



Komunikat prasowy  
Warszawa, 21 marca 2019 r.

## Grupa Cyfrowy Polsat podsumowuje 2018 rok: zakup Netii, wzmocnienie w obszarze treści sportowych premium, konsekwentna realizacja strategii multiplay i blisko 10,7 mld zł przychodów

2018 rok zakończył się dla Grupy Cyfrowy Polsat bardzo dobrymi wynikami finansowymi oraz operacyjnymi. Grupa osiągnęła założone cele i umocniła swoją pozycję na rynkach płatnej telewizji, telekomunikacyjnym oraz nadawania i produkcji telewizyjnej – świadczy blisko 14,3 mln usług kontraktowych, a dzięki konsekwentnej realizacji strategii multiplay odnotowała kolejne obniżenie już rekordowo niskiego wskaźnika rezygnacji klientów. Bieżącą działalność skutecznie wsparły strategiczne akwizycje oraz wielopłaszczyznowa dystrybucja praw do Ligi Mistrzów UEFA. Przychody wzrosły o ponad 10% i wyniosły blisko 10,7 mld zł, a wynik EBITDA – o ponad 7% do 3,7 mld zł.

### Najważniejsze dane operacyjne<sup>1</sup> za IV kwartał i cały 2018 rok

- Już ponad 30% klientów korzysta z ofert wiązanych – skuteczna realizacja strategii multiplay:
  - Stabilny wzrost liczby klientów usług wiązanych – o 285 tys. (19%) r/r do 1,8 mln, co stanowi 31,5% bazy klientów kontraktowych.
  - Do 5,38 mln wzrosła liczba usług posiadanych przez tę grupę klientów.
  - Miało to wpływ na dalszą obniżkę wskaźnika churn do rekordowo niskiego poziomu wynoszącego 7,6% w skali roku.
- Regularny przyrost liczby usług kontraktowych – o 574 tys. r/r do 14,26 mln (stanowią one 84,3% wszystkich świadczonych usług):
  - Kolejny okres wzrostu liczby usług telefonii komórkowej – o 413 tys. r/r do 7,3 mln, co wynika z korzystnego wpływu strategii multiplay, utrzymującego się zainteresowania klientów prostymi taryfami Plusa wprowadzonymi w lutym ub.r. oraz z wysokiej sprzedaży w segmencie B2B (rozwiązania m2m).
  - Dzięki dobrej sprzedaży podstawowych pakietów, jak i usług dodatkowych (Multiroom HD i płatne usługi OTT) łączna liczba kontraktowych usług płatnej telewizji wzrosła r/r o 156 tys., przekraczając poziom 5 mln.
  - Stabilna baza usług Internetu wynosząca 1,8 mln. W 2018 roku klienci detaliczni Cyfrowego Polsatu i sieci Plus przetransferowali ok. 965 PB danych. W zasięgu sieci LTE Grupy jest blisko 100% Polaków, a LTE Advanced – 73% mieszkańców kraju.

<sup>1</sup> Bez uwzględnienia danych operacyjnych Grupy Netia, które są publikowane oddzielnie od wyników Grupy Cyfrowy Polsat.



N E T I A



- Stabilna baza ponad 5,7 mln klientów kontraktowych:
  - Wzrost wskaźnika nasycenia usługami przypadającymi na klienta – o 5,5% r/r, a każdy z nich posiadał średnio 2,5 usługi z portfolio Grupy.
  - Średni przychód od klienta kontraktowego (ARPU), liczony zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem raportowania MSSF 15, wzrósł w IV kwartale o 2,6% r/r do poziomu 84 zł.
- Baza prepaid na poziomie blisko 2,7 mln usług w wyniku wpływu czynników sezonowych oraz podjętej decyzji o sprzedaży marki a2mobile:
  - ARPU usług prepaid pozostaje na wysokim, stabilnym poziomie 20,3 zł w IV kwartale.
- Zgodnie z długoterminową strategią kanały Grupy Telewizji Polsat pozostawały w czołówce rynku oglądalności w grupie komercyjnej zarówno w IV kwartale, jak i całym 2018 roku, osiągając w pierwszym okresie wynik 24,2% (11,1% kanału głównego oraz 13,1% kanałów tematycznych) oraz 24,3% w całym 2018 roku (11,4% dla anteny głównej i 12,9% dla kanałów tematycznych).
- Przychody Grupy Telewizji Polsat z reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrosły w IV kwartale o 4,8% r/r i wyniosły 370 mln zł, dzięki czemu udział Grupy w rynku reklamy TV osiągnął 27,7%, a w całym 2018 roku zanotowały wzrost o 6,8% do 1,201 mld zł, zapewniając udział w rynku na poziomie ok. 27,2%.

– W 2018 roku zrealizowaliśmy wszystkie plany i założenia, umacniając naszą pozycję na rynkach płatnej telewizji, telekomunikacyjnym oraz nadawania i produkcji telewizyjnej. Nadal rozwijaliśmy się w segmencie usług zintegrowanych, oferując klientom szeroki wybór usług oraz ich atrakcyjne zestawy. O naszych sukcesach najlepiej świadczą liczby – jest z nami już blisko 1,8 mln klientów multiplay, którzy połączyli niemal 5,4 mln usług telewizji, telefonii i Internetu. Plus był liderem MNP i jako jedyny operator infrastrukturalny miał w zeszłym roku dodatni bilans w przenoszeniu numerów. Łącznie, po raz pierwszy w historii, dostarczamy ponad 14 mln usług kontraktowych, a wskaźnik rezygnacji klientów nadal się obniżał i osiągnął rekordowo niski poziom – 7,6%, co świadczy o dużym zadowoleniu naszych klientów z usług, które im zapewniamy. Śmiało możemy powiedzieć, że mamy najbardziej lojalnych klientów. I za to zaufanie bardzo dziękujemy – mówi **Tobias Solorz, Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat S.A. i Polkomtel Sp. z o.o.**

– Naszą działalność w 2018 roku skutecznie wsparły strategiczne akwizycje. Dołączenie Netii do Grupy Cyfrowy Polsat umożliwiło naszym spółkom rozpoczęcie współpracy operacyjnej w kluczowych obszarach. Program smartDOM wzbogaciliśmy o Internet światłowodowy o prędkości do 900 Mb/s, a oferta telewizyjna Netii została rozszerzona o nowe stacje z szerokiego portfolio kanałów Telewizji Polsat i pakiet z rozgrywkami Ligi Mistrzów i Ligi Europy UEFA. Z kolei zakup udziałów w polskiej spółce Eleven Sports Network wzmocnił naszą ofertę sportową premium – dodaje.



N E T I A



## Dane operacyjne segmentu usług świadczonych dla klientów indywidualnych i biznesowych

	IV kwartał		
	2018	2017	Zmiana %
<b>łąćzna liczba RGU</b> (kontraktowe+przedpłacone)	<b>16 906 133</b>	<b>16 522 597</b>	<b>2,3%</b>
<b>USŁUGI KONTRAKTOWE</b>			
<b>łąćzna liczba RGU (na koniec okresu), w tym:</b>	<b>14 259 264</b>	<b>13 685 044</b>	<b>4,2%</b>
Płatna telewizja, w tym:	5 098 917	4 942 640	3,2%
<i>Multiroom</i>	1 160 353	1 099 582	5,5%
Telefonia komórkowa	7 345 213	6 932 676	6,0%
Internet	1 815 134	1 809 728	0,3%
<b>Liczba klientów kontraktowych, w tym:</b>	<b>5 706 147</b>	<b>5 776 598</b>	<b>-1,2%</b>
klienci ofert multiplay	1 795 984	1 510 715	18,9%
ARPU na klienta według MSSF 15 [PLN]	84,0	81,9	2,6%
Churn na klienta	7,6	8,8	-1,2 p.p.
Wskaźnik nasycenia RGU na jednego klienta	2,50	2,37	5,5%
<b>USŁUGI PRZEDPŁACONE</b>			
<b>łąćzna liczba RGU na koniec okresu, w tym:</b>	<b>2 646 869</b>	<b>2 837 553</b>	<b>-6,7%</b>
Płatna telewizja	95 685	79 561	20,3%
Telefonia komórkowa	2 423 774	2 579 613	-6,0%
Internet	127 410	178 379	-28,6%
ARPU na RGU prepaid <sup>1)</sup> [PLN]	20,3	20,1	1%

– W czwartym kwartale i całym 2018 roku nasze kanały były w czołówce oglądalności w grupie komercyjnej – zarówno główna antena, jak i grupa kanałów tematycznych – a osiągnięte wyniki oglądalności dla Grupy Polsat są zgodne z naszą długoterminową strategią. Z kolei nasze przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu rosły w zeszłym roku nieco szybciej niż rynek, pomimo wpływu takich wydarzeń jak np. Mistrzostwa Świata w Piłce Nożnej Rosja 2018 transmitowane przez nadawcę publicznego – mówi **Maciej Stec, Członek Zarządu, Cyfrowy Polsat S.A., Telewizja Polsat Sp. z o.o.**

– Istotnie wzmocniliśmy segment sportowy naszej działalności telewizyjnej. Do naszego portfolio dołączyły cztery bardzo szybko rozwijające się na rynku polskim kanały telewizyjne premium Eleven Sports, dysponujące atrakcyjnymi prawami, m.in. do europejskich lig piłkarskich i wyścigów Formuła 1. Szybko rozpoczęliśmy wielopłaszczyznową dystrybucję praw do Ligi Mistrzów UEFA. Uruchomiliśmy nowe kanały i serwisy Polsat Sport Premium z transmisjami z rozgrywek, dzięki którym po raz pierwszy w Polsce można oglądać w telewizji wszystkie mecze Ligi Mistrzów na żywo, bez reklam i w jakości Super HD, z komentarzem i analizami z najnowocześniejszego studia sportowego w Polsce. Wyposażyliśmy je w ścianę ledową o powierzchni ok. 80 m<sup>2</sup> oraz nowe technologie, takie jak rozszerzona rzeczywistość, wirtualne okno czy modele 3D, które dostarczają naszym widzom nowych wrażeń podczas oglądania emocjonujących spotkań z największymi światowymi gwiazdami piłki nożnej – dodaje.



**N E T I A**

Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 i 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2018 r.

### Dane operacyjne segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej

	IV kwartał			IV kwartał		
	2018	2017	Zmiana p.p./%	2018	2017	Zmiana p.p./%
<b>Udział w oglądalności<sup>1</sup>, w tym:</b>						
POLSAT (kanał główny)	24,17%	23,87%	0,30 p.p.	24,30%	23,87%	0,43 p.p.
Kanały tematyczne	11,07%	12,04%	-0,97 p.p.	11,37%	12,34%	-0,97 p.p.
	13,10%	11,82%	1,28 p.p.	12,94%	11,53%	1,41 p.p.
<b>Przychody z reklamy i sponsoringu<sup>2</sup> (mln PLN)</b>	370	353	4,8%	1 201	1 125	6,8%
<b>Udział w rynku reklamy<sup>3</sup></b>	27,7%	27,1%	0,6 p.p.	27,2%	27,1%	0,1 p.p.
<b>Wydatki na reklamę telewizyjną na rynku<sup>4</sup> (mln PLN)</b>	1 335	1 304	2,4%	4 415	4 154	6,3%

<sup>1</sup> Nielsen Audience Measurement, udział w oglądalności w grupie wszyscy 16-49 lat, cała doba, uwzględniono Live+2 (oglądalność z dnia emisji i z 2 kolejnych dni (tzw. Time Shift Viewing));

<sup>2</sup> Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Starcom;

<sup>3</sup> Szacunki własne na podstawie wstępnych danych Starcom;

<sup>4</sup> Starcom, dane wstępne, reklama sportowa i sponsoring;

### Najważniejsze dane finansowe za IV kwartał i cały 2018 r.

- Silne wyniki finansowe Grupy w 2018 r.:
  - przychody: 10,686 mld zł (wzrost o 10,6% r/r),
  - EBITDA: 3,698 mld zł (wzrost o 7,1% r/r),
  - marża EBITDA: 34,6%,
  - zysk netto: 816,1 mln zł,
  - wolne przepływy pieniężne za okres 12 miesięcy: 1,495 mld zł,
  - wskaźnik całkowitego zadłużenia netto/EBITDA LTM: 2,73x.

### Wyniki finansowe Grupy Cyfrowy Polsat<sup>1</sup>

mIn PLN	IV kwartał 2018	zmiana r/r	2018	zmiana r/r
Przychody	3 002	17,3%	10 686	10,6%
EBITDA	941	10,3%	3 698	7,1%
Marża EBITDA	31,4%	-	34,6%	-

<sup>1</sup> Zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem raportowania MSSF 15. Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2018 r. oraz szacunki własne w odniesieniu do IV kwartału 2018.

- Rosnące wyniki finansowe segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym w 2018 r.:
  - przychody: 9,170 mld zł,
  - EBITDA: 3,145 mld zł,
  - marża EBITDA: 34,3%.
- Rekordowe wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej w 2018 r.:
  - przychody: 1,7 mld zł,
  - EBITDA: 553 mln zł,
  - marża EBITDA: 32,6%.

### Wyniki finansowe segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej<sup>1</sup>

mIn PLN	4Q'18	zmiana r/r	2018	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	558	29%	1.696	18%
Koszty operacyjne <sup>2</sup>	386	36%	1.143	22%
EBITDA	172	15%	553	10%
Marża EBITDA	30,9%	-3,7 p.p.	32,6%	-2,6 p.p.

<sup>1</sup> Zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem raportowania MSSF 15

<sup>2</sup> Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



– Ubiegły rok zamknęliśmy bardzo dobrymi wynikami finansowymi w obydwu segmentach naszej działalności. Przychody Grupy wyniosły blisko 10,7 mld zł, EBITDA wzrosła do 3,7 mld zł, a zysk netto wyniósł ponad 800 mln zł. W samym czwartym kwartale nasze przychody wzrosły rok do roku o ponad 17% do 3 mld zł, a EBITDA – o ponad 10% do ok. 950 mln zł. Niezmiennie generowaliśmy bardzo wysoki poziom wolnych przepływów pieniężnych, który pozwolił nam realizować kolejne projekty akwizycyjne przy jednoczesnym zmniejszaniu zadłużenia – mówi **Katarzyna Ostap-Tomann, Członek Zarządu ds. Finansowych, Cyfrowy Polsat S.A., Polkomtel Sp. z o.o., Telewizja Polsat Sp. z o.o.**

– Bardzo konsekwentne wdrażanie strategii pozwoliło zaproponować naszym akcjonariuszom atrakcyjną, przewidywalną politykę dywidendową, której realizacja, według naszych szacunków, umożliwi dalsze zmniejszanie poziomu zadłużenia i wypracowywanie jak najlepszych wyników finansowych, celem zapewnienia Grupie silnych i stabilnych fundamentów pod dalszy rozwój – dodaje.

**Tobiasz Solorz, Prezes Zarządu** podsumowuje: – Nasze plany na 2019 rok obejmują przede wszystkim dalszy rozwój i umacnianie naszej pozycji na rynku medialno-telekomunikacyjnym, realizację synergii w ramach współpracy z Netią, kontynuację strategii multiplay i programu smartDOM oraz inwestycje w atrakcyjność naszych kanałów telewizyjnych. Niezmiennie naszym celem jest też dbałość o wysoką jakość obsługi klienta, szeroką dystrybucję produkowanych przez nas treści oraz zapewnianie widzom rozrywki, informacji i wydarzeń sportowych na jak najwyższym poziomie. Jestem przekonany, że nasza Grupa będzie kontynuowała stabilny rozwój, a założenia na ten rok i kolejne lata zostaną osiągnięte.

#### Pozostałe wydarzenia o charakterze biznesowym w 2018 roku

- Wprowadzenie produktów i usług, które cieszą się uznaniem i zainteresowaniem użytkowników. Były to m.in.:
  - nowe proste taryfy sieci Plus zaprezentowane w lutym 2018 r.,
  - pakiet Polsat Sport Premium z rozgrywkami Ligi Mistrzów i Ligi Europy UEFA w ofertach Cyfrowego Polsatu, sieci Plus, Netii i IPLI,
  - Internet światłowodowy o prędkości do 900 Mb/s w sieci Plus, dostępny także w ramach programu smartDOM,
- Stała modernizacja sieci LTE i wdrażanie kolejnych rozwiązań w technologii LTE Advanced pozwalających zwiększyć prędkość Internetu do 600 Mb/s.
- Nowe urządzenia produkowane w fabryce InterPhone Service z Grupy Cyfrowy Polsat:
  - Zestaw Internetu Domowego 300 obsługujący technologię LTE Advanced – pozwala na pobieranie danych z prędkością nawet do 300 Mb/s,
  - dekodery z linii EVOBOX – EVOBOX LITE i EVOBOX HD, które łączą odbiór telewizji satelitarnej z możliwością korzystania z serwisów VoD za pośrednictwem Internetu.
- Przedstawienie nowej odsłony serwisu IPLA, która zyskała nową szatę graficzną, nowe funkcje i treści programowe, w tym kanały HBO i rozgrywki Ligi Mistrzów UEFA.



N E T I A



- W kinach pojawiły się kolejne produkcje zrealizowane we współpracy z Grupą Polsat: „Narzeczony na niby”, „Serce nie sługa”, „Dywizjon 303. Historia prawdziwa”, a z okazji 100-lecia odzyskania przez Polskę niepodległości we współpracy z Telewizją Polsat został wyprodukowany film „Niepodległość”, oparty na archiwalnych odrestaurowanych i pokolorowanych nagraniach.
- Jubileusz 10-lecia notowań Cyfrowego Polsatu na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

---

**Kontakt dla mediów:**

Olga Zomer  
Rzecznik prasowy  
Tel.: +48 507 096 883  
E-mail: [ozomer@cyfrowypolsat.pl](mailto:ozomer@cyfrowypolsat.pl)

**Kontakt dla inwestorów/analityków:**

Grzegorz Para  
Dyrektor ds. Relacji Inwestorskich  
Tel.: +48 601 134 282  
E-mail: [gpara@cyfrowypolsat.pl](mailto:gpara@cyfrowypolsat.pl)

**Szczegóły telekonferencji:**

Data: 21 marca 2019 r.  
Godzina: 16:00 (Warszawa), 15:00 (Londyn), 11:00 (Nowy Jork)  
Numer telefonu: +44 207 194 3759 (międzynarodowy)  
22 583 9021 (Polska)  
Kod telekonferencji: 74497137#  
*Telekonferencja odbędzie się w języku angielskim.*



N E T I A