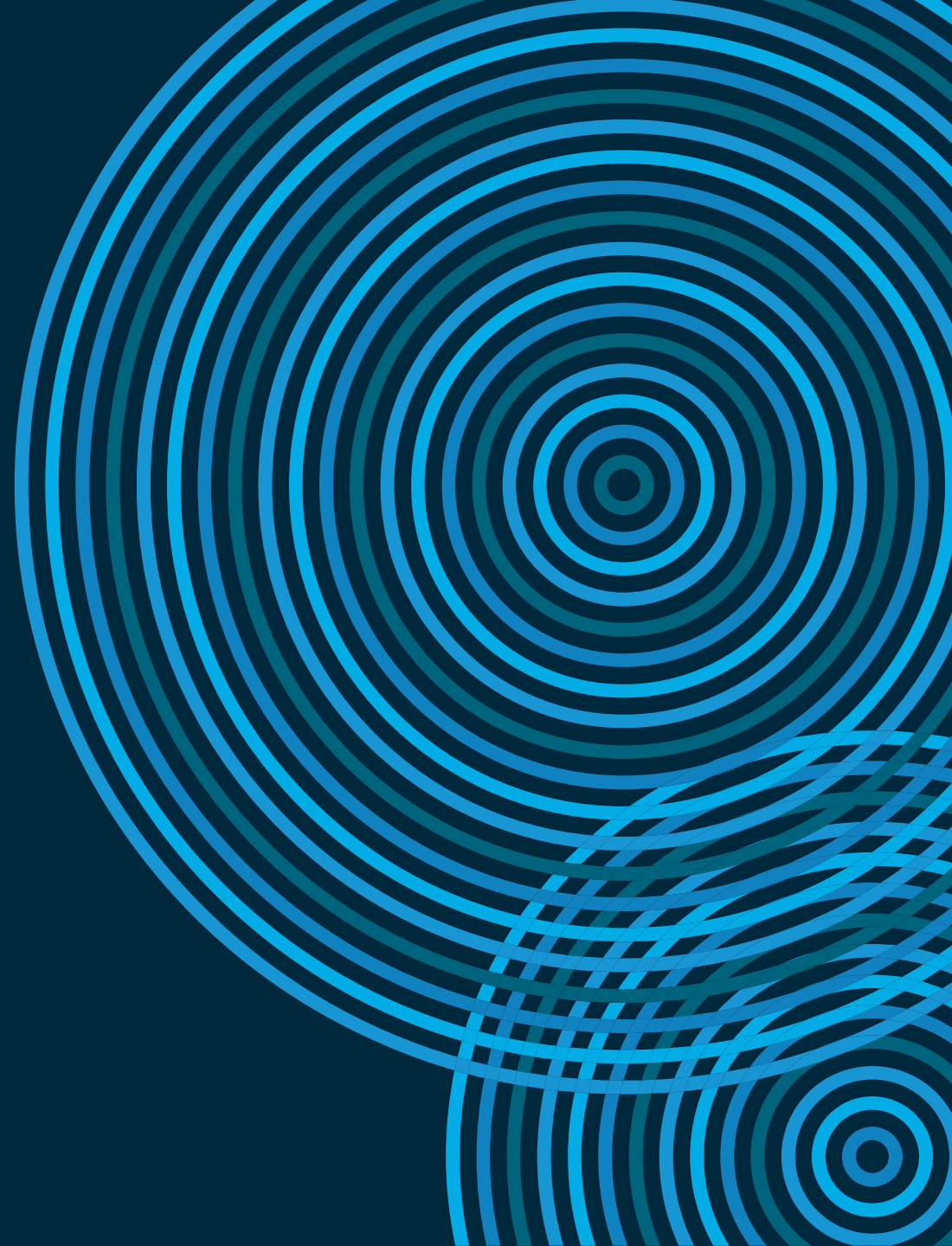


Wyniki finansowe 1Q'22

12 maja 2022 r.



Oświadczenie

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.

Prelegenci



MIROSŁAW BŁASZCZYK
PREZES ZARZĄDU



MACIEJ STEC
WICEPREZES ZARZĄDU DS. STRATEGII



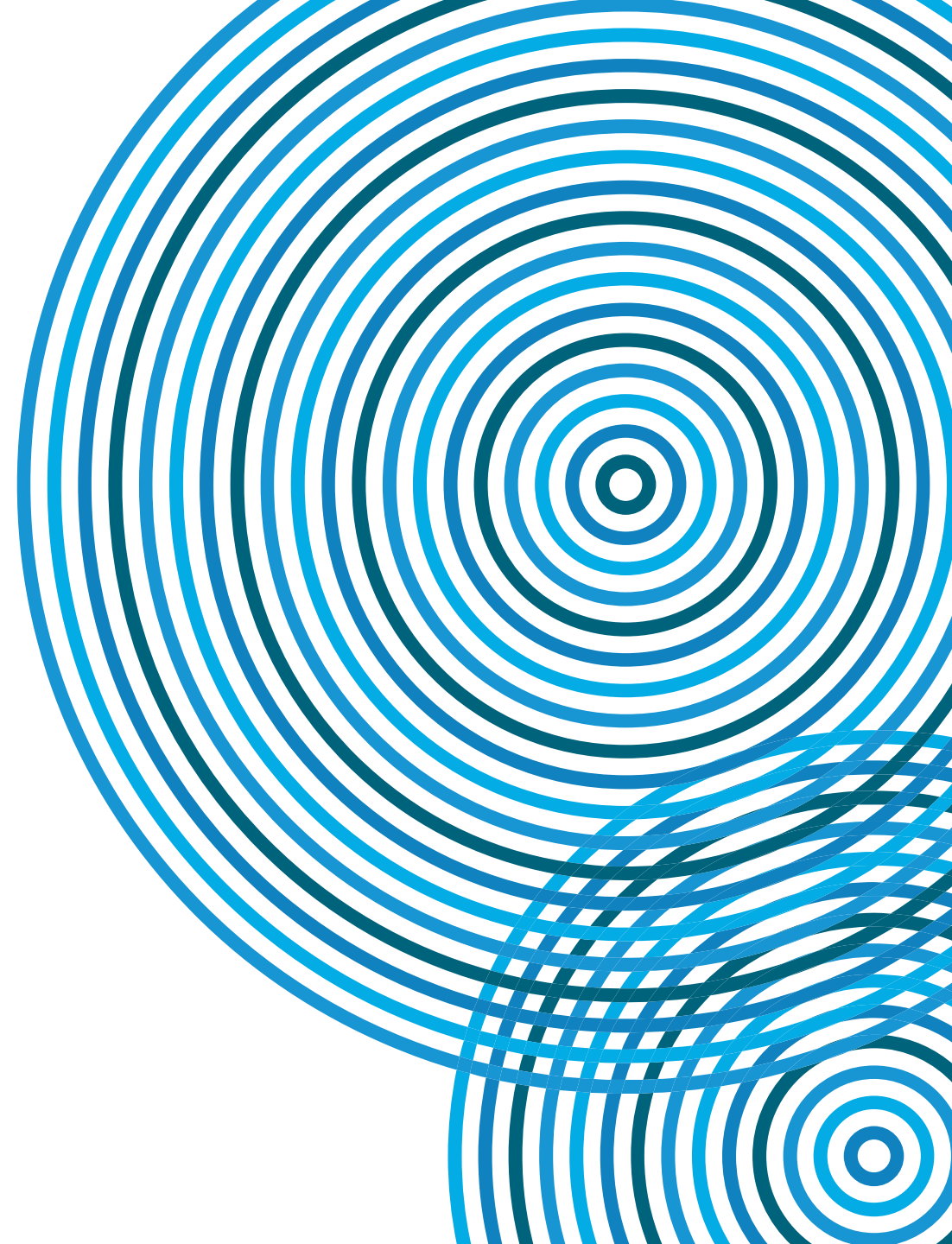
KATARZYNA OSTAP-TOMANN
CZŁONEK ZARZĄDU, CFO



STANISŁAW JANOWSKI
PREZES ZARZĄDU, TELEWIZJA POLSAT

Agenda

- 1. Najważniejsze wydarzenia 1Q'22**
- 2. Działalność operacyjna**
- 3. Wyniki finansowe**
- 4. Podsumowanie i Q&A**



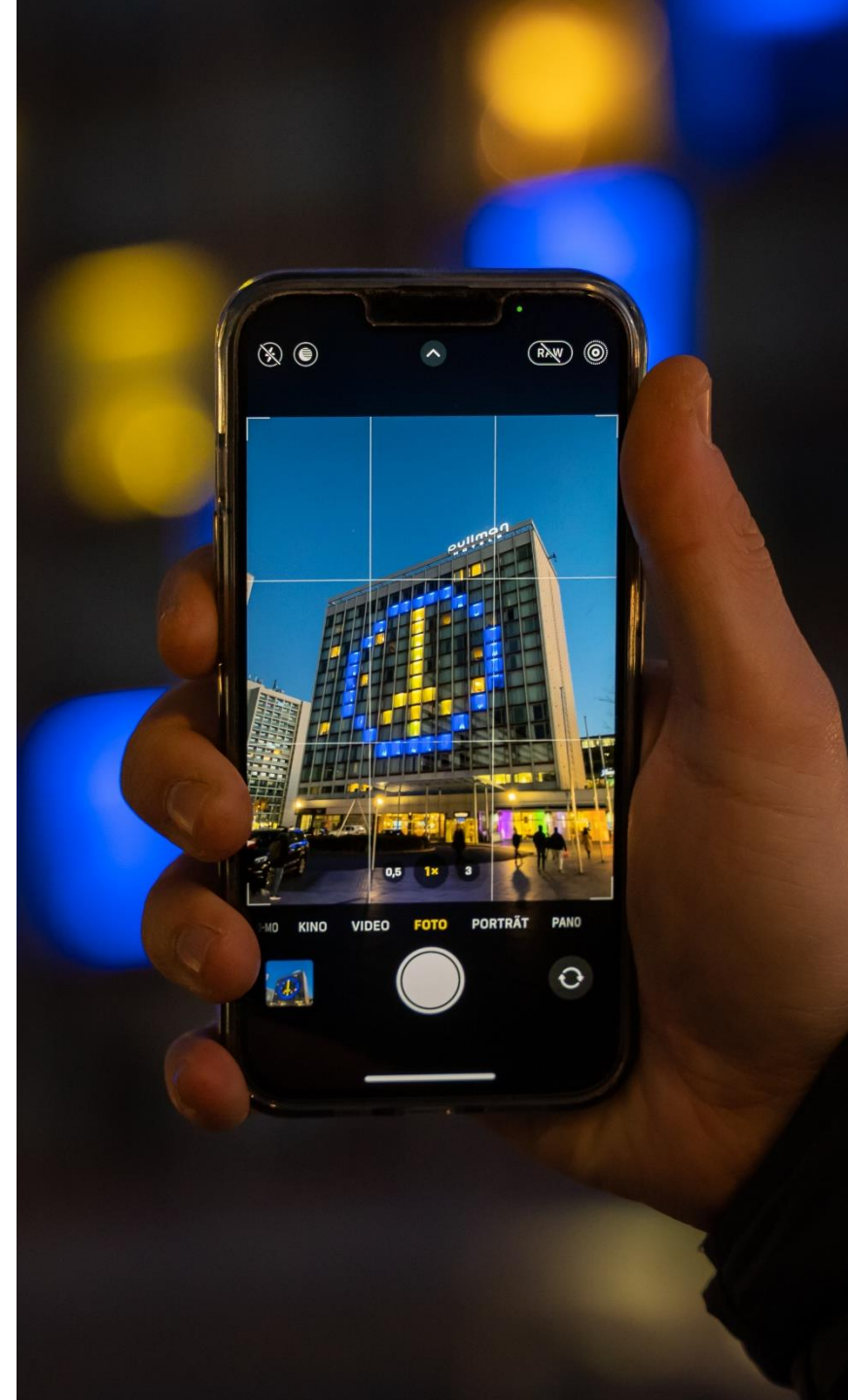
Najważniejsze wydarzenia 1Q'22

Mirosław Błaszczyk
Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat



Najważniejsze wydarzenia 1Q'22

- 1Q'22 to kwartał znaczącej zmiany sytuacji geopolitycznej i makroekonomicznej (galopująca inflacja, rosnące stopy procentowe, zerwane łańcuchy dostaw)
- Skutecznie realizujemy strategię multiplay i budujemy wartość naszych klientów, konsekwentnie utrzymując niski churn
- Nasze wyniki operacyjne przekładają się na stabilny, powtarzalny wzrost przychodów
- Prowadzimy wspólnie z ZE PAK szereg intensywnych działań nakierowanych na szybkie uruchomienie produkcji czystej energii i zielonego wodoru w ramach naszej *Strategii 2023+*
- Nabyliśmy udziały w wyjątkowym projekcie deweloperskim zlokalizowanym w ścisłym centrum Warszawy – Port Praski
- Uruchomiliśmy szereg działań w ramach wsparcia i solidarności z obywatelami Ukrainy



Działalność operacyjna



Segment mediowy: telewizja i online

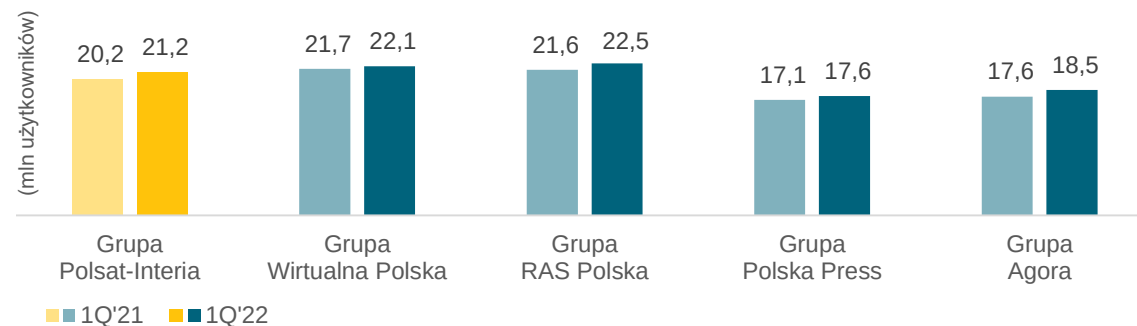


Stanisław Janowski
Prezes Zarządu, Telewizja Polsat

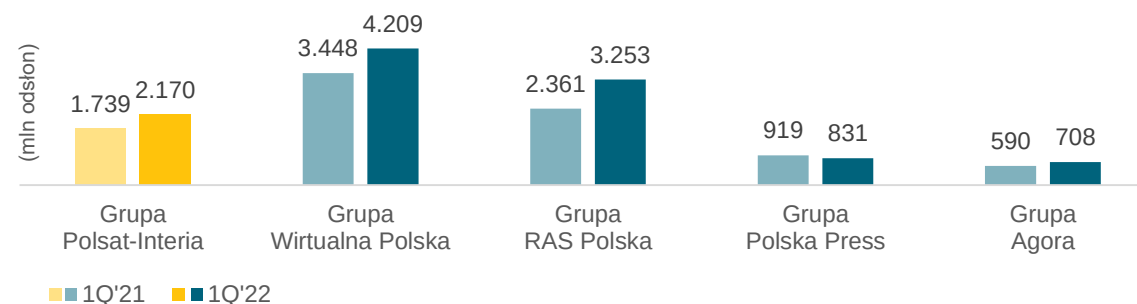
Liczba użytkowników naszych portali internetowych wzrosła do ponad 21 mln

- Jesteśmy wiodącym wydawcą internetowym w Polsce dzięki dokonanej akwizycji Interia.pl
- Nasza wiodąca pozycja w mediach internetowych:
 - 21,2 mln użytkowników oraz
 - 2,2 mld odsłon
- Zgodnie z planem zrealizowaliśmy zapowiadane synergie i kontynuujemy budowę naszej pozycji na rynku portali internetowych

Średniomiesięczna liczba użytkowników



Średniomiesięczna liczba odsłon

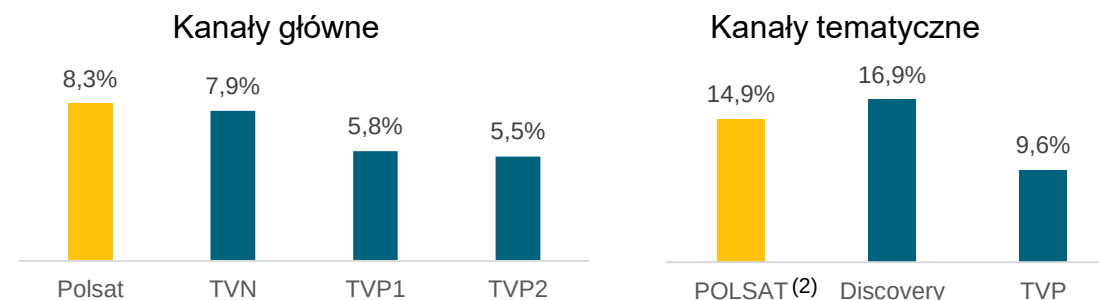


Źródło: Mediapanel, liczba użytkowników - wskaźnik real users, liczba odsłon - wskaźnik views

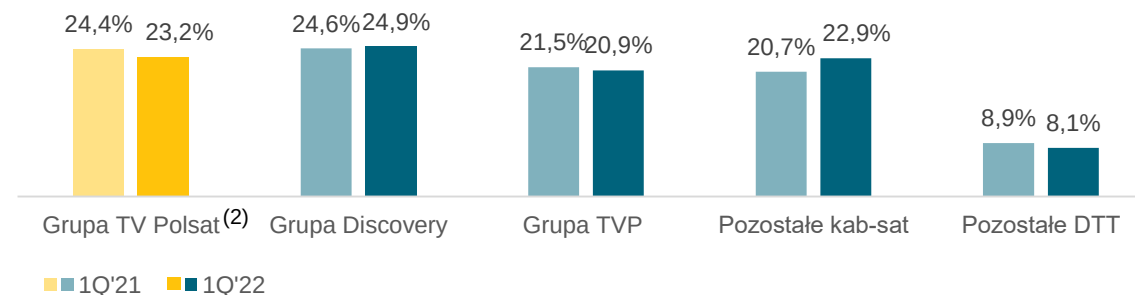
Oglądalność naszych kanałów w 1Q'22

- Kanał główny liderem oglądalności w grupie komercyjnej (16-59 lat)

Udział w oglądalności



Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-59, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2⁽¹⁾, od września 2021 r. z uwzględnieniem oglądalności poza miejscem zamieszkania, (tzw. widownia OOH), analizy własne

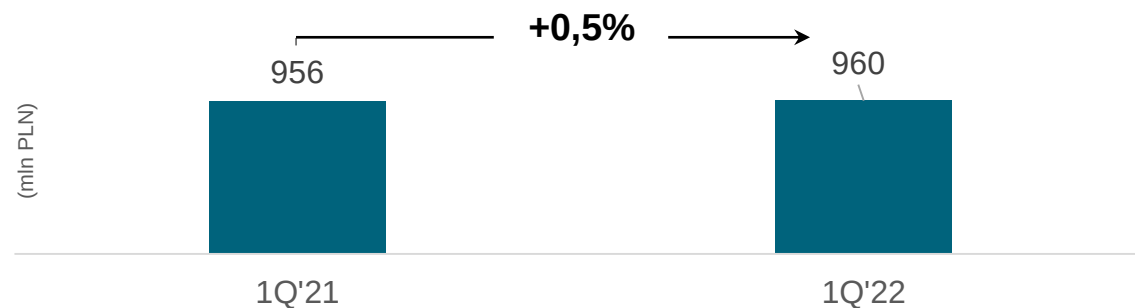
Nota: (1) oglądalność z dnia emisji i z 2 kolejnych dni (tzw. *Time Shifted Viewing*)

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

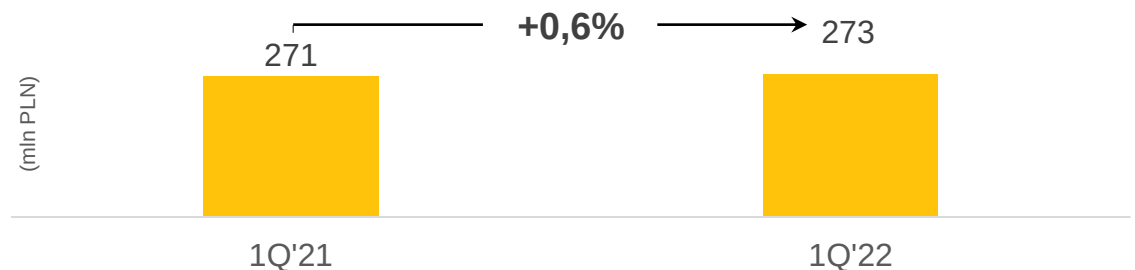
Pozycja na rynku reklamy w 1Q'22

- Dynamika przychodów z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat zgodna z rynkiem
- W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu osiągnął poziom 28,4%

Wydatki na reklamę i sponsoring



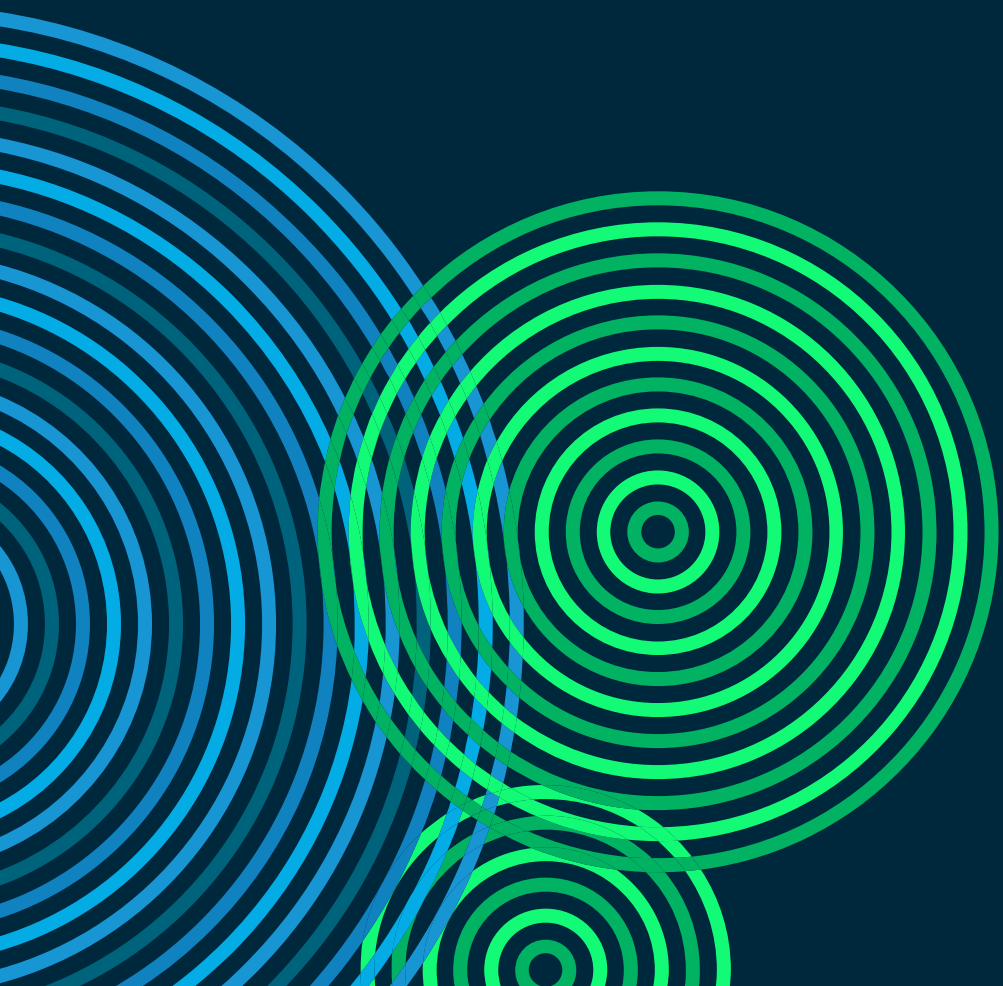
Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



Źródło: Publicis Groupe, dane wstępne, reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy własne

Nota: (1) Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Publicis Groupe

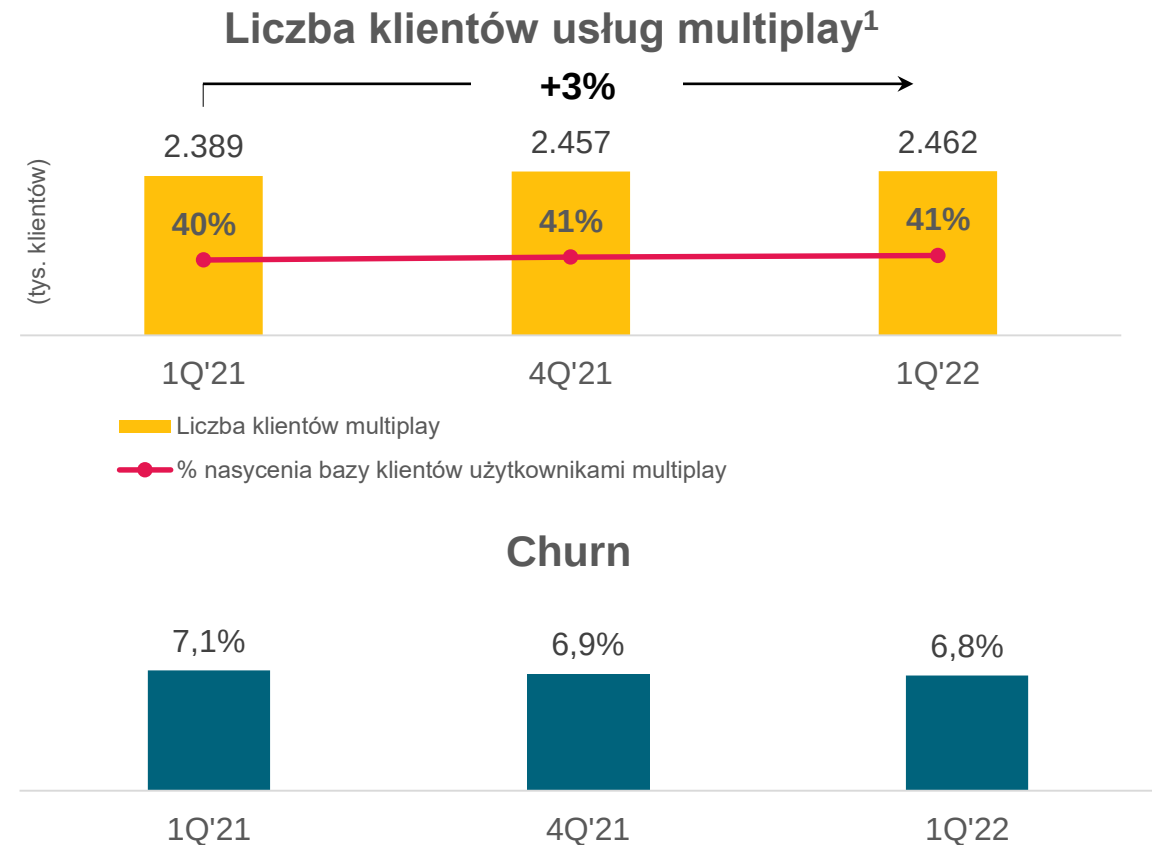
Segment usług B2C i B2B



Maciej Stec
Wiceprezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Prawie 2,5 miliona klientów oferty multiplay

- Konsekwentna realizacja strategii multiplay skutkuje stabilnym wzrostem liczby klientów tych usług o 73 tys. r/r
- Liczba RGU posiadanych przez tych klientów rośnie do 7,36 mln
- Niezmiennie niski poziom churn – głównie dzięki naszej strategii multiplay

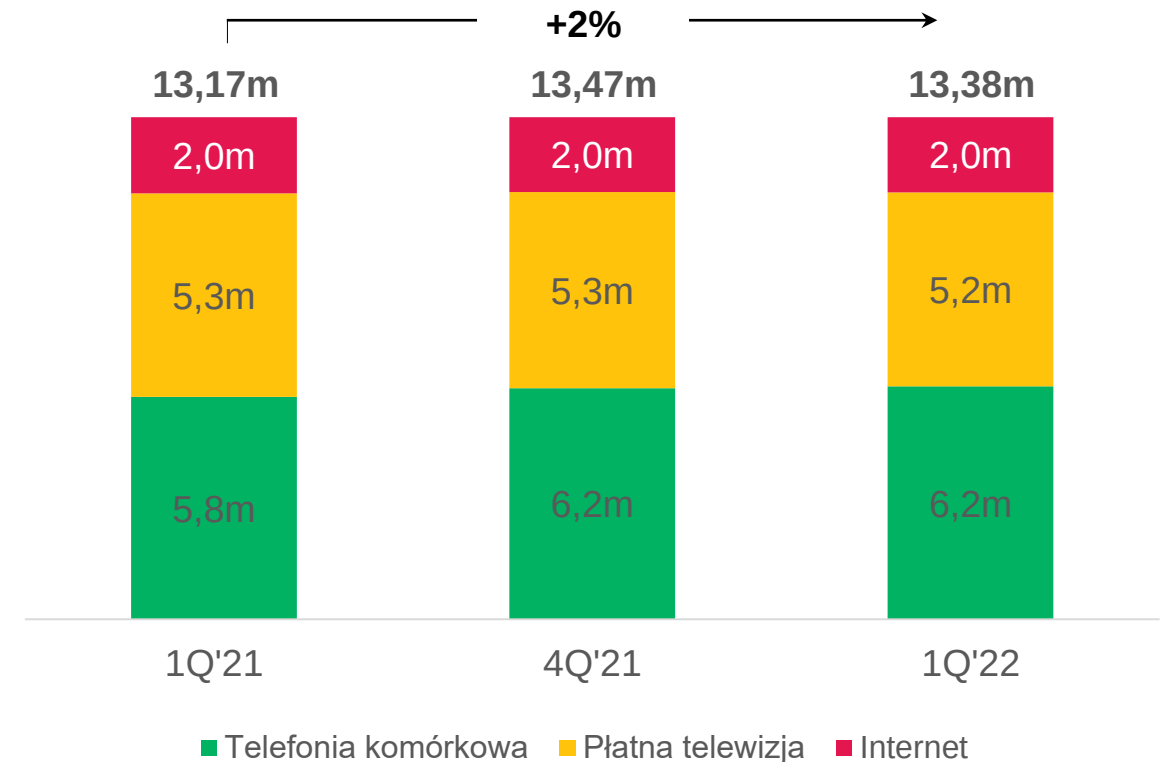


Nota: (1) Obejmuje klientów usług pakietowych spółek z Grupy Netia oraz Premium Mobile

Nasi klienci B2C korzystają z coraz większej liczby usług kontraktowych

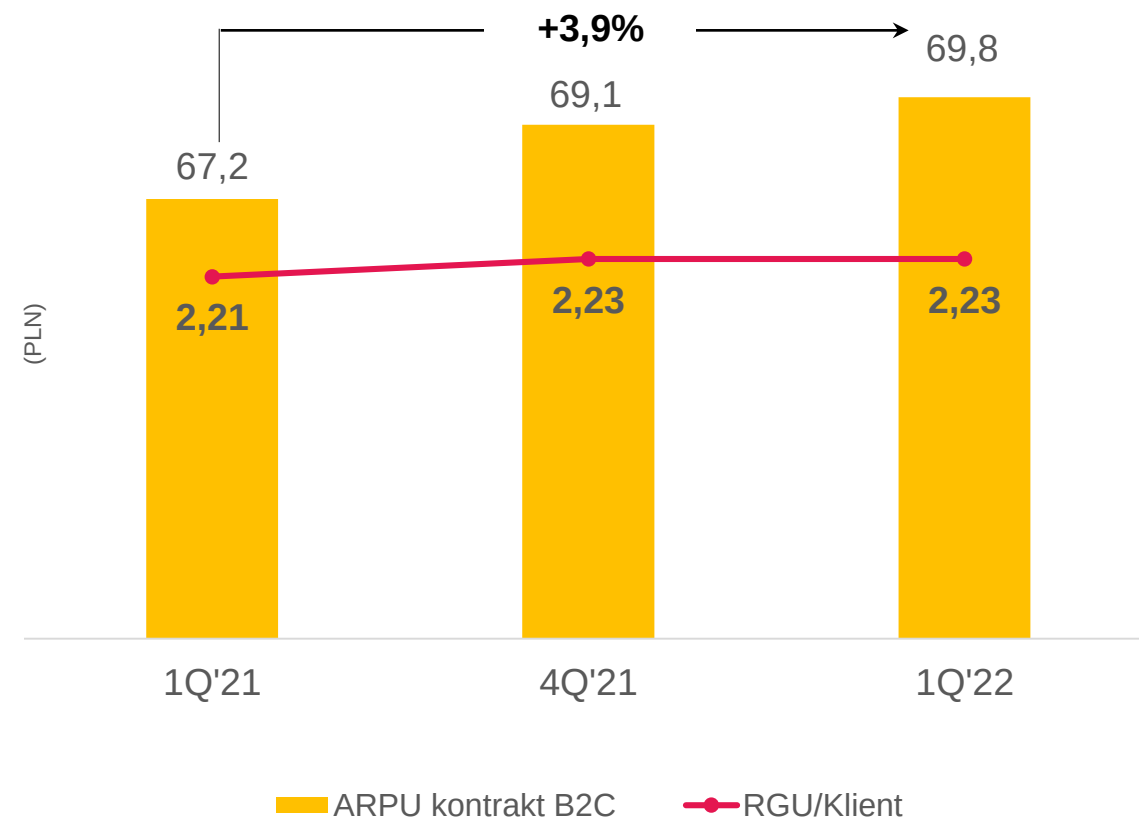
- Przyrost liczby usług kontraktowych o 207 tys. r/r
- Wzrost RGU telefonii komórkowej to efekt skutecznej realizacji strategii dosprzedaży usług do pojedynczego klienta oraz skutecznego dbania o satysfakcję klientów, jak również akwizycji operatora Premium Mobile

Liczba RGU w segmencie kontraktowym B2C



Wzrost ARPU w segmencie B2C dzięki konsekwentnej realizacji strategii multiplay oraz popularyzacji taryf 5G

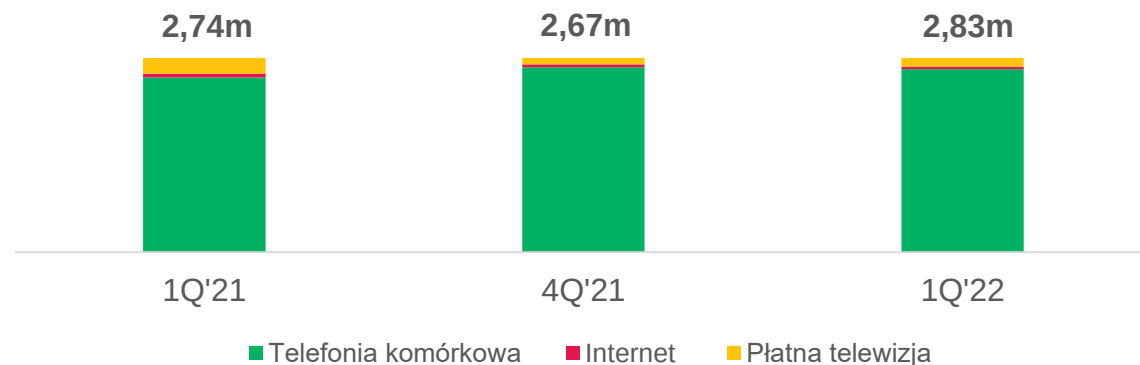
- Wzrost ARPU o 3,9% r/r wynikający z konsekwentnej budowy wartości istniejącej bazy klienckiej
- Skuteczna dosprzedaż produktów w ramach strategii multiplay niezmiennie odzwierciedla się we wzroście wskaźnika saturacji RGU na klienta



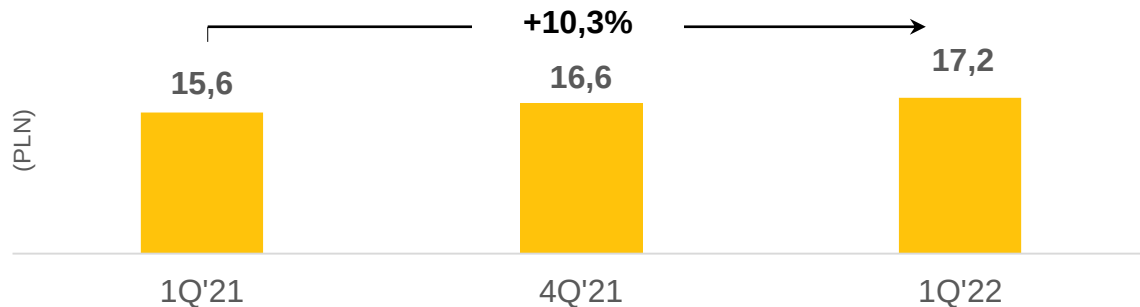
Rosnąca baza i ARPU usług przedpłaconych

- Skokowe przyspieszenie w liczbie przedpłaconych RGU telefonii mobilnej związane z akcją wsparcia, polegającą na dystrybucji darmowych starterów umożliwiających bezpłatną komunikację dla nowoprzybyłych uchodźców z Ukrainy
- Wzrost ARPU dzięki zmianom w ofercie mobilnej oraz w ofercie telewizyjnej (repozycjonowanie serwisu streamingowego Polsat Box Go). Obserwujemy również rosnącą skłonność klientów do wybierania rozwiązań pakietowych zamiast ofert opartych o model *pay-as-you-go*

RGU usług przedpłaconych

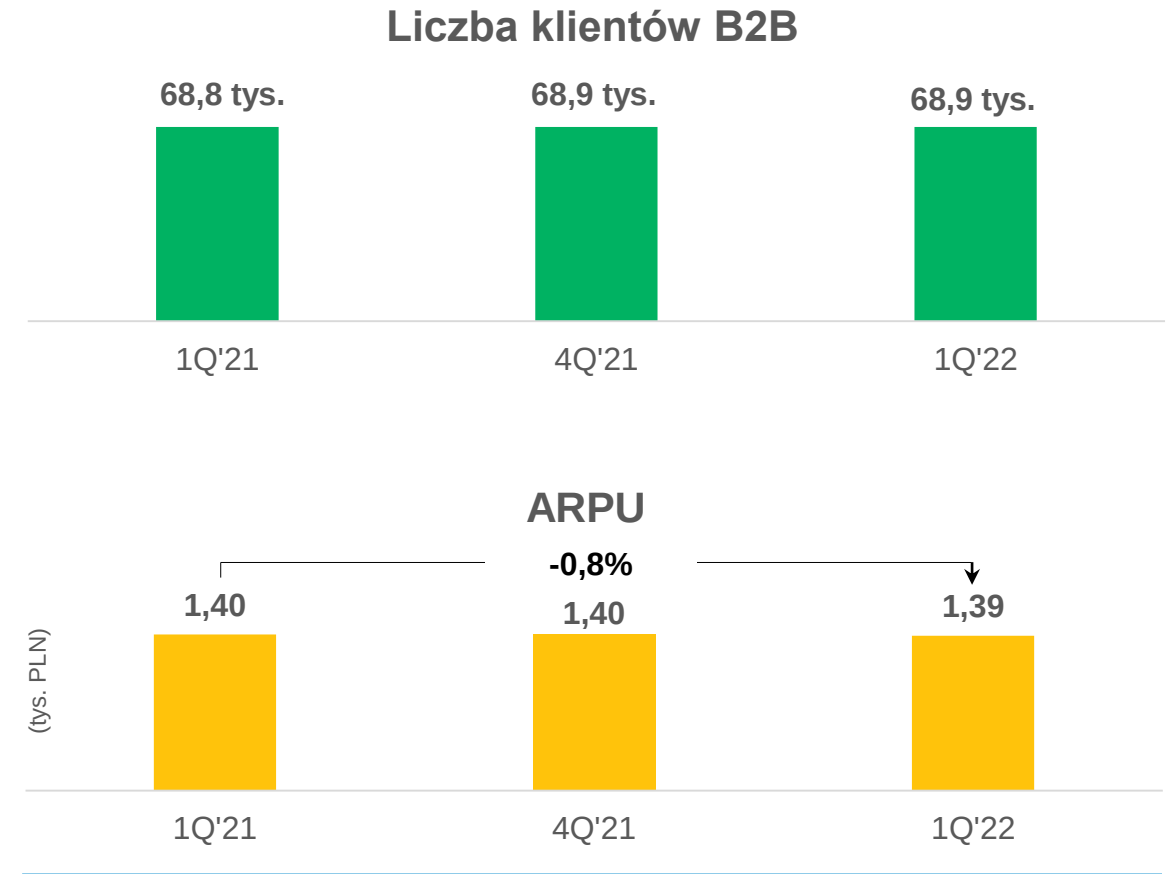


ARPU

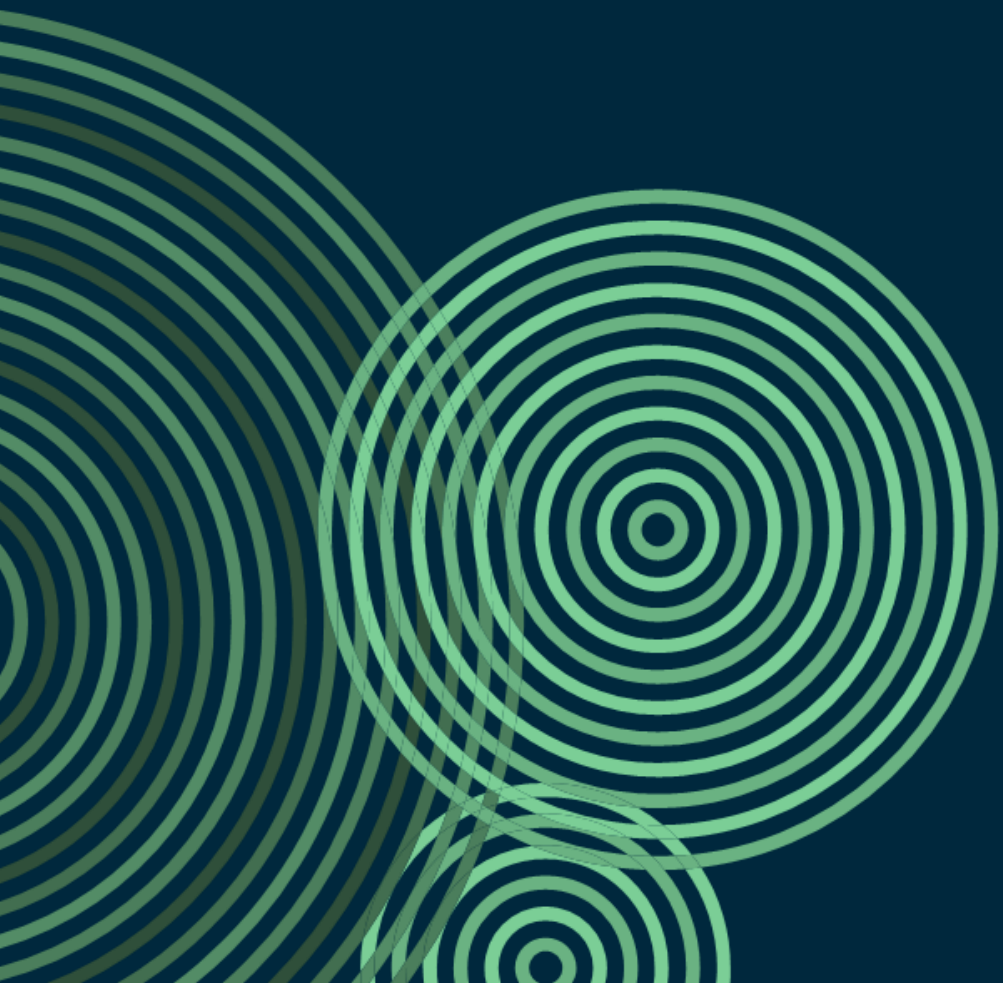


Wysoka baza i stabilne ARPU klientów B2B

- Grupa Polsat Plus obsługuje 68,9 tys. klientów B2B skutecznie utrzymując skalę swojej bazy
- Sukcesywnie poszerzana oferta usług komunikacyjnych i teleinformatycznych pozwala utrzymać ARPU klientów B2B na wysokim poziomie 1,4 tys. PLN/m-c



Segment czysta energia



Maciej Stec
Wiceprezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Szybki rozwój segmentu czysta energia nabiera zupełnie nowego wymiaru w kontekście wyzwań geopolitycznych Europy

Cel #1: Chcemy – wspólnie z ZE PAK – stać się wiodącym producentem czystej, zielonej energii

biomasa	słońce	wiatr on-shore	termiczna przeróbka odpadów	wiatr off-shore	SMR
Cel: 100 MW	Cel: 600 MW	Cel: 250 MW	Cel: 2 instalacje	Cel: wsparcie	Cel: wsparcie
					
Działą	Działą	Faza budowy	Zainicjowane	Zainicjowane	Faza analizy

Cel #2: Chcemy – wspólnie z ZE PAK – stać się wiodącym producentem zielonego wodoru

zielona energia	produkcja zielonego wodoru	magazynowanie i transport	dystrybucja zielonego wodoru	produkty dla użytkowników	produkty dla użytkowników
Energia ze słońca Energia z wiatru Energia z biomasy	Cel: Elektrolizernia 100 MW Produkcja 40t zielonego H ₂ na dobę	Cel: Magazynowanie i transport z użyciem baterii butli 40t H ₂ na dobę	Cel: Budowa sieci stacji tankowania zielonym wodorem 30 stacji tankowania	Cel: Produkcja polskich autobusów wodorowych >100 autobusów rocznie	Cel: Popularyzacja użytkowania aut wodorowych w Polsce 100 aut we flocie własnej
					
Działą	Pierwszy elektrolizer w Q3'22	Pierwsze magazyny testowane	Pierwsze stacje w fazie pozwoleń na budowę	Prototyp autobusu gotowy Fabryka w przygotowaniu	Auta wodorowe aktywnie użytkowane przez pracowników

Szybko implementujemy kolejne działania w celu budowy nowego segmentu biznesowego Czysta Energia

- Uzyskaliśmy przyłącze dzielone (*cable pooling*) dla instalacji fotowoltaicznych i gazowych zlokalizowanych w Przykonie
- Mamy potwierdzenie wykonawców farm wiatrowych Miłosław i Kazimierz Biskupi (łącznie 27MW), iż wojna w Ukrainie nie wpłynie na terminowość realizacji inwestycji (planowany 3Q'23). Prace nad kolejnymi projektami również przebiegają zgodnie z planem
- Dostawa pierwszego elektrolizera potwierdzona na 3Q'22
- Nasz autobus wodorowy uzyskał homologację europejską i w najbliższym czasie zostanie zaprezentowany
- Pracujemy nad zawarciem umowy na budowę fabryki autobusów wodorowych zlokalizowaną w Świdniku
- Złożyliśmy wnioski o dofinansowanie budowy i uruchomienia kilku stacji tankowania wodorem oraz fabryki autobusów wodorowych w ramach programu NFOŚ i strategii wodorowej Polski



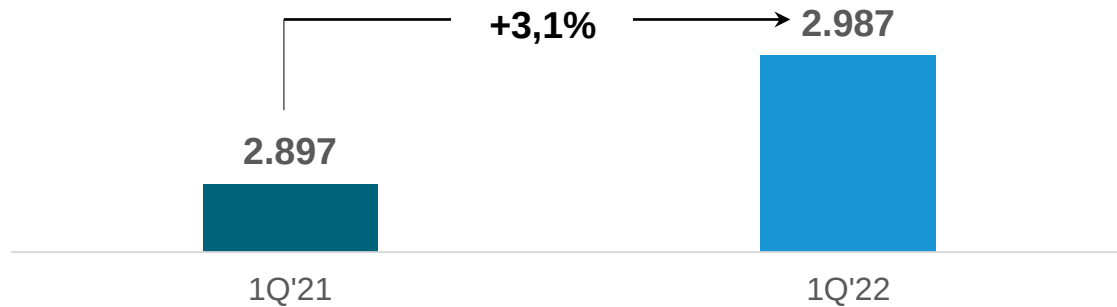
Wyniki finansowe

Katarzyna Ostap-Tomann
Członek Zarządu, Cyfrowy Polsat



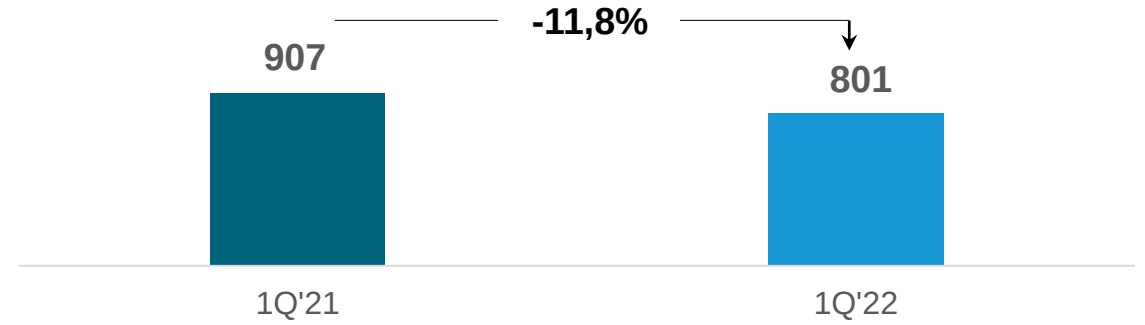
Wyniki Grupy w 1Q'22

Przychody skorygowane o deltę IC

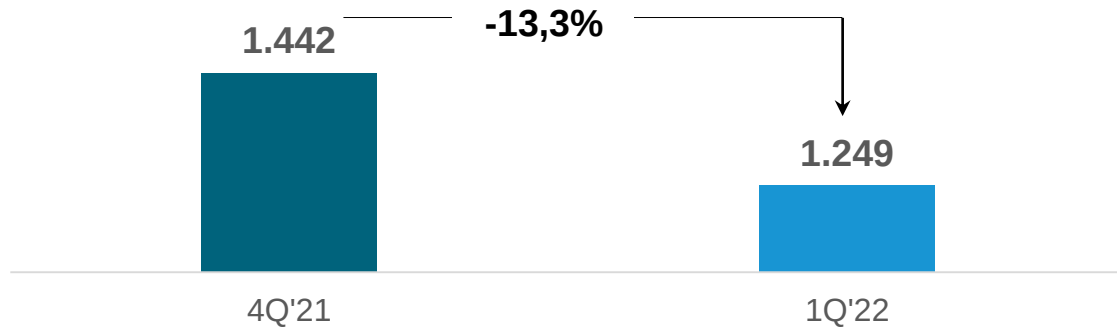


EBITDA

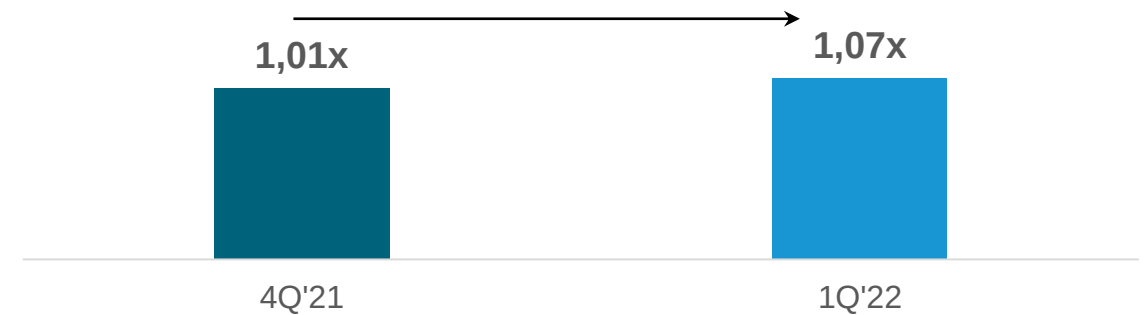
skorygowana, z wył. wyniku NetCo i kosztu wsparcia Ukrainy¹



LTM FCF



Dług netto/EBITDA LTM

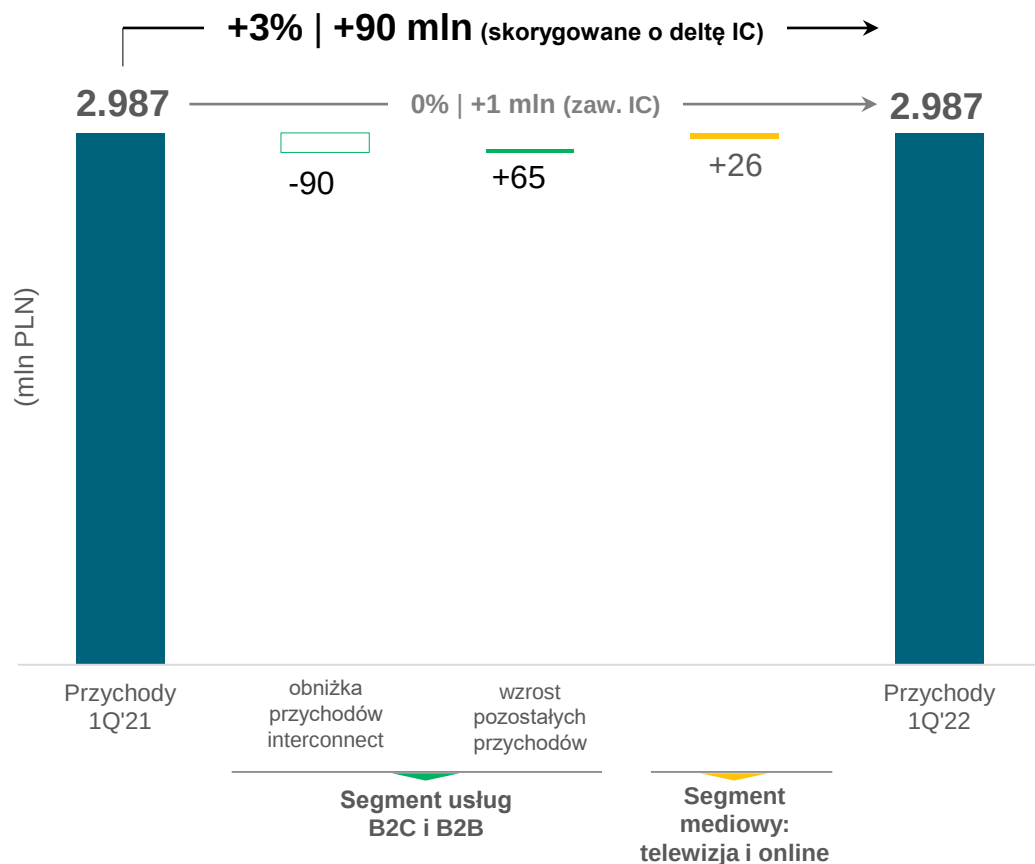


Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 3 miesiące zakończony 31 marca 2022 r. oraz analizy własne

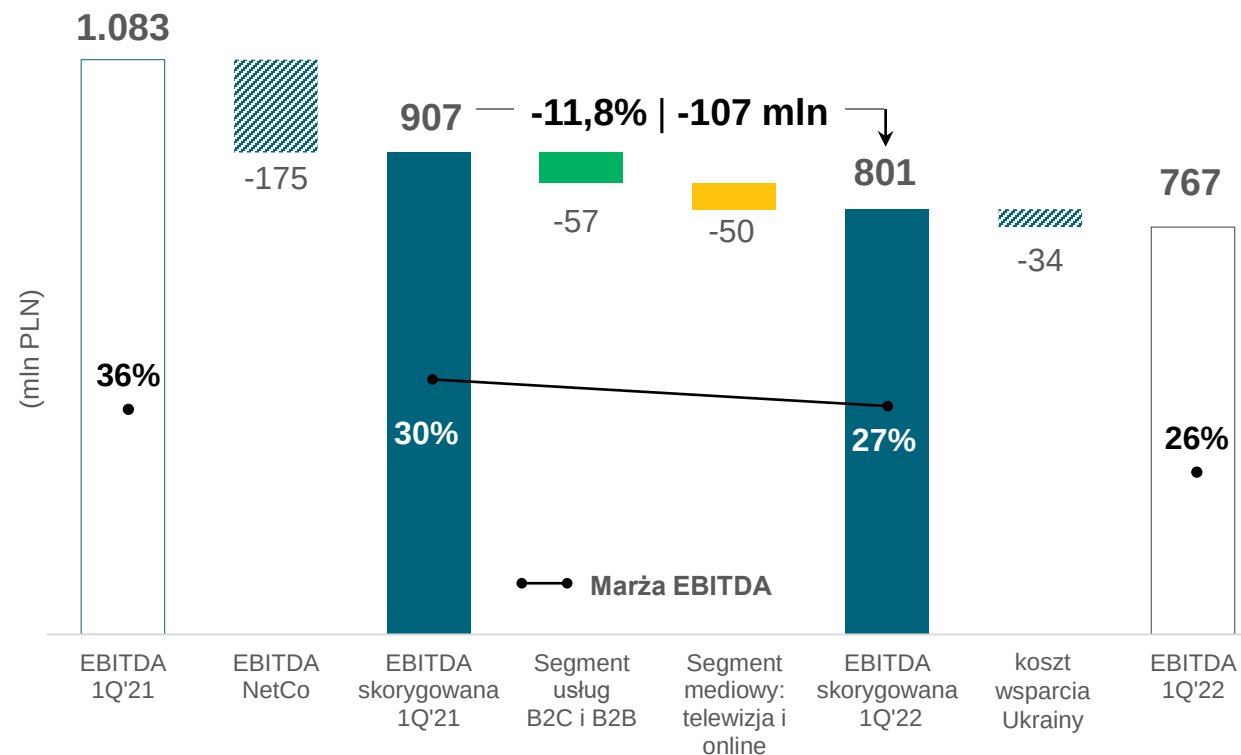
(1) EBITDA z pominięciem w 1Q'21 wyniku EBITDA NetCo (175,3 mln zł) oraz w 1Q'22 kosztu wsparcia Ukrainy (34,1 mln zł)

Przychody i EBITDA – czynniki zmian

Przychody ze sprzedaży



EBITDA

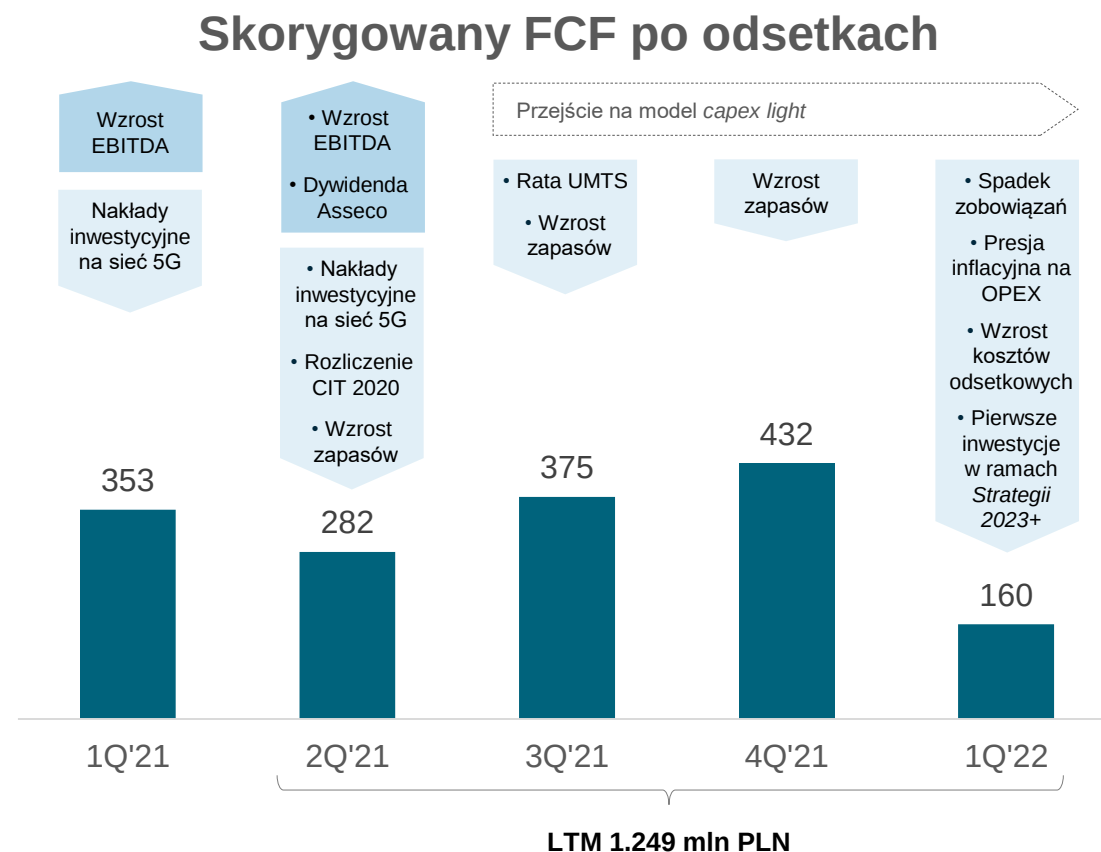
skorygowana, z wył. wyniku NetCo i kosztu wsparcia Ukrainy¹

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 3 miesiące zakończony 31 marca 2022 r. oraz analizy własne

(1) EBITDA z pominięciem w 1Q'21 wyniku EBITDA NetCo (175,3 mln zł) oraz w 1Q'22 kosztu wsparcia Ukrainy (34,1 mln zł)

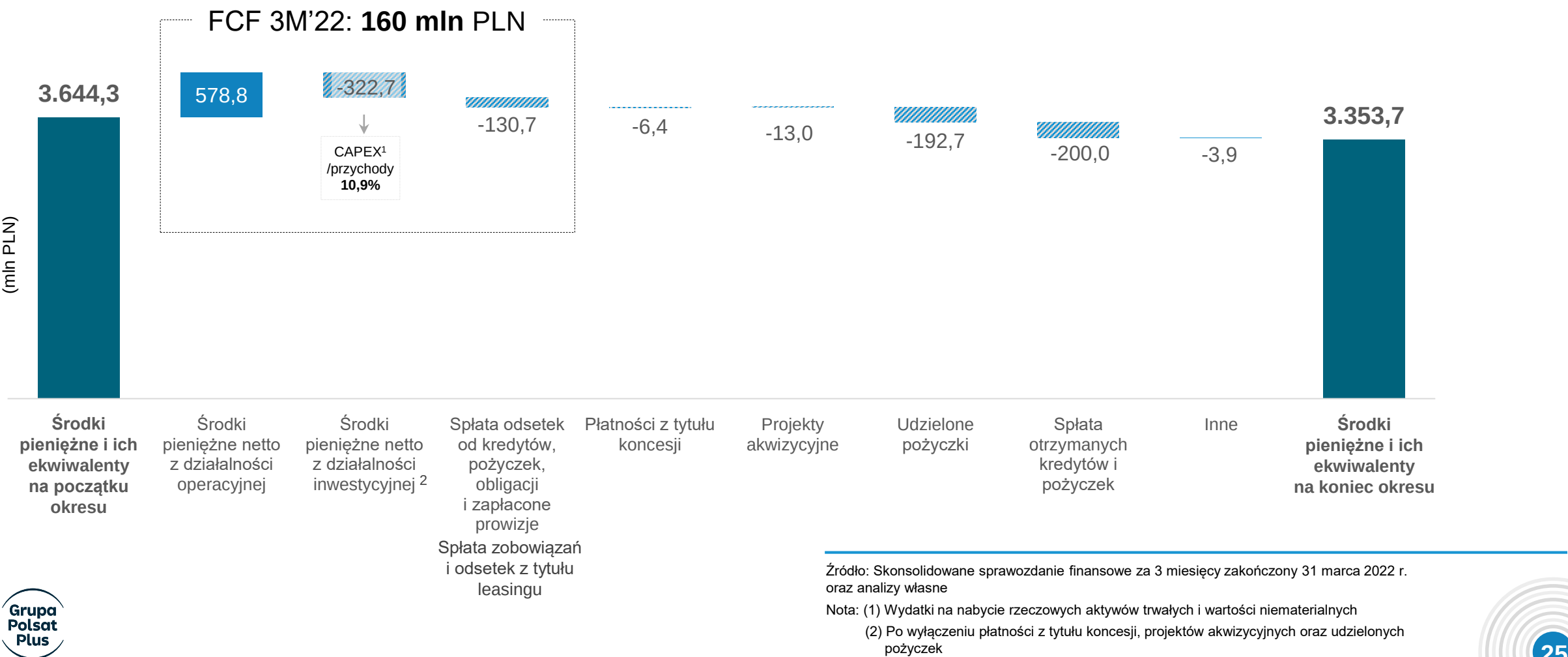
Czynniki makroekonomiczne oraz nowe inwestycje odzwierciedlają się na poziomie generowanego FCF

mIn PLN	1Q'22
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	579
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-535
Splata odsetek od kredytów, pożyczek, obligacji, rozliczenie instrumentów pochodnych	-72
Splata zobowiązań i odsetek z tytułu leasingu	-58
FCF po odsetkach	-87
Płatności z tytułu koncesji	6
Projekty akwizycyjne	13
Udzielone pożyczki	193
Koszty wsparcia Ukrainy	34
Skorygowany FCF po odsetkach	160



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 3 miesiące zakończony 31 marca 2022 r. oraz analizy własne

Silna pozycja płynnościowa Grupy Polsat Plus umożliwia udzielenia wsparcia gotówkowego celem przyspieszenia realizacji projektów z obszaru OZE



Zadłużenie Grupy

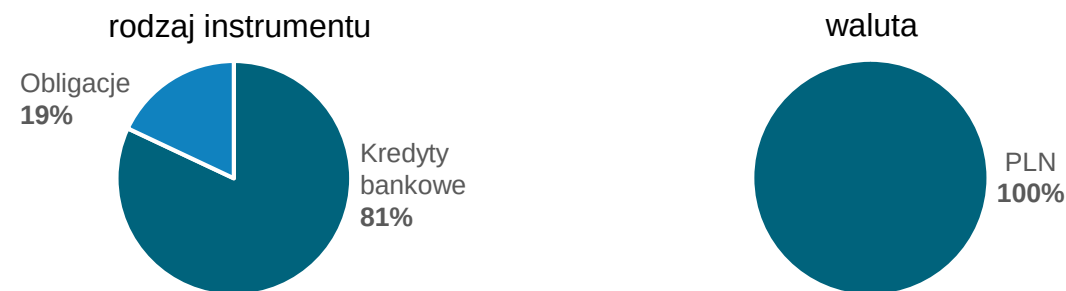
mln PLN	Wartość bilansowa na dzień 31.03.2022
Kredyt Terminowy (transza A i B)	8.560
Kredyt Rewolwingowy	0,0
Obligacje	2.035
Leasing i inne	671
Zadłużenie brutto	11.266
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty ¹	(3.354)
Zadłużenie netto	7.912
EBITDA LTM	7.384
Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM	1,07x
Średni ważony koszt odsetek od kredytu i obligacji ²	6,8%

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

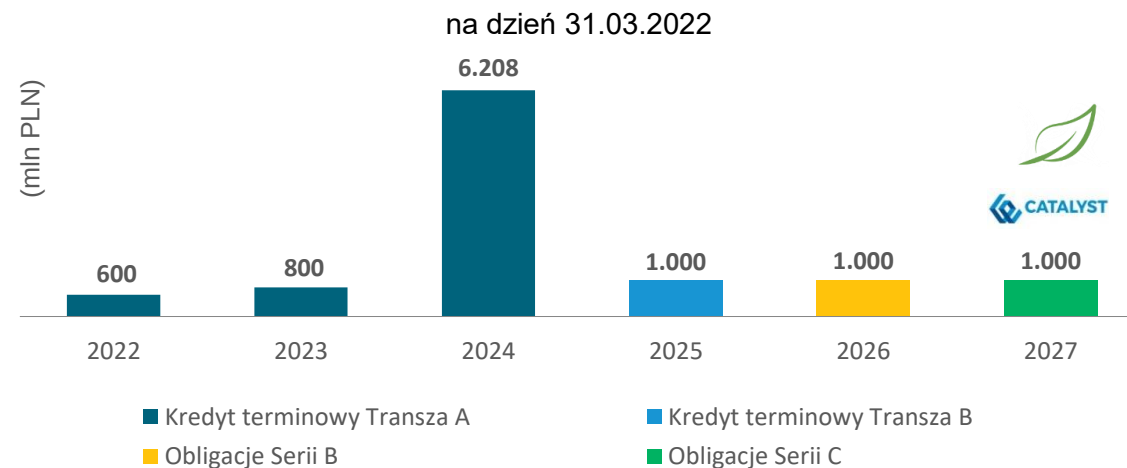
² Prospektywny średni ważony koszt odsetkowy Kredytu Terminowego (wraz z Kredytem Rewolwingowym) oraz Obligacji Serii B i Obligacji Serii C, wg stanu na dzień 6 maja 2022 roku przy WIBOR 1M na poziomie 5,34% i WIBOR 6M - 6,55%, nie uwzględniając instrumentów zabezpieczających.



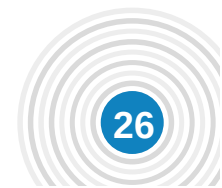
Struktura zadłużenia



Zapadalność długu



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 3 miesiące zakończony 31 marca 2022 r. oraz analizy własne



Podsumowanie i Q&A



Mirosław Błaszczuk
Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Podsumowanie & Q&A

- Rok 2022 przynosi znaczące wyzwania natury geopolitycznej i makroekonomicznej
- Skutecznie realizujemy naszą strategię multiplay, a nasze wyniki operacyjne przekładają się na stabilny, powtarzalny wzrost przychodów detalicznych
- Koncentrujemy się na utrzymaniu naszej wysokiej bazy klientów i konsekwentnym budowaniu wartości naszego klienta (ARPU), a jednocześnie dopasowaniu kosztów do nowych wyzwań
- Wdrażamy naszą *Strategię 2023+*, koncentrując się na skutecznej realizacji strategii multiplay w segmencie telekomunikacyjno-medialnym oraz dynamicznym rozwoju nowego segmentu Czysta Energia
- Nasza *Strategia 2023+* wpisuje się w dynamicznie zmieniający się krajobraz gospodarczy, potrzeby naszych klientów oraz stabilny i planowy rozwój naszego biznesu



Dodatkowe informacje



Wyniki segmentu usług B2C i B2B

mIn PLN	1Q'22	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.526	-1%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	1.827	13%
EBITDA skorygowana ²	704	-8%
Marża EBITDA skorygowana ²	27,9%	-1,9pkt%

- Wysokie tempo budowy ARPU przekłada się na powtarzalny wzrost przychodów detalicznych, który kompensuje ubytek przychodów hurtowych wynikający z regulacji stawek MTR/FTR
- Wynik EBITDA segmentu pod wpływem wyższych kosztów, w szczególności wzrostu kosztów energii elektrycznej

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 3 miesiące zakończony 31 marca 2022 r. oraz analizy własne

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

(2) EBITDA z pominięciem w 1Q'21 wyniku EBITDA NetCo oraz w 1Q'22 kosztu wsparcia Ukrainy

Wyniki finansowe segmentu mediowego

mIn PLN	1Q'22	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	534	5%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	433	20%
EBITDA skorygowana ²	97	-34%
Marża EBITDA skorygowana ²	18,1%	-10,7pkt%

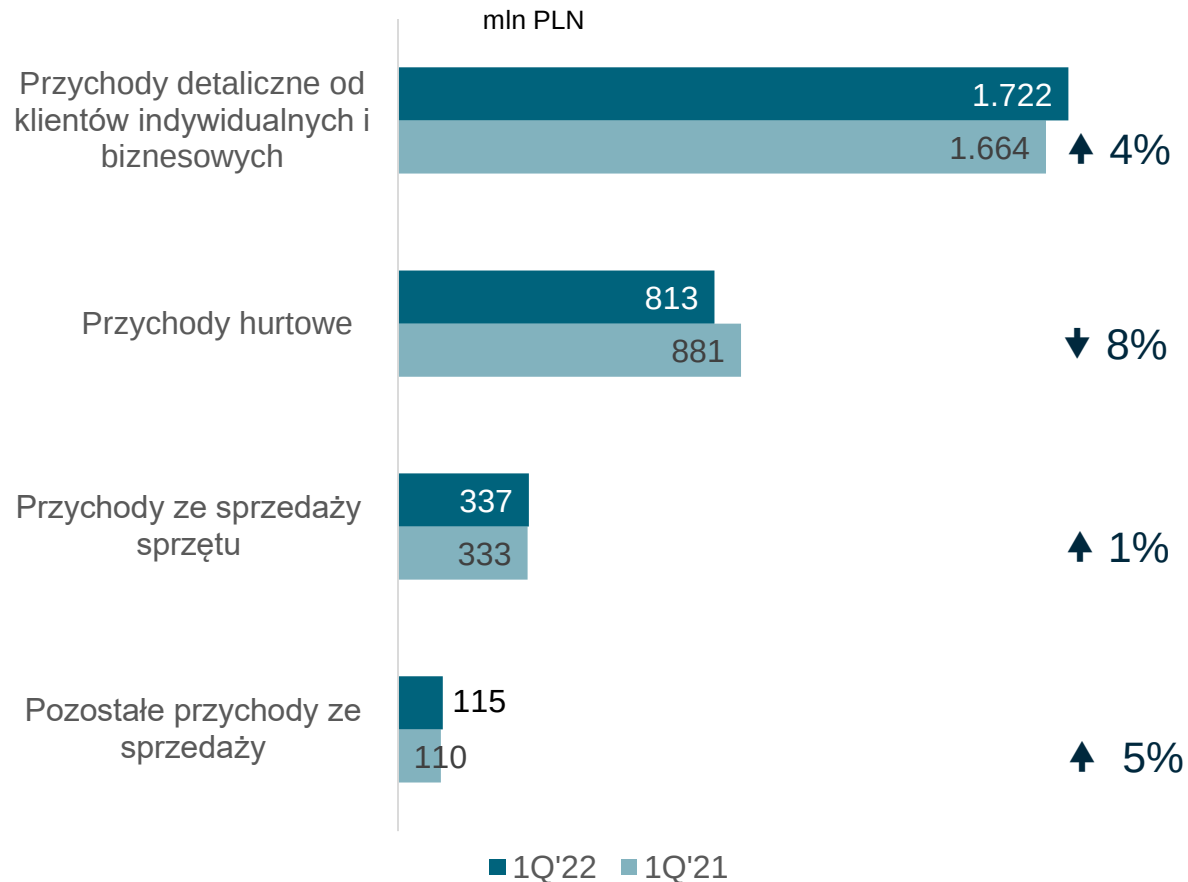
- Zdrowy wzrost przychodów ze sprzedaży reklamy i sponsoringu w naszych kanałach telewizyjnych i portalach internetowych przejściowo spowolniony w marcu w efekcie niepewności wywołanej wojną w Ukrainie
- Licząc na lepsze perspektywy rynku reklamy zdecydowaliśmy się utrzymać ofertę programową zgodnie z pierwotnymi założeniami

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 3 miesiące zakończony 31 marca 2022 r. oraz analizy własne

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

(2) EBITDA z pominięciem w 1Q'22 kosztu wsparcia Ukrainy

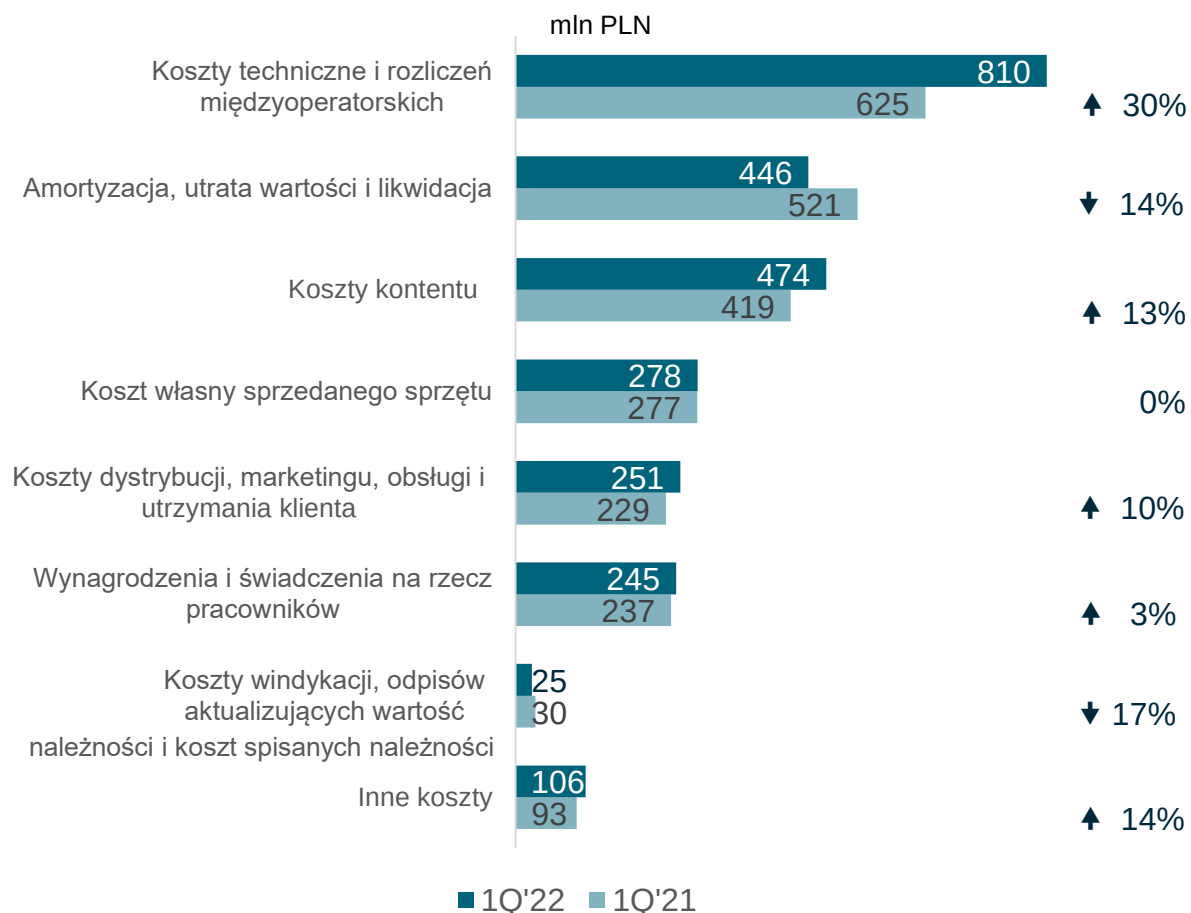
Struktura przychodów ze sprzedaży



- Wzrost **przychodów detalicznych od klientów indywidualnych i biznesowych** dzięki skutecznej realizacji naszej strategii budowania wartości klienta, co znajduje odzwierciedlenie w wysokiej dynamice wzrostu ARPU, jak również w związku z konsolidacją od lipca 2021 r. wyników spółki Premium Mobile.
- Niższy poziom **przychodów hurtowych** przede wszystkim w wyniku regulacyjnego, sukcesywnego obniżania stawek międzyoperatorskich MTR i FTR za zakańczanie ruchu w naszej sieci przez innych operatorów. Ponadto, w związku z przejęciem kontroli nad spółką Premium Mobile w 2H'21 nastąpiła eliminacja konsolidacyjna przychodów hurtowych generowanych na transakcjach z tą spółką. Dodatkowo, w efekcie rozpoczętej wojny w Ukrainie, nasze przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu nie wykazały w 1Q'22 oczekiwanego przez nas wzrostu

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 3 miesiące zakończony 31 marca 2022 r. oraz analizy własne

Struktura kosztów operacyjnych



- Wyższe **koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich** przede wszystkim na skutek rozpoznania kosztów wynikających z zawarcia umowy dotyczącej użytkowania infrastruktury mobilnej sprzedanej na rzecz Cellnex Poland, jak również wyższych kosztów energii elektrycznej pozostających pod silną presją inflacyjną. Wzrost ten został częściowo zniwelowany przez spadek kosztów rozliczeń międzyoperatorskich, związany z regulacyjnymi obniżkami stawek MTR/FTR.
- Spadek kosztów **amortyzacji, utraty wartości i likwidacji** przede wszystkim w wyniku sprzedaży spółki zależnej.
- Wzrost **kosztów kontentu** przede wszystkim w wyniku rozpoznania wyższych kosztów produkcji własnej, amortyzacji praw sportowych i licencji filmowych. Odzwierciedla to naszą decyzję o alokacji większych budżetów celem zwiększania atrakcyjności oferty programowej naszych kanałów telewizyjnych, jak również wzrost kosztu emisji filmów.
- Wzrost **kosztów dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta** m.in. na skutek wyższych kosztów dystrybucji i logistyki związanych z działalnością na rynku fotowoltaiki, jak również dodatkowych kosztów związanych z promocjami dla naszych klientów opartymi o mechanizm *cash back*. Czynnikiem dodatkowo wpływającym na wyższe koszty w tej kategorii jest konsolidacja kosztów spółki Premium Mobile.

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 3 miesiące zakończony 31 marca 2022 r. oraz analizy własne

Definicje

RGU (Revenue Generating Unit)	Pojedyncza, aktywna, generująca przychód detaliczny usługa płatnej telewizji świadczonej w dowolnej technologii, dostępu do Internetu mobilnego lub przewodowego 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. Klient identyfikowany jest na poziomie unikalnego numeru PESEL, NIP lub REGON.
ARPU na klienta B2C/B2B	Średni miesięczny przychód detaliczny od Klienta wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym.
ARPU na RGU prepaid	Średni miesięczny przychód detaliczny wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym w przeliczeniu na jednostkę RGU prepaid.
Churn	Rozwiązanie umowy z Klientem B2C 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.

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:

<https://grupapolsatplus.pl>

