



Wyniki finansowe 2Q'2016

25 sierpnia 2016 r.

Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat S.A.



Agenda



1. Najważniejsze wydarzenia 2Q'16
2. Wyniki operacyjne
3. Wyniki finansowe pro-forma
4. Podsumowanie i Q&A



1. Najważniejsze wydarzenia 2Q'16



Najważniejsze wydarzenia



Świetne wyniki sprzedażowe i oglądalności UEFA EURO 2016



Rozpoczęcie wdrożenia nowego zintegrowanego systemu sprzedaży, obsługi klienta oraz rozliczeniowego dla produktów i usług Grupy Polsat



Podwyższenie ratingu korporacyjnego Cyfrowego Polsatu przez agencję Moody's (obecnie Ba2, stabilny)



Zakończenie procesu nabycia 100% akcji w Midas S.A. oraz wykluczenie akcji z obrotu na GPW



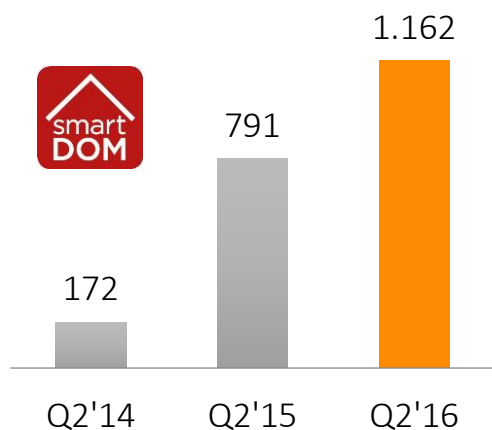
Unikalna strategia rynkowa



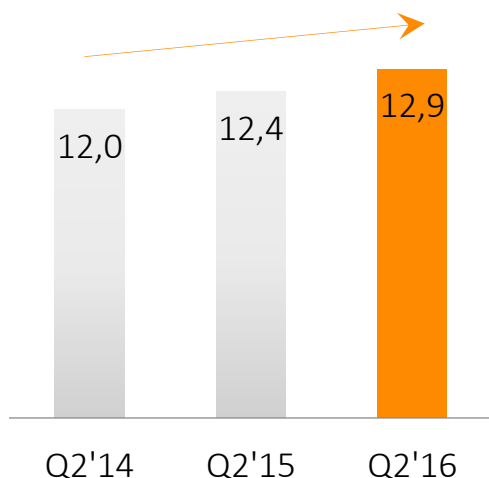
Skuteczna realizacja strategii smartDOM



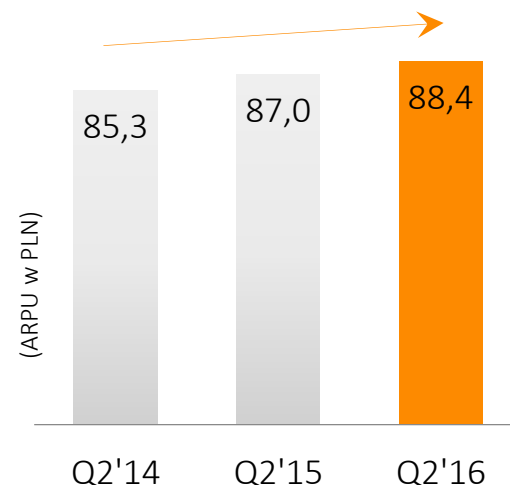
>1 milion klientów multiplay
zdobytych w 2 lata



Łączna liczba RGU
kontraktowych



ARPU klientów kontraktowych



2. Działalność operacyjna



2.1 Segment nadawania i produkcji telewizyjnej



Monetyzacja UEFA EURO2016 przeprowadzona została w kilku kanałach



UEFA
EURO2016
FRANCE

Antena otwarta

- 24 mecze na antenie otwartej Polsat i Polsat Sport
- Ipla dystrybucja newsów UEFA EURO 2016
- Sponsoring – mini programy

Reklama i sponsoring

Kanały płatne

- Wszystkie mecze na żywo (51 meczów)
- 2 kanały w jakości HD – Polsat Sport 2 i 3
- Ponad 200h relacji na żywo BEZ REKLAM
- Dystrybucja: CP, nc+, operatorzy kablowi, Ipla

POLSAT
SPORT 2 HD

POLSAT
SPORT 3 HD

Opłaty z subskrypcji

Sublicencje

- Sprzedaż praw do transmisji do 11 meczów w TVP – emisja równoległa z Polsat
- Sprzedaż praw do publicznego odtwarzania (puby, hotele, itp.)

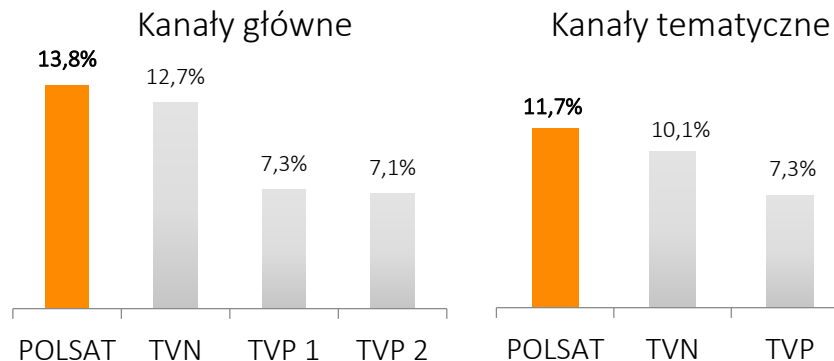
Sprzedaż sublicencji

Oglądalność naszych kanałów w 2Q'16

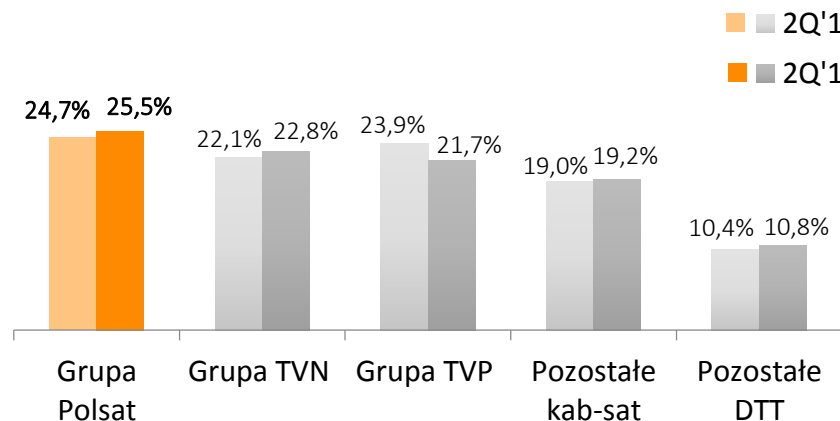


- Grupa Polsat i kanał główny liderami oglądalności w grupie komercyjnej
- Pozytywny wpływ oglądalności meczów UEFA EURO 2016

Udział w oglądalności



Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, analizy własne

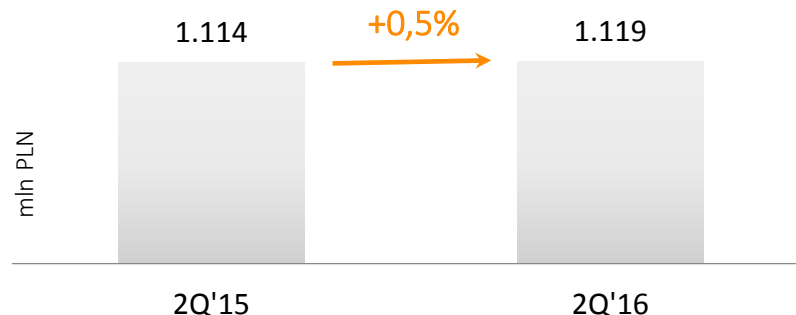


Pozycja na rynku reklamy w 2Q'16

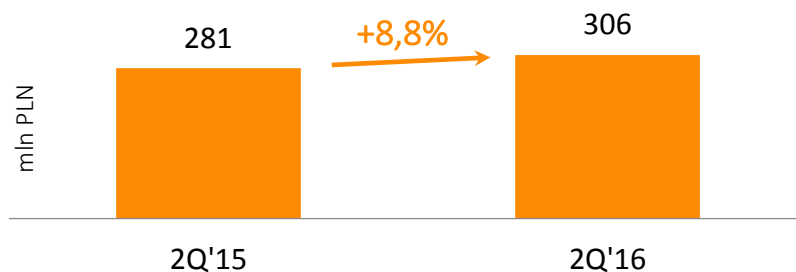


- Rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 2Q'16 wzrósł r/r o 0,5%
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat rosną znacznie szybciej niż rynek (pozytywny wpływ UEFA EURO 2016)
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł do 27,3%

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



Źródło: SMG Poland (dawniej SMG Starlink), reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy własne
Nota: (1) Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji SMG Poland

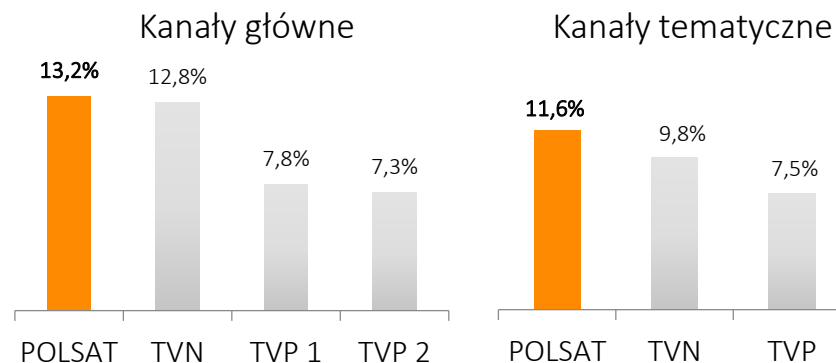


Oglądalność naszych kanałów w 1H'16

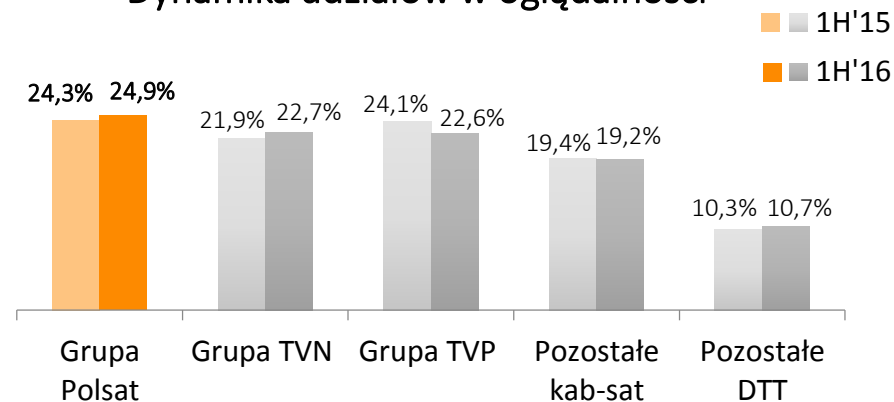


- Grupa Polsat i kanał główny liderami oglądalności w grupie komercyjnej
- Wyniki oglądalności zgodne z długoterminową strategią

Udział w oglądalności



Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, analizy własne

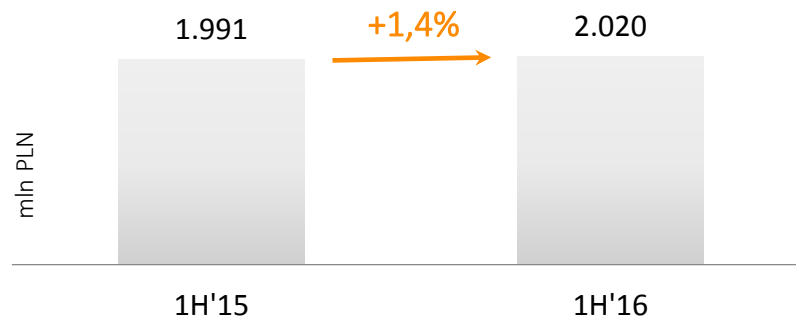


Pozycja na rynku reklamy w 1H'16

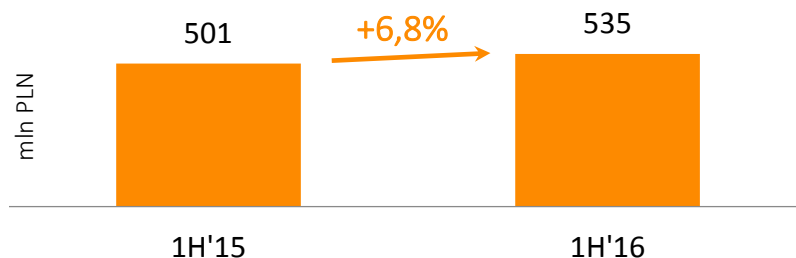


- Rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 1H'16 wzrósł r/r o 1,4%
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat rosną znacznie szybciej niż rynek (pozytywny wpływ UEFA EURO 2016)
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł do 26,5%

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



Źródło: SMG Poland (dawniej SMG Starlink), reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy własne
Nota: (1) Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji SMG Poland



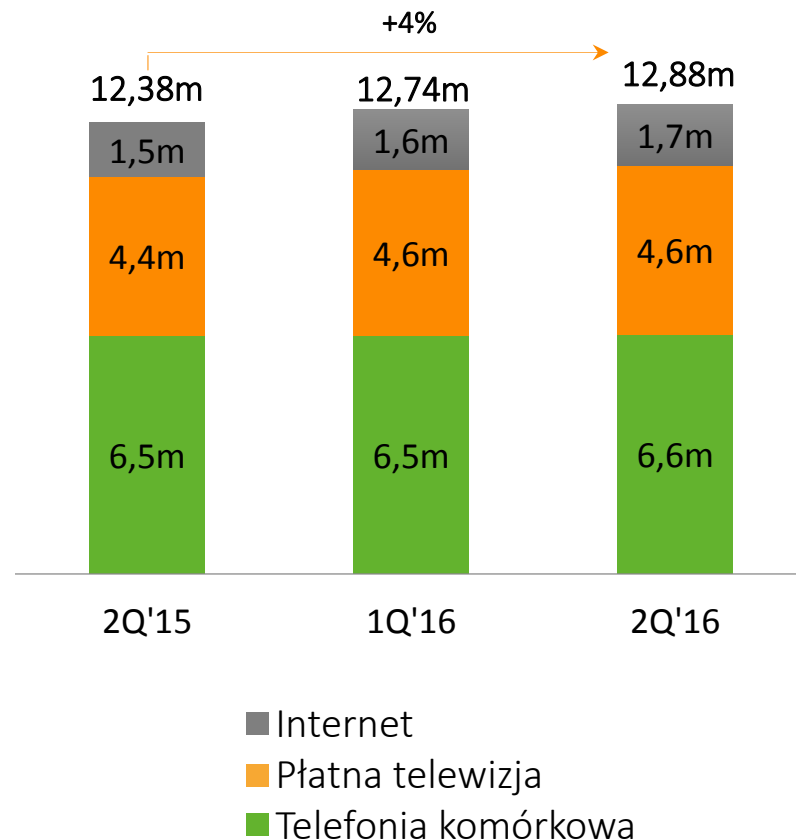
2.2 Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym



Usługi kontraktowe szybko rosną



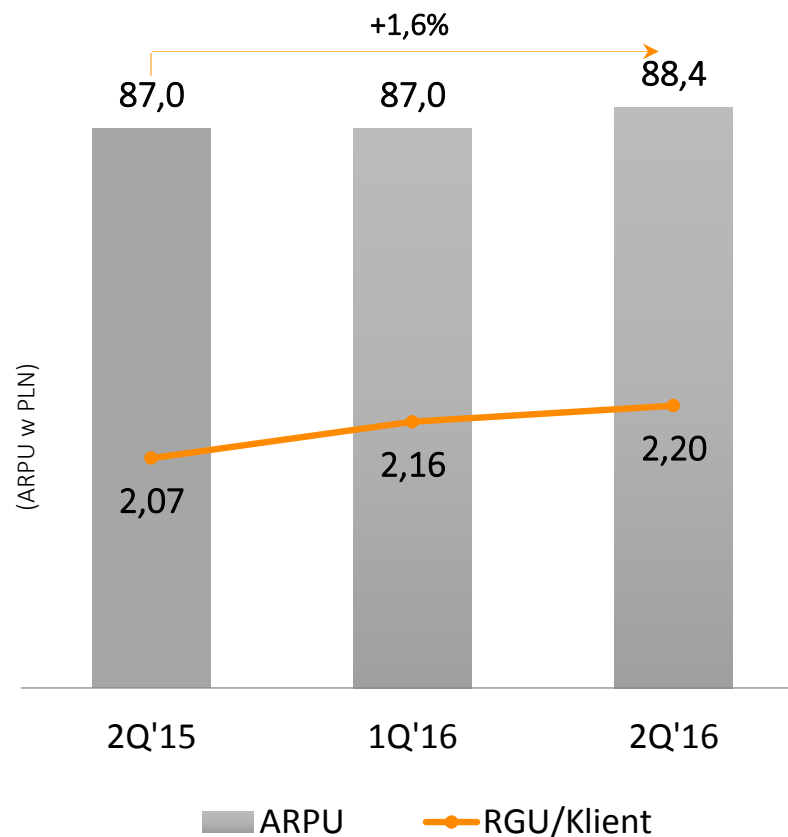
- Silny przyrost usług kontraktowych (+504 tys. r/r, +137 tys. q/q)
- Dalszy wzrost Internetu (+42 tys. q/q), wsparty siecią LTE o najwyższej jakości
- RGU płatnej telewizji rośnie o +72 tys. (efekt multiroom i OTT)
- Kolejny kwartał pozytywnego wyniku telefonii mobilnej (niski churn i korzystny wpływ strategii multiplay)



Skuteczna budowa ARPU klienta

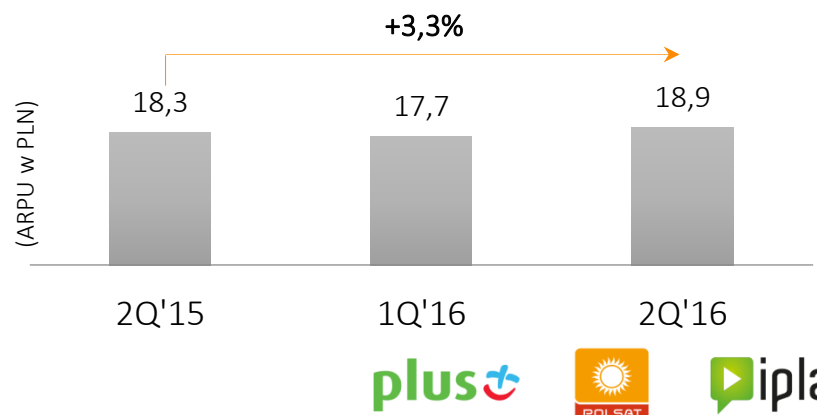
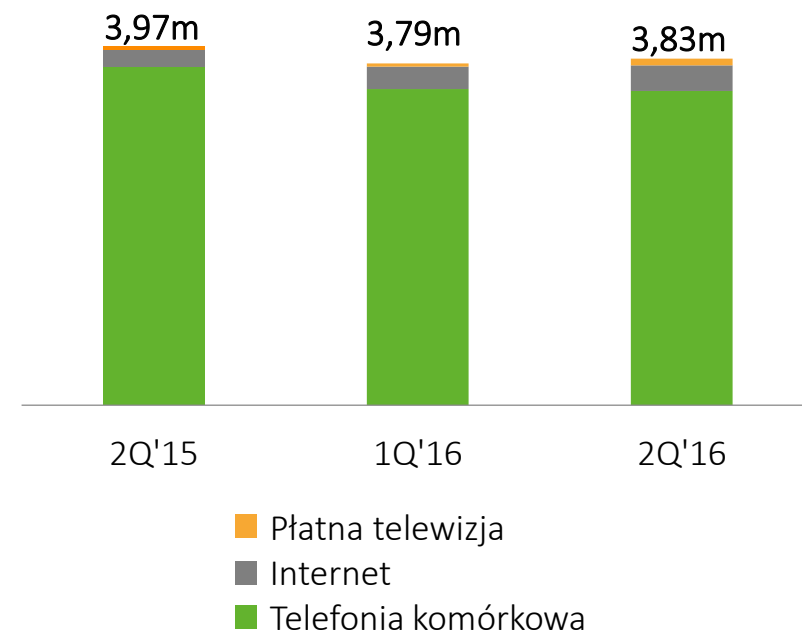


- ARPU kontraktowe stale rośnie
- Skuteczna dosprzedaż produktów odzwierciedla się we wzroście wskaźnika saturacji RGU na klienta
- Strategia multiplay oraz kontynuowana stabilizacja na rynku mobilnym mogą pozwolić utrzymać ten korzystny trend



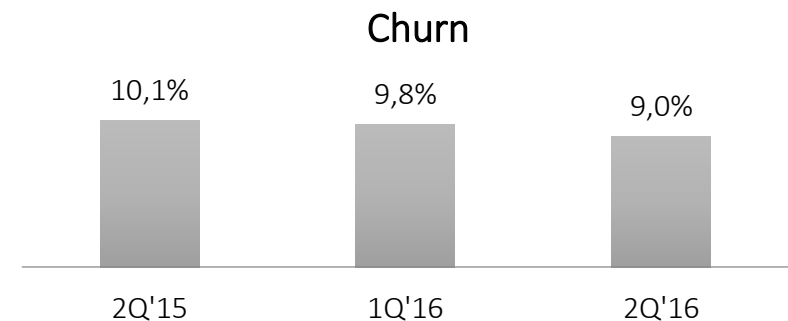
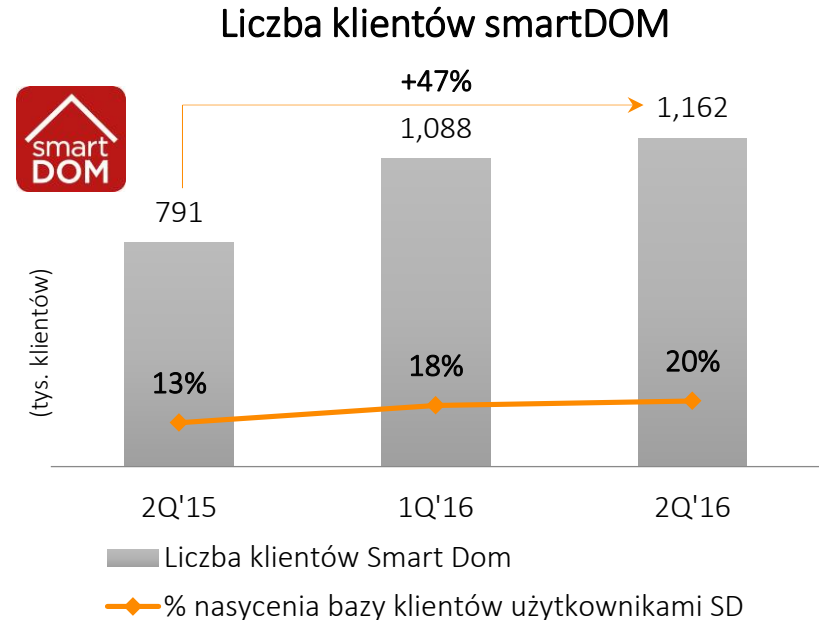
Prepaid – stabilna baza i rosnące ARPU

- Wzrost ARPU prepaid +3,3% r/r – efekt stale rosnącej konsumpcji danych i IC
- Sukcesywna migracja klientów usług głosowych przedpłaconych do kontraktu
- RGU Internetu rośnie +47% r/r (wyłącznie aktywne karty SIM)



Sukces strategii smartDOM

- Dynamiczny wzrost liczby klientów korzystających z oferty multiplay (+371 tys. r/r, +74 tys. q/q)
- Liczba RGU posiadanych przez tę grupę klientów wynosi 3,44mln
- Już 20% naszych klientów kontraktowych korzysta z oferty zintegrowanej, co pozytywnie przekłada się raportowany wskaźnik churn



3. Wyniki finansowe pro-forma

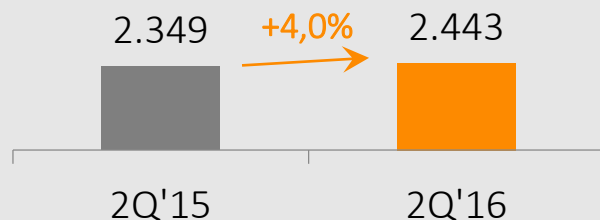
Konsolidacja wyników Grupy Midas w pełnym kwartale



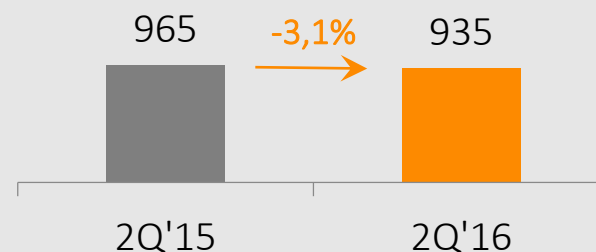
Wyniki pro-forma Grupy



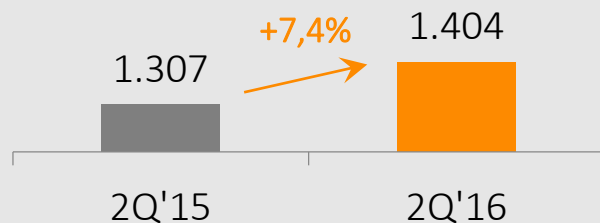
przychody



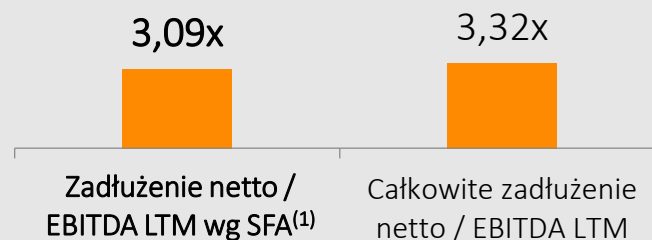
EBITDA



LTM FCF



dług netto/EBITDA



Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Midas S.A., skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne

Nota: (1) Zadłużenie netto zgodnie z definicją SFA, tzn. z wyłączeniem długu, który nie jest obsługiwany gotówkowo



Wyniki pro-forma segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym w 2Q'16



mln PLN	2Q'16	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.072	1%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	1.325	7%
EBITDA	754	-9%
Marża EBITDA	36,4%	-4,1pkt%

- Wzrost przychodów dzięki wyższym przychodom ze sprzedaży sprzętu oraz wyższym przychodom hurtowym
- Poziom kosztów głównie pod wpływem wyższych kosztów technicznych i rozliczeń międzyoperatorskich (IC), wyższych kosztów kontentu oraz kosztów własnych sprzedanego sprzętu

Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Midas S.A., skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne

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



Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej w 2Q'16



mln PLN	2Q'16	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	451	30%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	270	27%
EBITDA	181	35%
Marża EBITDA	40,1%	1,5pkt%

- Wyższa dynamika przychodów względem kosztów między innymi wynikiem sukcesu finansowego UEFA EURO 2016

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2016 r. oraz analizy własne

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



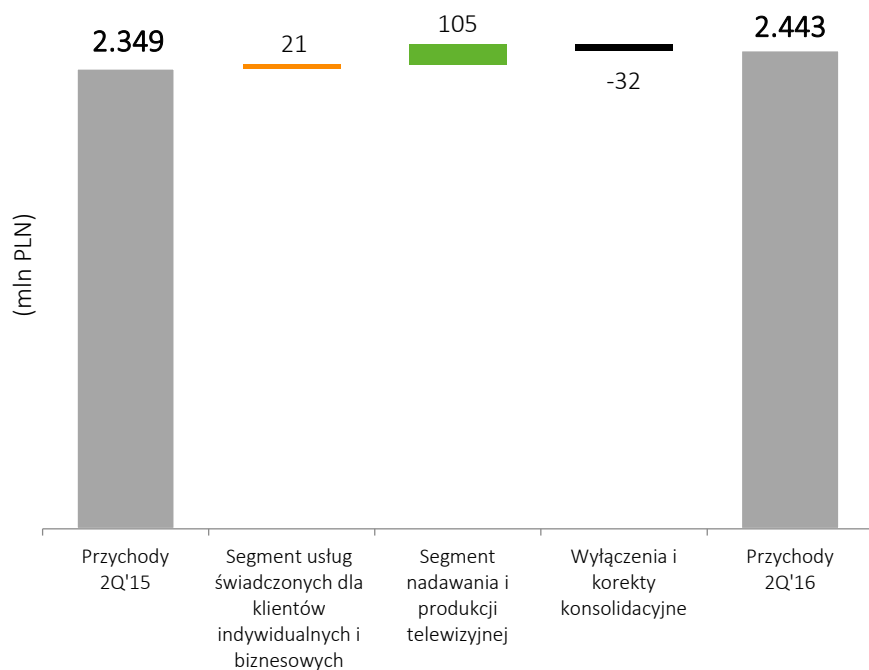
Przychody i koszty pro-forma – czynniki zmian w 2Q'16



Przychody ze sprzedaży

zmiana r/r

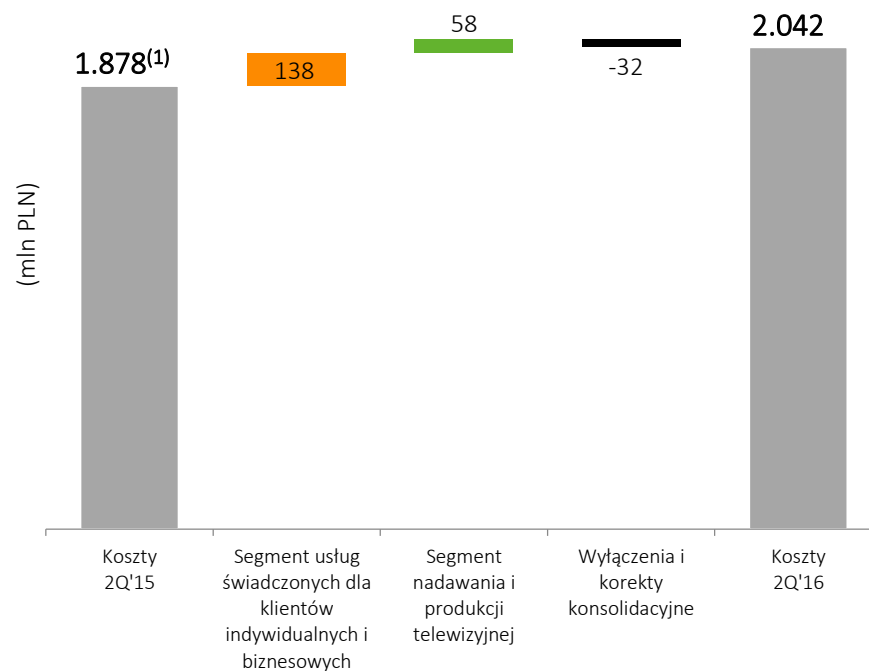
+4%
+94mln



Koszty operacyjne

zmiana r/r

+9%
+164 mln

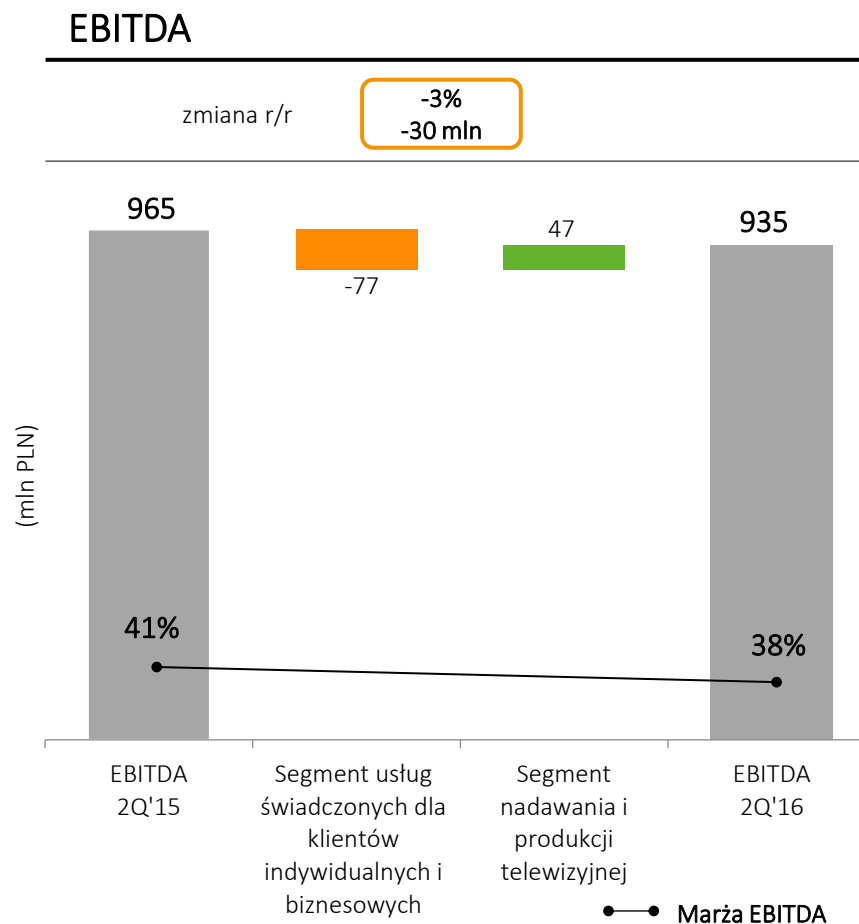


Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Midas S.A., skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne

Nota: (1) Przyjęto założenie, że wartość częstotliwości na dzień 01.01.2015 r. jest równa wartości częstotliwości ustalonej w wyniku wstępnego PPA na dzień 29.02.2016 r.



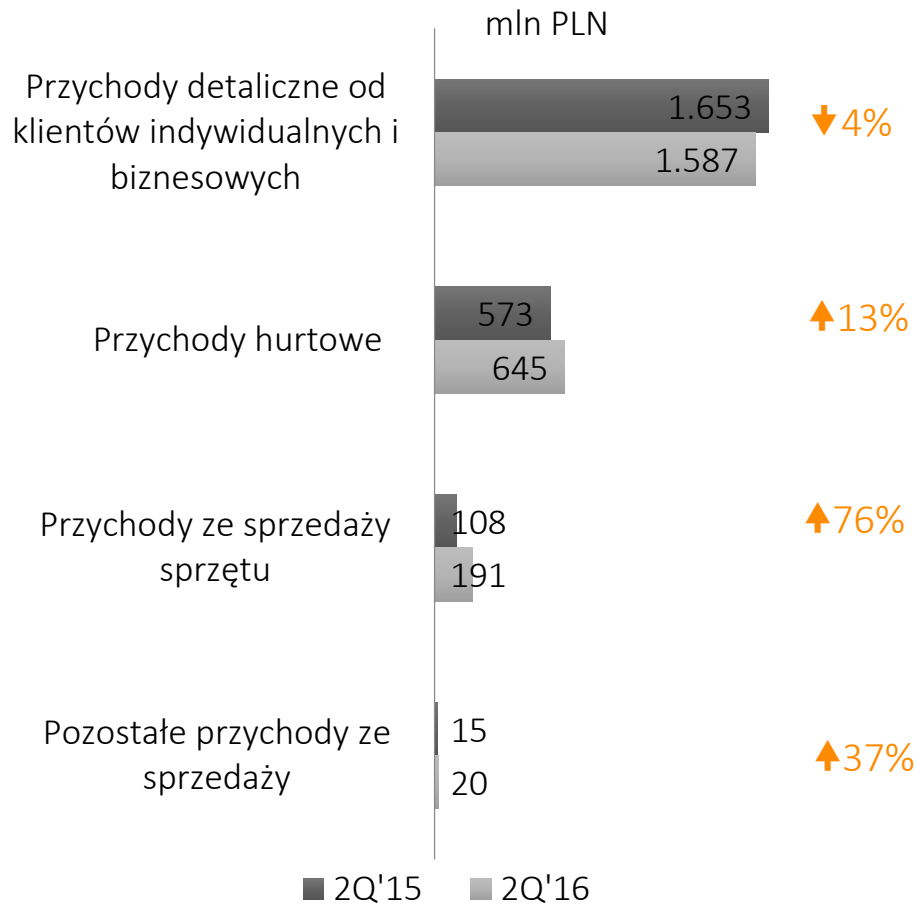
EBITDA pro-forma – czynniki zmian w 2Q'16



Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Midas S.A., skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne



Struktura pro-forma przychodów ze sprzedaży w 2Q'16

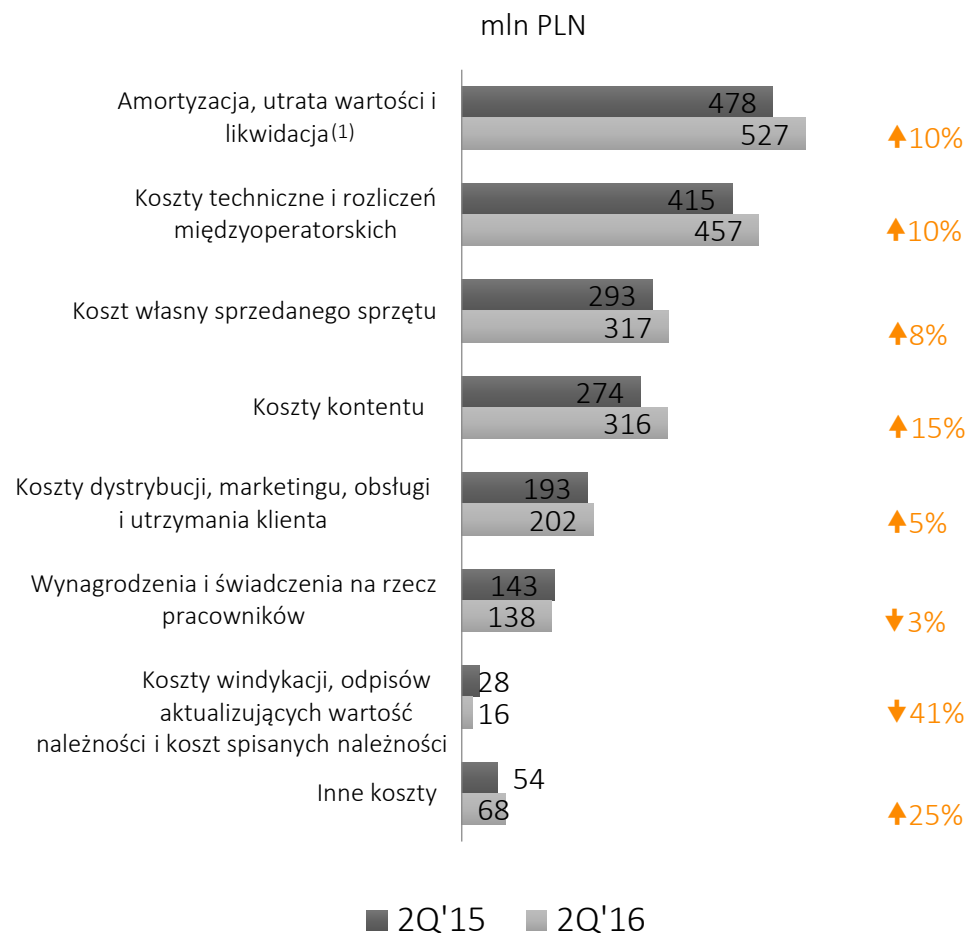


- Spadek przychodów z usług głosowych kompensowany częściowo wyższymi przychodami z usług płatnej telewizji oraz dostępu do Internetu
- Rosnące przychody reklamowe TV Polsat oraz rosnące rozliczenia IC przekładają się na dynamikę przychodów hurtowych
- Wyższe przychody ze sprzedaży sprzętu wynikają ze stopniowo rosnącego udziału sprzedaży ratalnej, efektu niższych subsydiów oraz z optymalizacji poziomu zapasów

Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Midas S.A., skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne



Struktura pro-forma kosztów operacyjnych w 2Q'16



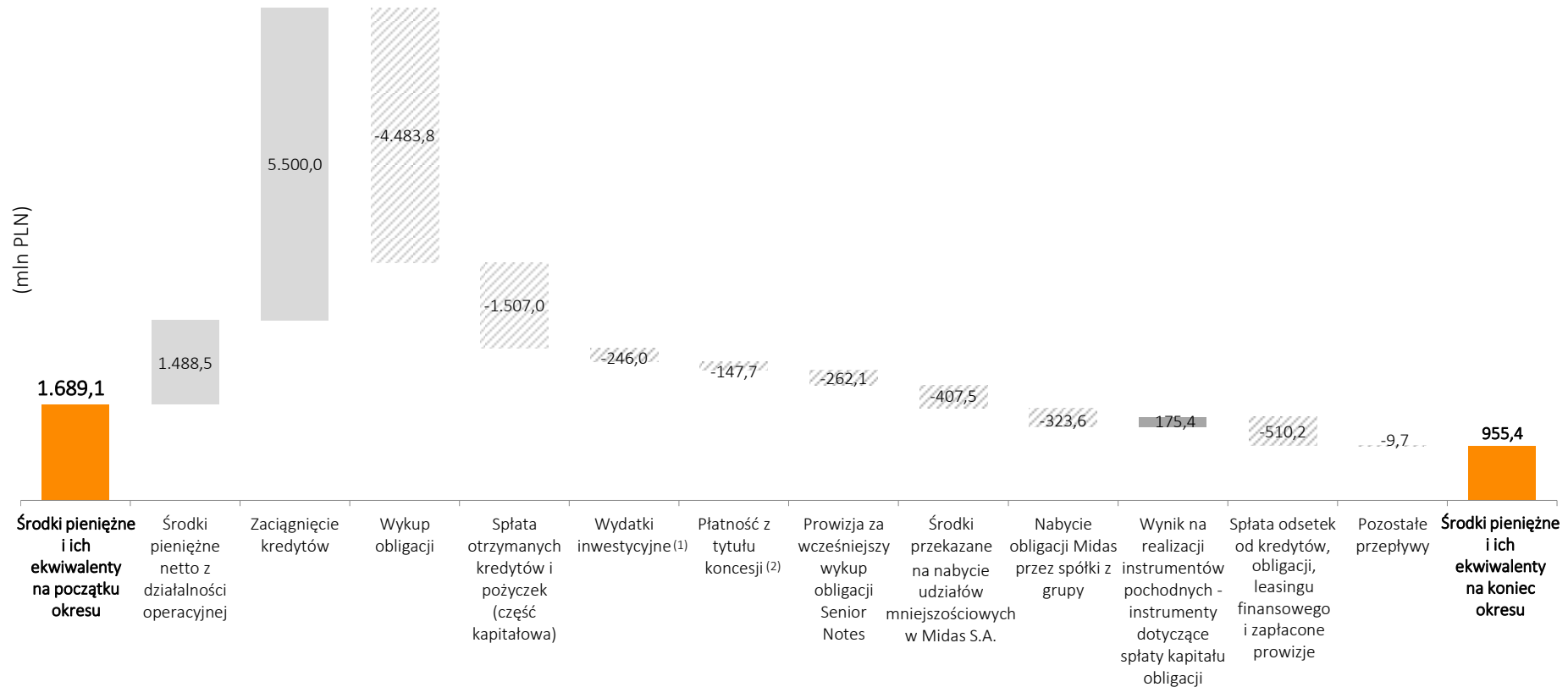
- Wyższe koszty amortyzacji, głównie w wyniku ujęcia w 2Q'16 kosztów amortyzacji koncesji telekomunikacyjnych należących do Grupy Midas za marzec 2016 r. (wstępne PPA) oraz efektu niższej bazy w 2Q'15 wynikającej ze zmiany okresu użytkowania znaku Plus
- Koszty techniczne pod wpływem wzrostu kosztów IC
- Wzrost kosztów własnych sprzedanego sprzętu w wyniku wyższego średniego kosztu jednostkowego sprzedawanego sprzętu przy malejącym łącznym wolumenie sprzedaży
- Koszty kontentu rosną w związku z wyższymi kosztami produkcji własnej i zewnętrznej oraz amortyzacją praw sportowych

Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Midas S.A., skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne

Nota: (1) Przyjęto założenie, że wartość częstotliwości na dzień 01.01.2015 r. jest równa wartości częstotliwości ustalonej w wyniku wstępnego PPA na dzień 29.02.2016 r.



Rachunek przepływów pieniężnych pro-forma w 1H'16



Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Midas S.A., skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne

Nota: (1) Nie zawierają wydatków na udostępnione klientom zestawy odbiorcze;

(2) Koszt zakupu pasma 2,6GHz w aukcji LTE (155,75 mln PLN) pomniejszony o bezgotówkowe rozliczenie zakupu (8,0 mln PLN potrącone z kaucji aukcyjnej)

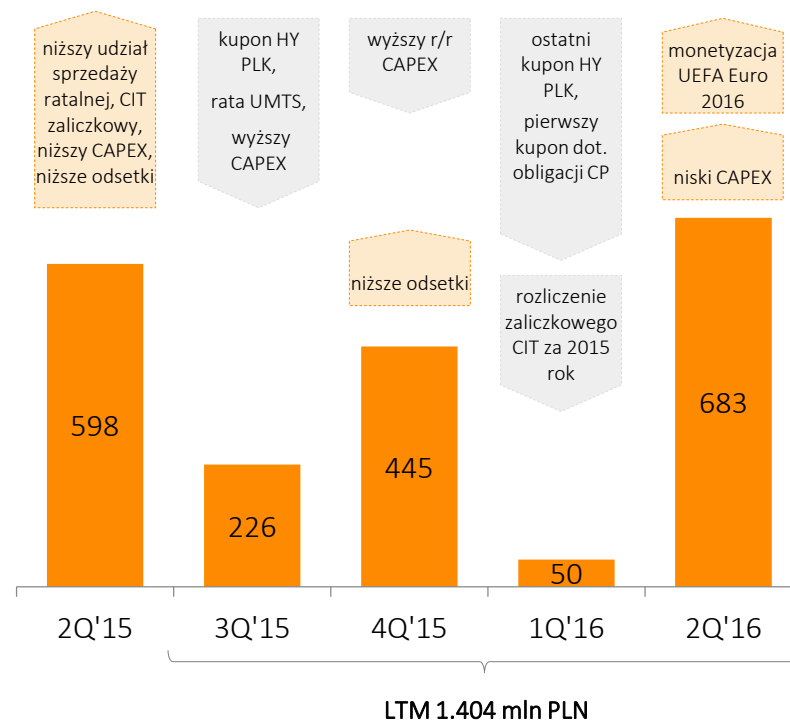


Uzgodnienie FCF pro-forma po odsetkach



mIn PLN	2Q'16	1H'16
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	929	1.376
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-840	-865
Splata odsetek od kredytów, pożyczek i obligacji ⁽¹⁾	-125	-595
FCF po odsetkach	-36	-84
Nabycie Grupy Midas (wraz z gotówką)	408	145
Nabycie obligacji Midas	324	324
FCF Grupy Midas w okresie styczeń-luty'16		105
Jednorazowa płatność z tytułu zakupu pasma 2,6 GHz		156
Opcja call dot. wczesnego wykupu Obligacji HY PLK		262
Efekt gotówkowy rozliczenia transakcji hedgingowych dot. nominału Obligacji HY PLK		-175
Lokaty krótkoterminowe	-12	
Skorygowany FCF po odsetkach	683	733

Skorygowany FCF po odsetkach⁽²⁾



Źródło: pro forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Midas S.A., skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne

Nota: (1) Obejmuje wpływ instrumentów IRS/CIRS/forward

(2) Wyniki FCF dla roku 2015 zostały skorygowane wstecznie, poprzez uwzględnienie wyników FCF Grupy Midas



Zadłużenie Grupy na 30 czerwca 2016 r.



mln PLN	Wartość bilansowa na dzień 30 czerwca 2016
Połączony Kredyt Terminowy	11.002
Kredyt Rewolwingowy	-
Obligacje serii A	1.017
Obligacje Litenite zerokuponowe	820
Leasing i inne	30
Zadłużenie brutto	12.869
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty ¹	(955)
Zadłużenie netto	11.914
EBITDA LTM	3.593
Zadłużenie netto / EBITDA LTM wg SFA ²	3,09
Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM	3,32

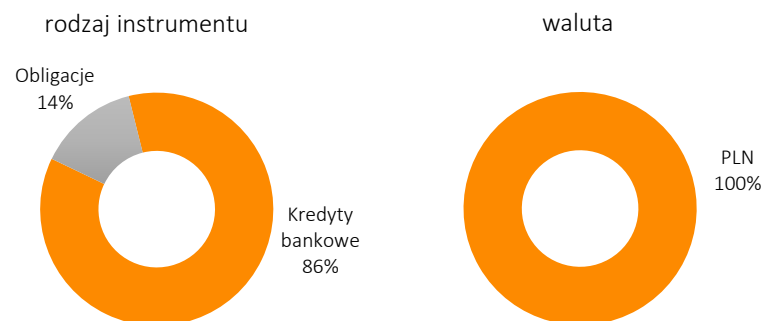
¹ Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, w tym środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania oraz lokat krótkoterminowych

² Zadłużenie netto zgodnie z definicją SFA, tzn. z wyłączeniem długu, który nie jest obsługiwany gotówkowo

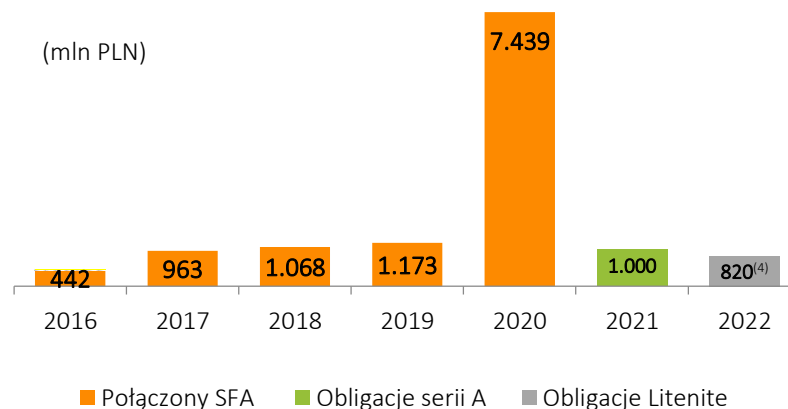
³ Wartość nominalna zadłużenia na dzień 30 czerwca 2016 r. (z wyłączeniem Kredytu Rewolwingowego)

⁴ Zobowiązanie z tytułu Obligacji Litenite na dzień 30 czerwca 2016 r.

Struktura zadłużenia²



Zapadalność długu³



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2016 r. oraz analizy wewnętrzne



4. Podsumowanie i Q&A





Sukces finansowy inwestycji w UEFA EURO 2016



Solidne wyniki operacyjne i finansowe



Silny FCF wspierający szybkie oddłużanie grupy

5. Dodatkowe informacje

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

5.1 Raportowane wyniki finansowe Grupy Polsat

Konsolidacja wyników Grupy Midas od 29 lutego 2016

Wyniki finansowe Grupy Polsat w 2Q'16



mln PLN	2Q'16	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.443	-1%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	1.515	1%
EBITDA	935	-4%
Marża EBITDA	38,3%	-1,3pkt%
Zysk netto	231	-24%

- Wyniki Grupy pod wpływem konsolidacji od 29 lutego 2016 r. wyników Grupy Midas
- Poziom kosztów pod wpływem wyższych kosztów kontentu oraz własnych sprzedanego sprzętu
- Zysk netto pod wpływem ujęcia kosztów amortyzacji koncesji telekomunikacyjnych należących do Grupy Midas oraz niższych kosztów finansowych

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2016 r. oraz analizy wewnętrzne

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



Wyniki segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym w 2Q'16



mln PLN	2Q'16	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.072	-5%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	1.325	-1%
EBITDA	754	-11%
Marża EBITDA	36,4%	-2,5pkt%

- Poziom przychodów pod wpływem niższych przychodów hurtowych oraz przychodów detalicznym od klientów indywidualnych i biznesowych, a także wyższych przychodów ze sprzedaży sprzętu
- Poziom kosztów głównie pod wpływem niższych kosztów technicznych i rozliczeń międzyoperatorskich (IC) w efekcie czego wynik EBITDA osiągnął poziom 754 mln PLN

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2016 r. oraz analizy wewnętrzne

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



Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej w 2Q'16



mln PLN	2Q'16	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	451	30%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	270	27%
EBITDA	181	35%
Marża EBITDA	40,1%	1,5pkt%

- Wyższa dynamika przychodów względem kosztów między innymi wynikiem sukcesu finansowego UEFA EURO 2016

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2016 r. oraz analizy własne

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



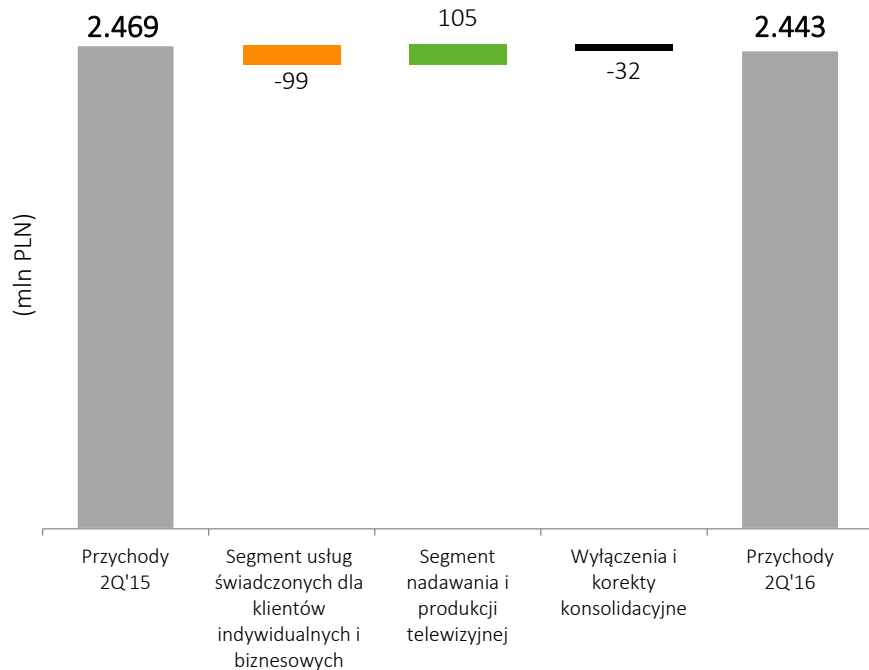
Przychody i koszty – czynniki zmian 2Q'16



Przychody ze sprzedaży

zmiana r/r

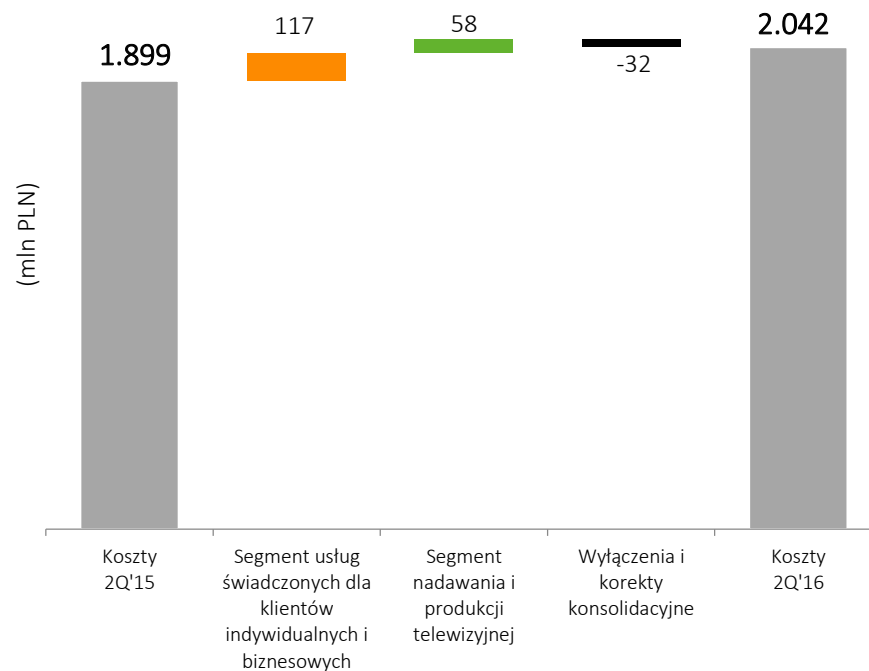
-1%
-26 mln



Koszty operacyjne

zmiana r/r

+8%
+143 mln



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2016 r. oraz analizy wewnętrzne



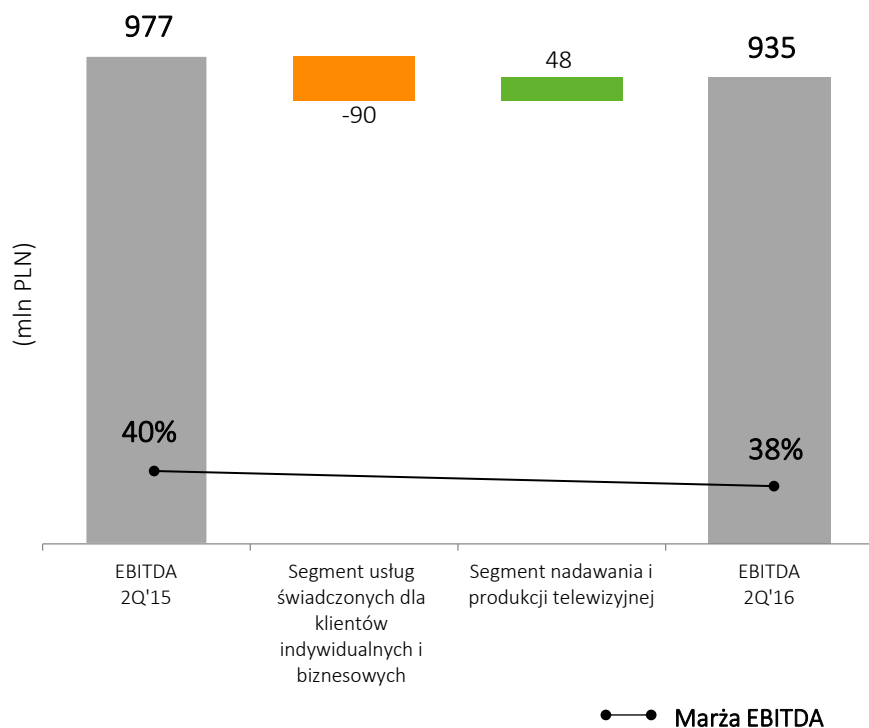
EBITDA i zysk netto – czynniki zmian 2Q'16



EBITDA

zmiana r/r

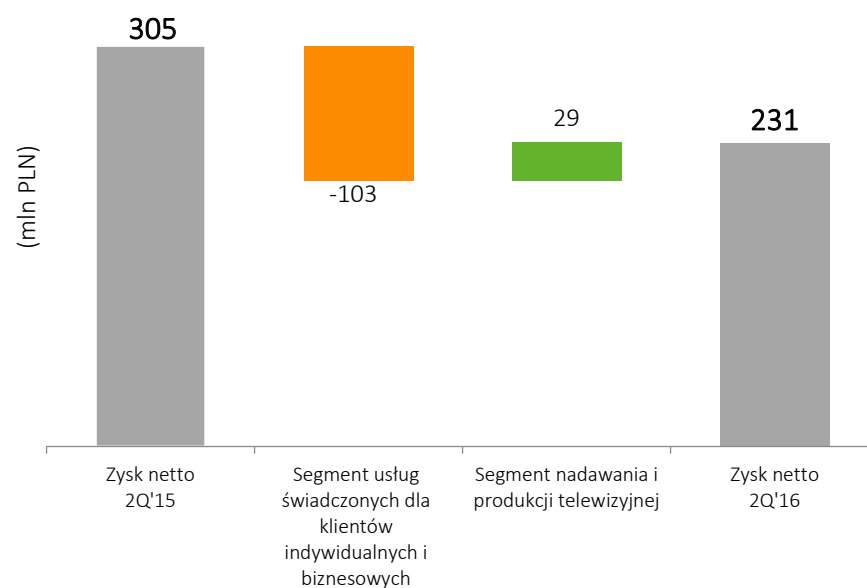
-4%
-42mln



Zysk netto

zmiana r/r

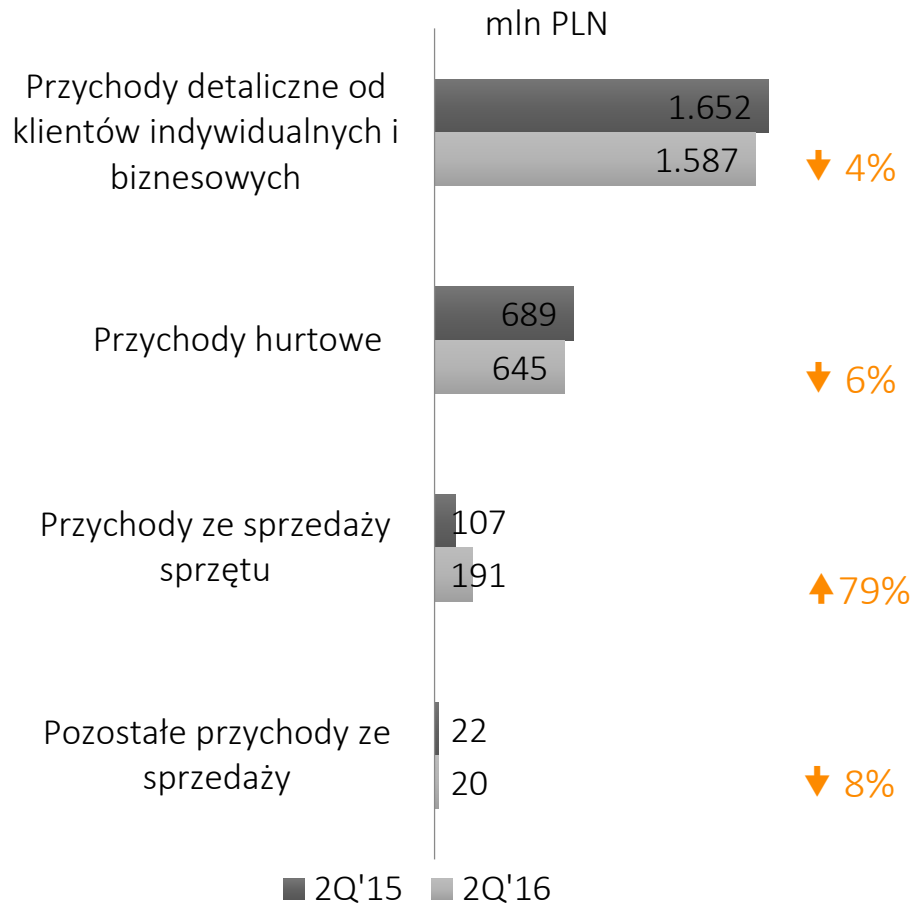
-24%
-74 mln



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2016 r. oraz analizy wewnętrzne



Struktura przychodów ze sprzedaży w 2Q'16



- Niższe przychody detaliczne przede wszystkim w wyniku spadku przychodów z usług głosowych, co spowodowane jest wysoką konkurencyjnością rynku telekomunikacyjnego, co zostało częściowo skompensowane wyższymi przychodami z usług płatnej telewizji, w szczególności w związku ze sprzedażą detaliczną pakietów kanałów dedykowanych mistrzostwom UEFA EURO 2016 oraz rosnącymi przychodami z usług dostępu do mobilnego Internetu i transmisji danych
- Spadek przychodów hurtowych, głównie w wyniku ujmowania w tej pozycji w 2Q15 przychodów z tytułu dzierżawy infrastruktury przez Grupę Midas, które w 2Q16 podlegają eliminacji konsolidacyjnej w związku z nabyciem Grupy Midas
- Wyższe przychody ze sprzedaży sprzętu wynikają ze stopniowo rosnącego udziału sprzedaży ratalnej, efektu niższych subsydiów oraz z optymalizacji poziomu zapasów

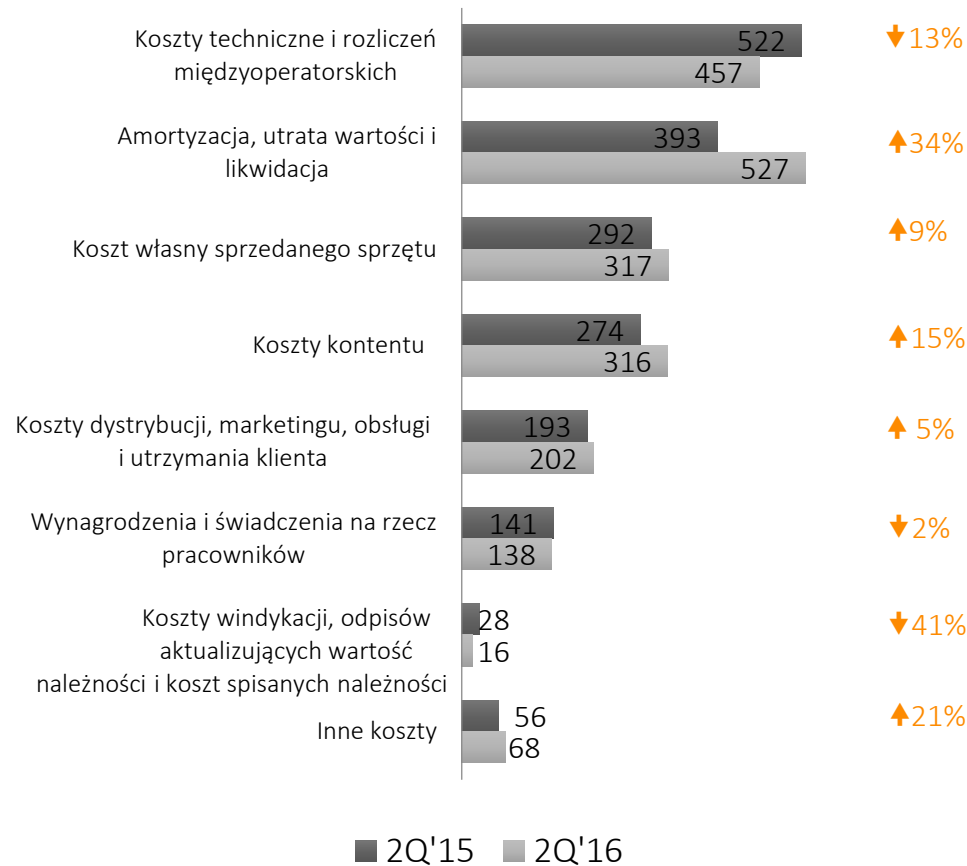
Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2016 r. oraz analizy wewnętrzne



Struktura kosztów operacyjnych w 2Q'16



mln PLN

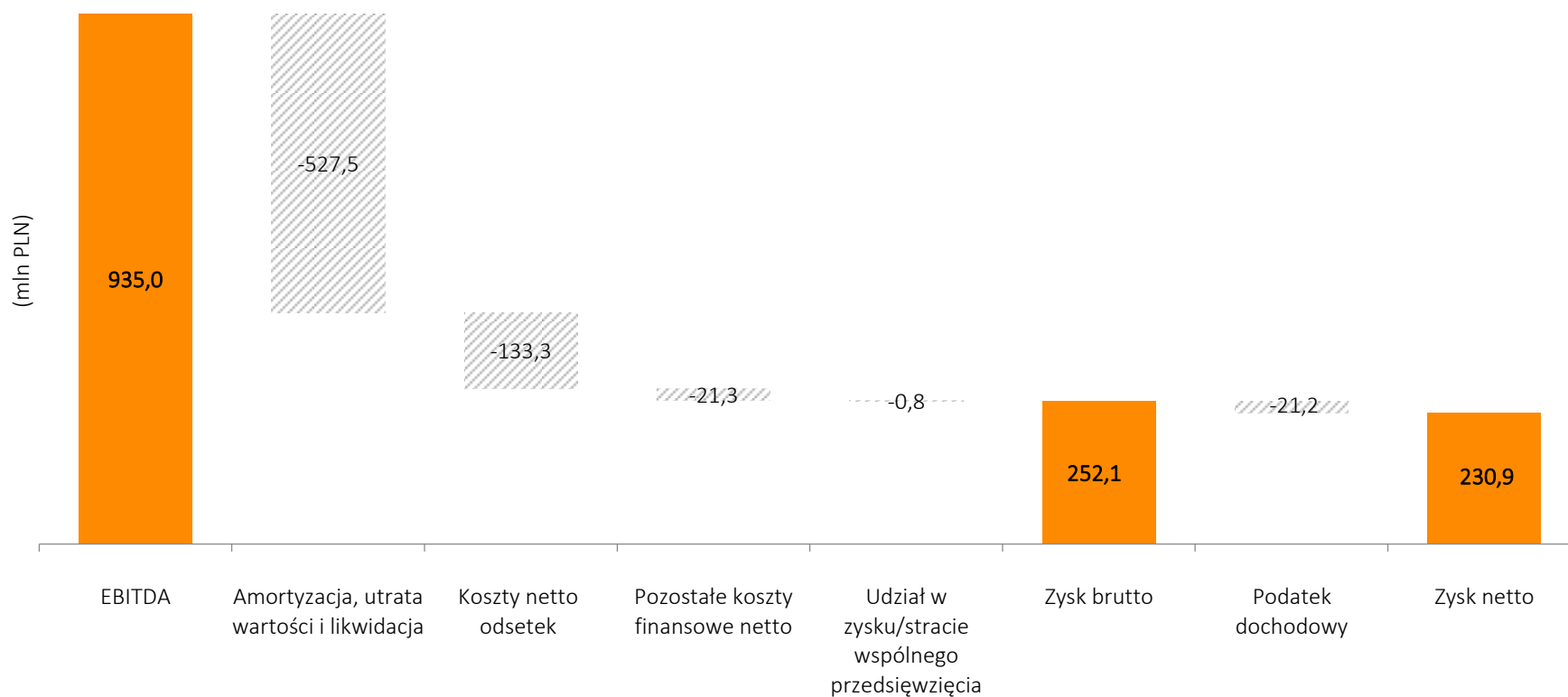


- Poziom kosztów technicznych głównie w wyniku eliminacji na konsolidacji rosnących kosztów ruchu w ramach usługi dostępu do szerokopasmowego Internetu, w związku z nabyciem Grupy Midas. W okresie porównawczym koszty te były płatne na rzecz Grupy Midas.
- Wyższe koszty amortyzacji głównie w wyniku ujęcia kosztów amortyzacji koncesji telekomunikacyjnych należących do Grupy Midas w wyniku dokonanej w ramach wstępnej alokacji ceny zakupu Grupy Midas wyceny tych koncesji
- Wzrost kosztów własnych sprzedanego sprzętu w wyniku wyższego średniego kosztu jednostkowego sprzedawanego sprzętu przy malejącym łącznym wolumenie sprzedaży
- Koszty kontentu rosną w związku z wyższymi kosztami produkcji własnej i zewnętrznej oraz amortyzacją praw sportowych

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2016 r. oraz analizy wewnętrzne



Pozycje poniżej EBITDA w 2Q'16



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2016 r. oraz analizy wewnętrzne

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

Faks: +48 (22) 356 6003

Email: ozomer@cyfrowypolsat.pl

Bartłomiej Drywa

Dyrektor Relacji Inwestorskich

Telefon: +48 (22) 356 6004

Faks: +48 (22) 356 6003

Email: bdrywa@cyfrowypolsat.pl

Lub odwiedź naszą stronę internetową:

www.grupapolsat.pl



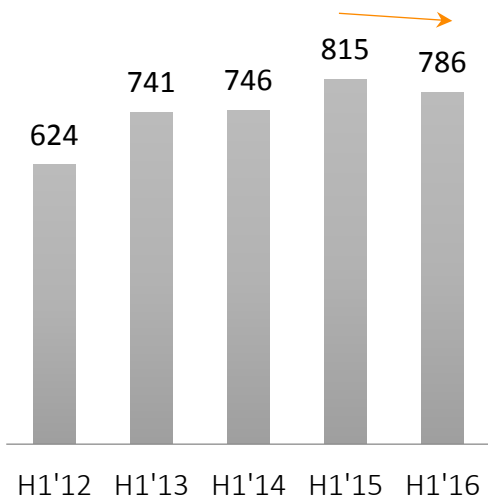


Backup



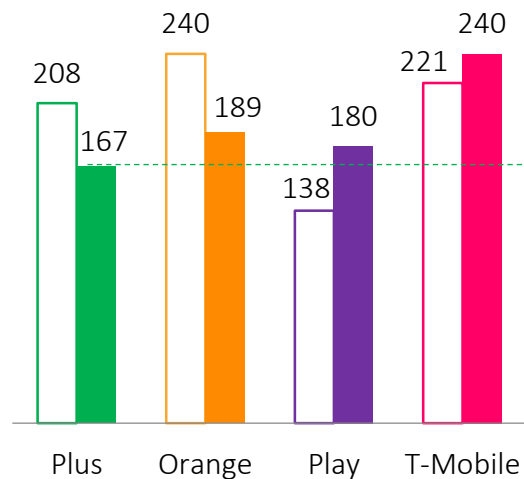
Najlepszy bilans MNP od 7 lat

Wolumen migracji kart SIM na rynku zaczyna obniżać się



Plus z najniższym na rynku churnem MNP

(H1'15 vs H1'16)



Statystyki przenoszonych numerów do/z sieci Plus (tys.)

