



# Wyniki finansowe 3Q'2016

9 listopada 2016 r.

Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat S.A.



# Agenda

---



1. Najważniejsze wydarzenia
2. Wyniki operacyjne
3. Wyniki finansowe pro-forma
4. Polityka dywidendy
5. Podsumowanie i Q&A
6. Dodatkowe informacje

# 1. Najważniejsze wydarzenia



# Najważniejsze wydarzenia



Działania operacyjne skupione na obowiązkowym procesie rejestracji kart prepaid



Nabycie kluczowych praw sportowych od UEFA na lata 2018-2022:

- European Qualifiers do Euro 2020 i Mundialu 2022
- UEFA Nations League (Ligi Narodów)
- Mistrzostw Europy U-21 w Polsce



Zmiany w Zarządzie i Radzie Nadzorczej Grupy Polsat



Nowe kampanie wspierające sprzedaż wszystkich usług: smartDOM, telefonia komórkowa, Internet, płatna telewizja



## 2. Działalność operacyjna



## 2.1 Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

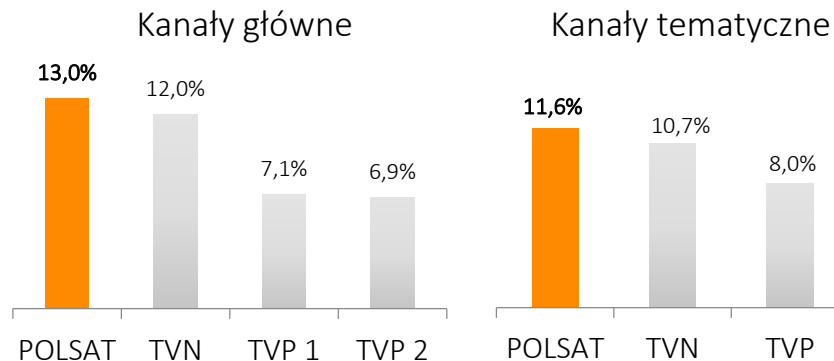


# Oglądalność naszych kanałów w 3Q'16

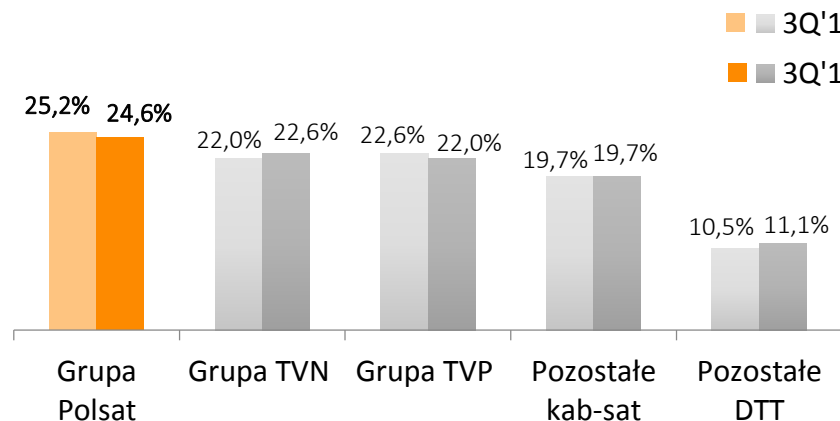


- Grupa Polsat i kanał główny liderami oglądalności w grupie komercyjnej
- Dobry start jesiennej ramówki

## Udział w oglądalności



## Dynamika udziałów w oglądalności



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

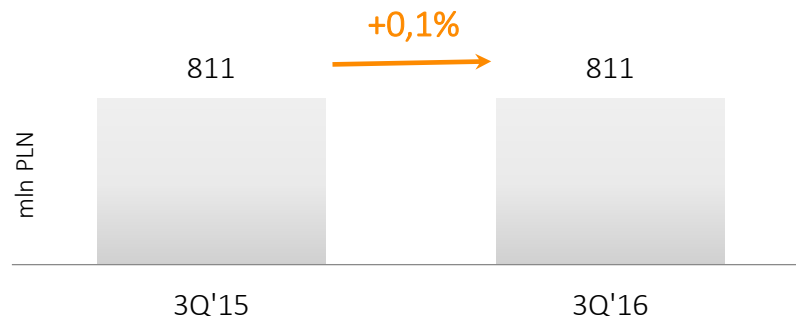


# Pozycja na rynku reklamy w 3Q'16

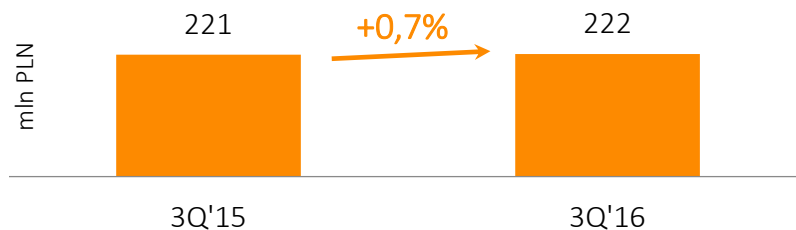


- Rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 3Q'16 wzrósł r/r o 0,1%
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat rosną szybciej niż rynek
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł do 27,4%

## Wydatki na reklamę i sponsoring



## Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat<sup>(1)</sup>



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



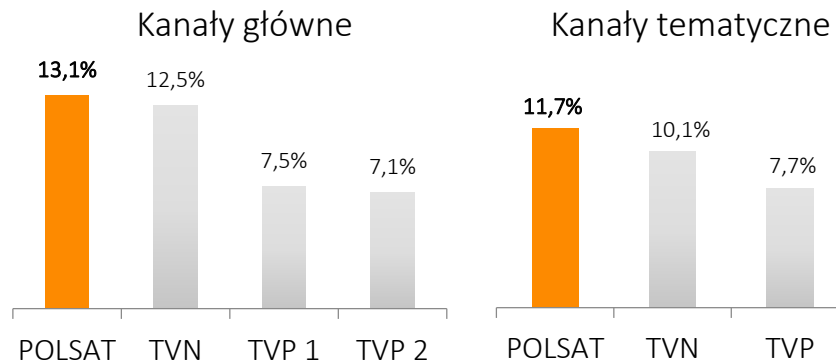


# Oglądalność naszych kanałów w 9M'16

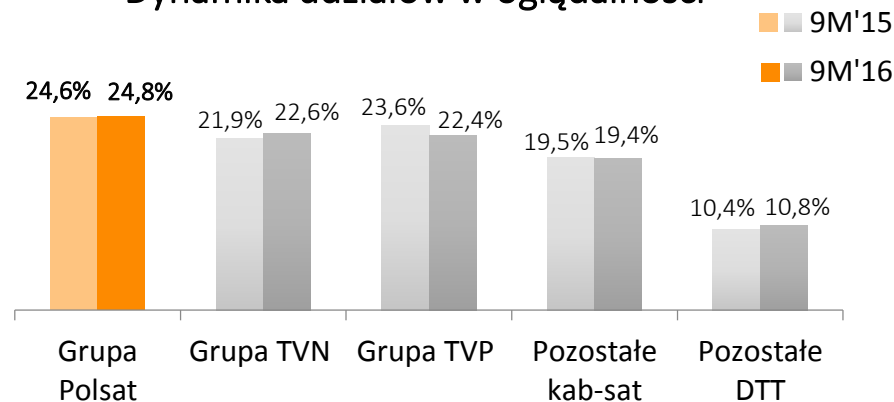


- Grupa Polsat i kanał główny liderami oglądalności w grupie komercyjnej
- Wyniki oglądalności zgodne z długoterminową strategią

## Udział w oglądalności



## Dynamika udziałów w oglądalności



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

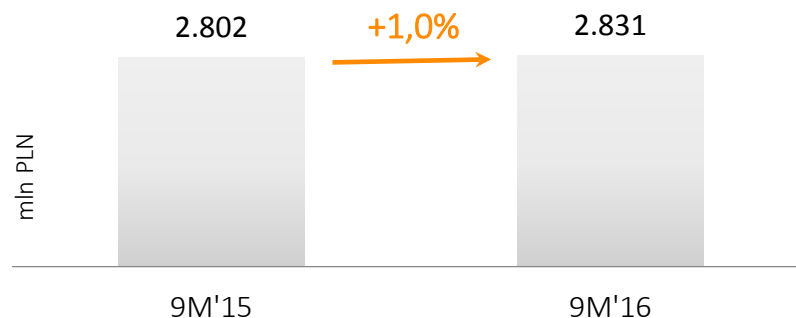


# Pozycja na rynku reklamy w 9M'16

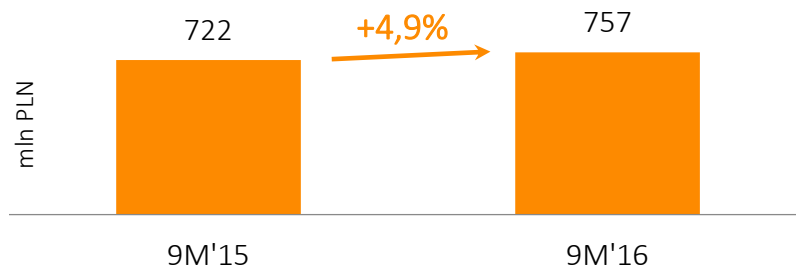


- Rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 9M'16 wzrósł r/r o 1,0%
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat rosną znacznie szybciej niż rynek (pozytywny wpływ UEFA EURO 2016)
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł do 26,8%

## Wydatki na reklamę i sponsoring



## Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat<sup>(1)</sup>



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



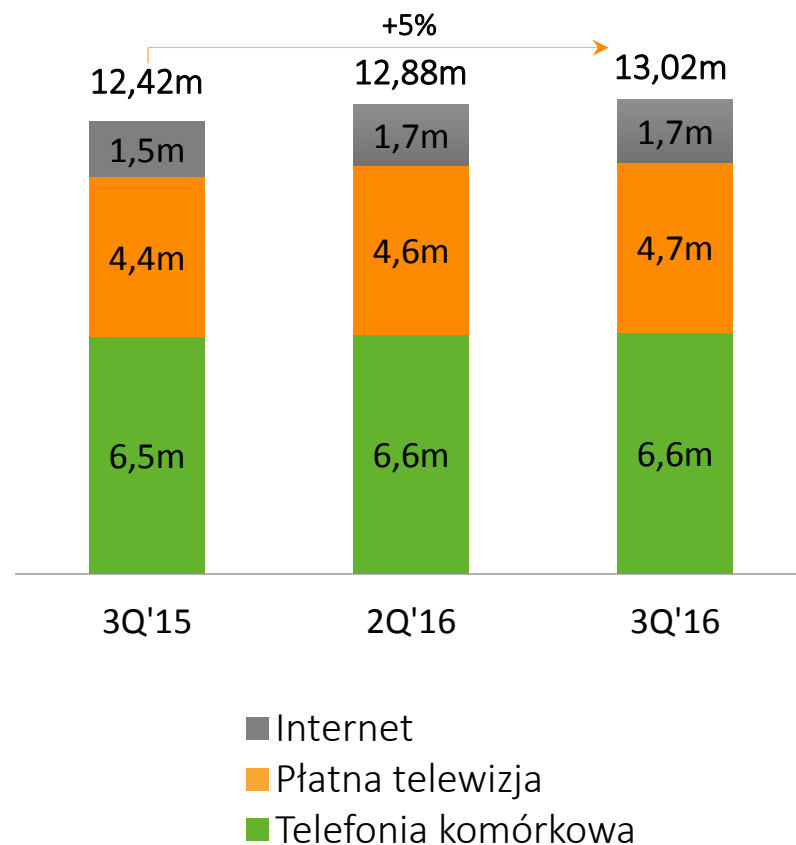
## 2.2 Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym



# Już ponad 13 mln usług kontraktowych



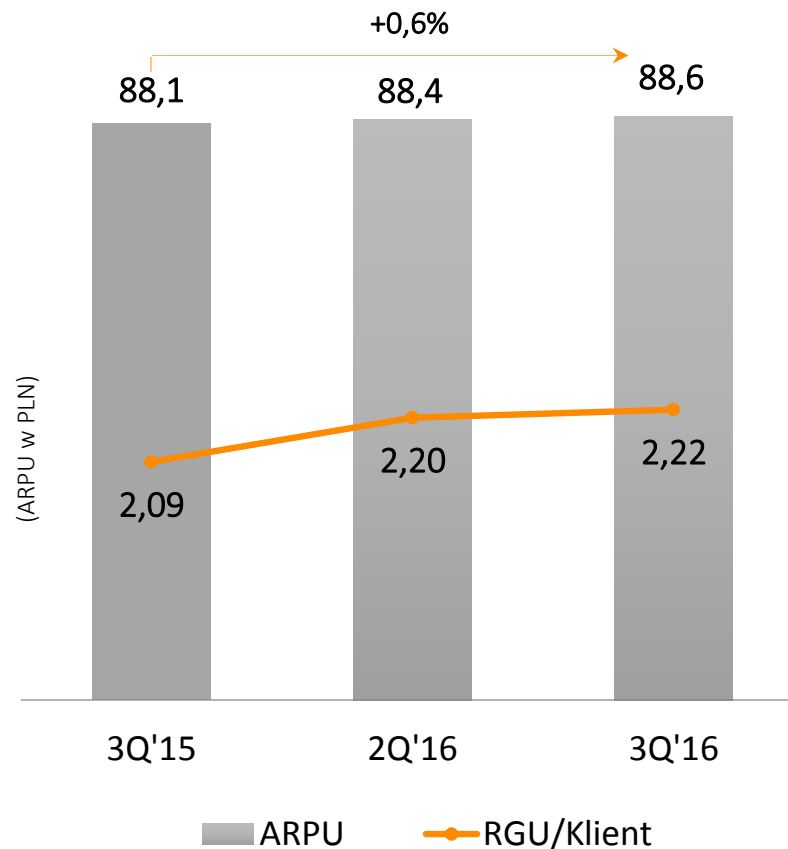
- Silny przyrost ilości usług kontraktowych o 599 tys. r/r
- 112 tys. r/r dodatkowych RGU telefonii komórkowej to efekt korzystnego wpływu strategii multiplay, wspartego w ostatnich miesiącach zintensyfikowaną migracją klientów z segmentu prepaid
- RGU płatnej telewizji rośnie o 283 tys. r/r (efekt multiroom i OTT)
- Dalszy wzrost Internetu o 205 tys. r/r, wsparty siecią LTE o najwyższej jakości



# Skuteczna budowa ARPU klienta



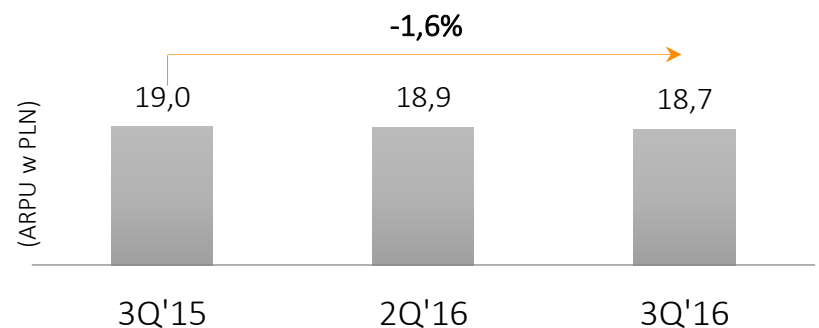
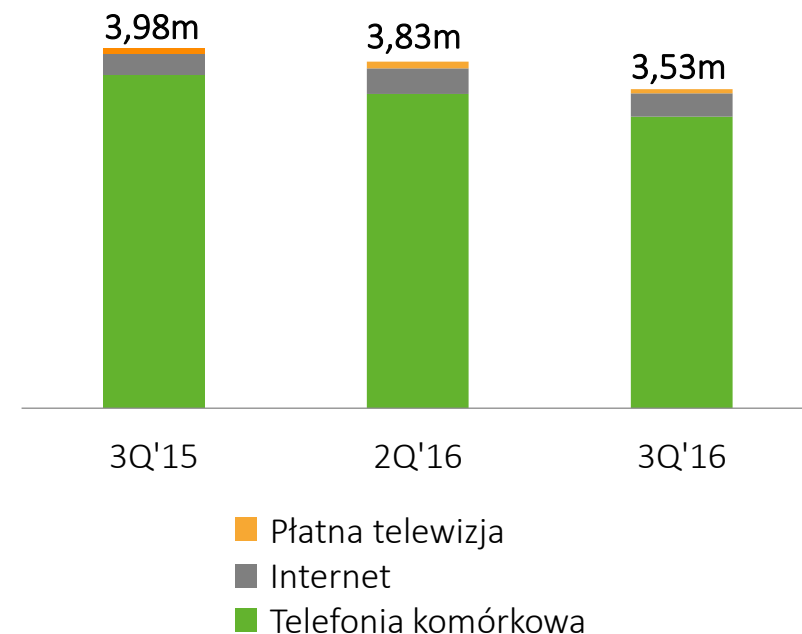
- Skuteczna dosprzedaż produktów odzwierciedla się we wzroście wskaźnika saturacji RGU na klienta
- Zintensyfikowana migracja klientów prepaid o relatywnie niższym ARPU do taryf kontraktowych przekłada się na nieco niższą dynamikę wzrostu ARPU kontraktowego
- Strategia multiplay oraz kontynuowana stabilizacja cenowa na rynku mobilnym mogą pozwolić utrzymać korzystny trend wzrostu ARPU w przyszłości



# Ustawowy obowiązek rejestracji kart SIM jest odzwierciedlony w wynikach segmentu prepaid

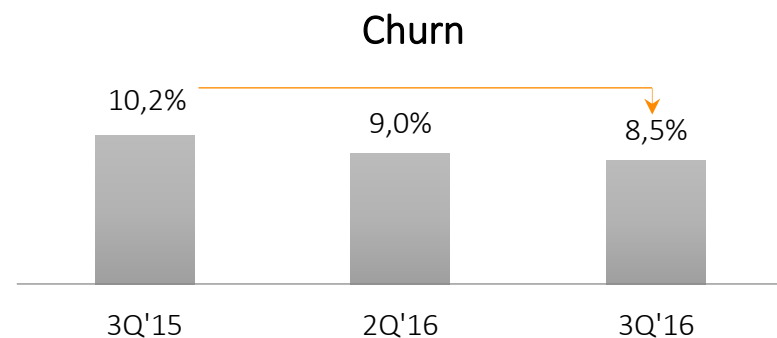
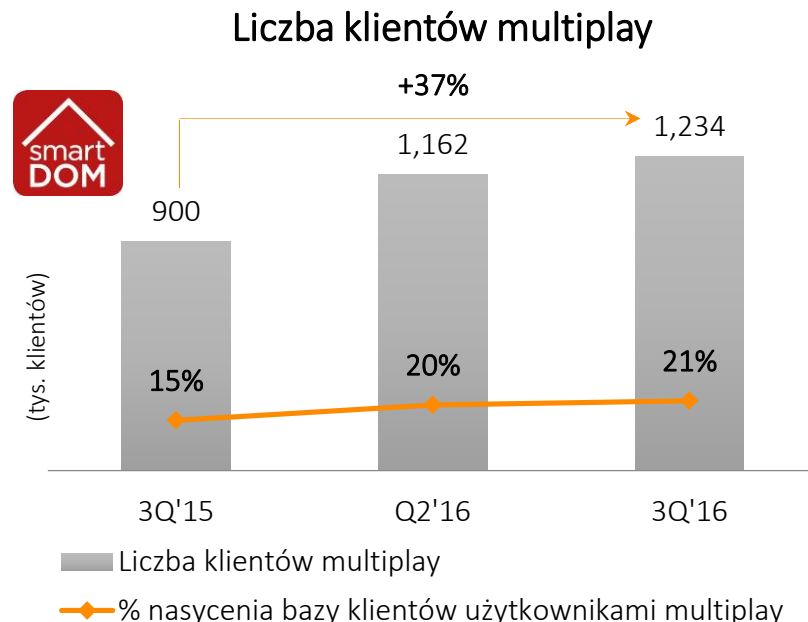


- Zintensyfikowana migracja klientów prepaid do kontraktu połączona ze skokowym spadkiem sprzedaży nowych kart SIM na całym rynku prepaid
- ARPU w 3Q'16 pod wpływem krótkoterminowych akcji promocyjnych związanych z rejestracją kart prepaid



# Strategia multiplay jest skuteczna

- Dynamiczny wzrost liczby klientów multiplay o 334 tys. r/r
- Już 21% naszych klientów kontraktowych korzysta z oferty multiplay, co pozytywnie przekłada się raportowany wskaźnik churn (najniższy w ostatnich 3 latach)



# 3. Wyniki finansowe pro-forma

Konsolidacja wyników Grupy Midas





# Status realizacji synergii



## Przychodowe

Blisko **1,5 mln** dosprzedanych produktów w smartDOM z ARPU ok **30 PLN**

## Kosztowe

**71** rozpoczętych inicjatyw – szacowany efekt **>800mln PLN<sup>(1)</sup>**

## Finansowe

Refinansowanie CPS+PLK: oszczędności **>2 mld PLN<sup>(1,2)</sup>**

- ✓ **Sukces strategii multisplay** – dynamiczny rozwój konceptu sprzedaży produktów i usług dla domu (telewizja, Internet, telefon, usługi bankowe, ubezpieczenia, prąd, gaz, bezpieczeństwo, urządzenia telekomunikacyjne i AGD)
- ✓ Synergie częściowo reinwestowane w długoterminowy rozwój biznesu w odpowiedzi na **dynamicznie zmieniające się otoczenie rynkowe**, między innymi:
  - nowe regulacje
  - presja na wynagrodzenia
  - działania konkurencji
  - preferencje klientów
  - różne modele sprzedaży
  - rosnącą pakietyzację usług
- ✓ **Silna i wiarygodna pozycja na rynku finansowym** dzięki unikalnej i długoterminowej strategii grupy

Nota: (1) kumulatywnie w latach 2014-2019

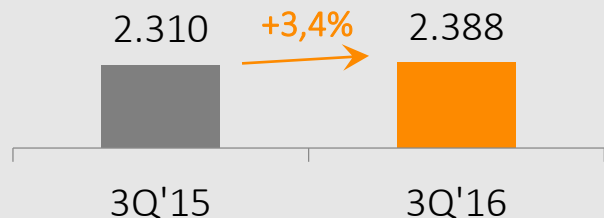
(2) I etap: Nowa umowa kredytowa CP, Spłata starego kredytu bankowego CP, umorzenie obligacji Senior Notes CP, umorzenie obligacji PIK PLK; II etap: kredyty CP i PLK oraz umorzenie obligacji Senior Notes PLK



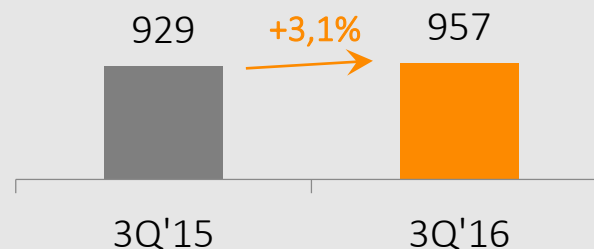
# Wyniki pro-forma Grupy



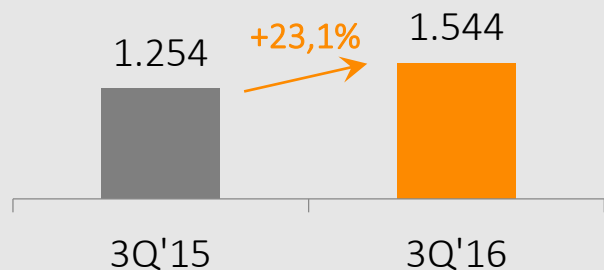
## przychody



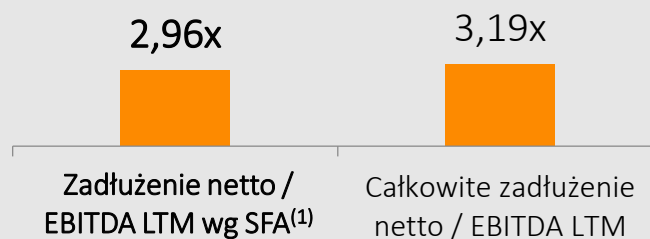
## EBITDA



## LTM FCF



## dług netto/EBITDA



Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Midas, 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 3Q'16



| mln PLN                          | 3Q'16 | zmiana r/r |
|----------------------------------|-------|------------|
| Przychody ze sprzedaży           | 2.119 | 2%         |
| Koszty operacyjne <sup>(1)</sup> | 1.289 | 4%         |
| EBITDA                           | 829   | -1%        |
| Marża EBITDA                     | 39,1% | -1,6pkt%   |

- Wzrost przychodów dzięki wyższym przychodom ze sprzedaży sprzętu oraz wyższym przychodom hurtowym
- Poziom kosztów głównie pod wpływem wyższych kosztów własnych sprzedanego sprzętu, technicznych i rozliczeń międzyoperatorskich (IC), oraz kosztów kontentu (między innymi UEFA EURO 2016)

Źródło: Pro-forma, Cyfrowy Polsat, Metelem, Midas, skonsolidowane sprawozdania finansowe oraz analizy własne  
Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



# Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej w 3Q'16



| mln PLN                          | 3Q'16 | zmiana r/r |
|----------------------------------|-------|------------|
| Przychody ze sprzedaży           | 321   | 13%        |
| Koszty operacyjne <sup>(1)</sup> | 195   | -1%        |
| EBITDA                           | 128   | 49%        |
| Marża EBITDA                     | 39,9% | 9,5pkt%    |

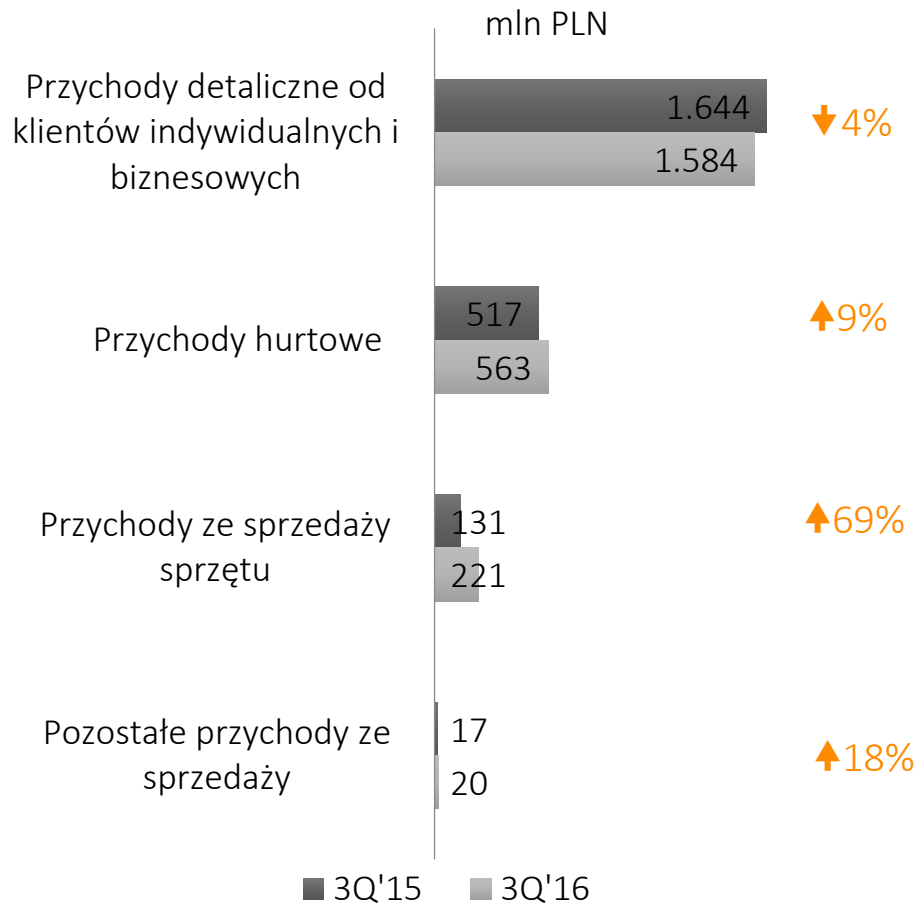
- Wyższa dynamika przychodów względem kosztów między innymi wynikiem sukcesu finansowego UEFA EURO 2016 (wydarzenie na przełomie 2Q'16 oraz 3Q'16)
- Efektywne zarządzanie kosztami kontentu odzwierciedlone w poziomie kosztów

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2016 r. oraz analizy własne

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



# Struktura pro-forma przychodów ze sprzedaży w 3Q'16

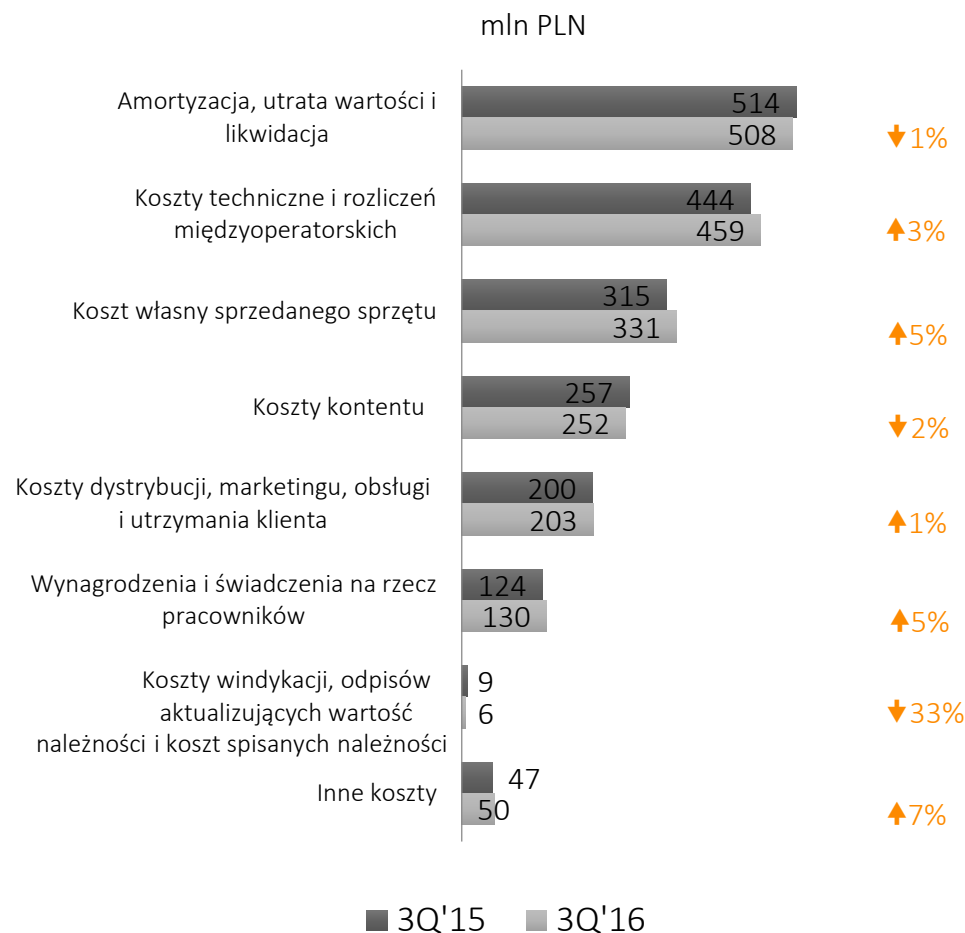


- Spadek przychodów z usług głosowych kompensowany częściowo wyższymi przychodami z usług płatnej telewizji oraz dostępu do Internetu
- Rosnące przychody z rozliczeń IC oraz ze sprzedaży licencji, sublicencji i praw majątkowych przekładają się na dynamikę przychodów hurtowych
- Wyższe przychody ze sprzedaży sprzętu przede wszystkim w wyniku rosnącego udziału sprzedaży sprzętu w modelu ratalnym

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



# Struktura pro-forma kosztów operacyjnych w 3Q'16

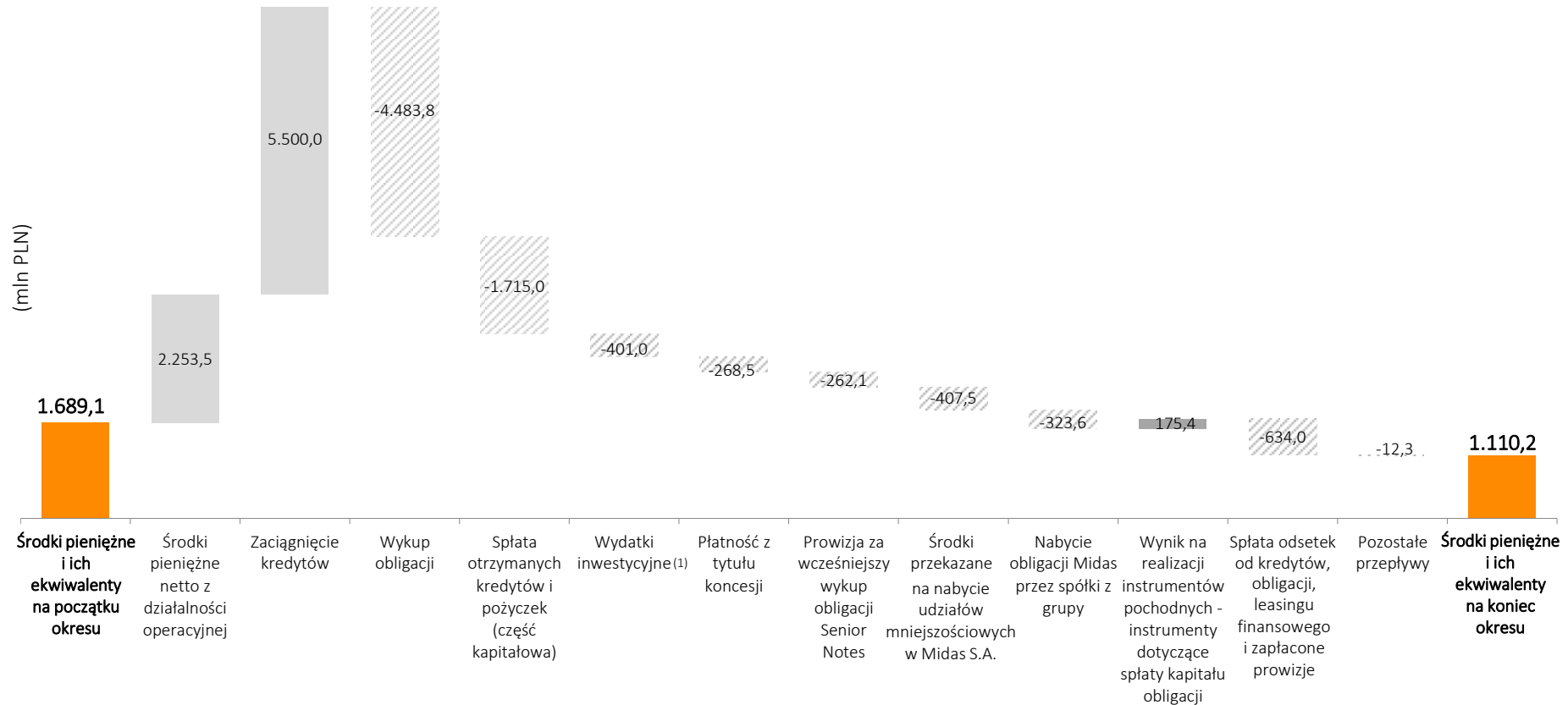


- Koszty techniczne pod wpływem wzrostu kosztów IC
- Wzrost kosztów własnych sprzedanego sprzętu przede wszystkim w wyniku wyższego średniego kosztu jednostkowego sprzedawanego sprzętu przy malejącym łącznym wolumenie sprzedaży
- Wyższe koszty wynagrodzeń wskutek zmiany harmonogramu zawiązywania rezerw na bonusy roczne
- Wzrost kosztów dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta w wyniku księgowego rozłożenia w czasie prowizji sprzedażowych

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



# Rachunek przepływów pieniężnych pro-forma w 9M'16



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

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

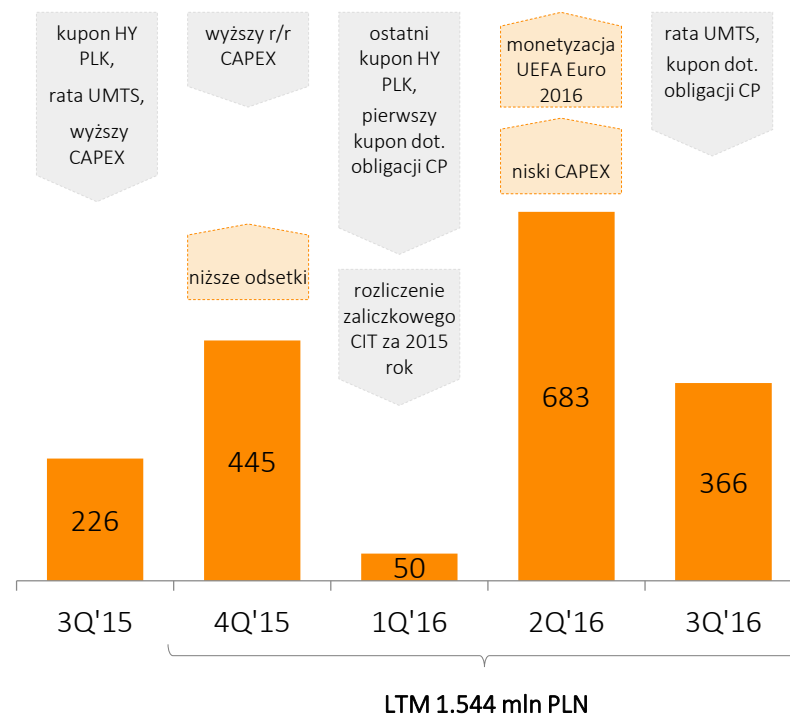


# Uzgodnienie FCF pro-forma po odsetkach



| mln PLN                                                                            | 3Q'16      | 9M'16        |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------|--------------|
| Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej                                  | 765        | 2.141        |
| Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej                                | -274       | -1.139       |
| Splata odsetek od kredytów, pożyczek i obligacji <sup>(1)</sup>                    | -124       | -718         |
| <b>FCF po odsetkach</b>                                                            | <b>367</b> | <b>284</b>   |
| Nabycie spółek (wraz z gotówką)                                                    | -1         | 144          |
| Nabycie obligacji Midas                                                            |            | 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         |
| <b>Skorygowany FCF po odsetkach</b>                                                | <b>366</b> | <b>1.099</b> |

## Skorygowany FCF po odsetkach<sup>(2)</sup>



Źródło: pro forma, Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Metelem, Midas, 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 września 2016 r.



| mln PLN                                                 | Wartość bilansowa<br>na dzień 30 września 2016 |
|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| Połączony Kredyt Terminowy                              | 10.800                                         |
| Kredyt Rewolwingowy                                     | -                                              |
| Obligacje serii A                                       | 1.007                                          |
| Obligacje Litenite zerokuponowe                         | 840                                            |
| Leasing i inne                                          | 27                                             |
| <b>Zadłużenie brutto</b>                                | <b>12.674</b>                                  |
| Środki pieniężne i ich ekwiwalenty <sup>1</sup>         | (1.110)                                        |
| <b>Zadłużenie netto</b>                                 | <b>11.564</b>                                  |
| EBITDA LTM                                              | 3.620                                          |
| <b>Zadłużenie netto / EBITDA LTM wg SFA<sup>2</sup></b> | <b>2,96</b>                                    |
| Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM                 | 3,19                                           |

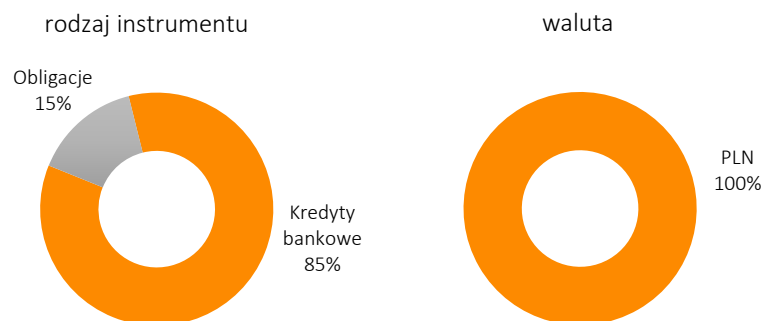
<sup>1</sup> Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, w tym środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania

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

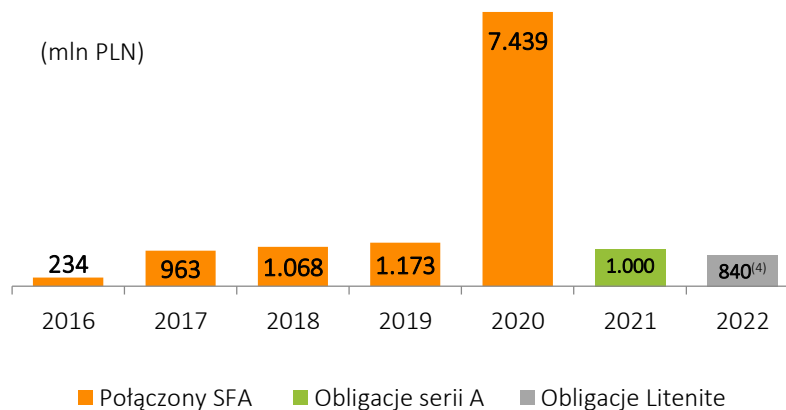
<sup>3</sup> Wartość nominalna zadłużenia na dzień 30 września 2016 r. (z wyłączeniem Kredytu Rewolwingowego)

<sup>4</sup> Zobowiązanie z tytułu Obligacji Litenite na dzień 30 września 2016 r.

## Struktura zadłużenia<sup>2</sup>



## Zapadalność długu<sup>3</sup>



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2016 r. oraz analizy wewnętrzne



## 4. Polityka dywidendy



# Główne założenia polityki zarządzania zasobami kapitałowymi



## Cel podstawowy

Trwałe zmniejszenie zadłużenia Grupy Polsat do poziomu  $\text{długu netto/EBITDA} < 1,75x$

- Osiągnięcie poziomu  $< 1,75x$  umożliwi zdjęcie zabezpieczeń z obecnej umowy kredytowej i zwiększy elastyczność działania Grupy

## Cel dodatkowy

Powrót do regularnych, przewidywalnych wypłat dywidendy dla akcjonariuszy Spółki

- Założenia polityki dywidendowej podlegać będą okresowej weryfikacji, w szczególności po przeprowadzeniu refinansowania oczekiwanego na rok 2020

# Założenia polityki dywidendy



| dług netto / EBITDA | przedział rekomendowanej wypłaty dywidendy |
|---------------------|--------------------------------------------|
| > 3,2x              | brak propozycji w zakresie dywidendy       |
| 2,5x - 3,2x         | 200 - 400 mln PLN                          |
| 1,75x - 2,5x        | 25-50% skonsolidowanego zysku netto        |
| < 1,75x             | 50-100% skonsolidowanego zysku netto       |

## dług netto / EBITDA:

- wyliczony wg wartości bilansowych, na bazie wyników ostatniego zaraportowanego publicznie kwartału
- dług netto obejmuje wszelkie instrumenty dłużne, również obligacje typu *pay-in-kind*

## zysk netto:

- skonsolidowany zysk netto Grupy Polsat za ostatni pełen rok obrotowy

## 5. Podsumowanie i Q&A



# Podsumowanie



Bardzo dobre wyniki operacyjne – ponad **13 mln** usług kontraktowych i dalszy potencjał wzrostu



Bardzo dobre wyniki finansowe – EBITDA wsparta synergiami



Świetny FCF LTM (1,5 mld) wspierający szybkie oddłużanie grupy



Nowa polityka dywidendy



## 6. Dodatkowe informacje



# 6.1 Raportowane wyniki finansowe Grupy Polsat

Konsolidacja wyników Grupy Midas od 29 lutego 2016





# Wyniki finansowe Grupy Polsat w 3Q'16



| mln PLN                          | 3Q'16 | zmiana r/r |
|----------------------------------|-------|------------|
| Przychody ze sprzedaży           | 2.388 | -1%        |
| Koszty operacyjne <sup>(1)</sup> | 1.431 | -5%        |
| EBITDA                           | 957   | 3%         |
| Marża EBITDA                     | 40,1% | 1,6pkt%    |
| Zysk netto                       | 270   | -46%       |

- Wyniki Grupy pod wpływem konsolidacji od 29 lutego 2016 r. wyników Grupy Midas
- Poziom kosztów głównie pod wpływem niższych kosztów technicznych i rozliczeń międzyoperatorskich, a także wyższych kosztów własnych sprzedanego sprzętu
- Poziom zysku netto pod wpływem niższych kosztów obsługi nowego długu Grupy Polsat, natomiast ujemna dynamika r/r w wyniku jednorazowych, niegotówkowych zdarzeń w 3Q'15 związanych z procesem refinansowania starego zadłużenia Grupy (zysk w zakresie kosztów finansowych)

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2016 r. oraz analizy wewnętrzne

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



# Wyniki segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym w 3Q'16



| mln PLN                          | 3Q'16 | zmiana r/r |
|----------------------------------|-------|------------|
| Przychody ze sprzedaży           | 2.119 | -3%        |
| Koszty operacyjne <sup>(1)</sup> | 1.289 | -4%        |
| EBITDA                           | 829   | -2%        |
| Marża EBITDA                     | 39,1% | 0,3pkt%    |

- Poziom przychodów pod wpływem wyższych przychodów ze sprzedaży sprzętu, a także niższych przychodów hurtowych oraz detalicznych od klientów indywidualnych i biznesowych
- Poziom kosztów głównie pod wpływem niższych kosztów technicznych i rozliczeń międzyoperatorskich (IC) w efekcie czego wynik EBITDA osiągnął poziom 829 mln PLN

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2016 r. oraz analizy wewnętrzne

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



# Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej w 3Q'16



| mln PLN                          | 3Q'16 | zmiana r/r |
|----------------------------------|-------|------------|
| Przychody ze sprzedaży           | 321   | 13%        |
| Koszty operacyjne <sup>(1)</sup> | 195   | -1%        |
| EBITDA                           | 128   | 49%        |
| Marża EBITDA                     | 39,9% | 9,5pkt%    |

- Wyższa dynamika przychodów względem kosztów między innymi wynikiem sukcesu finansowego UEFA EURO 2016 (wydarzenie na przełomie 2Q'16 oraz 3Q'16)
- Efektywne zarządzanie kosztami kontentu odzwierciedlone w poziomie kosztów

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2016 r. oraz analizy własne

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



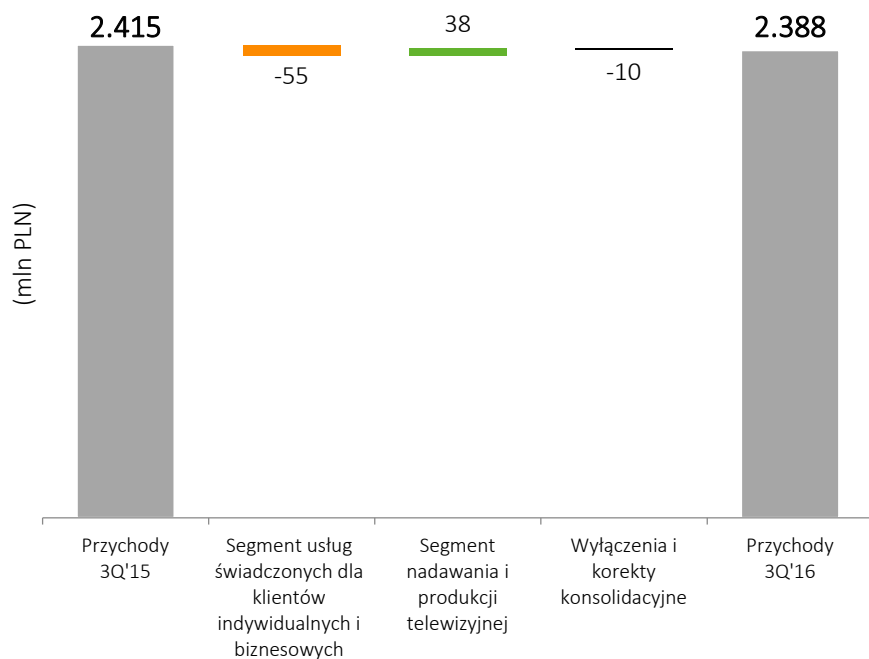
# Przychody i koszty – czynniki zmian 3Q'16



## Przychody ze sprzedaży

zmiana r/r

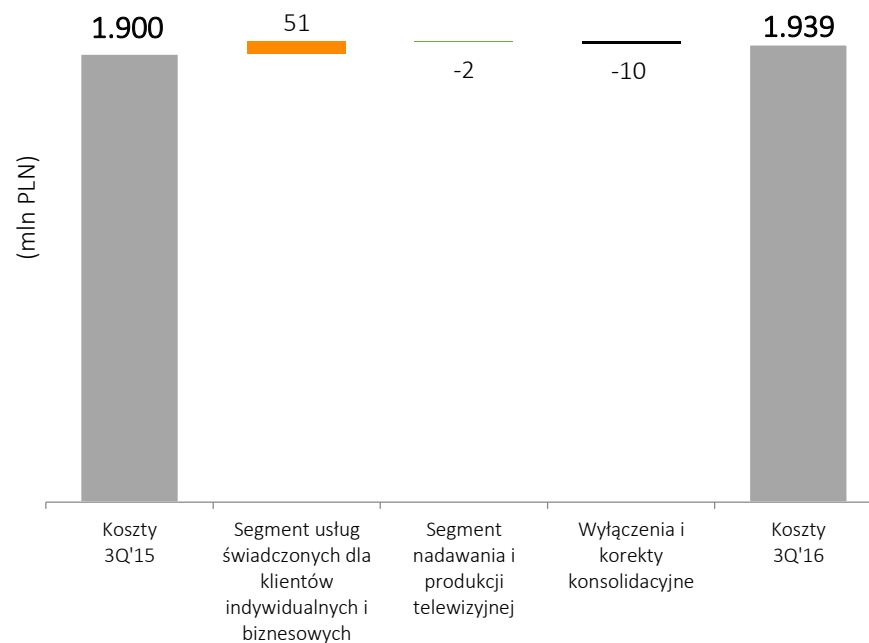
-1%  
-27 mln



## Koszty operacyjne

zmiana r/r

+2%  
+39 mln



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2016 r. oraz analizy wewnętrzne



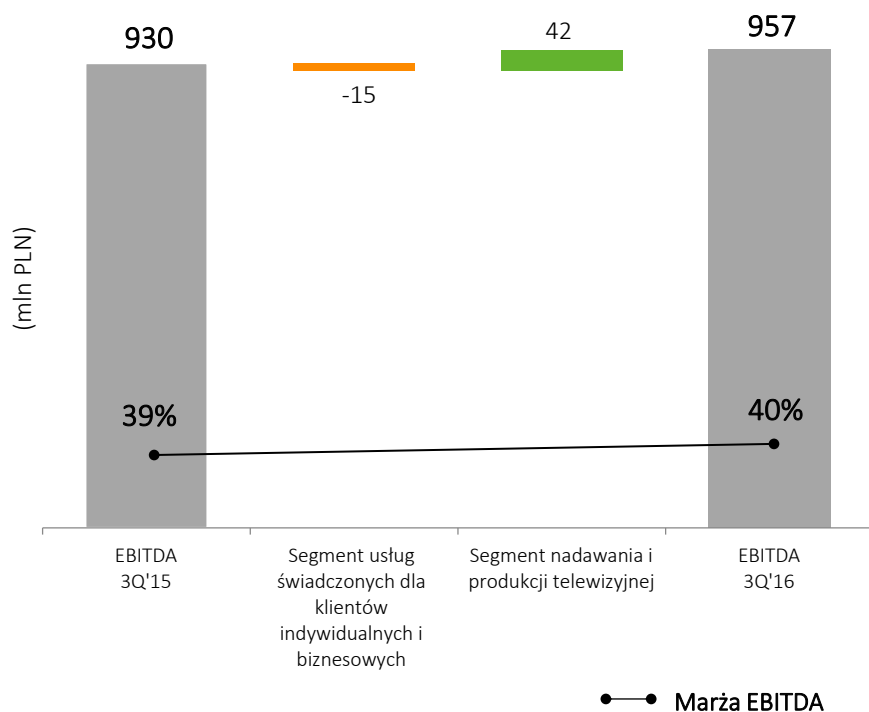
# EBITDA i zysk netto – czynniki zmian 3Q'16



## EBITDA

zmiana r/r

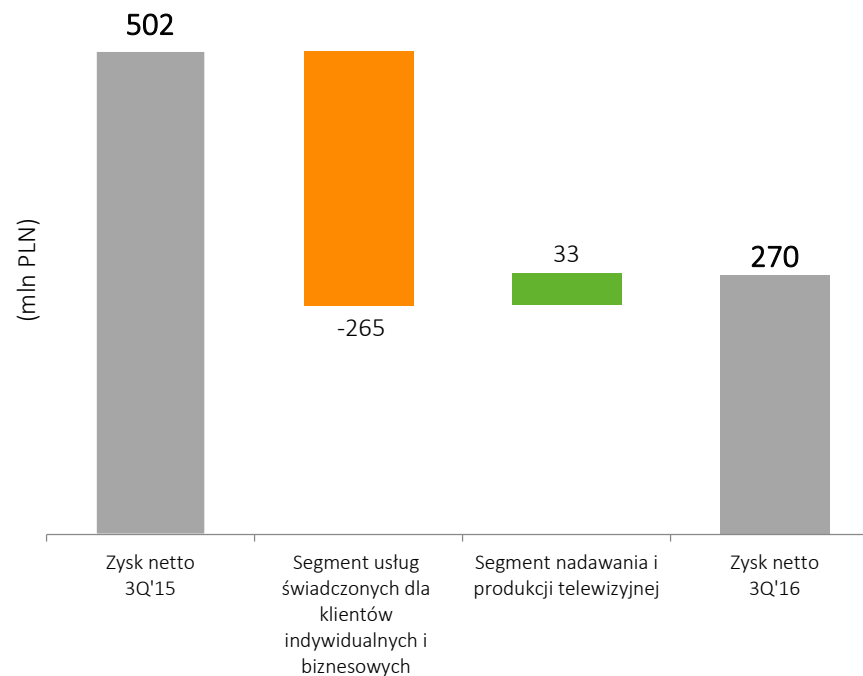
+3%  
+27mln



## Zysk netto

zmiana r/r

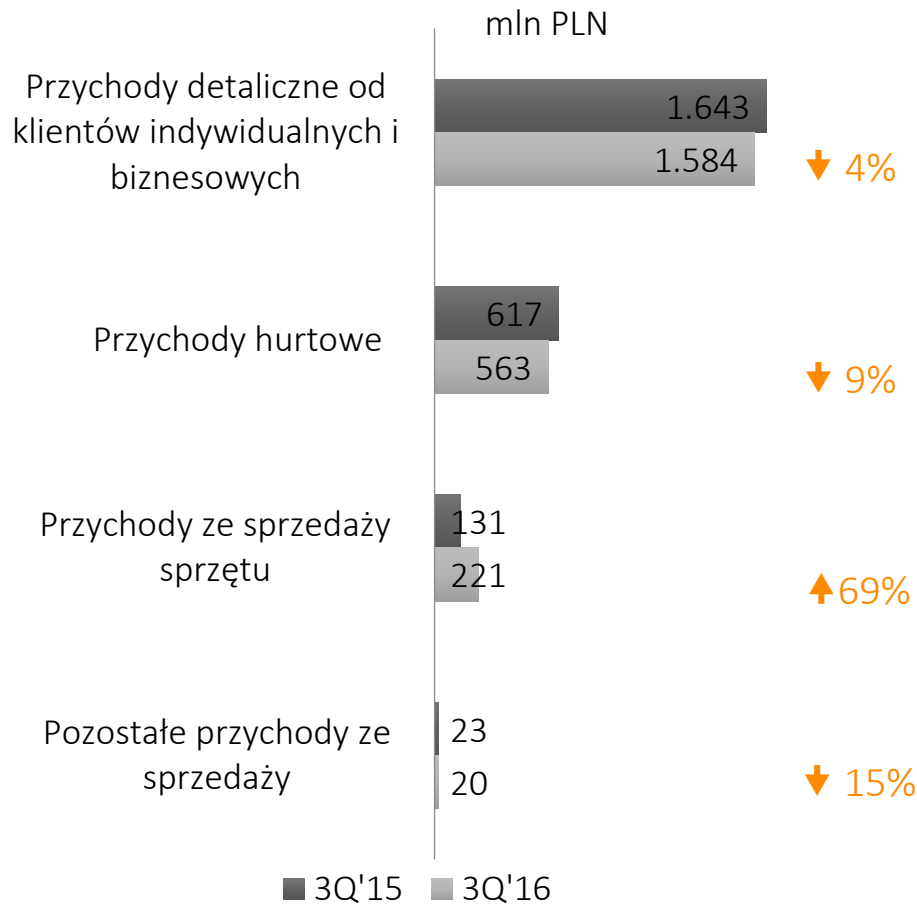
-46%  
-233 mln



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2016 r. oraz analizy wewnętrzne



# Struktura przychodów ze sprzedaży w 3Q'16



- Niższe przychody detaliczne przede wszystkim w wyniku spadku przychodów z usług głosowych, co spowodowane jest wysoką konkurencyjnością rynku telekomunikacyjnego. Spadek ten został częściowo skompensowany wyższymi przychodami z usług płatnej telewizji, oraz rosnącymi przychodami z usług dostępu do mobilnego Internetu i transmisji danych
- Spadek przychodów hurtowych, głównie w wyniku ujęcia w tej pozycji w 3Q'15 przychodów z tytułu dzierżawy infrastruktury przez Grupę Midas, które w 3Q'16 podlegają eliminacji konsolidacyjnej w związku z nabyciem Grupy Midas. Spadek ten został częściowo skompensowany wyższymi przychodami z tytułu połączeń międzyoperatorskich oraz wyższymi przychodami ze sprzedaży praw do transmisji wybranych meczów UEFA EURO 2016 na rzecz TVP S.A. i wyższymi przychodami od operatorów satelitarnych i kablowych z uwagi na hurtową sprzedaż pakietów kanałów dedykowanych UEFA EURO 2016
- Wyższe przychody ze sprzedaży sprzętu wynikają przede wszystkim z rosnącego udziału sprzedaży sprzętu w modelu ratalnym

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2016 r. oraz analizy wewnętrzne



# Struktura kosztów operacyjnych w 3Q'16



mln PLN

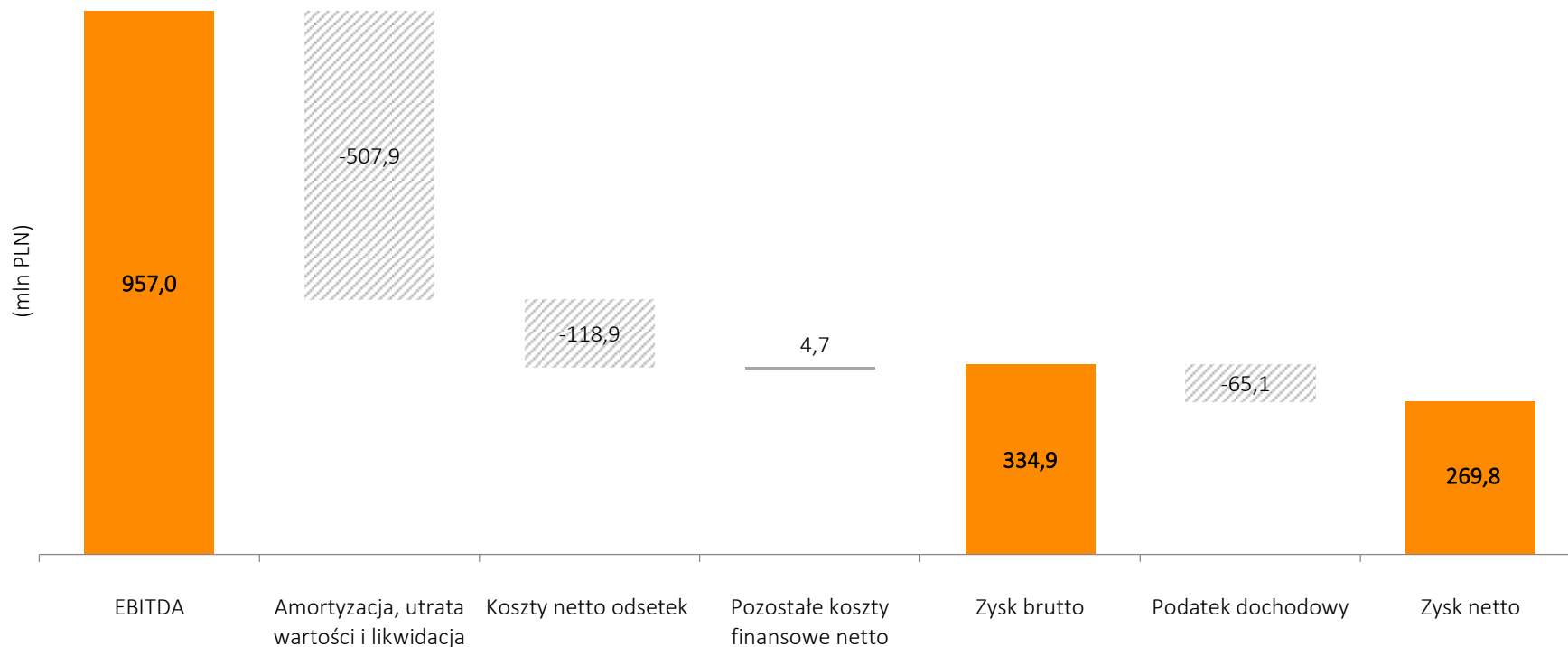


- Spadek poziomu kosztów technicznych wynika głównie z eliminacji na konsolidacji rosnących kosztów ruchu w ramach usługi dostępu do szerokopasmowego Internetu. W okresie porównawczym koszty te były płatne na rzecz Grupy Midas, nabytej 29 lutego 2016 r.
- Wyższe koszty amortyzacji głównie w wyniku ujęcia kosztów amortyzacji Grupy Midas, w tym dodatkowej amortyzacji koncesji telekomunikacyjnych wynikającej z 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
- Wyższe koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta m.in. w wyniku rozpoznania wyższych kosztów prowizji sprzedażowych (efekt księgowy)
- Koszty wynagrodzeń rosną w związku ze zmianą harmonogramu tworzenia rezerw na nagrody dla pracowników Grupy z półrocznego na kwartalny oraz ujęciem kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników Grupy Midas w wyniku jej konsolidacji od dnia 29 lutego 2016 r.

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2016 r. oraz analizy wewnętrzne



# Pozycje poniżej EBITDA w 3Q'16



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2016 r. oraz analizy wewnętrzne



## 6.2 Wyniki finansowe pro-forma

Konsolidacja wyników Grupy Midas



# Przychody i koszty pro-forma – czynniki zmian w 3Q'16



## Przychody ze sprzedaży

zmiana r/r

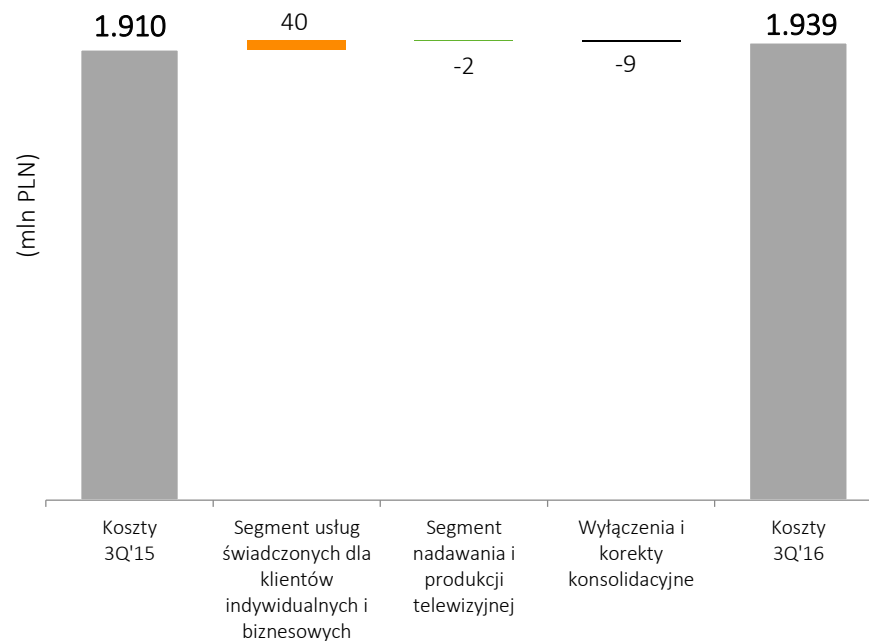
**+3%**  
**+78mln**



## Koszty operacyjne

zmiana r/r

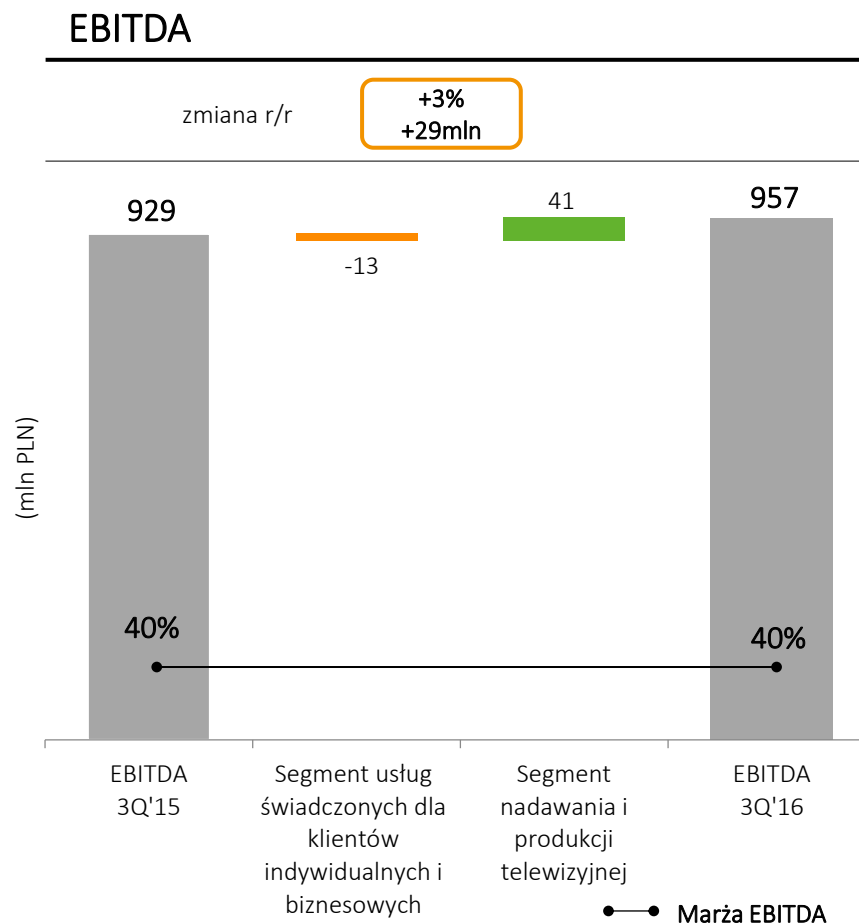
**+2%**  
**+29mln**



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



# EBITDA pro-forma – czynniki zmian w 3Q'16



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



# Definicje



|                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <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)

