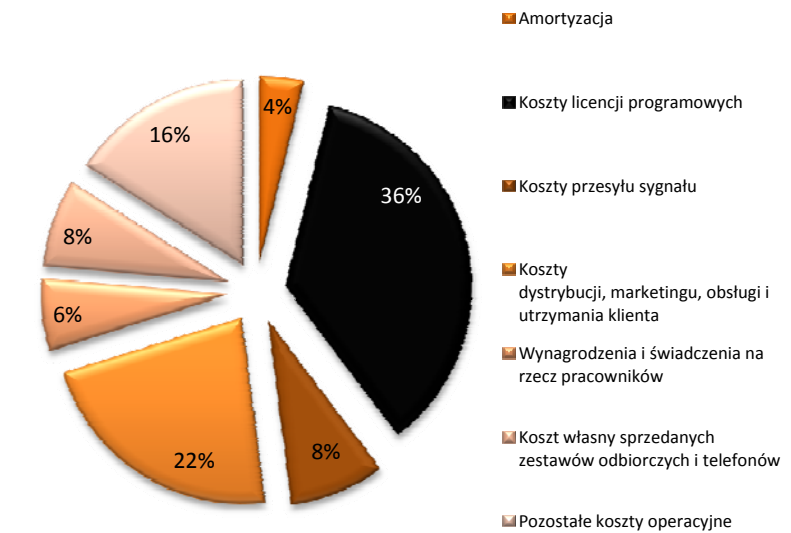


# 9M'09 Koszty operacyjne obciążone osłabieniem złotego

## Koszty działalności operacyjnej w 9M'08 vs. 9M'09



## Struktura kosztów 9M'09 (%)



(PLN mln)	9M'09	9M'08	Zmiana
<b>Amortyzacja</b>	<b>29</b>	<b>16</b>	<b>76%</b>
<b>Koszty zrealizowanego ruchu i opłat międzyoperatorskich (MVNO)</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>&gt;100%</b>
<b>Pozostałe koszty operacyjne w tym :</b>	<b>115</b>	<b>68</b>	<b>70%</b>
Zużycie materiałów i energii	29	13	121%
Usługi informatyczne	20	12	67%
Utworzenie odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności	16	11	44%
Inne pozostałe koszty operacyjne	50	32	59%

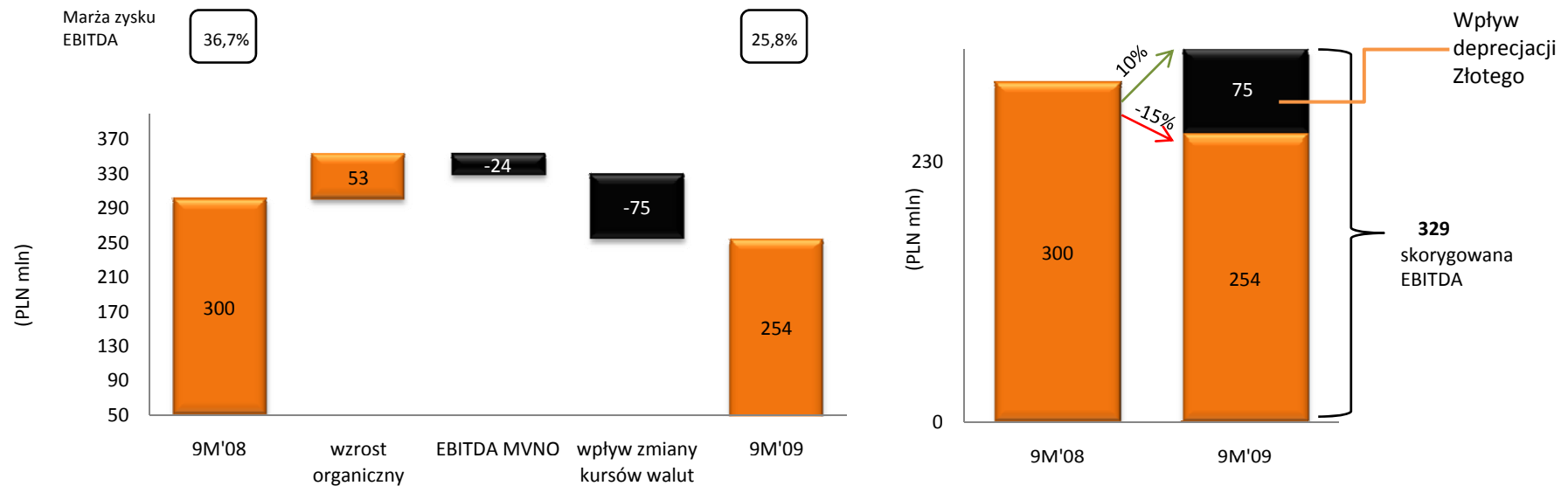
**78 mln zł kosztów spowodowanych zmianą kursów walut**  
 - 65 mln zł - koszty licencji programowych  
 - 13 mln zł - koszty przesyłu sygnału



# Wzrost skorygowanego zysku EBITDA

- Skorygowany zysk EBITDA za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2009 roku wzrósł o 10% do 329 mln zł, a skorygowana marża zysku EBITDA wyniosła 33,4%
- W okresie 9 miesięcy zakończonym 30 września 2009 roku strata EBITDA na działalności MVNO stanowiła 7,7% zysku EBITDA na działalności DTH

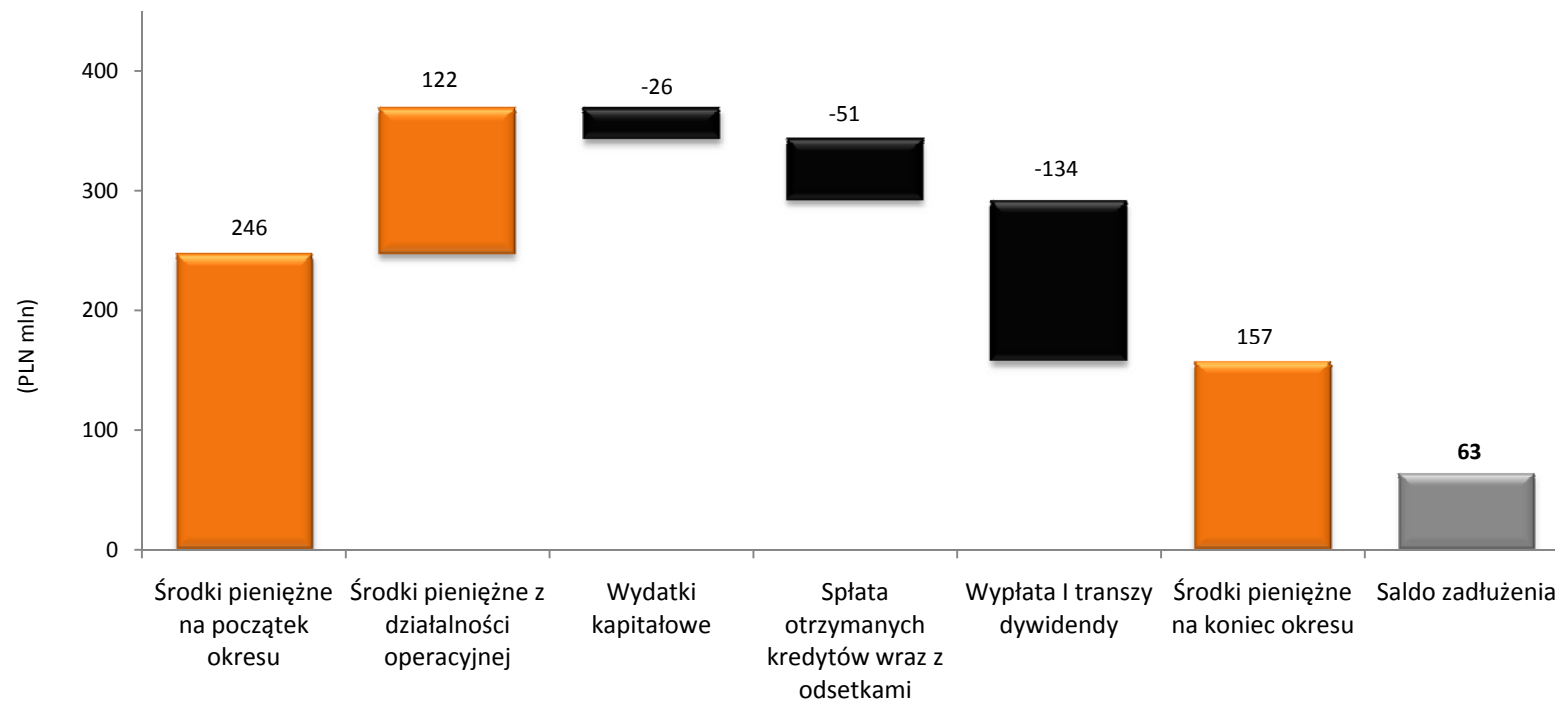
## Zysk EBITDA i marża zysku EBITDA





## 157 mln zł środków pieniężnych po wypłacie pierwszej transzy dywidendy

Przepływy pieniężne netto, środki pieniężne oraz saldo zadłużenia – 9M 2009





# Czynniki mające wpływ na naszą działalność

- Wzbogacenie oferty programowej w III i IV kw. 2009 r. bez dodatkowych kosztów w 2010 r.
- Wyższe ARPU w 2010 r. dzięki:
  - abonentom wychodzącym poza okres podstawowy umowy
  - abonentom migrującym z pakietu Mini do pakietu Mini Max
  - uruchomieniu pakietu HD
  - wprowadzeniu usług z kategorii video na żądanie
  - zmianie mixu pakietów, po wprowadzeniu ofert promocyjnych nowego typu
  - wprowadzeniu nowego regulaminu
- Zmiana regulaminu, która może skutkować:
  - zwiększeniem ARPU
  - wzrostem churnu w okresie do czerwca 2010 r. częściowo skompensowanym ograniczeniem churnu w związku z wchodzeniem klientów w okresy zamknięte
  - ograniczaniem churn od III kwartału 2010 r.
- Rozpoczęcie testów konsumenckich usług szerokopasmowego internetu radiowego (900 MHz, 21 Mbit/sec)
- Pozytywny wpływ związany z zakupem wykwalifikowanej sieci sprzedaży do dystrybucji naszych usług zintegrowanych (telewizja, telefon, internet)





**Dziękujemy**

**Konferencja prasowa  
10 listopada 2009 roku**