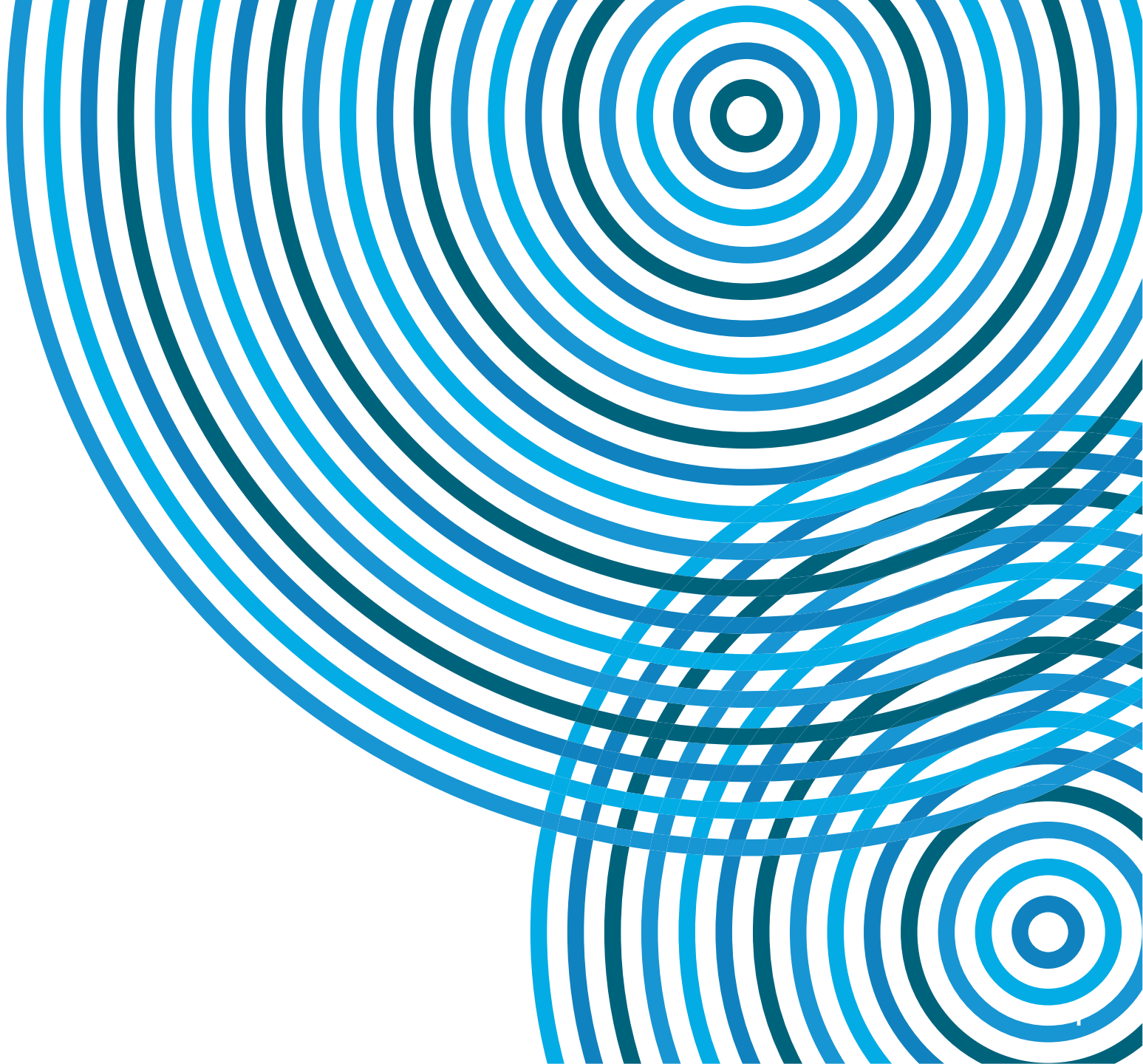


26 lutego 2024 r.

Biuletyn IR

8/2024



Przegląd prasy

Parkiet, 20 lutego 2024 r.

Autor: Urszula Zielińska

Cyfrowy Polsat zarobił mniej

Grupa Cyfrowy Polsat wynikami za 2023 r. i ostatni jego kwartał podzieli się w kwietniu. Średnia prognoz biur maklerskich mówi, że w ostatnim kwartale 2023 r. przy 7% wzroście przychodów grupa Cyfrowy Polsat mogła zanotować 13% spadek skorygowanej EBITDA, 43% spadek zysku operacyjnego i 64% spadek zysku netto w porównaniu z analogicznym okresem 2022 r.

Wypadkowa szacunków analityków mówi, że grupa mogła uzyskać 3,67 mld zł przychodów, 708 mln zł skorygowanej EBITDA, 225 mln zł zysku operacyjnego i 58 mln zł zysku netto.

Wyniki będą słabsze niż rok wcześniej kolejny raz, z podobnych powodów co do tej pory. Z jednej strony grupa musi walczyć o zatrzymanie klientów usług płatnej telewizji rezygnujących z satelitarnych talerzy i chętniej sięgających po usługi internetu bezprzewodowego niż po internet przewodowy, a z drugiej ponosi wyższe koszty bieżącej działalności oraz inwestycji w treści telewizyjne i budowę farm wiatrowych, słonecznych oraz sieć dystrybucji i sprzedaży tzw. zielonej energii. W tym wszystkim nie pomagają wysokie stopy procentowe przekładające się na wysokie koszty finansowe.

Przegląd prasy

Wirtualnemedi.pl, 21 lutego 2024 r.

Autor: ag

Grupa Polsat Plus z pierwszym dekodernem z Android TV w ofercie

Operator telekomunikacyjny Netia zmienia identyfikację wizualną i wprowadza do oferty dekoderny Netia Soundbox 4K. Rozpoczęta właśnie ewolucja identyfikacji wizualnej marki Netia wpisuje się w zrealizowany przez Grupę Polsat Plus w połowie 2021 roku projekt harmonizacji i rebrandingu marek, który był unikatowym projektem marketingowo-reklamowym w skali światowej.

Zmianom wizerunkowym towarzyszy debiut nowego dekodera. – *Nowy etap ewolucji identyfikacji wizualnej marki Netia podkreślamy premierą całkowicie nowego dekodera Netia Soundbox 4K. Jest to pierwsze rozwiązanie do domów, oferowane przez operatora w Polsce z wbudowanymi głośnikami wykorzystującymi technologię Dolby Atmos z dźwiękiem zoptymalizowanym przez firmę Bang & Olufsen, jakością obrazu 4K, oparte o platformę Android TV – powiedział Tomasz Dakowski, członek zarządu Netii i dyrektor generalny obszaru B2C. Urządzenie ma wyróżniać firmę na tle konkurentów. – W połączeniu ze światłowodem nawet do 2 Gb/s i usługami mobilnymi ze smartfonami 5G, to najnowocześniejsza propozycja w Polsce – dodał Dakowski.*

Przegląd prasy

Biznes.pap.pl, 23 lutego 2024 r.

Autor: epo/ ana/

Przychody T-Mobile Polska w 2023 roku wzrosły o 5,5%, EBITDAaL w górę o 1%

Przychody T-Mobile Polska w 2023 roku wzrosły o 5,5% rok do roku, do 6,98 mld zł, a wynik EBITDA po kosztach leasingu (EBITDAaL) zwiększył się o 1% do 1,79 mld zł - podała spółka w komunikacie prasowym.

Telekom podał, że w 2023 r. zanotował wyraźny wzrost kosztów działalności, na który składają się między innymi zwiększone o ponad 40% w porównaniu do roku 2022 koszty energii elektrycznej, a także koszty czynszów i opłat ustalanych w euro. Wzrosły także nakłady na wynagrodzenia pracowników, będące konsekwencją decyzji o podwyżce płac podjętej pod koniec 2022 roku.

Na koniec 2023 r. liczba klientów usług mobilnych T-Mobile wynosiła 12,6 mln. Liczba klientów szerokopasmowego internetu stacjonarnego operatora (fixed broadband) wzrosła do 260 tys., czyli o ponad 100 tys. w stosunku do roku 2022.

Przegląd prasy

Wirtualnedia.pl, 26 lutego 2024 r.

Autor: tw

12 mld zł na reklamy. Internet urósł trzy razy mocniej od telewizji

W ub.r. wartość polskiego rynku reklamowego zwiększyła się o 7,0% do 1,96 mld zł – szacuje Publicis Groupe. W internecie wydatki wzrosły o 8,6%, zdobywając 44,2% udziału w całym rynku reklamowym. Przy czym inwestycje na reklamy wideo zwiększyły się o 20,4%, w wyszukiwarkach o 11,2%, a na reklamy display o 0,6%.

W telewizji reklamodawcy zostawili w ub.r. 4,66 mld zł, o 3,3% więcej niż rok wcześniej. W pierwszych trzech kwartałach dynamika sięgnęła 4,6%, a w czwartym kwartale wzrosła o 0,4%.

Jeszcze wyższą dynamikę w 2023 r. osiągnęły kina (+21,7%), outdoor (+17%) i radio (+12,1%). Wartość reklam w czasopiśmie zmalała o 5,7%, w dziennikach wzrosła o 1,2%.

W 2024 r. Publicis Groupe spodziewa się podobnej dynamiki rynku reklamowego. – *Pozytywne sygnały płynące z gospodarki pozwalają z optymizmem patrzeć na perspektywy 2024 r., na który prognozujemy podobny do ubiegłorocznego poziom wzrostu, czyli między 6 a 7 proc. Media czekają nowe wyzwania, ale i szerokie możliwości rozwoju* – mówi Iwona Jaśkiewicz-Kundera, chief investment officer w Publicis Groupe.

Akcje Cyfrowego Polsatu

Data	Kurs maksymalny (PLN)	Kurs minimalny (PLN)	Kurs zamknięcia (PLN)	Zmiana kursu (%)	Wartość obrotu (w mln zł)
2024-02-19	11,37	11,16	11,32	1,25	10,31
2024-02-20	11,48	11,06	11,47	1,37	17,74
2024-02-21	11,62	11,32	11,32	-1,31	11,68
2024-02-22	11,57	11,32	11,45	1,15	11,06
2024-02-23	11,79	11,41	11,66	1,79	19,46



Kalendarz inwestora

Data

28 marca – 11 kwietnia 2024 r.

11 kwietnia 2024 r.

8 – 22 maja 2024 r.

22 maja 2024 r.

7 – 21 sierpnia 2024 r.

21 sierpnia 2024 r.

6 – 20 listopada 2024 r.

20 listopada 2024 r.

Wydarzenie

Okres zamknięty przed publikacją wyników rocznych za 2023 r.

Raport roczny i skonsolidowany raport roczny za 2023 r.

Okres zamknięty przed publikacją wyników za I kw. 2024 r.

Raport kwartalny za I kw. 2024 r.

Okres zamknięty przed publikacją wyników za I półrocze 2024 r.

Skonsolidowany raport półroczny za I półrocze 2024 r.

Okres zamknięty przed publikacją wyników za III kw. 2024 r.

Raport kwartalny za III kw. 2024 r.