



Wyniki finansowe 3Q'2018

8 listopada 2018 r.

Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat S.A.



N E T I 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 3Q'18
2. Działalność operacyjna
3. Wyniki finansowe
4. Podsumowanie i Q&A



N E T I A

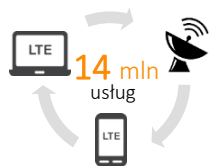
1. Najważniejsze wydarzenia 3Q'18



Najważniejsze wydarzenia 3Q'18



Konsekwentna realizacja strategii multiplay skutkuje świetnymi wynikami sprzedażowymi i rekordowo niskim churnem



Po raz pierwszy w historii świadczymy ponad 14 mln usług kontraktowych



Pierwszy kwartał pełnej konsolidacji Netii i Eleven Sports Network



Bardzo dobre wyniki sprzedaży kanałów Polsat Sport Premium opartych o Ligę Mistrzów UEFA



2. Działalność operacyjna



2.1 Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

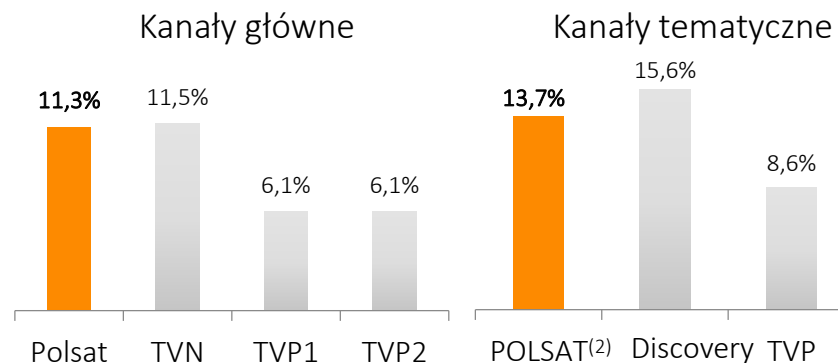


Oglądalność naszych kanałów w 3Q'18

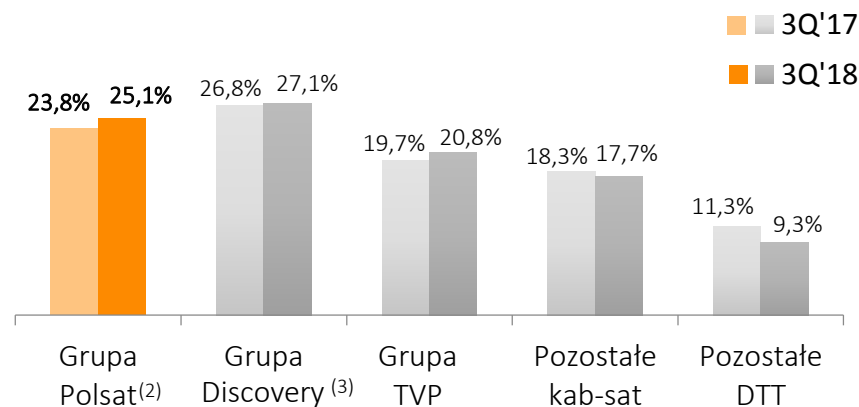


- Wyniki oglądalności kanałów Grupy Polsat zgodne ze strategią pomimo przejściowego wpływu Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej 2018

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



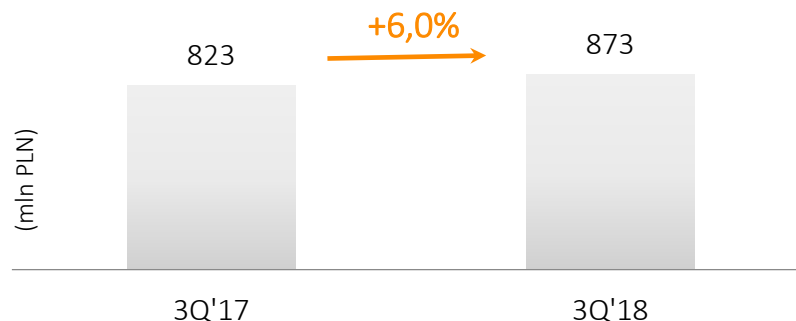
N E T I A

Pozycja na rynku reklamy w 3Q'18

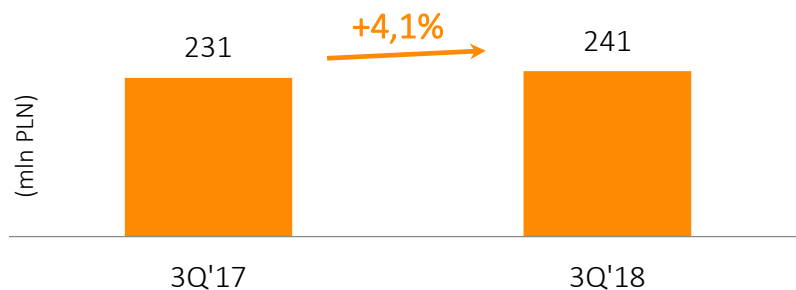


- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Polsat rosły o 4,1% r/r, w tym samym czasie rynek – korzystając z efektu mundialu – rósł o 6% r/r
- W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu osiągnął 27,6%

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾

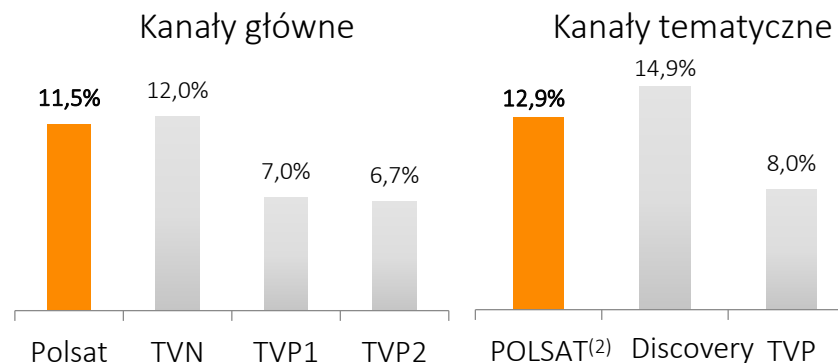


Oglądalność naszych kanałów w 9M'18

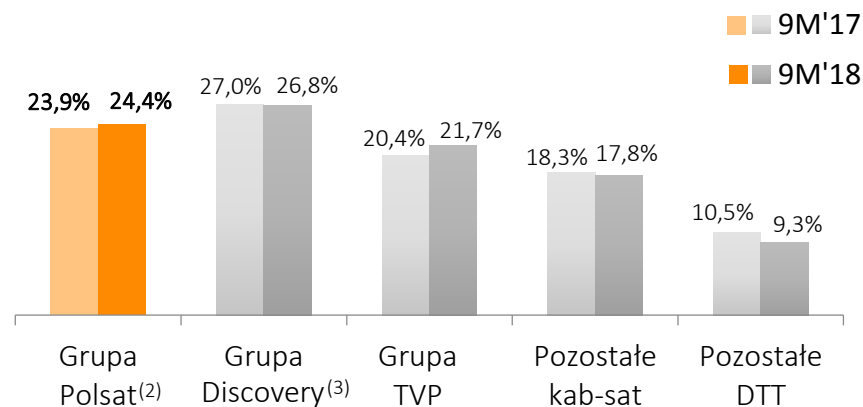


- Wyniki oglądalności kanałów Grupy Polsat zgodne ze strategią

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



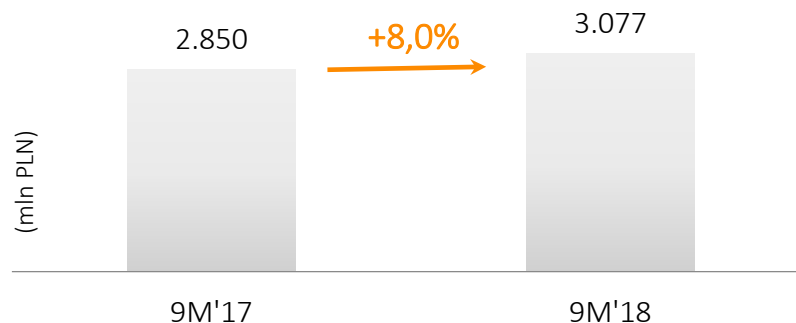
N E T I A

Pozycja na rynku reklamy w 9M'18

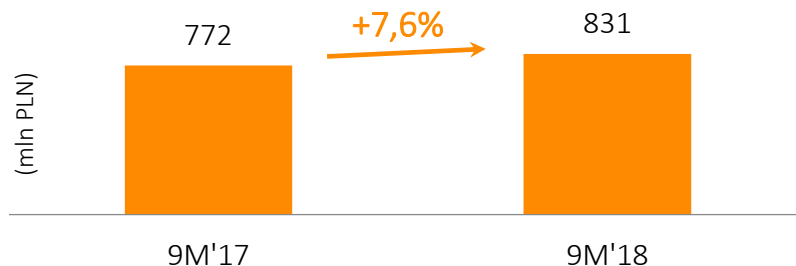


- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Polsat rosły o 7,6% r/r, w tym samym czasie rynek rósł o 8% r/r
- Dynamiczny wzrost przychodów z kanałów TV Polsat wsparty został szybką realizacją synergii zapowiedzianych w momencie nabycia nowych kanałów TV
- W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wyniósł około 27,0%

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



Nasze inwestycje w transmisje sportowe premium stanowią dodatkowe wzmocnienie przychodów



NOWE PŁATNE KANAŁY SPORTOWE



NOWOCZESNE STUDIO



- Najnowocześniejsze studio sportowe w Polsce
- 700 m² powierzchni
- Rozdzielczość 4x4K
- 24-metrowa ściana LED

- Rzeczywistość rozszerzona
- Interaktywna analiza meczy



Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej



mln PLN	3Q'18	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	375	23%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	281	31%
EBITDA	94	3%
Marża EBITDA	25,1%	-4,7pkt%

- Wyniki segmentu pod wpływem włączenia do portfolio oferty hurtowej nowych kanałów telewizyjnych, w tym w szczególności pakietów Eleven Sports Network oraz Polsat Sport Premium

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2018 r. oraz analizy własne

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



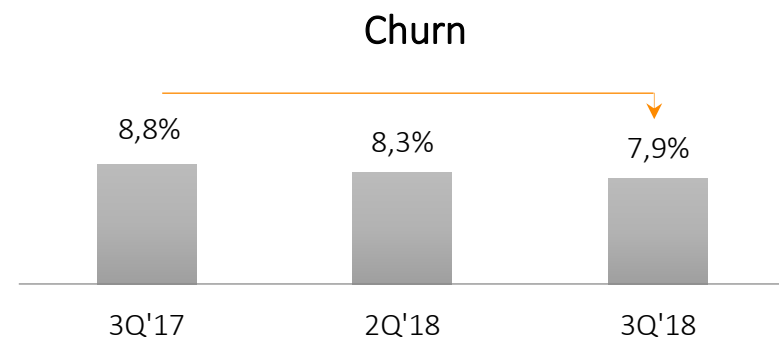
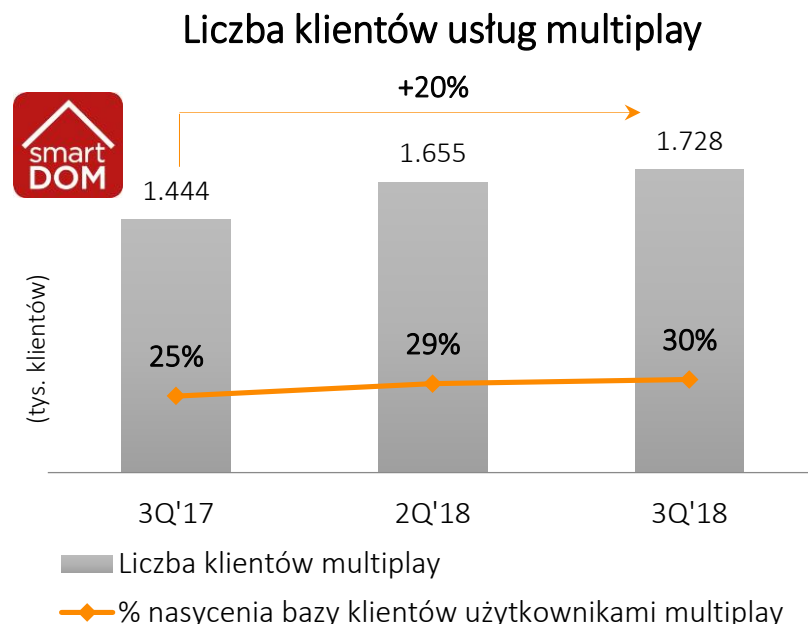
N E T I A

2.2 Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym

Już 30% klientów korzysta z ofert multiplay, co przekłada się na rekordowo niski churn



- Konsekwentna realizacja strategii multiplay skutkuje stabilnym wzrostem liczby klientów tych usług o 284 tys. r/r
- Liczba RGU posiadanych przez tych klientów rośnie do 5,17 mln
- Bardzo niski poziom churn – głównie dzięki naszej strategii multiplay

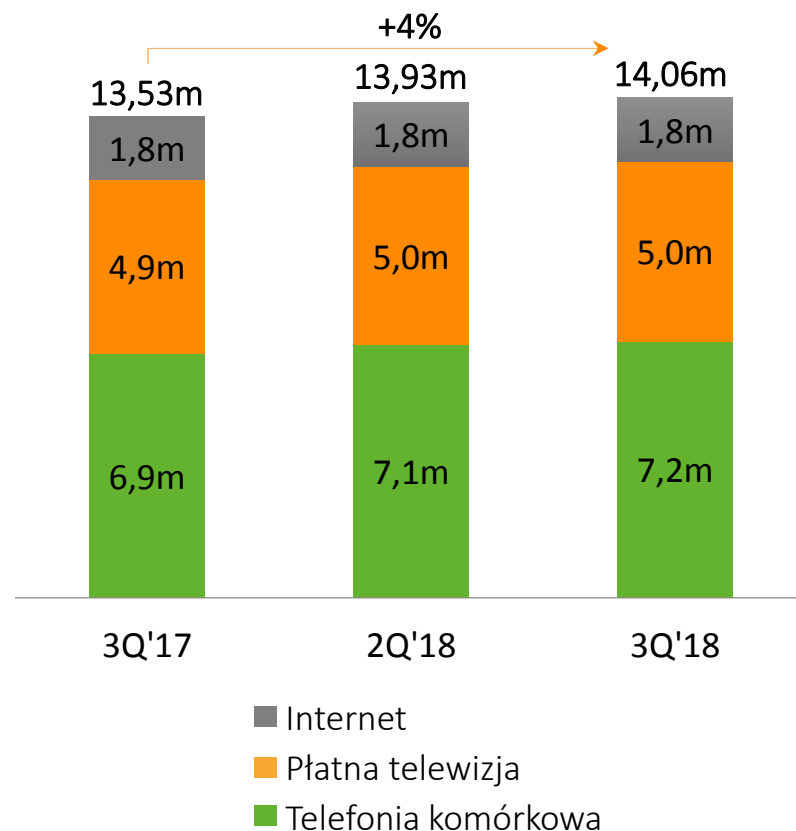


NETIA

Liczba usług kontraktowych przekroczyła 14 milionów



- Przyrost liczby usług kontraktowych o 527 tys. r/r
- 344 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 156 tys. r/r (efekt multiroom i płatnego OTT)
- Wzrost bazy Internetu o 27 tys. r/r

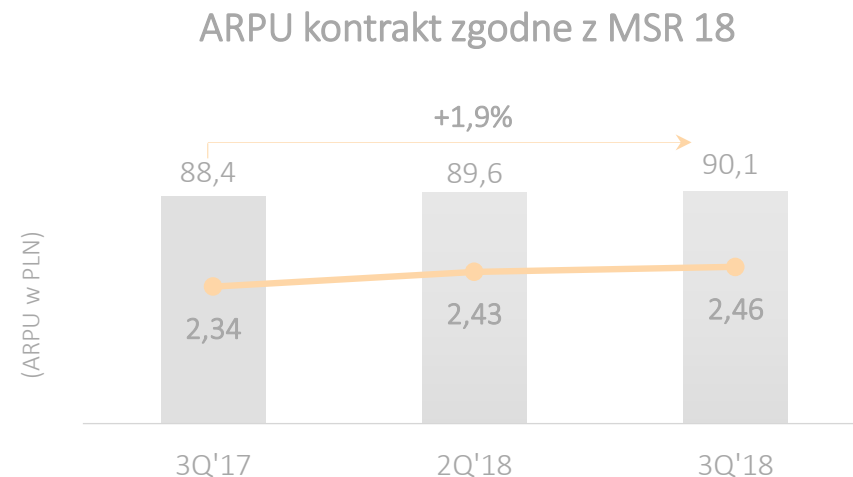
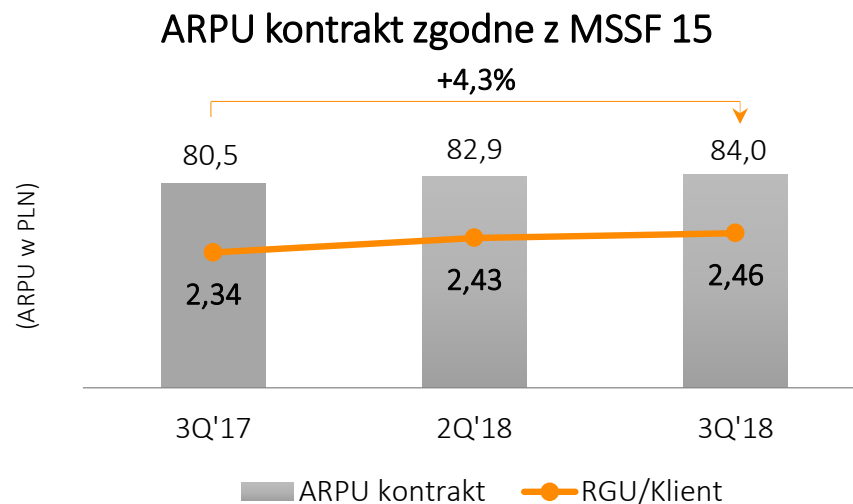


N E T I A

Silny wzrost ARPU dzięki konsekwentnej realizacji strategii multiplay



- Wzrost ARPU o 4,3% r/r⁽¹⁾
- 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

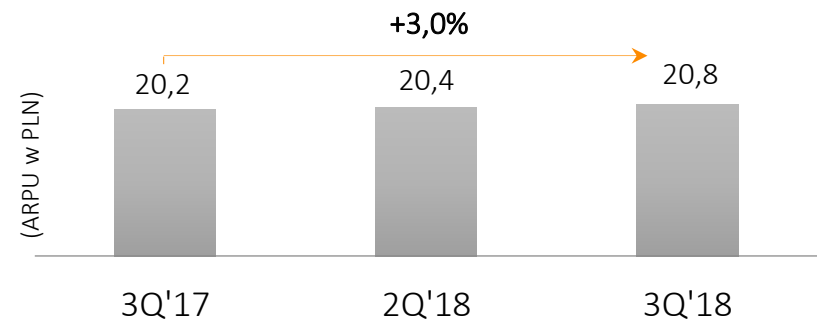
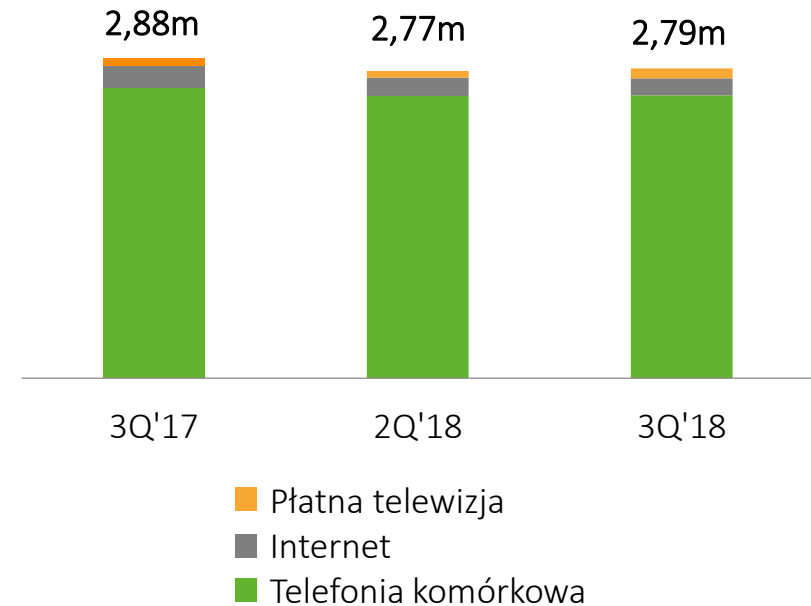


N E T I A

Wysokie ARPU, stabilna baza prepaid

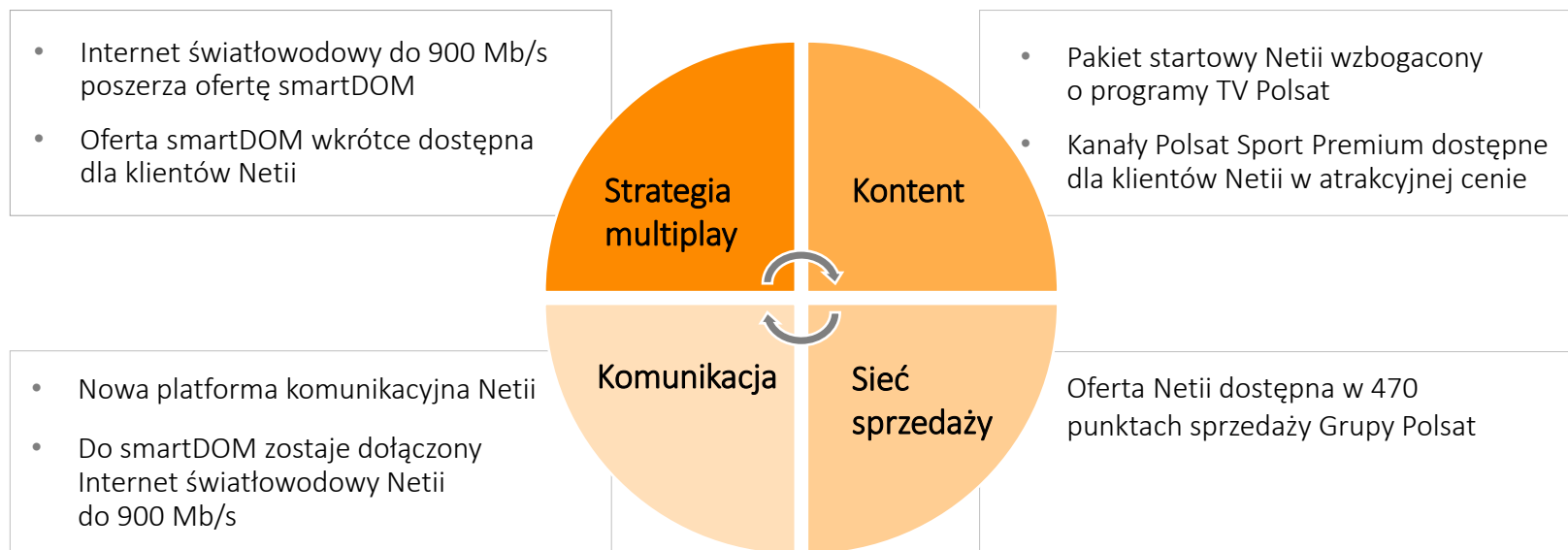


- Stabilna baza na poziomie 2,8 mln usług, odzwierciedlająca rzeczywistą liczbę użytkowników usług przedpłaconych
- Wysoki i stabilny poziom ARPU



N E T I A

Strategiczne inicjatywy wdrożone po przejęciu kontroli nad Netią dają pierwsze efekty



- Pierwszy od 11 kwartałów wzrost bazy użytkowników Internetu świadczonego na sieci własnej Netii
- Baza użytkowników płatnej telewizji Netii rośnie coraz szybciej, przekraczając pułap 200 tys. sztuk przy jednocześnie dynamicznie rosnącym ARPU (+7%)
- Długo oczekiwany wzrost łącznej liczby usług świadczonych na sieci własnej Netii

3. Wyniki finansowe

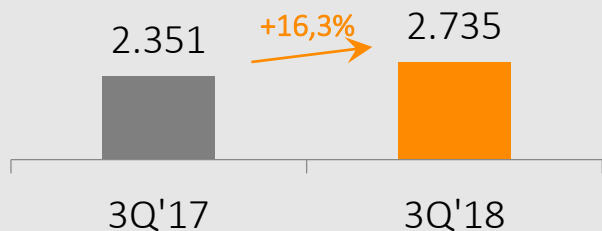


Wyniki Grupy w 3Q'18

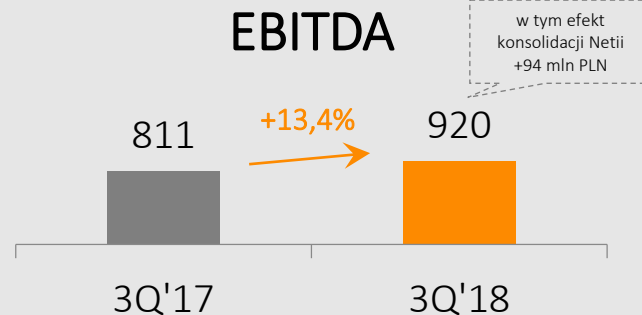
Zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem MSSF 15 oraz konsolidacją Netii



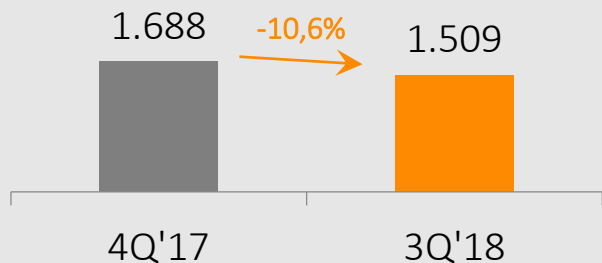
przychody



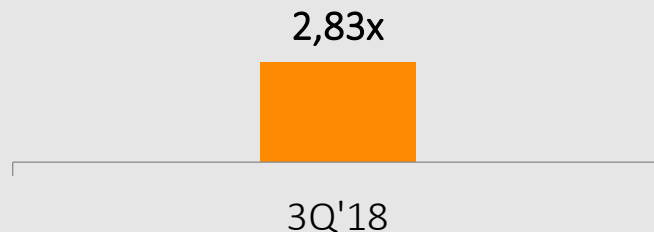
EBITDA



LTM FCF



dług netto/EBITDA LTM

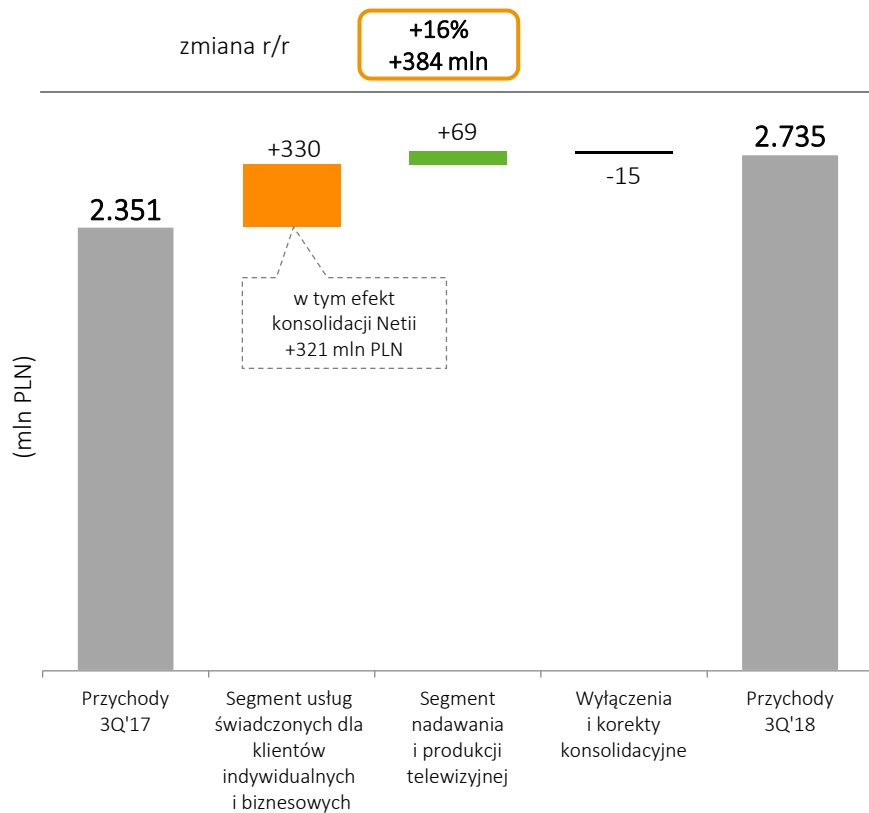


Przychody i EBITDA – czynniki zmian

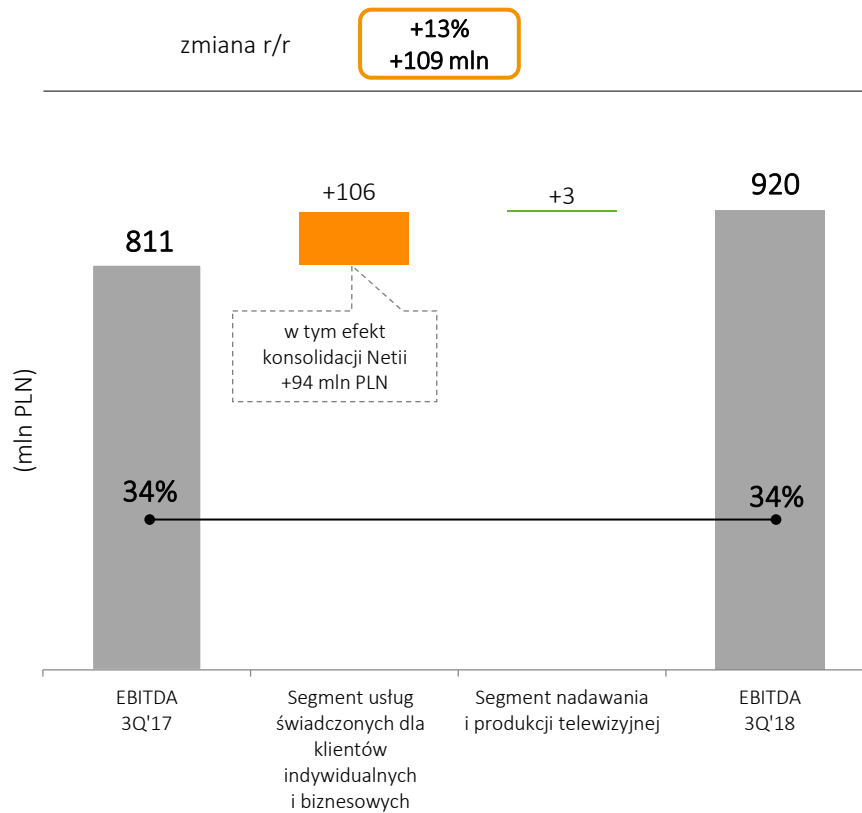
Zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem MSSF 15 oraz konsolidacją Netii



Przychody ze sprzedaży



EBITDA



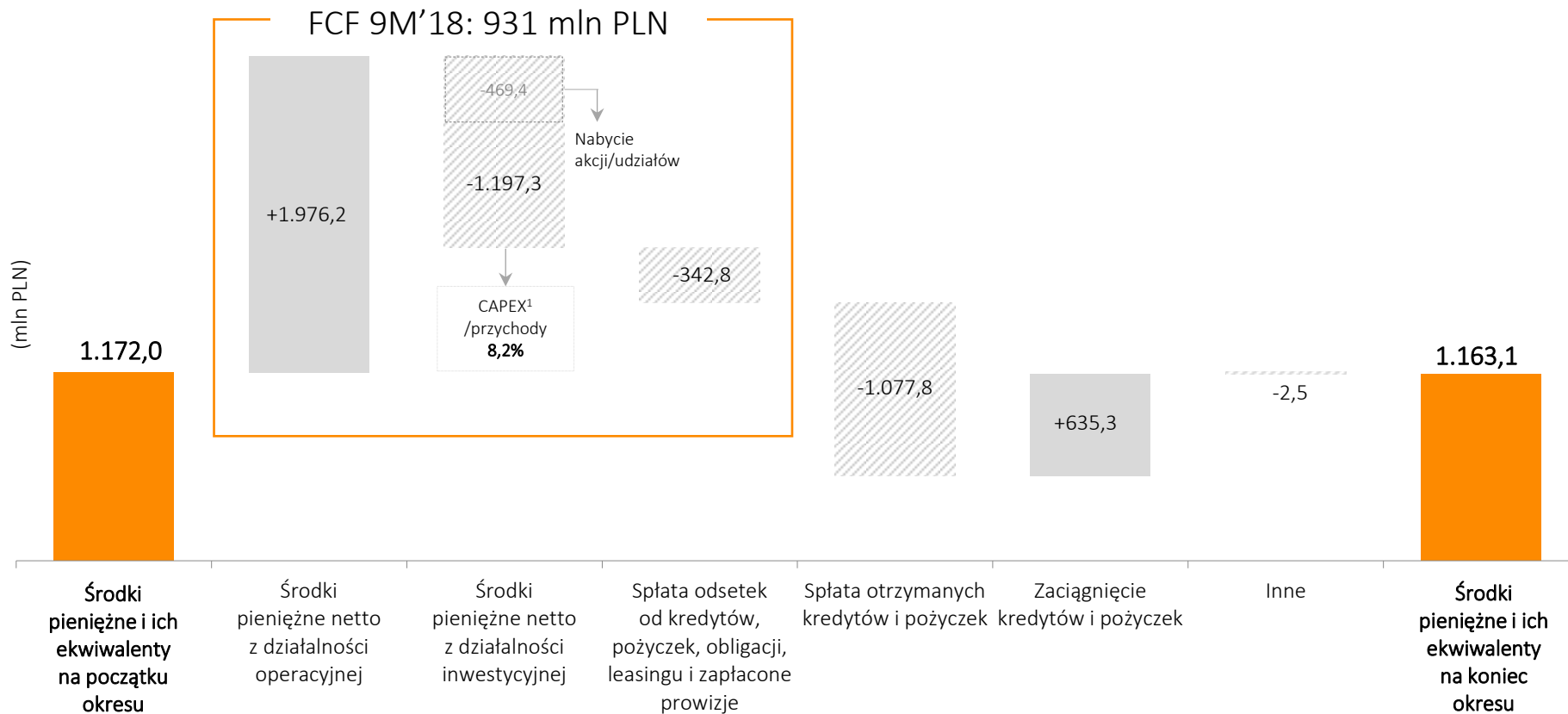
●—● Marża EBITDA

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2018 r. oraz szacunki własne w odniesieniu do 3Q'17
Nota: Konsolidacja Netia S.A. od 22 maja 2018 r.



N E T I A

Rachunek przepływów pieniężnych w 9M'18



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2018 r. oraz analizy własne

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



N E T I A

Skorygowany FCF po odsetkach



Zadłużenie Grupy

mln PLN	Wartość bilansowa na dzień 30 września 2018 r.
Połączony Kredyt Terminowy	9.596
Kredyt Rewolwingowy	800
Obligacje serii A	1.007
Leasing i inne	43
Zadłużenie brutto	11.446
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty ¹	(1.163)
Zadłużenie netto	10.283
EBITDA LTM ²	3.629
Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM	2,83x
Średni ważony koszt odsetek ³	3,3%

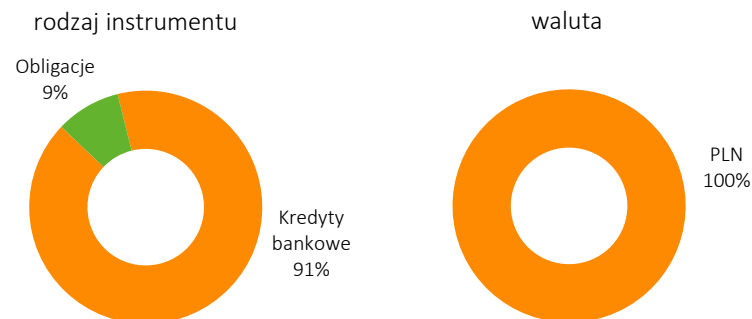
¹ Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, w tym środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania oraz lokat krótkoterminowych.

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

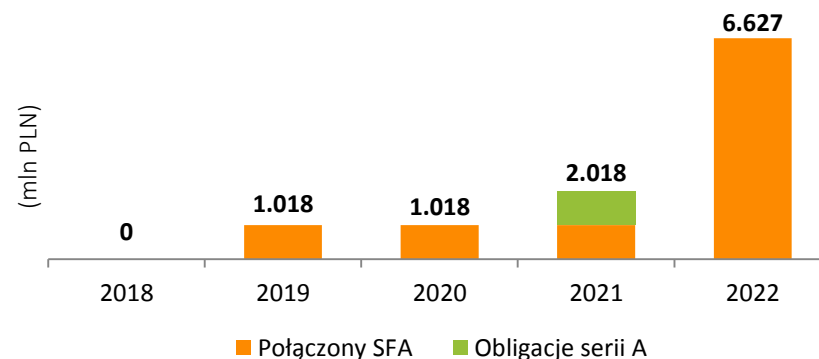
³ Prospektywny średni ważony koszt odsetkowy Połączonego Kredytu Terminowego (wraz z Kredytem Rewolwingowym) oraz Obligacji Serii A, wg stanu na dzień 30 września 2018 r. przy WIBOR 1M na poziomie 1,64% i WIBOR 6M 1,79%, nie uwzględniając instrumentów zabezpieczających.

⁴ Wartość nominalna zadłużenia na dzień 30 września 2018 r. (z wyłączeniem Kredytu Rewolwingowego i leasingu).

Struktura zadłużenia⁴



Zapadalność długu⁴



4. Podsumowanie i Q&A



Podsumowanie



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



Silne wyniki finansowe, będące odzwierciedleniem zdrowej kondycji biznesu grupy



Rozpoczęcie wielopłaszczyznowej monetyzacji praw do Ligi Mistrzów i Ligi Europy UEFA



Bardzo atrakcyjne oferty przygotowane dla klientów Grupy Polsat na okres świąteczny



N E T I A

5. Dodatkowe informacje:

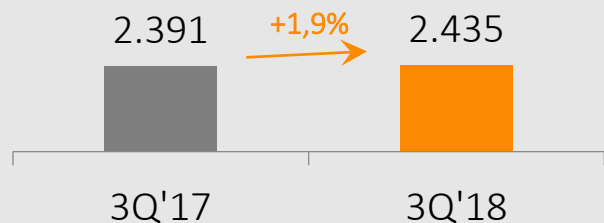
wyniki finansowe zgodnie z poprzednim standardem MSR 18 oraz wyłączeniem konsolidacji Netii

Wyniki Grupy w 3Q'18

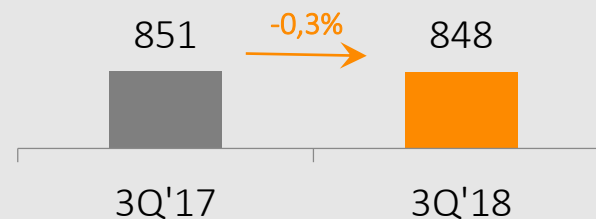
Zgodnie z poprzednim standardem MSR 18 oraz wyłączeniem konsolidacji Netii¹



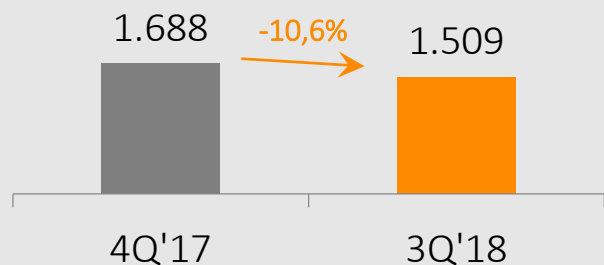
przychody



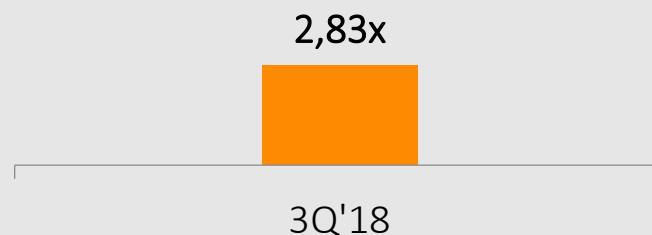
EBITDA



LTM FCF



dług netto/EBITDA LTM



Przychody i EBITDA – czynniki zmian

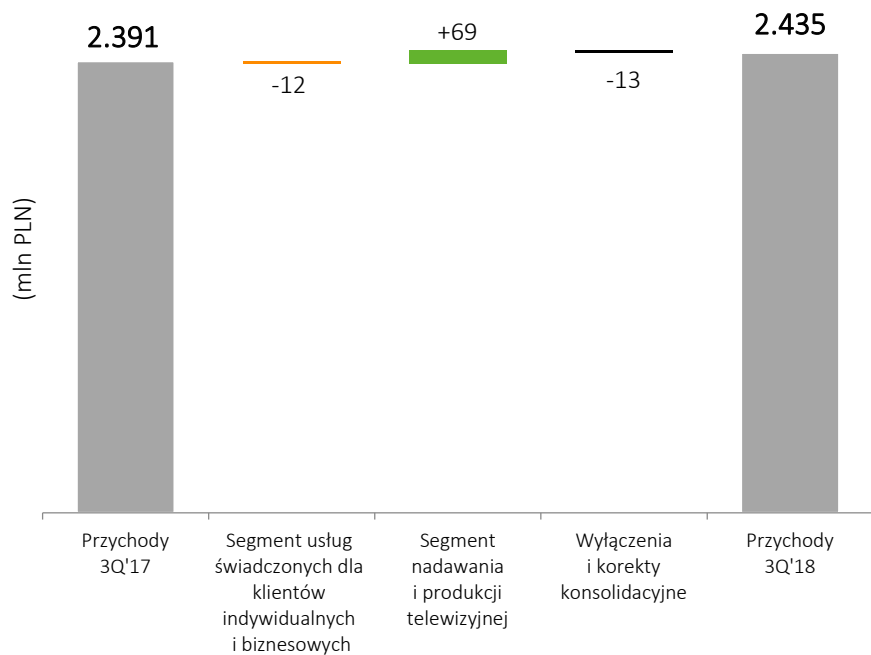
Zgodnie z poprzednim standardem MSR 18 oraz z wyłączeniem konsolidacji Netii



Przychody ze sprzedaży

zmiana r/r

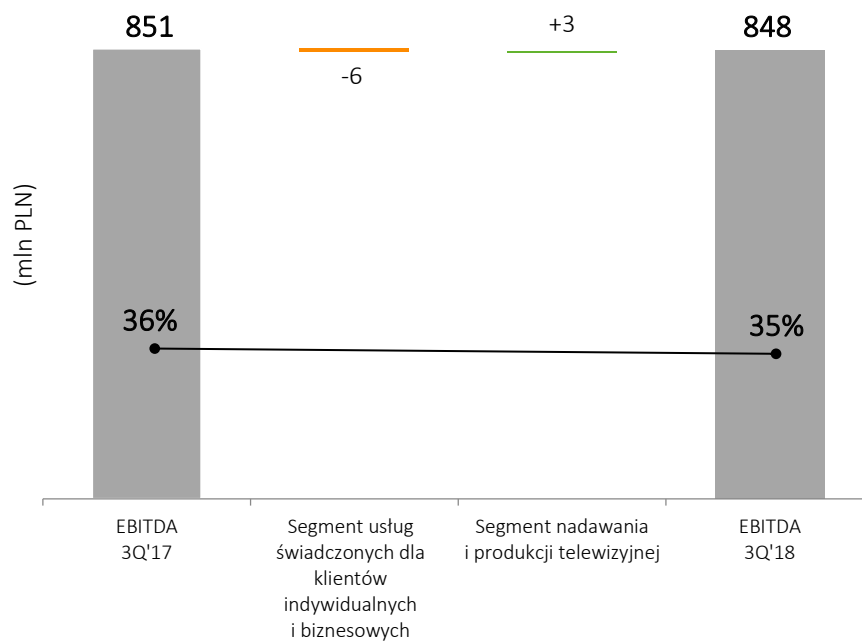
+1,9%
+44mln



EBITDA

zmiana r/r

-0,3%
-3mln



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2018 r. oraz analizy własne



N E T I A

Wyniki segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym

Zgodnie z poprzednim standardem MSR 18 oraz z wyłączeniem konsolidacji Netii



mln PLN	3Q'18 ⁽¹⁾	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.127	-1%
Koszty operacyjne ⁽²⁾	1.378	-1%
EBITDA	754	-1%
Marża EBITDA	35,4%	-0,1pkt%

- Poziom przychodów odzwierciedla wzrost przychodów hurtowych, przy jednoczesnym spadku przychodów ze sprzedaży sprzętu oraz postępującej stabilizacji przychodów detalicznych
- Poziom kosztów głównie pod wpływem niższych kosztów własnych sprzedanego sprzętu oraz wyższych kosztów technicznych i rozliczeń międzyoperatorskich (IC)

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2018 r. oraz analizy własne

Nota: (1) na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości

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



N E T I A

Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej

Zgodnie z poprzednim standardem MSR 18 oraz z wyłączeniem konsolidacji Netii



mln PLN	3Q'18 ⁽¹⁾	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	375	23%
Koszty operacyjne ⁽²⁾	281	31%
EBITDA	94	3%
Marża EBITDA	25,1%	-4,7pkt%

- Wyniki segmentu pod wpływem włączenia do portfolio oferty hurtowej nowych kanałów telewizyjnych, w tym w szczególności pakietów Eleven Sports Network oraz Polsat Sport Premium

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2018 r. oraz analizy własne

Nota: (1) na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości

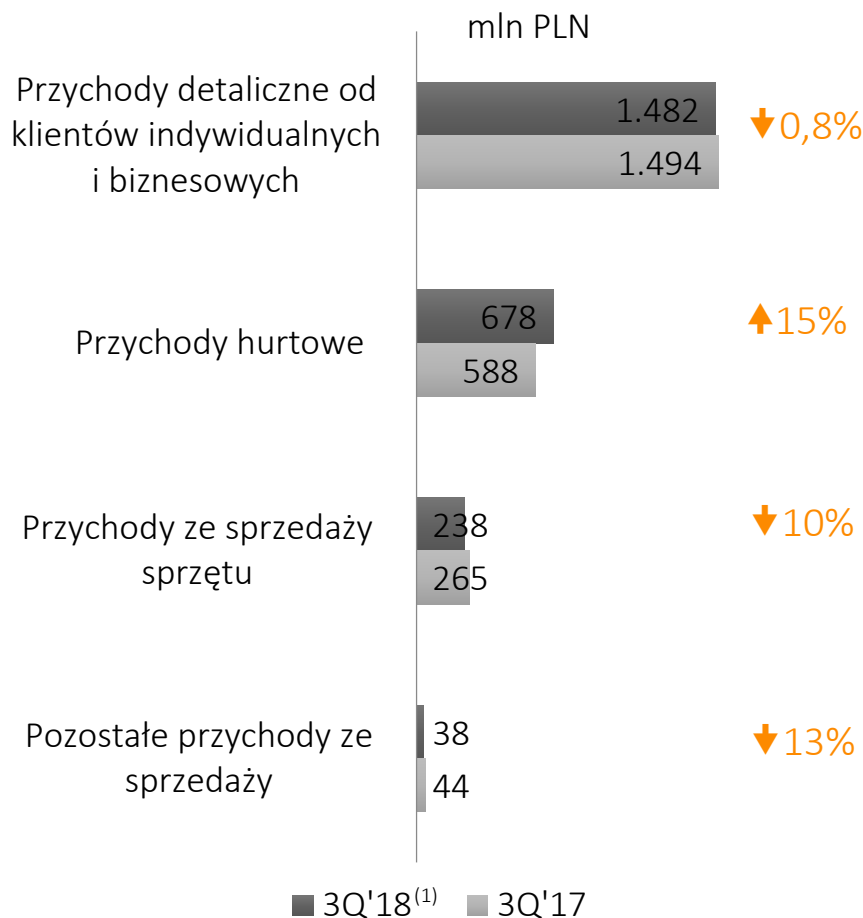
(2) koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



N E T I A

Struktura przychodów ze sprzedaży

Zgodnie z poprzednim standardem MSR 18 oraz z wyłączeniem konsolidacji Netii



- Stabilny poziom **przychodów detalicznych od klientów indywidualnych i biznesowych** przede wszystkim na skutek ujęcia niższych przychodów z usług głosowych, które zostały skompensowane wyższymi przychodami z usług płatnej telewizji oraz wyższymi przychodami z tytułu transmisji danych.
- Wzrost **przychodów hurtowych** przede wszystkim w wyniku włączenia do portfolio oferty hurtowej nowych kanałów telewizyjnych, w tym w szczególności pakietów Eleven Sports Network oraz Polsat Sport Premium, co skutkowało wzrostem przychodów od operatorów kablowych i satelitarnych. Ponadto wzrosły przychody z tytułu połączeń międzyoperatorskich (interconnect), wynikające ze wzrostu wolumenu ruchu wymienianego z innymi sieciami, jak również przychody z reklamy oraz ze sprzedaży sublicencji programowych.
- 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 9 miesięcy zakończony 30 września 2018 r. oraz analizy własne

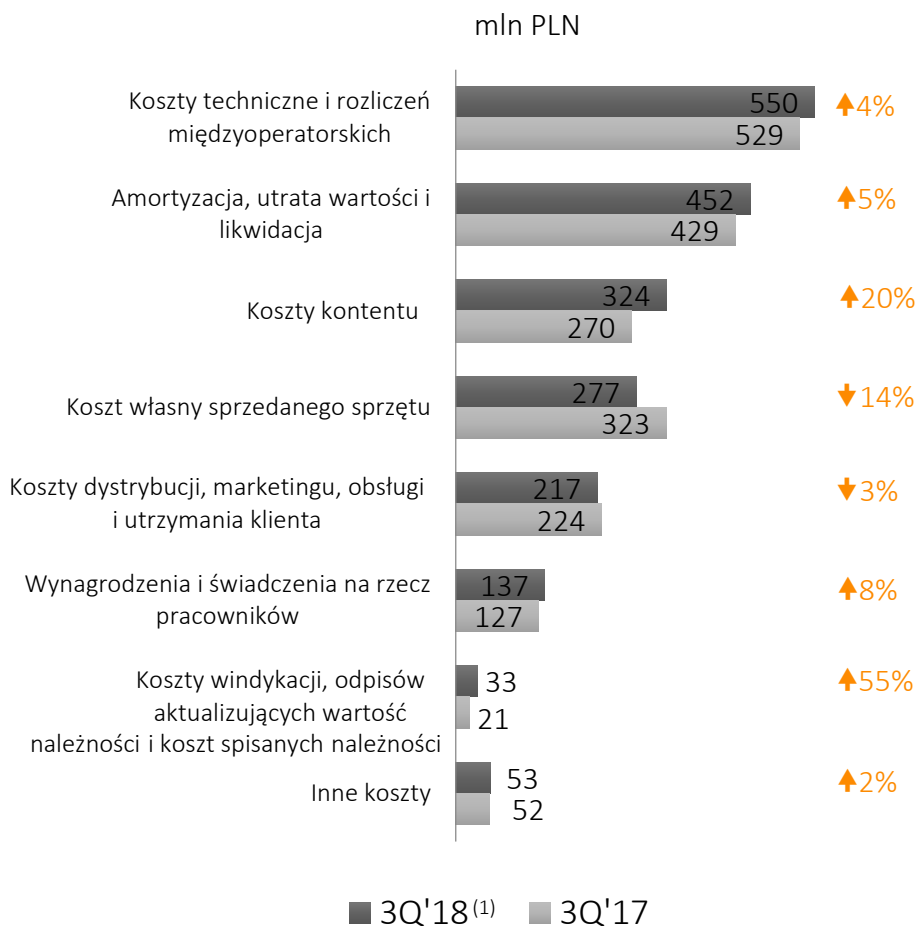
Nota: (1) na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości



N E T I A

Struktura kosztów operacyjnych

Zgodnie z poprzednim standardem MSR 18 oraz z wyłączeniem konsolidacji Netii



- Wzrost **kosztów technicznych** głównie w wyniku wyższych kosztów Interconnect wynikających z wyższego wolumenu połączeń zakańczanych przez naszych klientów w sieciach innych operatorów, jak również z wyższych kosztów utrzymania sieci telekomunikacyjnej.
- Wzrost **amortyzacji** m.in. w wyniku skrócenia okresu amortyzacji wybranych środków trwałych.
- Wzrost **kosztów kontentu** spowodowany głównie ujęciem wyższych kosztów produkcji własnej i zewnętrznej oraz amortyzacji praw sportowych, m.in. w wyniku ujęcia kosztów nowo nabytych kanałów telewizyjnych, w tym konsolidacji kanałów Eleven Sports Network, oraz uruchomienia kanałów Polsat Sport Premium.
- Spadek **kosztu własnego sprzedanego sprzętu** na skutek niższego wolumenu sprzedanych urządzeń końcowych.

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2018 r. oraz analizy własne

Nota: (1) na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości



N E T I A

Implementacja MSSF15 – wpływ na ARPU kontraktowe



PLN	1Q'17	2Q'17	3Q'17	4Q'17	1Q'18	2Q'18	3Q'18
ARPU kontrakt wg dotychczasowych standardów rachunkowych	89,1	89,6	88,4	89,0	88,7	89,6	90,1
ARPU kontrakt po implementacji MSSF15	80,3	81,2	80,5	81,9	81,9	82,9	84,0

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



N E T I A