



Wyniki finansowe 1Q'2021

13 maja 2021 r.

Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat S.A.



N E T I A

interia

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 1Q'21
2. Działalność operacyjna
3. Wyniki finansowe
4. Podsumowanie i Q&A



N E T I A



1. Najważniejsze wydarzenia 1Q'21

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

Mirosław Błaszczuk
Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Najważniejsze wydarzenia 1Q'21



Jesteśmy w trakcie przygotowywania się do finalizacji innowacyjnej transakcji dotyczącej infrastruktury aktywnej i pasywnej z Cellnex Telecom



Zgodnie z obietnicą szybko budujemy pierwszą prawdziwą sieć 5G – już 12 milionów mieszkańców Polski w zasięgu 5G od Plusa!



Przedłużyliśmy prawa do Ligi Mistrzów UEFA na kolejne trzy sezony



Podpisaliśmy warunkową umowę dotyczącą nabycia pakietu 10% akcji eobuwie.pl – spółki dynamicznie rozwijającej się na perspektywnym rynku e-commerce

2. Działalność operacyjna



2.1 Segment mediowy: telewizja i online

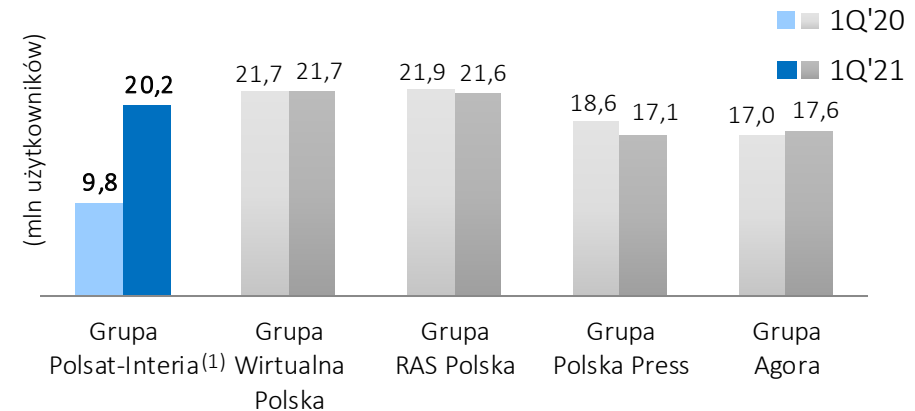
Stanisław Janowski
Prezes Zarządu, Telewizja Polsat

Liczba użytkowników naszych portali Internetowych przekroczyła 20 milionów

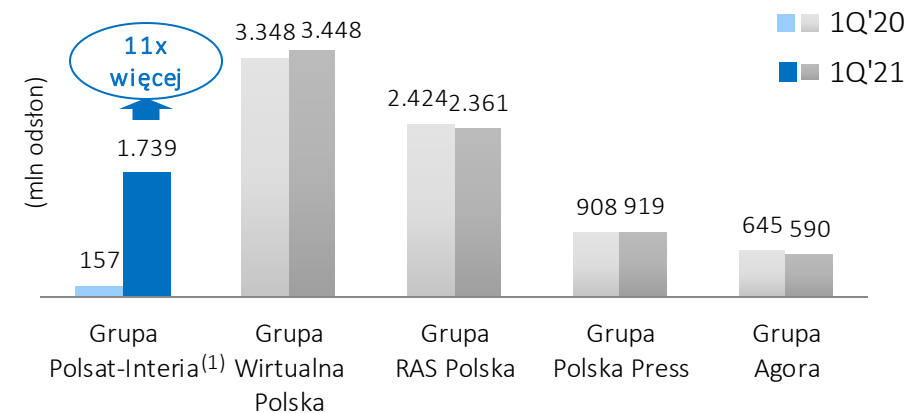


- Jesteśmy wiodącym wydawcą internetowym w Polsce dzięki dokonanej akwizycji Interia.pl
- Nasza wiodąca pozycja w mediach internetowych: 20,2 mln użytkowników oraz 1,7 mld odsłon pozwala nam skutecznie realizować zapowiadane synergie

Średniomiesięczna liczba użytkowników



Średniomiesięczna liczba odsłon

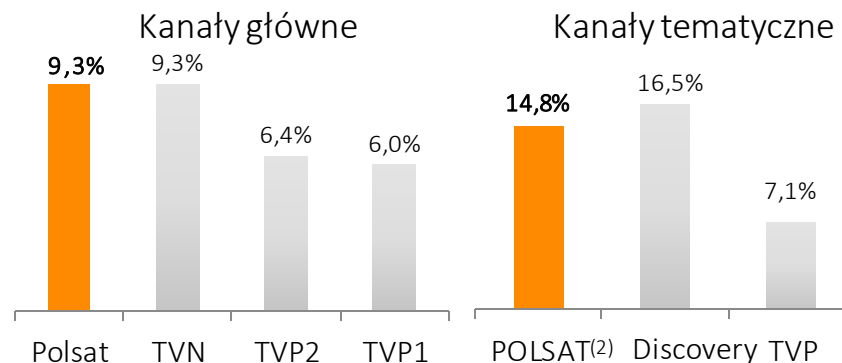


Oglądalność naszych kanałów w 1Q'21

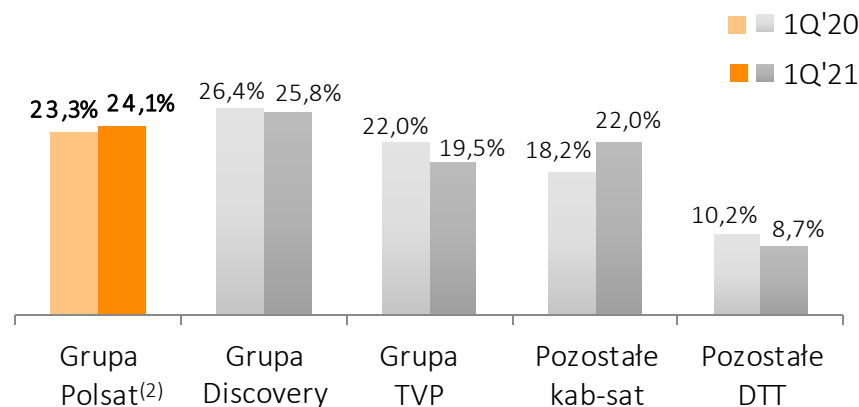


- Grupa Polsat i kanał główny w czołówce oglądalności w grupie komercyjnej

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*)

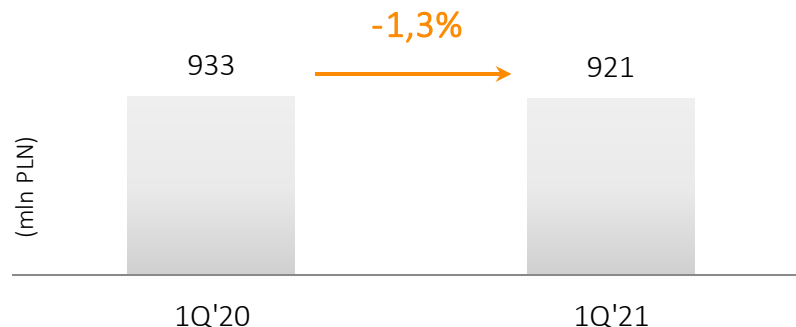
(2) z wyłączeniem kanałów partnerskich: Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat Nature, Polsat Viasat History, JimJam, CI Polsat, Polsat Comedy Central Extra



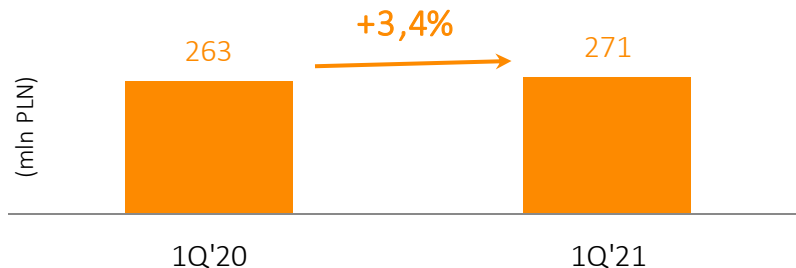
Pozycja na rynku reklamy w 1Q'21

- Dynamika przychodów z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat powyżej dynamiki rynku
- W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrósł do poziomu 29,5%

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



2.2 Segment usług B2C i B2B

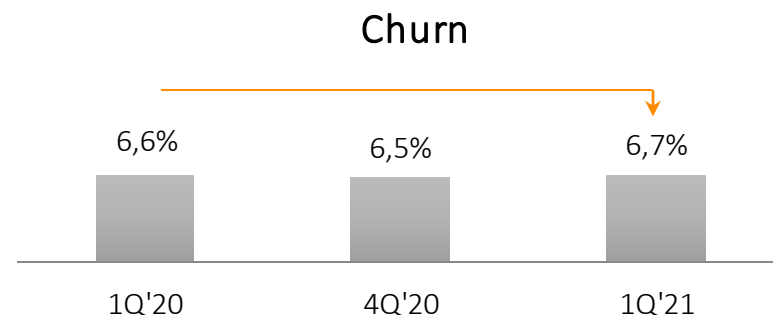
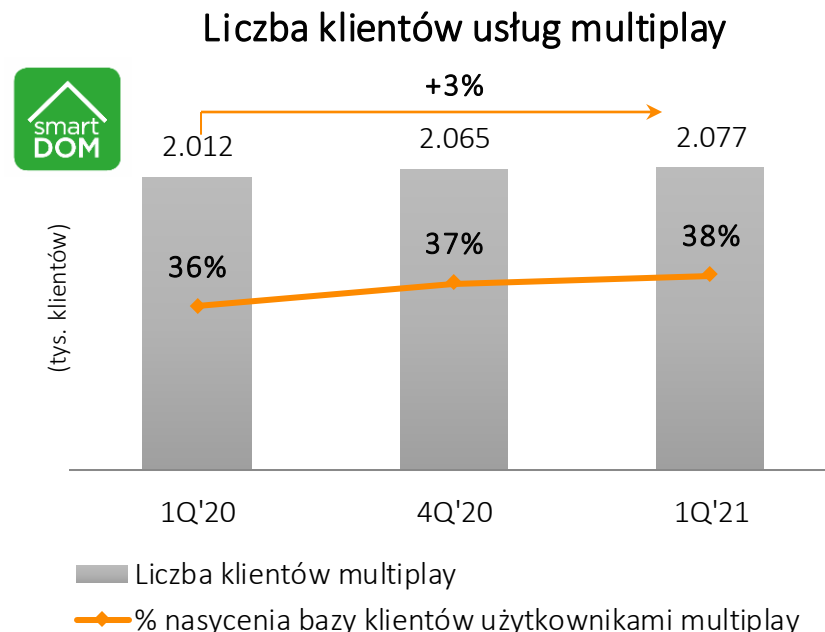
Maciej Stec

Wiceprezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Ponad 2 miliony klientów oferty multiplay



- Konsekwentna realizacja strategii multiplay skutkuje stabilnym wzrostem liczby klientów tych usług o 65 tys. r/r
- Liczba RGU posiadanych przez tych klientów rośnie do 6,41 mln
- Niezmiennie niski poziom churn – głównie dzięki naszej strategii multiplay



N

E

T

I

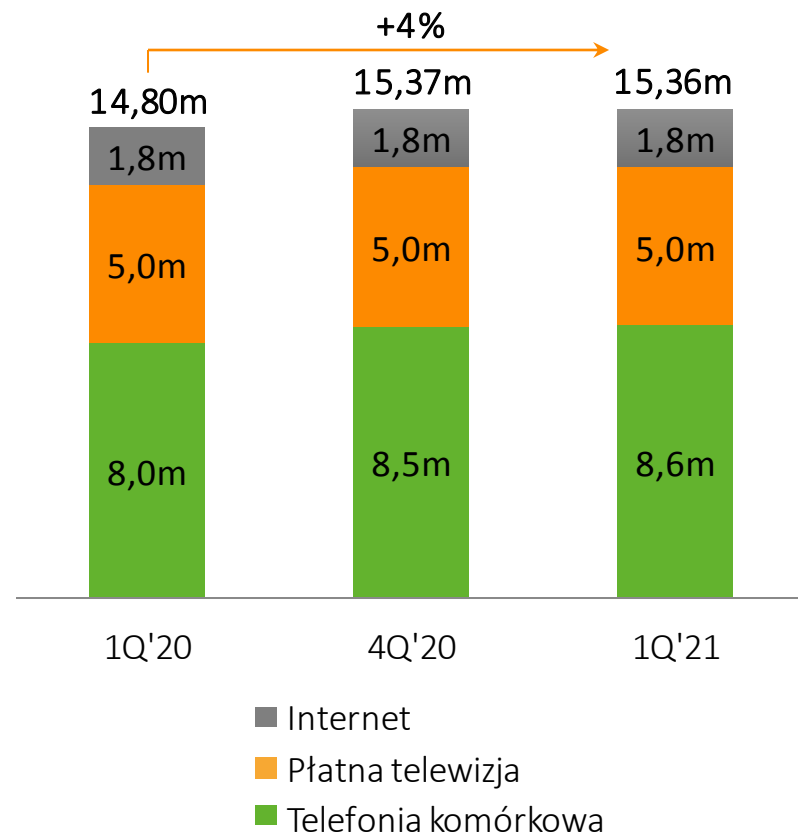
A



Nasi klienci korzystają z coraz większej liczby usług kontraktowych



- Przyrost liczby usług kontraktowych o 561 tys. r/r
- Dynamiczny wzrost RGU telefonii komórkowej to efekt skutecznej realizacji strategii dosprzedaży usług do pojedynczego klienta oraz skutecznego dbania o satysfakcję klientów



N

E

T

I

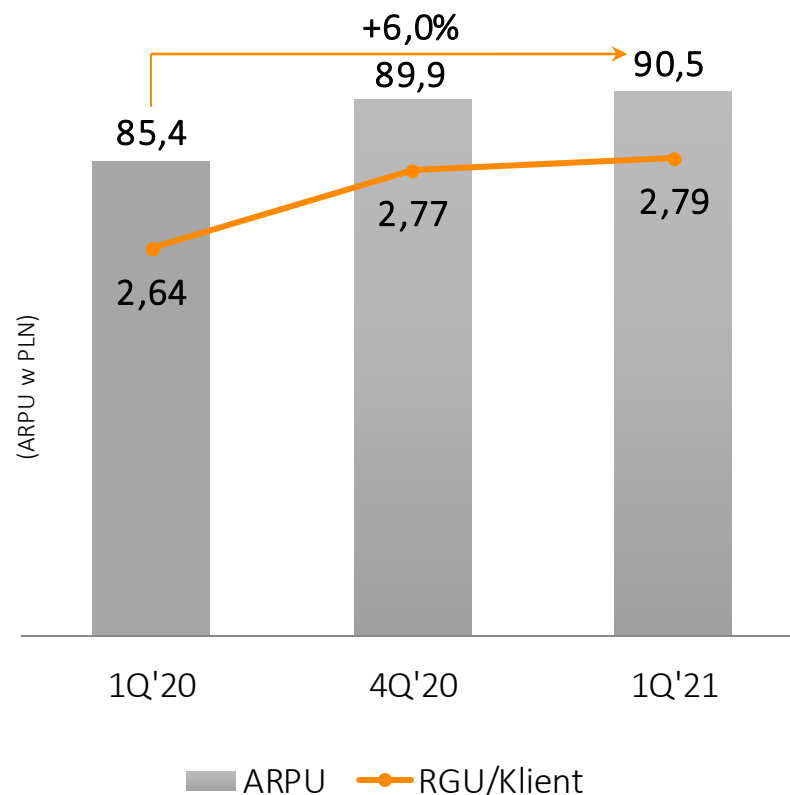
A



Wzrost ARPU dzięki konsekwentnej realizacji strategii multiplay



- Wzrost ARPU o 6,0% r/r wynikający z konsekwentnej budowy wartości istniejącej bazy klienckiej oraz wysokiego popytu na rozrywkę (PPV) w okresie epidemii COVID-19
- Skuteczna dosprzedaż produktów w ramach strategii multiplay niezmiennie odzwierciedla się we wzroście wskaźnika saturacji RGU na klienta



N

E

T

I

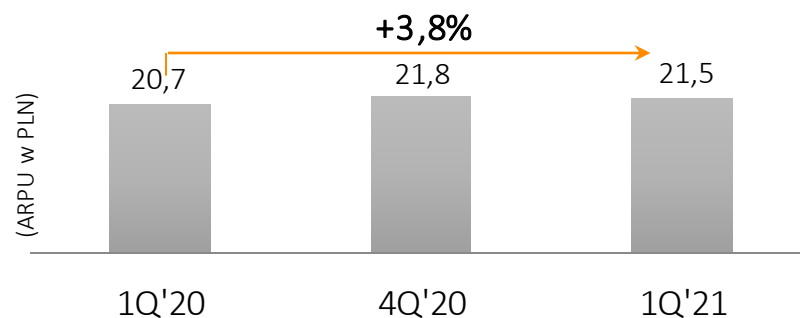
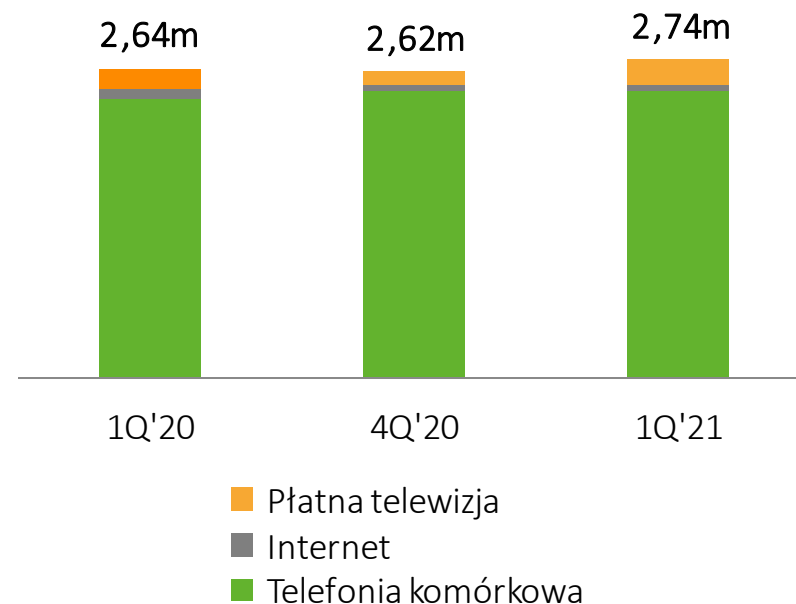
A



Dynamiczny wzrost ARPU oraz wzrost bazy usług przedpłaconych



- Bardzo dobra sprzedaż usług komórkowych oraz płatnej telewizji przekłada się korzystnie na skalę bazy usług przedpłaconych
- Wzrost poziomu ARPU w wyniku wzrostu przychodów z usług kontentowych, jak i telekomunikacyjnych



3. Wyniki finansowe

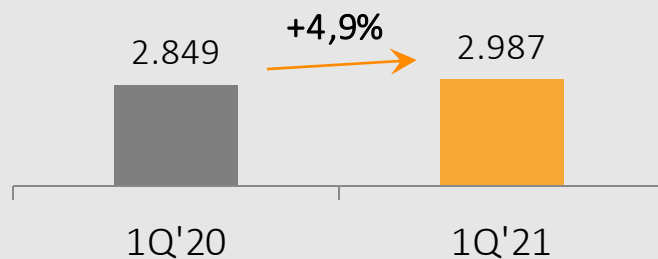


Katarzyna Ostap-Tomann
Członek Zarządu, Cyfrowy Polsat

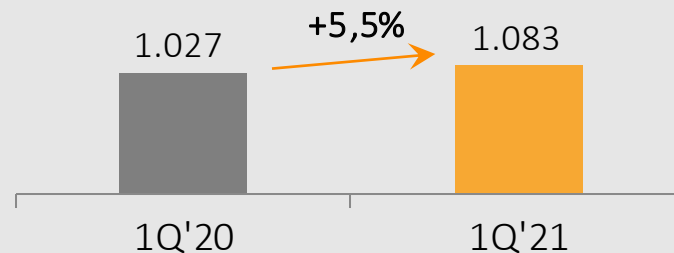
Wyniki Grupy w 1Q'21



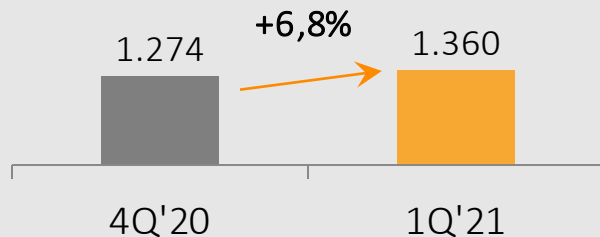
przychody



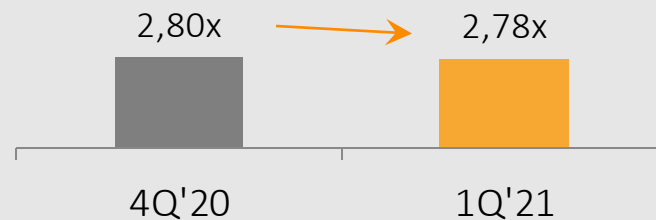
EBITDA



LTM FCF



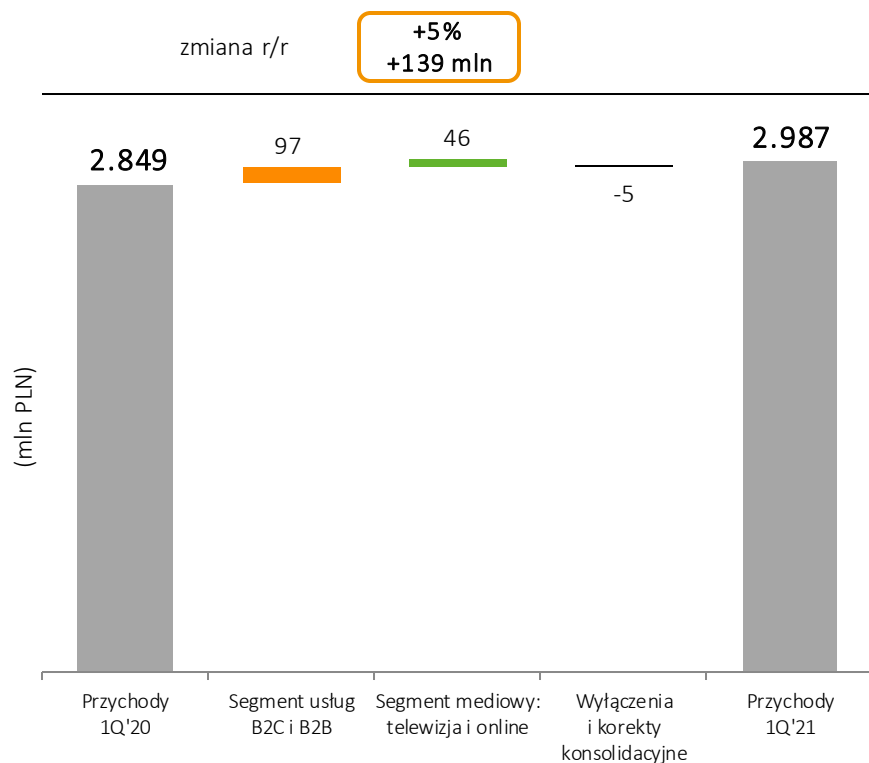
dług netto/EBITDA LTM



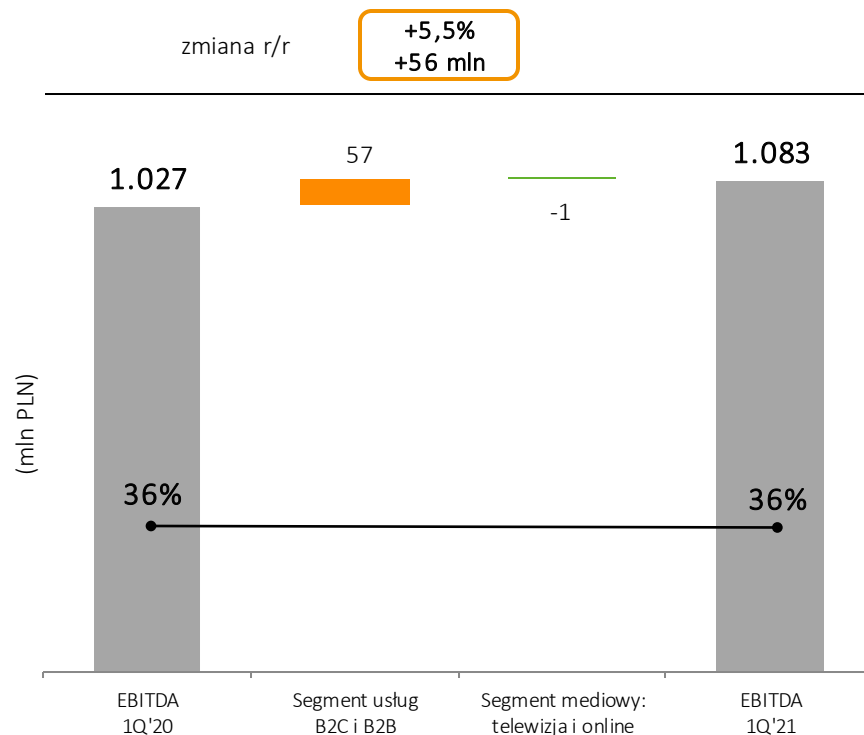
Przychody i EBITDA – czynniki zmian



Przychody ze sprzedaży



EBITDA



● —● Marża EBITDA

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2021 r. oraz analizy własne



N

E

T

I

A

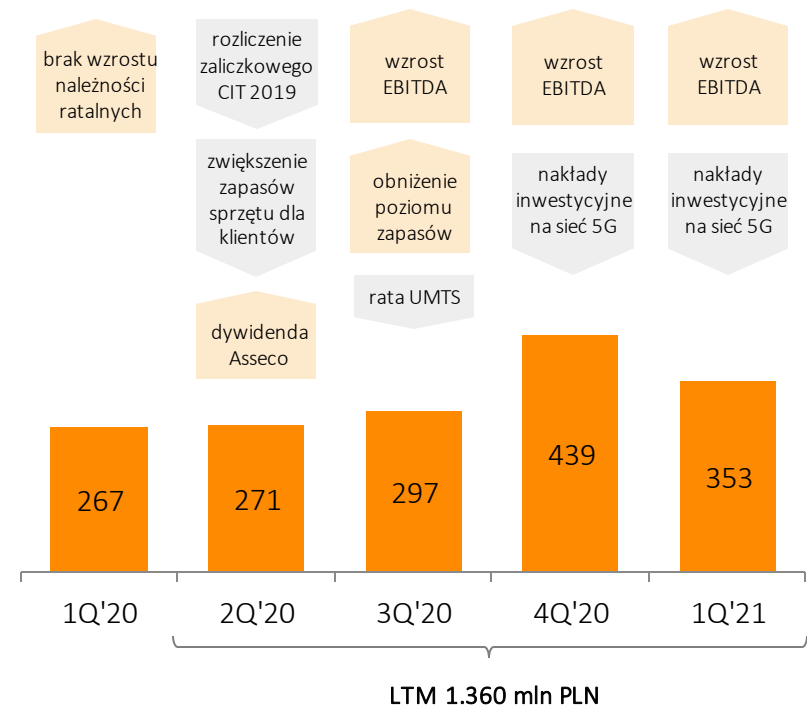


Rosnący strumień CF operacyjnego finansuje szybką budowę sieci 5G



mIn PLN	1Q'21
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	889
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-374
Splata odsetek od kredytów, pożyczek, obligacji, zapłacone prowizje	-55
Splata zobowiązań i odsetek z tytułu leasingu	-130
FCF po odsetkach	330
Koncesja 420 MHz	22
Projekty akwizycyjne	1
Skorygowany FCF po odsetkach	353

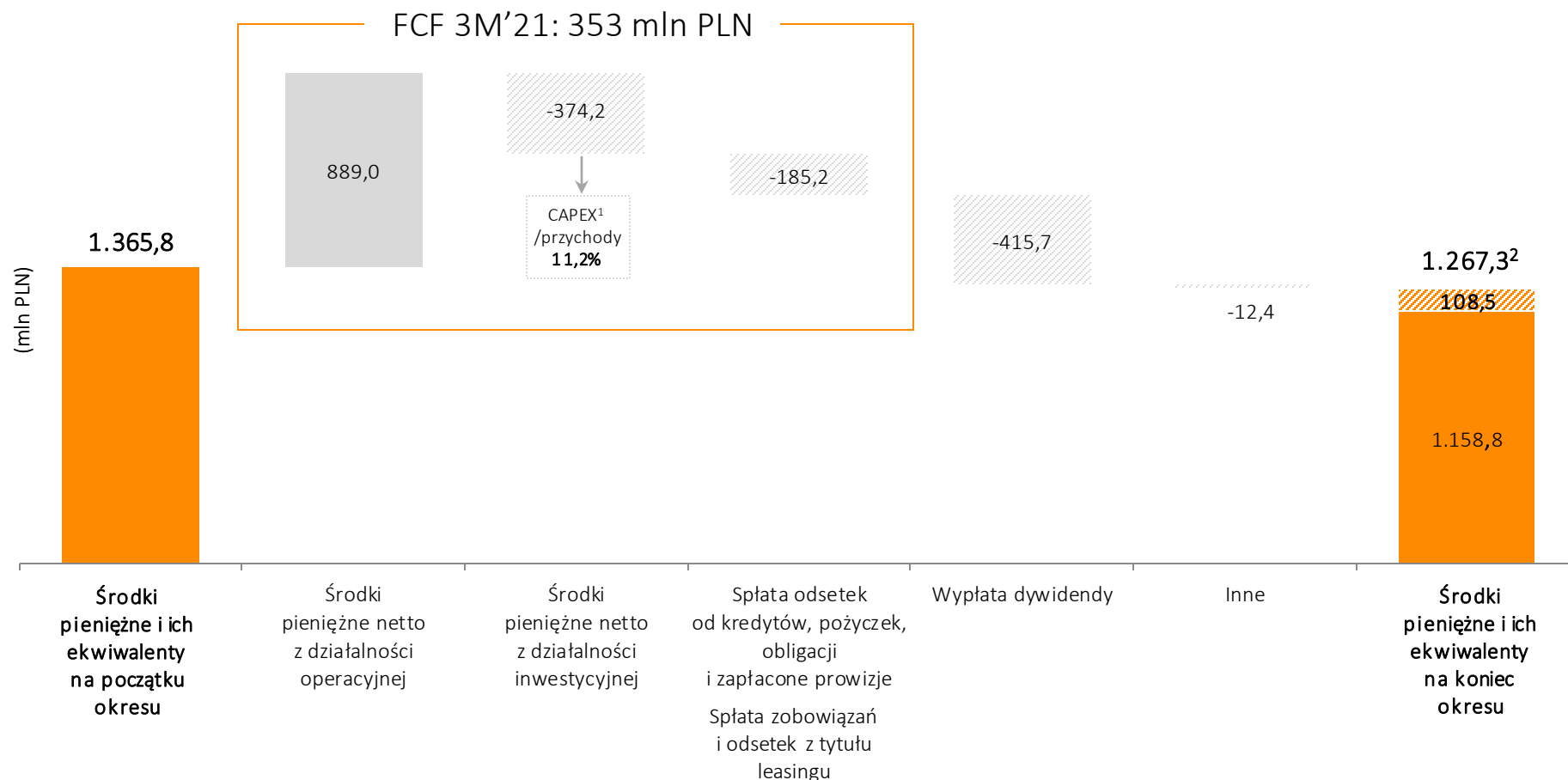
Skorygowany FCF po odsetkach



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2021 r. oraz analizy własne



Wysoki FCF i wypłata drugiej transzy dywidendy skutkują stabilnym poziomem środków gotówkowych



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2021 r. oraz analizy własne

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

(2) Uwzględnia środki ujęte jako aktywa przeznaczone do sprzedaży



N

E

T

I

A

interia

Zadłużenie Grupy

mln PLN	Wartość bilansowa na dzień 31.03.2021
Kredyt Terminowy (transza A i B)	9.309
Kredyt Rewolwingowy	335
Obligacje (seria B i C)	1.998
Leasing i inne ¹	1.545
Zadłużenie brutto	13.187
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty ²	(1.267)
Zadłużenie netto	11.920
EBITDA LTM ³	4.294
Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM	2,78x
Średni ważony koszt odsetek od kredytu i obligacji ⁴	1,8%

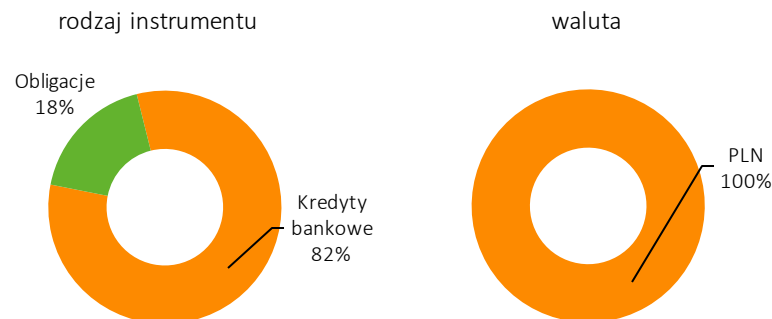
¹ Pozycja zawiera zobowiązania z tytułu leasingu wydzielone w ramach zobowiązań przeznaczonych do sprzedaży.

² Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, w tym środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania oraz lokat krótkoterminowych. Uwzględnia również środki pieniężne prezentowane w bilansie jako aktywa przeznaczone do sprzedaży.

³ Zgodnie z wymogami Umowy Kredytowej, kalkulacja EBITDA LTM obejmuje skorygowaną wartość EBITDA, tj. bez uwzględnienia kosztów związanych z epidemią Covid-19, w tym darowizn.

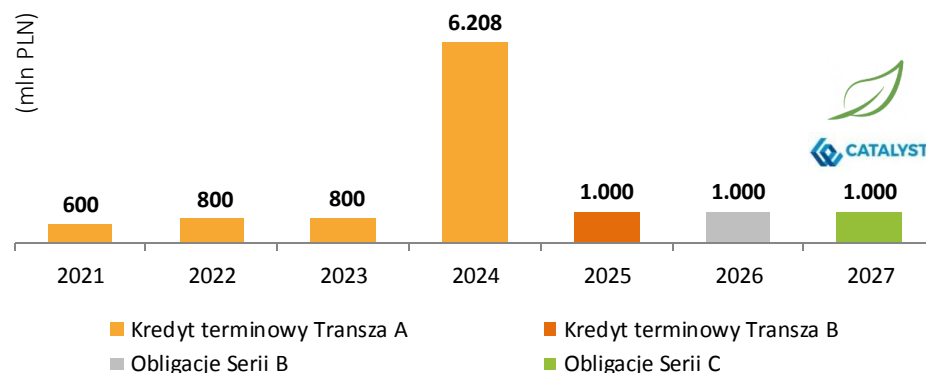
⁴ Prospektywny średni ważony koszt odsetkowy Kredytu Terminowego (wraz z Kredytem Rewolwingowym) oraz Obligacji Serii B i Obligacji Serii C, wg stanu na dzień 31 marca 2021 r. przy WIBOR 1M na poziomie 0,18% i WIBOR 6M 0,25%, nie uwzględniając instrumentów zabezpieczających.

Struktura zadłużenia⁴



Zapadalność długu⁴

na dzień 31.03.2021



4. Podsumowanie i Q&A

Mirosław Błaszczuk
Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Podsumowanie



Bardzo dobre wyniki strategii nakierowanej na lojalizację i budowę wartości klienta: prawie 2,1 mln klientów multiplay / 561 tys. nowych usług / wzrost ARPU o ponad 5 zł do poziomu 90,5 zł / stabilny niski churn 6,7%



Oferujemy najszybsze, największe, najlepsze 5G w Polsce.
W zasięgu już ponad 12 mln mieszkańców Polski i budujemy dalej!



Jesteśmy w trakcie finalizowania innowacyjnej transakcji w oparciu o infrastrukturę aktywną i pasywną z Cellnex Telecom, aby móc jeszcze szybciej budować sieć 5G w Polsce



Kontynuujemy dynamiczny wzrost przychodów i wyniku EBITDA Grupy Polsat, co pozwala realizować zaplanowane inwestycje technologiczne i contentowe

5. Dodatkowe informacje

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

5.1 Wyniki finansowe 1Q'21

Wyniki segmentu usług B2C i B2B



mln PLN	1Q'21	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.551	4%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	1.618	2%
EBITDA	937	6%
Marża EBITDA	36,7%	0,8pkt%

- Zdrowa kondycja ARPU kontrakt i prepaid przekładająca się na coraz szybszy wzrost przychodów detalicznych
- Tym samym zrealizowaliśmy kolejny kwartał wyraźnego wzrostu wyniku EBITDA segmentu usług B2C i B2B

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2021r. oraz analizy własne

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



N

E

T

I

A



Wyniki finansowe segmentu mediowego



mln PLN	1Q'21	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	507	10%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	362	16%
EBITDA	146	-1%
Marża EBITDA	28,8%	-3,1pkt%

- Stabilny początek roku na rynku reklamy telewizyjnej w połączeniu z konsolidacją wyników Interia.pl przekłada się na wzrost przychodów segmentu mediowego
- Umożliwiło to uzyskanie stabilnego wyniku EBITDA pomimo zainwestowania wyższych środków w wiosenną ramówkę i większą liczbę wydarzeń sportowych na antenach Telewizji Polsat

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2021r. oraz analizy własne

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



N

E

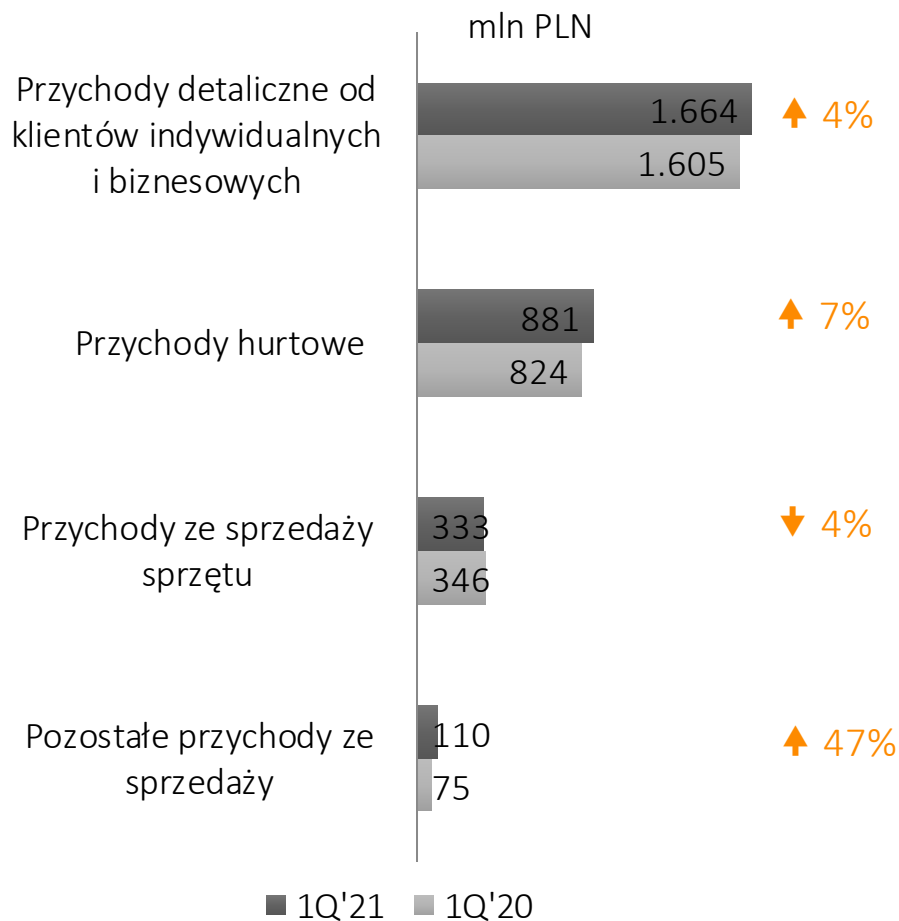
T

I

A



Struktura przychodów ze sprzedaży

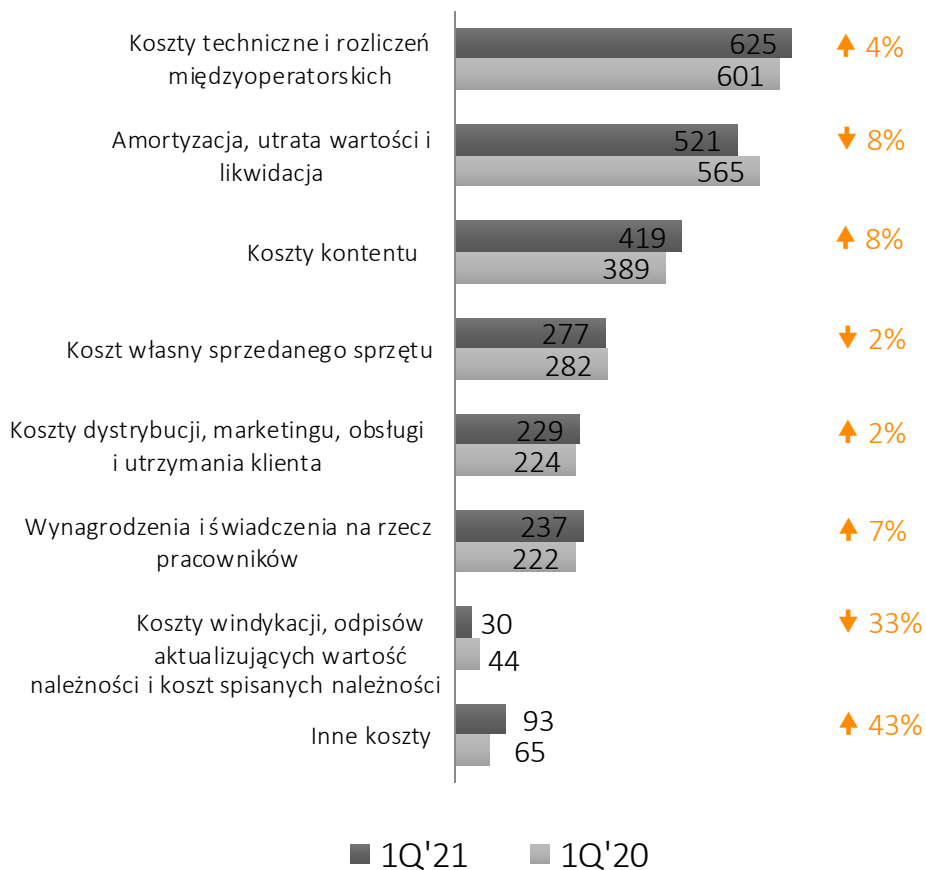


- Wzrost **przychodów detalicznych od klientów indywidualnych i biznesowych** przede wszystkim na skutek skutecznej realizacji naszej strategii budowania wartości klienta jak również dzięki wysokiej sprzedaży naszych usług płatnej telewizji, co znajduje odzwierciedlenie w wysokiej dynamice wzrostu ARPU klientów kontraktowych i usług przedpłaconych.
- Wyższe **przychody hurtowe** w wyniku wzrostu przychodów z tytułu reklamy związanego głównie z konsolidowaniem wyników Grupy Interia od lipca 2020 r. oraz wyższymi przychodami z reklamy telewizyjnej i sponsoringu dodatkowo wsparte przez wzrost przychodów z rozliczeń międzyoperatorskich, będący wynikiem wzrostu wolumenu połączeń głosowych wykonywanych w okresie epidemii COVID-19.
- Wzrost **pozostałych przychodów ze sprzedaży** spowodowany przede wszystkim konsolidacją przychodów spółki Esoleo, zajmującej się sprzedażą instalacji fotowoltaicznych dla klientów indywidualnych oraz na rynku B2B.

Struktura kosztów operacyjnych



mln PLN



- Wyższe **koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich** głównie na skutek wprowadzenia od stycznia 2021 r. nowej opłaty mocy, przekładającej się na wzrost kosztów energii elektrycznej, jak również wyższych kosztów rozliczeń międzyoperatorskich oraz konsolidacji w 1Q'21 kosztów Grupy Interia oraz spółki TV Spektrum.
- Spadek kosztów **amortyzacji, utraty wartości i likwidacji** przede wszystkim w wyniku zaprzestania naliczania od marca b.r. amortyzacji aktywów przeznaczonych do sprzedaży w związku z planowanym zbyciem spółki zależnej Polkomtel Infrastruktura.
- Wzrost **kosztów kontentu** przede wszystkim w wyniku rozpoznania wyższych kosztów amortyzacji praw sportowych i kosztów produkcji własnej w związku z emisją większej liczby wydarzeń sportowych niż w analogicznym kwartale ubiegłego roku.
- Wzrost **innych kosztów** głównie w związku z ujęciem kosztów związanych z działalnością na rynku fotowoltaicznym.

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2021 r. oraz analizy własne



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

