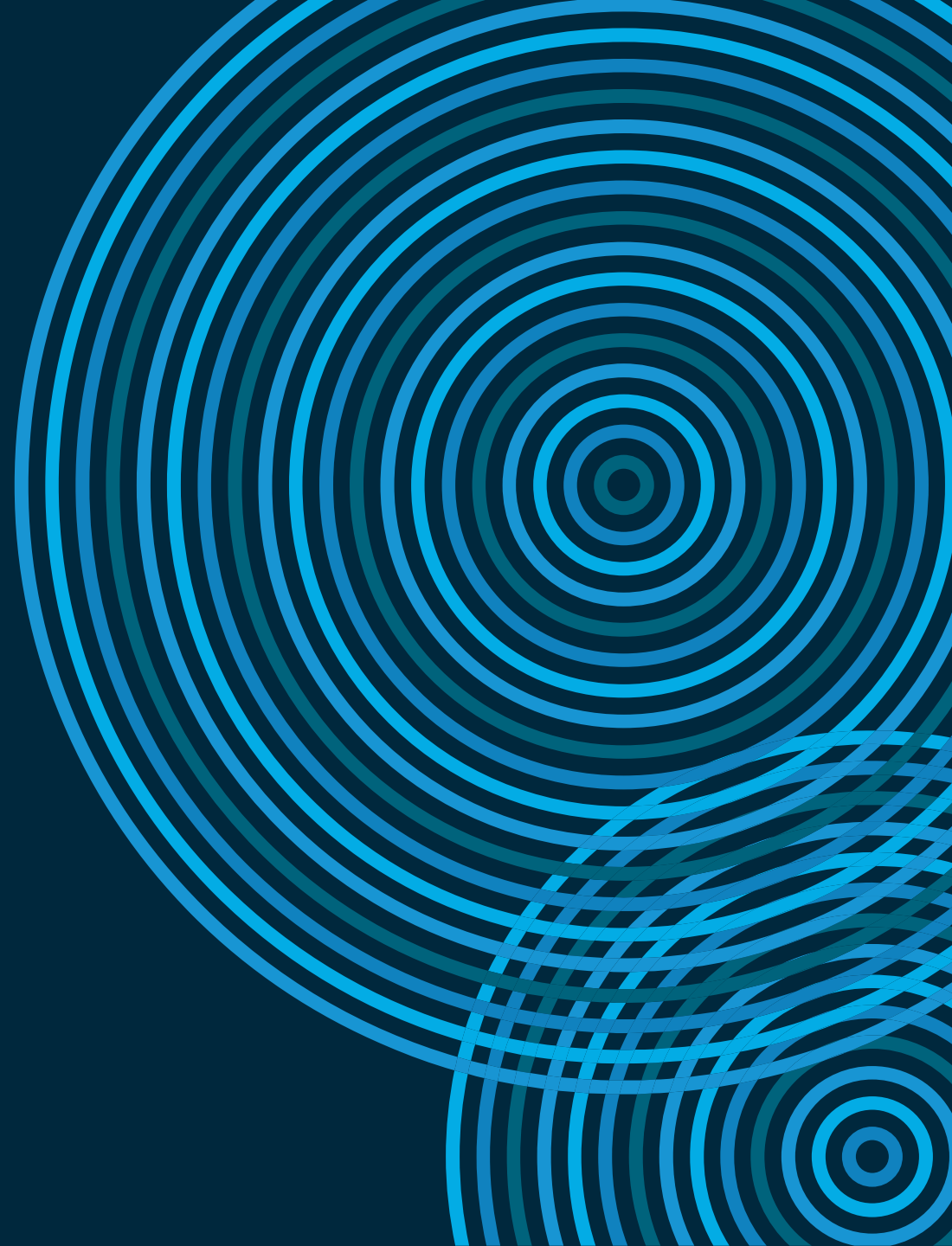


Wyniki finansowe 4Q'22 i 2022

20 kwietnia 2023 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



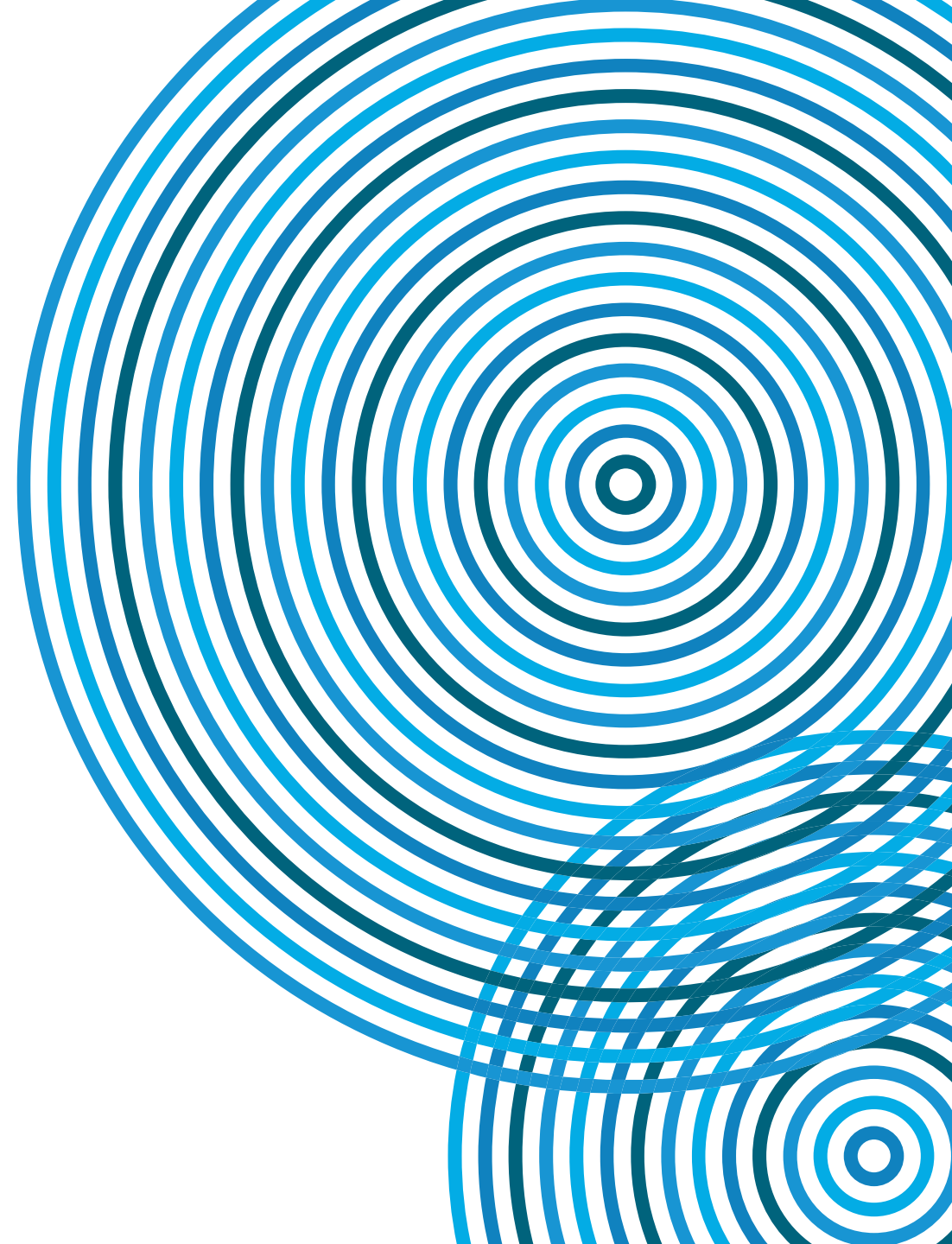
KATARZYNA OSTAP-TOMANN
CZŁONEK ZARZĄDU, CFO



STANISŁAW JANOWSKI
PREZES ZARZĄDU, TELEWIZJA POLSAT

Agenda

- 1. Najważniejsze wydarzenia 2022 r.**
- 2. Działalność operacyjna**
- 3. Wyniki finansowe**
- 4. Podsumowanie 2022 r. i cele na 2023 r.**



Najważniejsze wydarzenia 2022 r.

Mirosław Błaszczyk
Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat



Najważniejsze wydarzenia w 2022 r.



Telekomunikacja

- Skutecznie realizujemy strategię multiplay, budując wartość i lojalność naszych klientów
 - 2,5 mln klientów usługi multiplay
 - +4% ARPU na klienta kontraktowego
 - +8% ARPU prepaid
 - 7% churn



Kontent

- Inwestujemy w atrakcyjny kontent:
 - wyjątkowa oferta Disney+
 - współpraca z Volleyball World do 2032 r.
- Zbudowaliśmy nowoczesne studio telewizyjne 2400
- Budujemy pozycję w mediach online



Czysta Energia

- Dynamicznie rozwijamy projekty wiatrowe
 - już prawie 300 MW w budowie
- Budujemy pełen łańcuch wartości gospodarki opartej o zielony wodór
- Redukujemy emisje CO₂
 - obniżyliśmy nasz ślad węglowy w zakresie 1 i 2 o 84% r/r
 - 100% energii zużytej przez GPP w 2022 r. pochodziło ze źródeł nisko- i zeroemisyjnych

- Nabyliśmy udziały w Porcie Praskim – wyjątkowym projekcie deweloperskim zlokalizowanym w ścisłym centrum Warszawy i rozpoczęliśmy współpracę z HB Reavis
- Wypłaciliśmy 661 mln zł dywidendy, czyli 1,20 zł na akcję
- Przeprowadziliśmy rekordową emisję obligacji o wartości 2,67 mld zł powiązanych z celami zrównoważonego rozwoju zgodnie z ICMA

Działalność operacyjna



Segment mediowy: telewizja i online

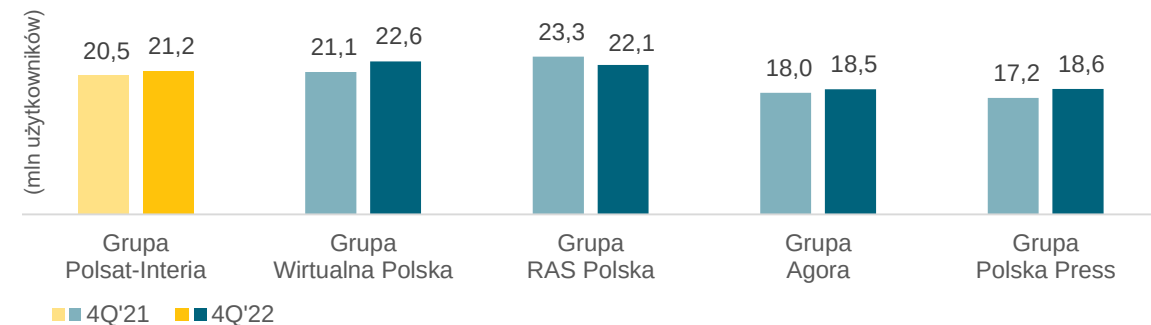


Stanisław Janowski
Prezes Zarządu, Telewizja Polsat

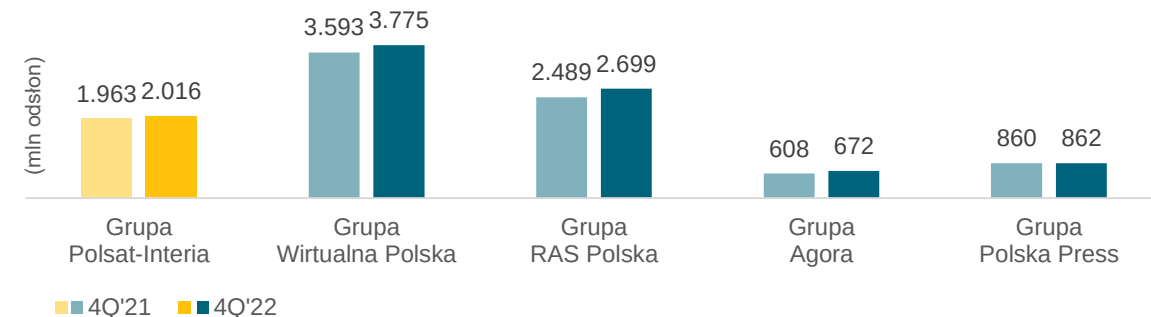
Skutecznie budujemy naszą pozycję na rynku portali internetowych

- Jesteśmy wiodącym wydawcą internetowym w Polsce dzięki dokonanej akwizycji Interia.pl
- Nasza wiodąca pozycja w mediach internetowych:
 - 21,2 mln użytkowników oraz
 - 2,0 mld odsłon
- Zgodnie z planem zrealizowaliśmy zapowiadane synergie i kontynuujemy budowę naszej pozycji na rynku portali internetowych

Średniomiesięczna liczba użytkowników



Średniomiesięczna liczba odsłon

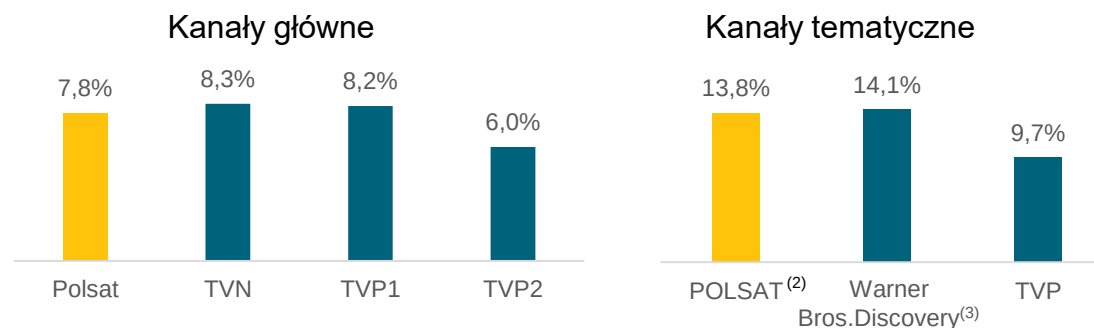


Źródło: Mediapanel, liczba użytkowników – wskaźnik real users, liczba odsłon - wskaźnik views

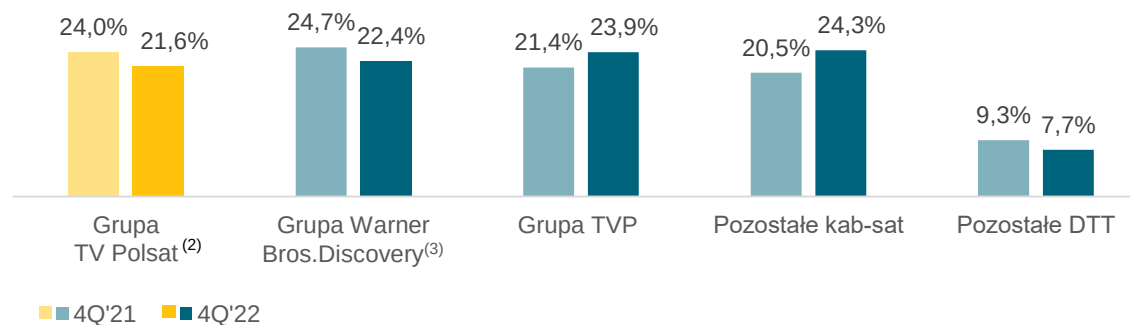
Oglądalność naszych kanałów w 4Q'22

- Dobre wyniki oglądalności kanałów Grupy TV Polsat w Q4'22 pomimo niekorzystnego wpływu refarmingu do standardu DVB-T2 i transmisji mundialu nadawanej na kanałach publicznej telewizji

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*)

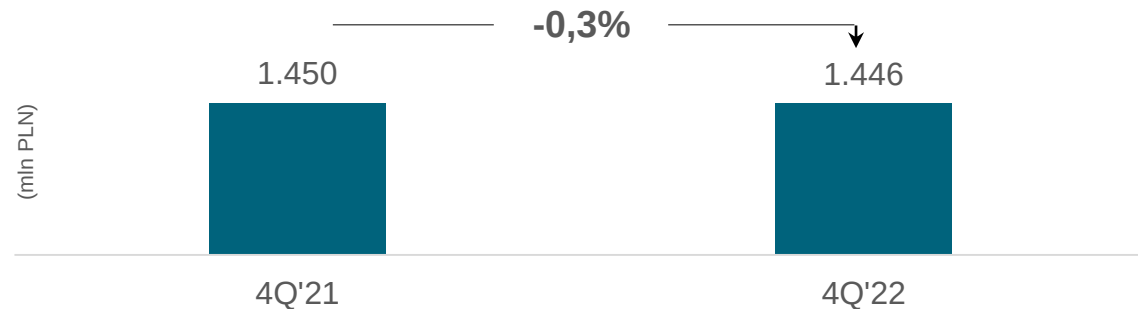
(2) z wyłączeniem kanałów partnerskich: Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat Nature, Polsat Viasat History, JimJam, CI Polsat, Polsat Comedy Central Extra

(3) Grupa powstała 8 kwietnia 2022 r. w wyniku fuzji spółek WarnerMedia i Discovery, dane sprzed tego okresu dotyczą kanałów należących do Grupy Discovery

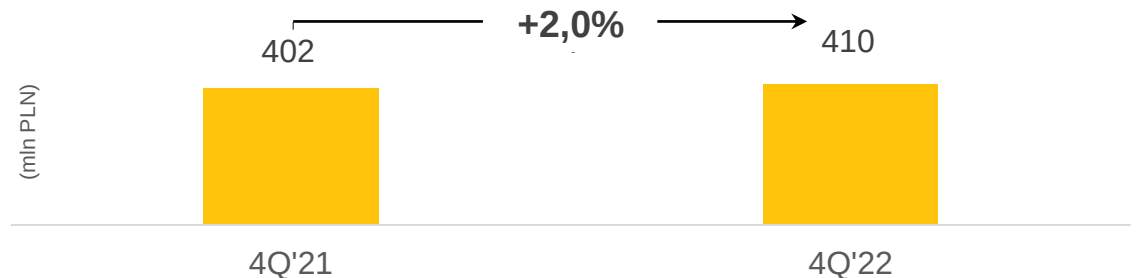
Pozycja na rynku reklamy w 4Q'22

- Rosnące przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat na tle spadającego rynku
- W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrósł do poziomu 28,4%

Wydatki na reklamę TV i sponsoring



Przychody z reklamy TV i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



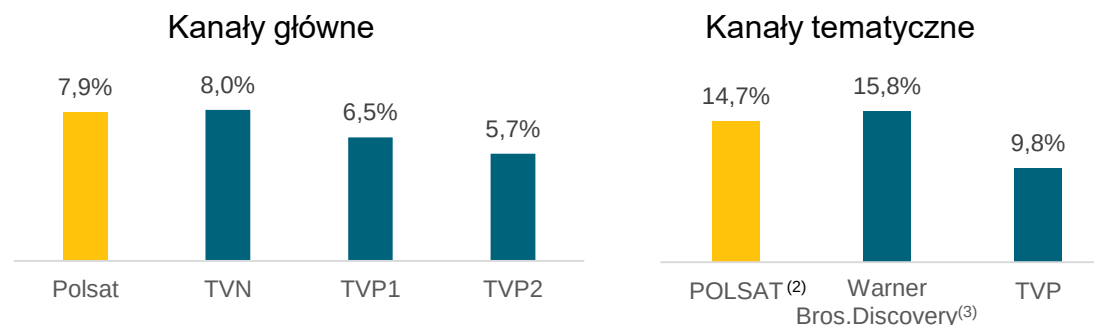
Źródło: rynek: Publicis Groupe, reklama spotowa i sponsoring; Grupa TV Polsat: dane własne

Nota: (1) Przychody z reklamy TV i sponsoringu kanałów wchodzących w skład Grupy Telewizji Polsat

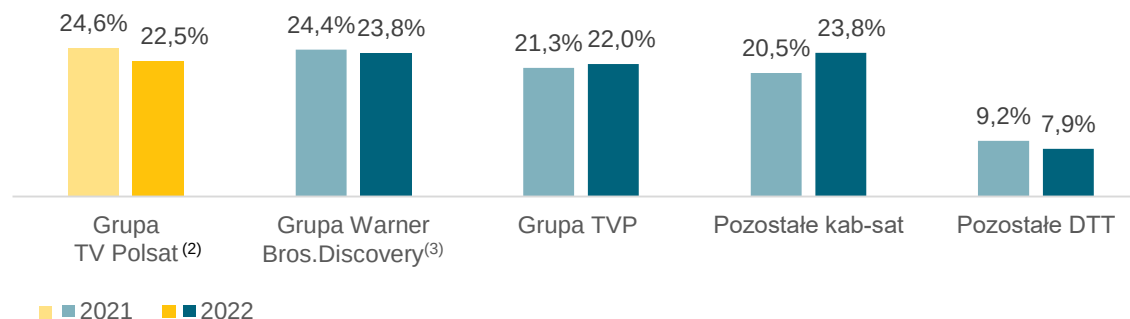
Oglądalność naszych kanałów w 2022 r.

- Dobre wyniki oglądalności kanałów Grupy TV Polsat w całym 2022 r. pomimo niekorzystnego wpływu refarmingu do standardu DVB-T2

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*)

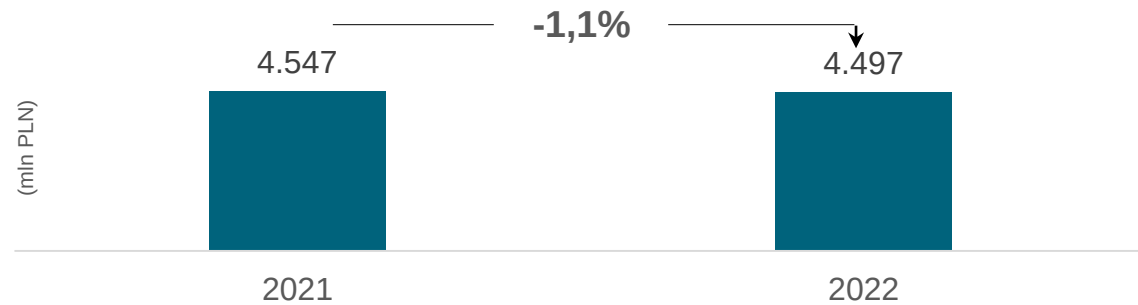
(2) z wyłączeniem kanałów partnerskich: Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat Nature, Polsat Viasat History, JimJam, CI Polsat, Polsat Comedy Central Extra

(3) Grupa powstała 8 kwietnia 2022 r. w wyniku fuzji spółek WarnerMedia i Discovery, dane sprzed tego okresu dotyczą kanałów należących do Grupy Discovery

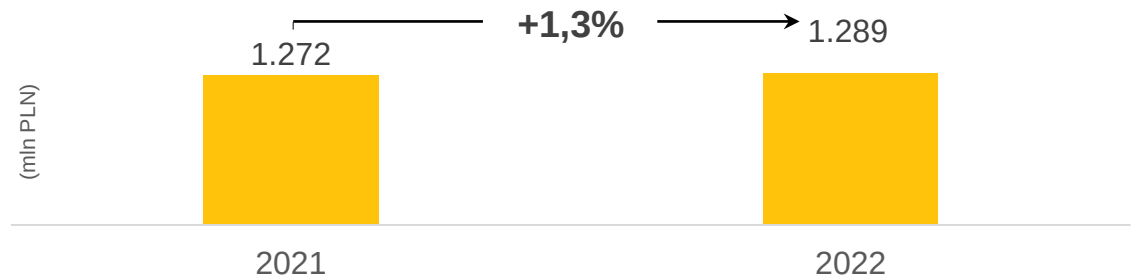
Pozycja na rynku reklamy w 2022 r.

- Wzrost poziomu przychodów z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat na tle dotkniętego spadkami rynku
- W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrósł do poziomu 28,7%

Wydatki na reklamę TV i sponsoring



Przychody z reklamy TV i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



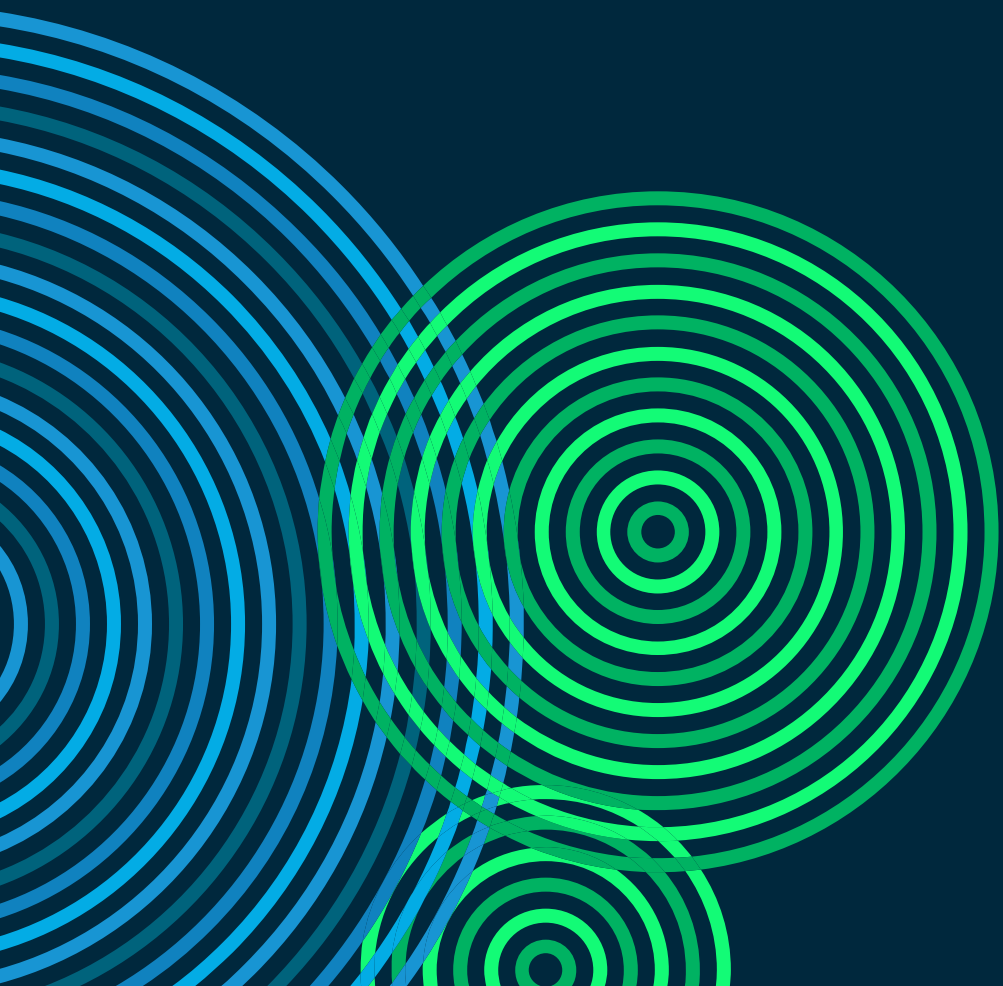
Źródło: rynek: Publicis Groupe, reklama spotowa i sponsoring; Grupa TV Polsat: dane własne

Nota: (1) Przychody z reklamy TV i sponsoringu kanałów wchodzących w skład Grupy Telewizji Polsat

Inwestujemy w nowoczesne zaplecze produkcyjne w segmencie mediowym



Segment usług B2C i B2B

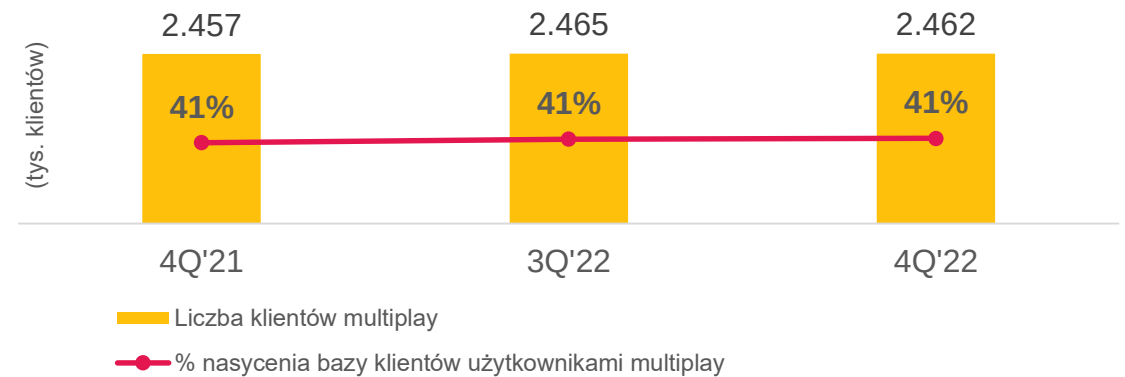


Maciej Stec
Wiceprezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

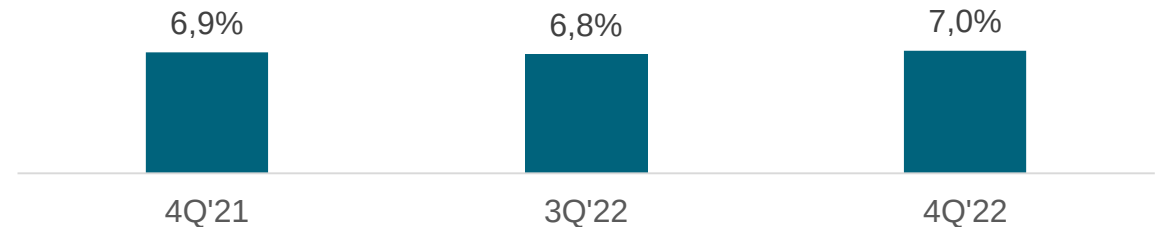
Blisko 2,5 mln klientów oferty multiplay

- Wysoka, stabilna baza klientów multiplay pomimo niekorzystnych warunków rynkowych
- W efekcie konsekwentnej realizacji strategii multiplay już 2,5 mln naszych klientów korzysta z oferty multiplay – to 41% naszej bazy klientów
- Liczba RGU posiadanych przez tych klientów rośnie do 7,41 mln
- Niezmiennie niski poziom churn – głównie dzięki naszej strategii multiplay

Liczba klientów usług multiplay¹



Churn

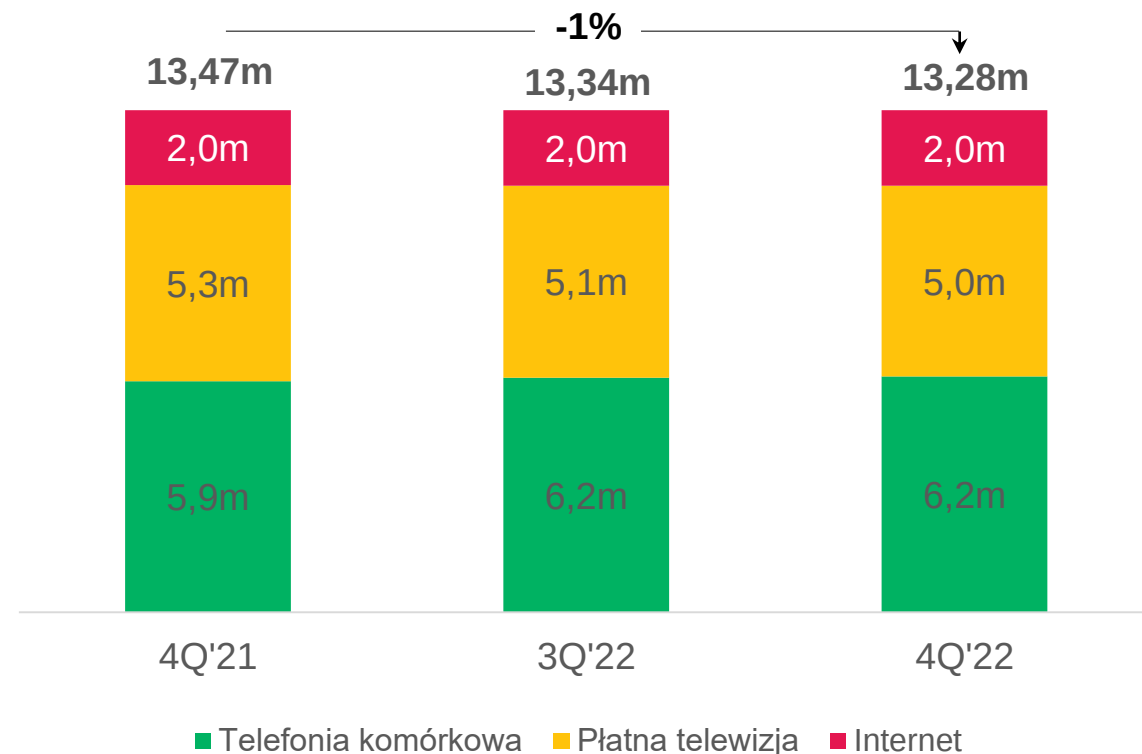


Nota: (1) Obejmuje klientów usług pakietowych spółek z Grupy Netia oraz Premium Mobile

Świadczymy niemal 13,3 mln usług dla klientów kontraktowych B2C

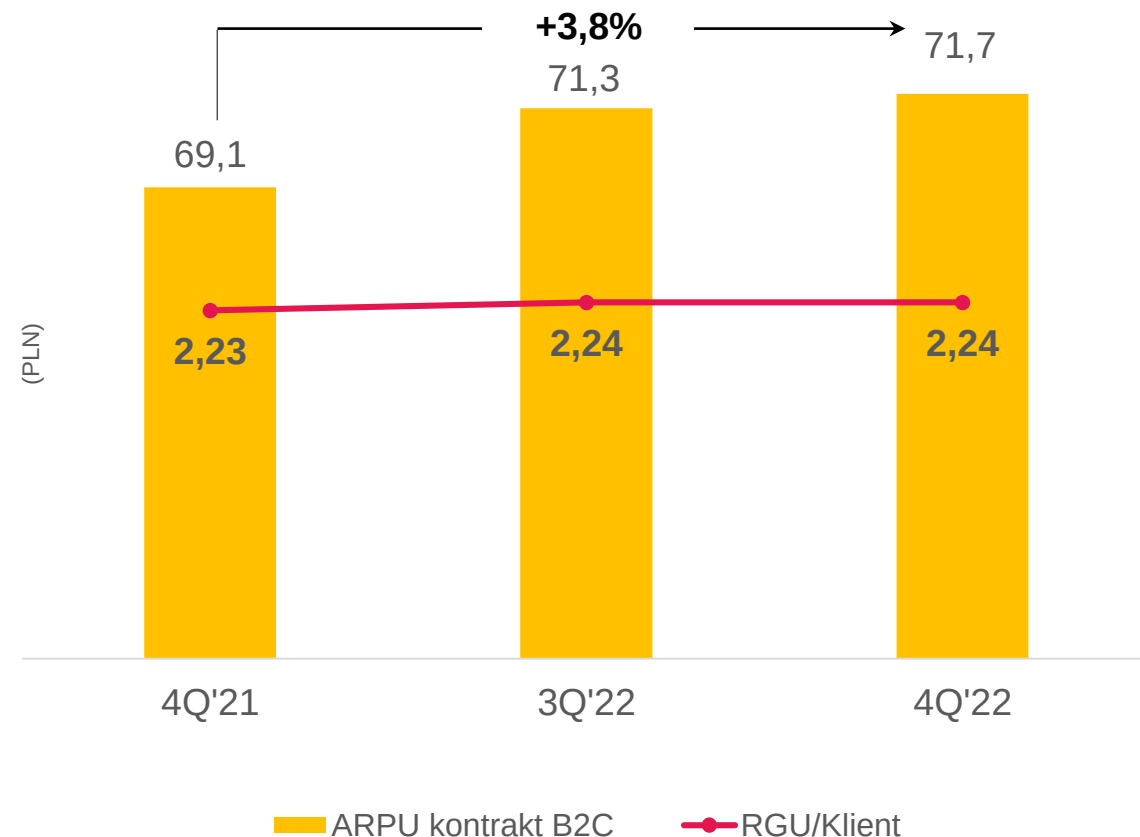
- Utrzymujemy wysoką, stabilną liczbę świadczonych usług telefonii komórkowej oraz Internetu
- Jednocześnie – zgodnie z naszymi zapowiedziami – odnotowujemy niższą liczbę świadczonych usług płatnej telewizji, co wynika głównie z podjętej przez nas decyzji o repozycjonowaniu cenowym i zmianie strategii oferowania naszych serwisów wideo online
- Spadek ten jest częściowo kompensowany rosnącą liczbą usług telewizyjnych świadczonych w technologii internetowej (IPTV/OTT)

Liczba RGU w segmencie kontraktowym B2C



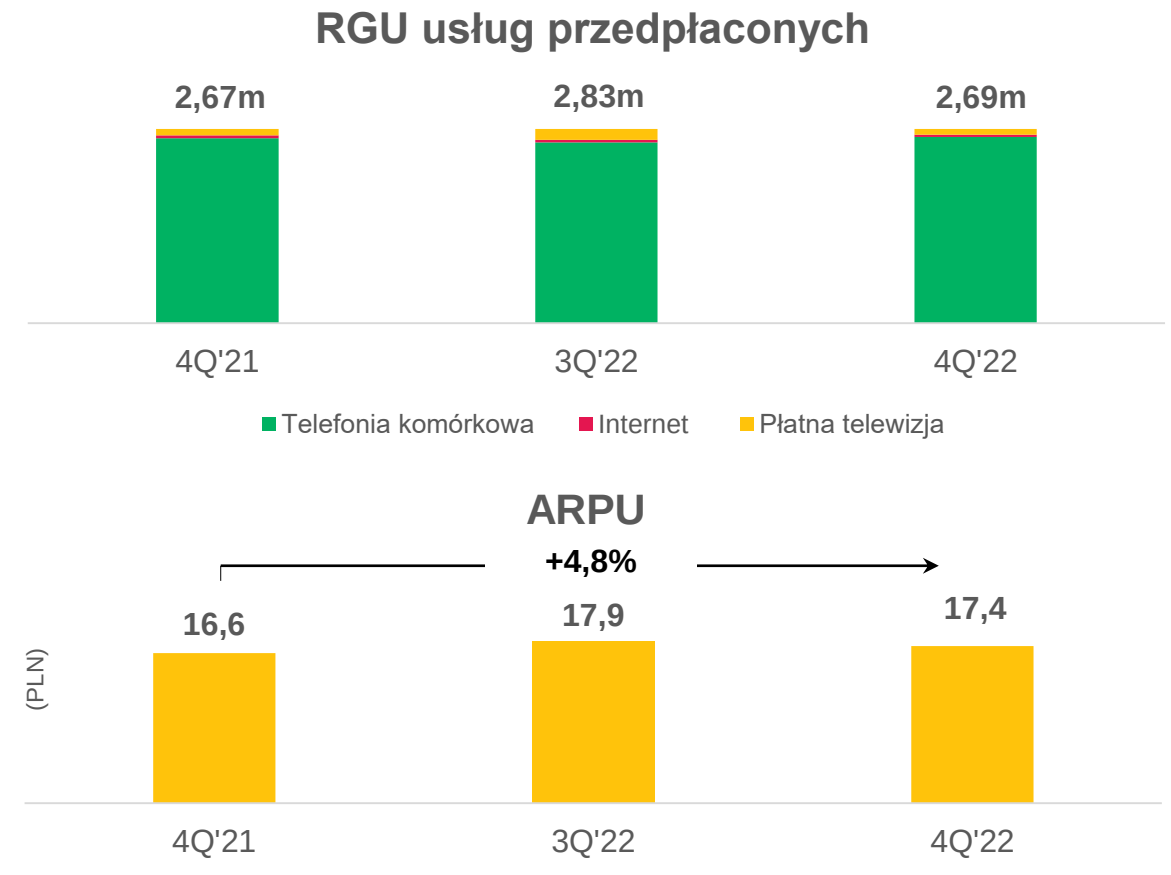
Wzrost ARPU w segmencie B2C dzięki konsekwentnej realizacji strategii multiplay oraz popularyzacji taryf 5G

- Wzrost ARPU o 3,8% r/r wynikający z konsekwentnej budowy wartości istniejącej bazy klientów pomimo niekorzystnych warunków rynkowych
- Skuteczna dosprzedaż produktów w ramach strategii multiplay niezmiennie odzwierciedla się w wysokim poziomie wskaźnika saturacji RGU na klienta



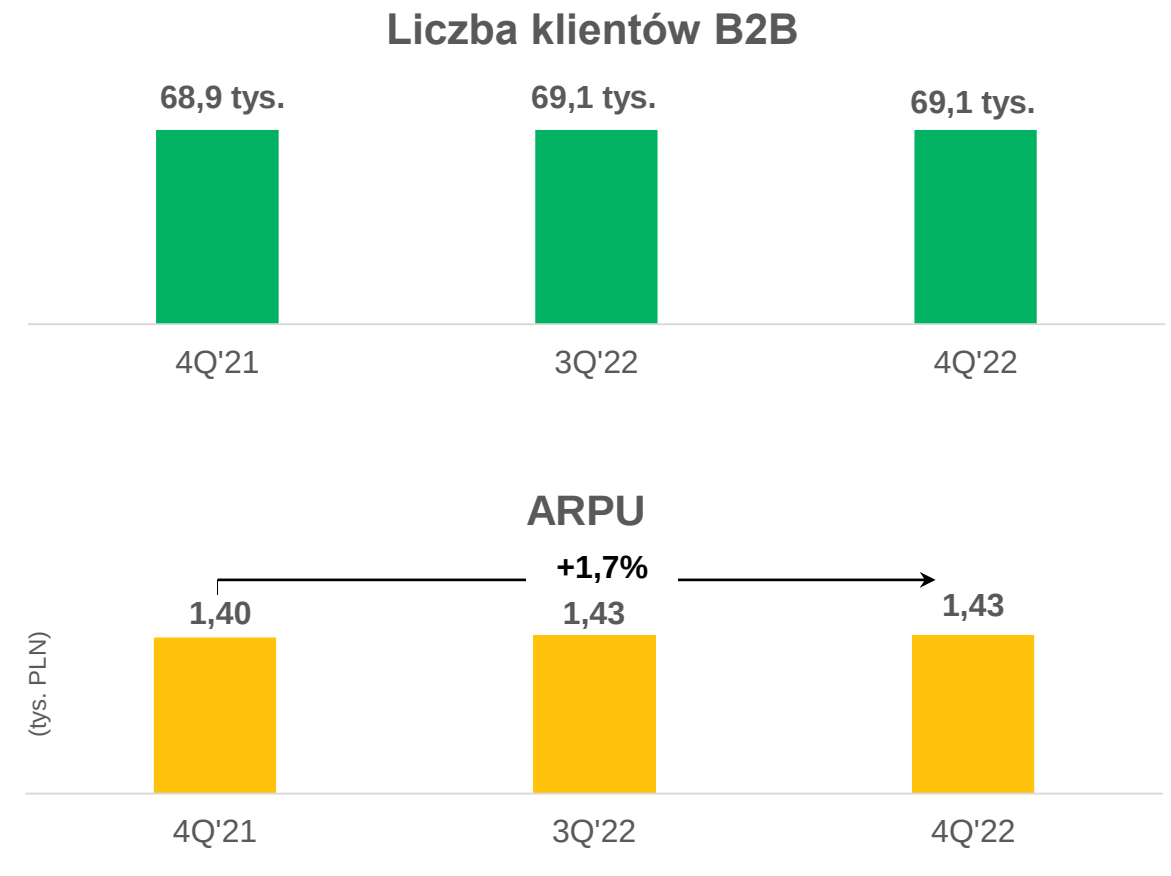
Wysoka baza i rosnące ARPU usług przedpłaconych

- Stabilna baza RGU telefonii mobilnej pod przejściowym korzystnym wpływem efektów akcji wsparcia, polegającej na dystrybucji darmowych starterów Plusa dla uchodźców z Ukrainy
- Wzrost ARPU dzięki zmianom w ofercie mobilnej oraz w ofercie telewizyjnej. Obserwujemy również rosnącą skłonność klientów telefonii do wybierania rozwiązań pakietowych zamiast ofert opartych o model *pay-as-you-go*

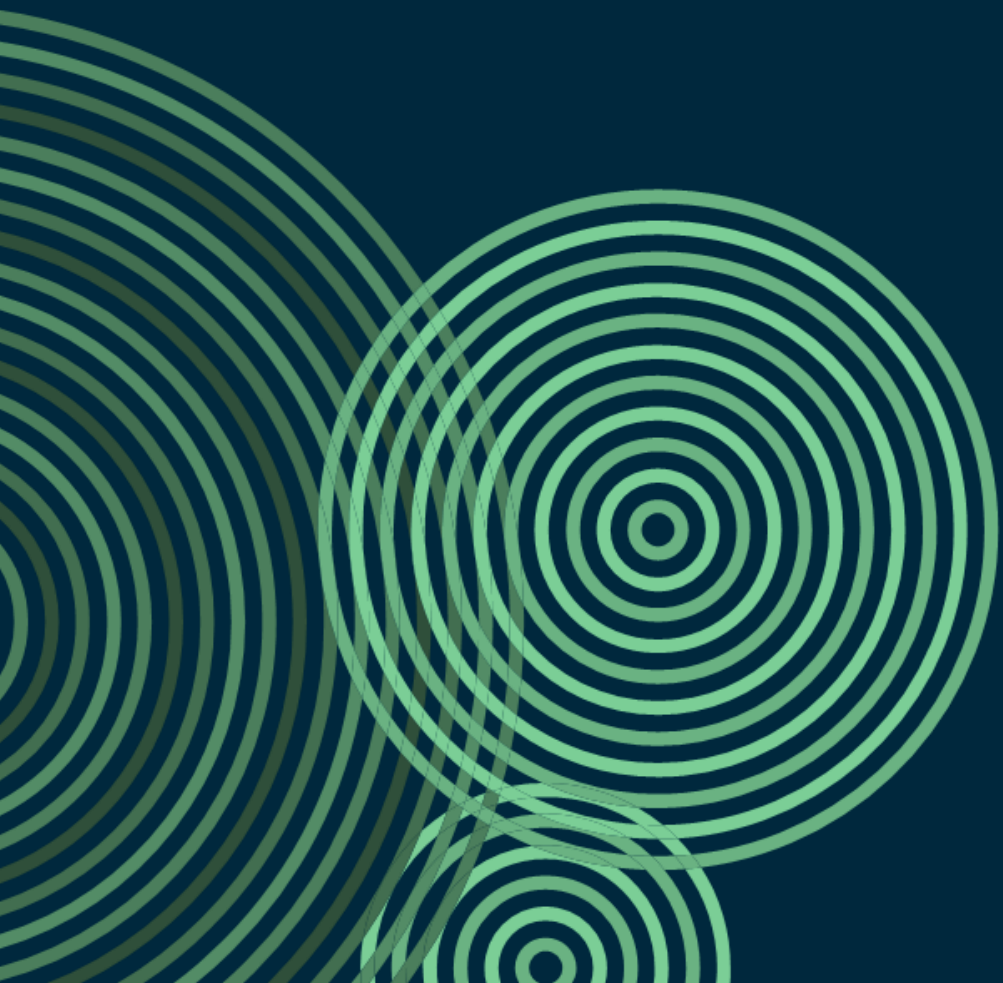


Wysoka baza i rosnące ARPU klientów B2B

- Grupa Polsat Plus obsługuje 69,1 tys. klientów B2B skutecznie utrzymując skalę swojej bazy
- Sukcesywnie poszerzana oferta usług komunikacyjnych i teleinformatycznych pozwoliła zwiększyć ARPU klientów B2B do poziomu ponad 1,4 tys. PLN/m-c



Segment czysta energia



Maciej Stec
Wiceprezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

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	atom
Cel: 100 MW	Cel: 600 MW	Cel: 250 MW	Cel: 2 instalacje	Cel: wsparcie	Cel: wsparcie
					
100 MW działa	70 MW działa > 200 MW w przygotowaniu	> 296 MW w fazie budowy	Podpisany list intencyjny z Rybnikiem	Wsparcie	Faza analizy

Źródło: GE Hitachi Nuclear Energy

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	
Energia ze słońca Energia z wiatru Energia z biomasy	Cel: Elektrolizernia 100 MW Produkcja 40t zielonego H₂ na dobę	Cel: Magazynowanie i transport z użyciem baterii butli 40t H₂ 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
					
Dział	Pierwszy elektrolizer 2,5 MW w trakcie instalacji	1 wodorowóz 371 kg i 2 wodorowozy 1024 kg w użyciu	Budujemy ogólnodostępne stacje wodorowe w Warszawie i Rybniku	NesoBus wygrał przetarg w Rybniku Fabryka autobusów wodorowych w budowie	Zamówiliśmy kolejne 50 aut wodorowych

Jesteśmy bardzo zaawansowani we wdrażaniu naszych strategicznych inicjatyw związanych z produkcją czystej energii



ENERGIA Z BIOMASY 100 MW

→ turbina #1

moc: 50 MW
Produkcja: 350-400 GWh

→ turbina #2

moc: 50 MW
Produkcja: 350-400 GWh



ENERGIA ZE SŁOŃCA >280 MW

→ Brudzew

moc: 70 MWp
Produkcja: 78 GWh

→ Cambria/Brudzew

moc: 12,4 MWp / produkcja: 13 GWh
uruchomienie: 3Q'23

→ Przykona

moc: 180-200 MWp / produkcja: 190 GWh
uruchomienie: 15 mies. od zebrania pozwoleń



ENERGIA Z WIATRU ON-SHORE >296 MW

→ Miłosław

moc: 9,6 MW / produkcja: 38 GWh
uruchomienie: 3Q'23

→ Kazimierz Biskupi

moc: 17,5 MW / produkcja: 60 GWh
uruchomienie: 3Q'23

→ Człuchów

moc: 72,6 MW / produkcja: 230 GWh
uruchomienie: 2Q'24

→ Przylów

moc: 50,4 MW / produkcja: 105 GWh
uruchomienie: 3Q'24

→ Drzeżewo 1-4

moc: 138,6 MW / produkcja: 410 GWh
uruchomienie: 4Q'25

→ Dobra

moc: 7,8 MW / produkcja: 24 GWh
uruchomienie: 1Q'25



ENERGIA Z ODPADÓW

→ Rybnik

podpisano list intencyjny
uruchomienie: 2026

Zainstalowana moc w zielonej energii: ok. 330 MW w 2024 r. i ok. 680 MW w 2025 r.

Budujemy pełen łańcuch wartości gospodarki opartej o zielony wodór



PRODUKCJA ZIELONEGO WODORU

→ Pierwszy elektrolizer
2,5MW od Cummins
uruchomienie: **Q2'23**
produkcja: **1000 kg H₂ dziennie**

→ Zakup drugiego
elektrolizera od Cummins
dostawa: **Q3'23**
produkcja: **1000 kg H₂ dziennie**

→ Stworzyliśmy prototyp
pierwszego polskiego
elektrolizera 0,5 MW
realizacja: **Q2-Q3'23**
produkcja: **200 kg H₂ dziennie**



MAGAZYNOWANIE I TRANSPORT

→ Wodorowóz 371 kg
w użyciu

→ 2 wodorowozy 1024 kg
w użyciu

→ 7 wodorowozów 1024 kg
dostawa: **Q2-Q4'23**



DYSTRYBUCJA ZIELONEGO WODORU

→ Stacja H₂ w Warszawie
uruchomienie: **Q2'23**

→ Stacja H₂ w Rybniku
uruchomienie: **Q3'23**

→ 20 mln PLN dotacji NFOŚ
na budowę stacji H₂
w Rybniku, Gdańsku,
Wrocławiu, Gdyni
i Lublinie



PRODUKTY DLA UŻYTKOWNIKÓW

→ Wygrany przetarg na
dostawę 20 NesoBusów
do Rybnika
realizacja: **Q3-Q4'23**

→ Fabryka autobusów H₂
w Świdniku
uruchomienie: **Q3'23**
produkcja: **>100 autobusów
rocznie**



→ 100 samochodów H₂
użytkowane we flocie
Grupy Polsat Plus

→ Zakupiliśmy kolejne 50
samochodów H₂

Nasza *Strategia 2023+* to inwestycja w przyszłość



Redukcja emisji CO₂, SO₂
i szkodliwych pyłów

Przyspieszenie transformacji
polskiej energetyki

Zielony wodór jako strategiczny
cel dla Polski i Europy

dla środowiska



Czystsze powietrze

Lepsze zdrowie

Wyższa jakość życia

Mniej zmartwień

dla społeczeństwa



Nowa, rentowna działalność
operacyjna

Rozwój relacji z klientami B2B
i B2C

dla naszego biznesu

Od lat aktywnie wspieramy polskie społeczeństwo i bierzemy odpowiedzialność za istotne kwestie społeczne i środowiskowe. Rozwijamy nasz biznes w sposób zrównoważony, z korzyścią dla wszystkich interesariuszy.

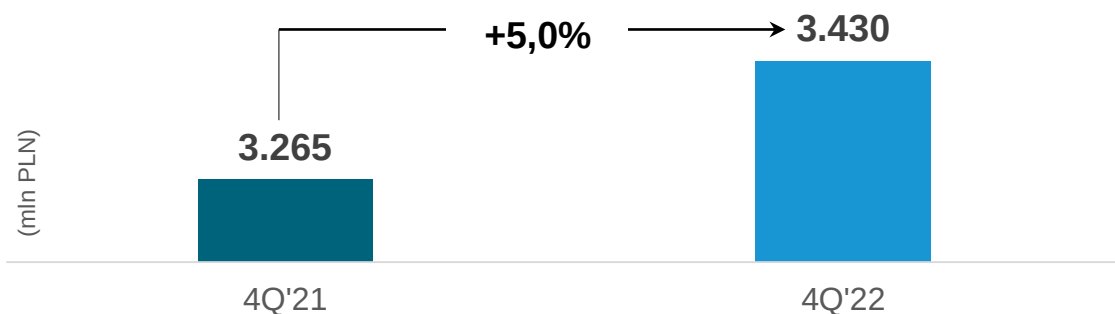
Wyniki finansowe



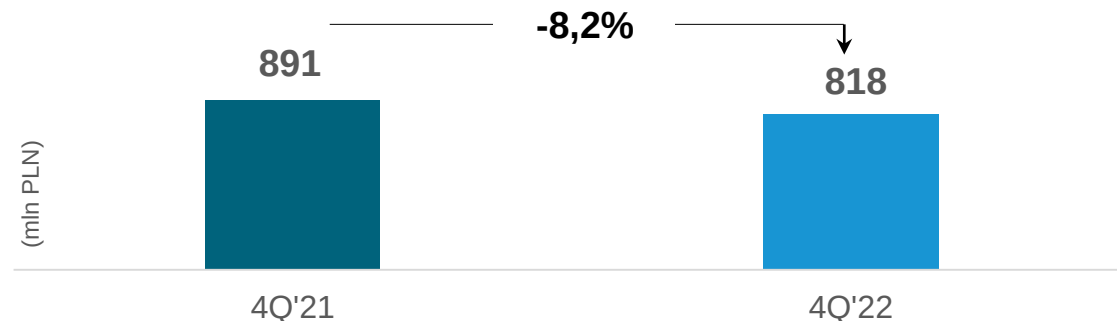
Katarzyna Ostap-Tomann
Członek Zarządu, Cyfrowy Polsat

Wyniki Grupy w 4Q'22

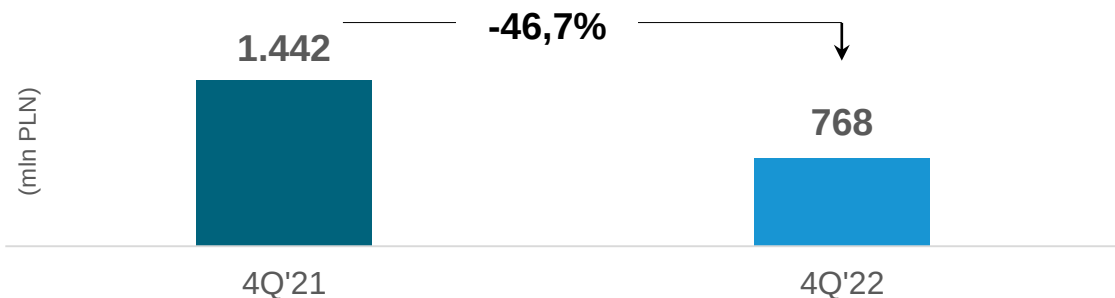
Przychody



EBITDA skorygowana¹



LTM FCF

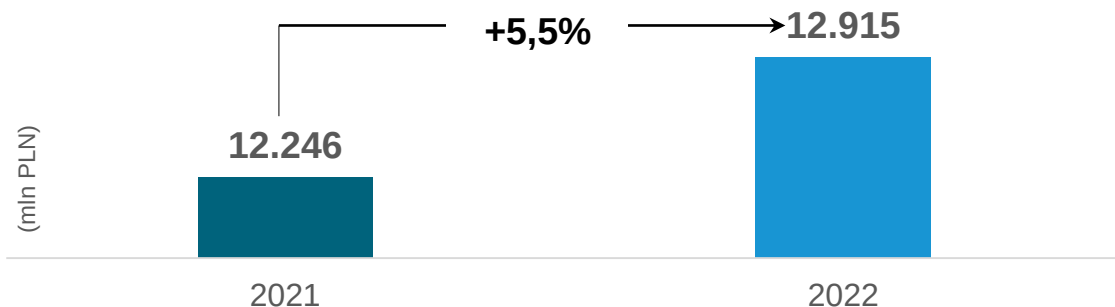


Dług netto/EBITDA LTM

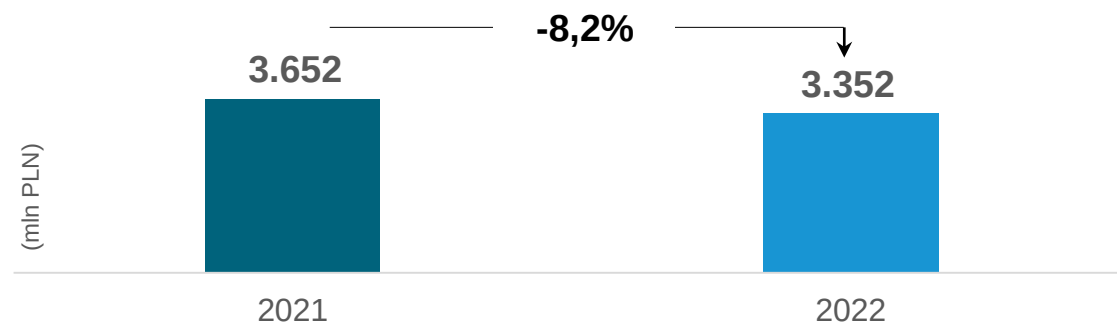


Wyniki Grupy w 2022 r.

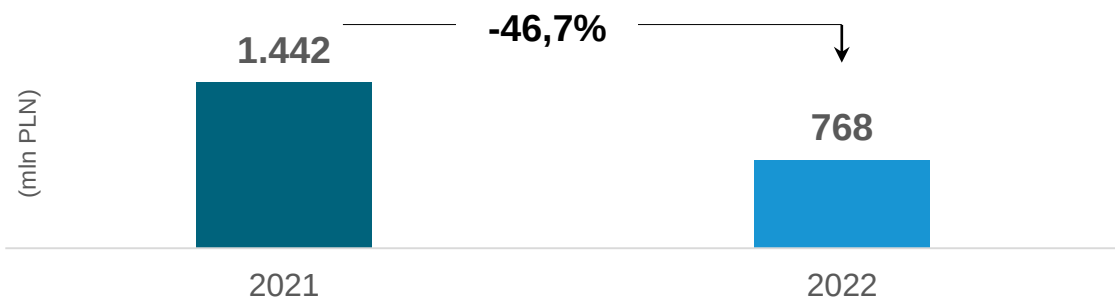
Przychody skorygowane o deltę IC w 1H'21



EBITDA skorygowana¹



LTM FCF

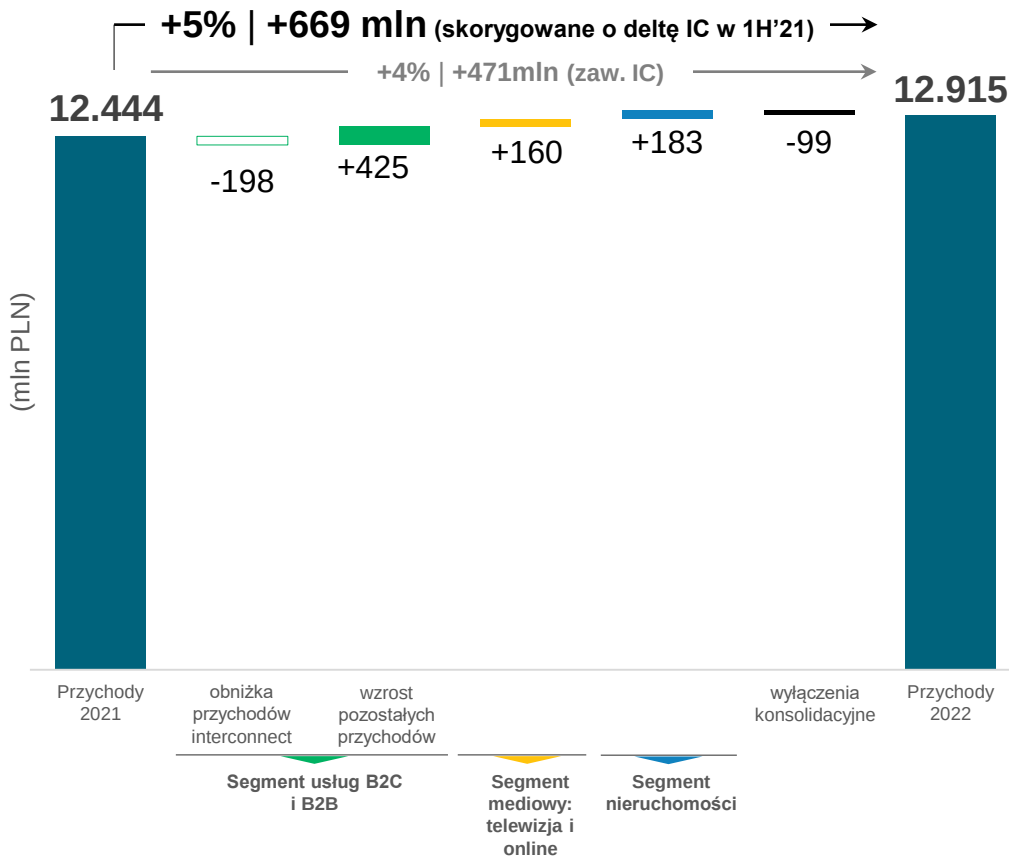


Dług netto/EBITDA LTM

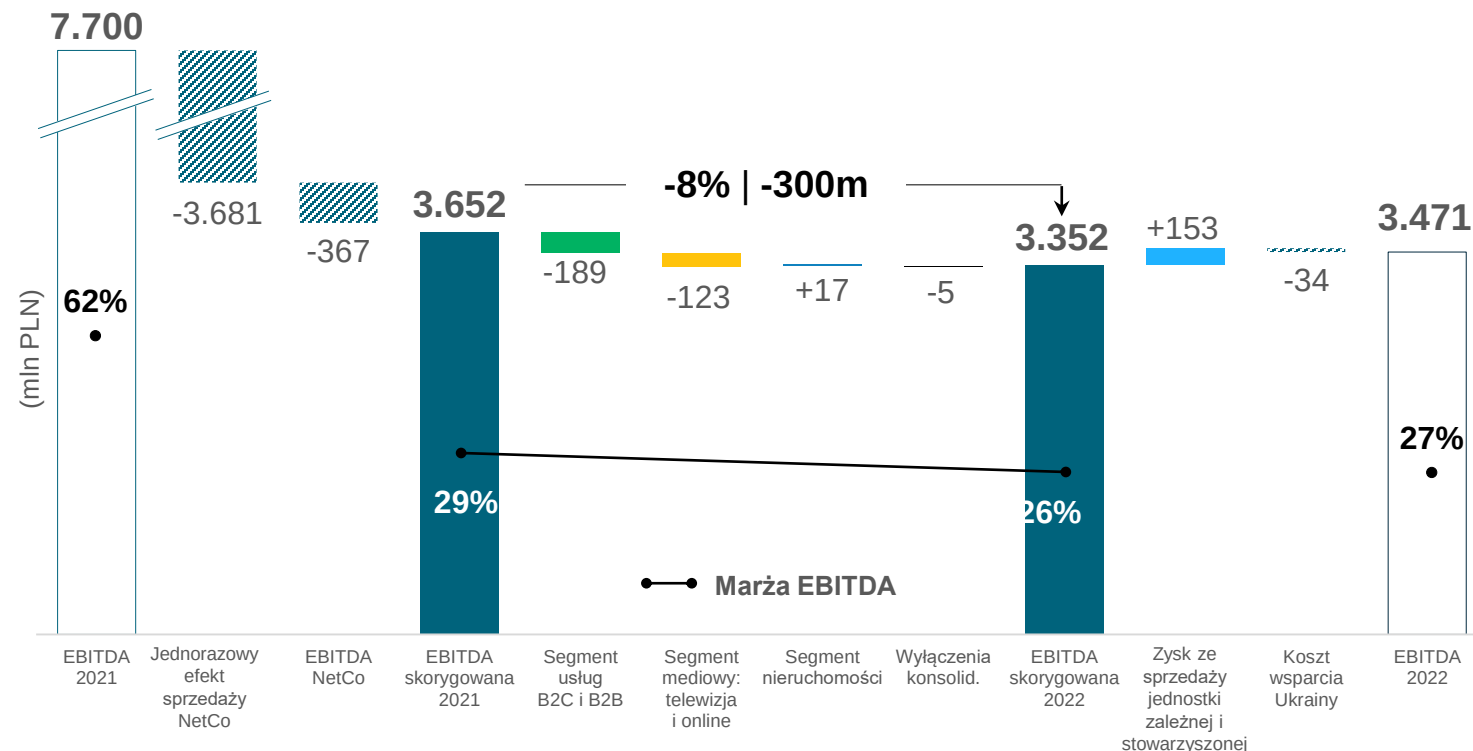


Przychody i EBITDA – czynniki zmian

Przychody ze sprzedaży



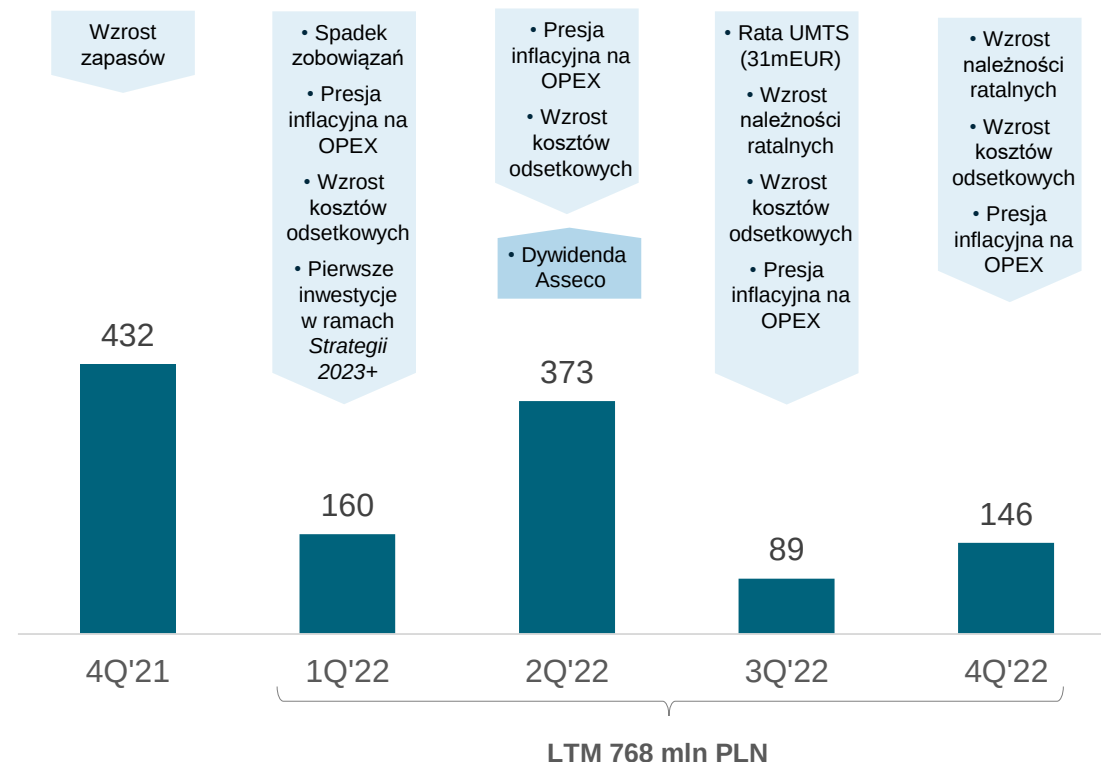
EBITDA skorygowana¹



FCF pod wpływem rosnących odsetek i presji na OPEX

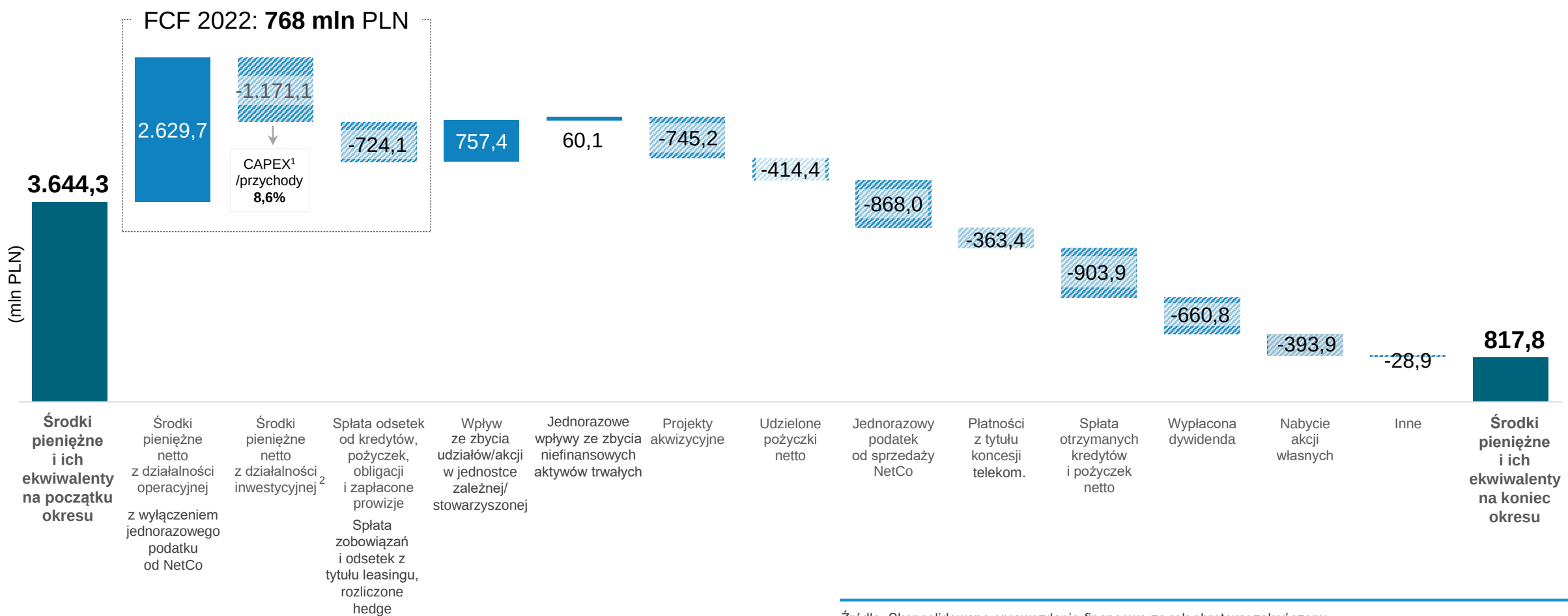
mIn PLN	4Q'22	2022
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	672	1.762
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-474	-1.877
Splata odsetek od kredytów, pożyczek, obligacji, rozliczenie instrumentów pochodnych	-193	-507
Splata zobowiązań i odsetek z tytułu leasingu	-51	-217
FCF po odsetkach	-46	-839
Jednorazowy podatek od sprzedaży NetCo	-	868
Projekty akwizycyjne	6	745
Wpływy ze sprzedaży udziałów/akcji	-114	-757
Udzielone pożyczki netto	9	414
Jednorazowe płatności z tytułu koncesji	351	363
Jednorazowe wpływy ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	-60	-60
Koszty wsparcia Ukrainy	-	34
Skorygowany FCF po odsetkach	146	768

Skorygowany FCF po odsetkach



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2022 r. oraz analizy własne

CF odzwierciedla priorytetyzację naszych inwestycji w aktywa produkujące zieloną energię



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2022 r. oraz analizy własne

Nota: (1) Wydatki na nabycie rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych
(2) Po wyłączeniu wpływu ze zbycia udziałów/akcji w jednostce zależnej/stowarzyszonej, jednorazowych wpływów ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych, projektów akwizycyjnych, udzielonych pożyczek netto, jednorazowych płatności z tytułu koncesji

Zadłużenie Grupy

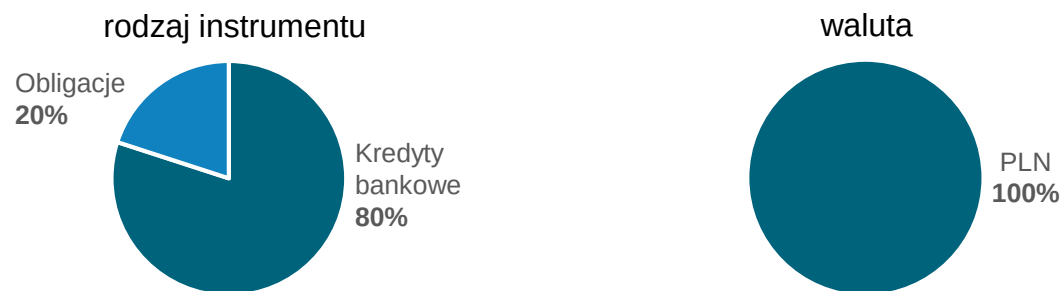
mIn PLN	Wartość bilansowa na dzień 31.12.2022
Kredyt Terminowy (transza A i B)	7.997
Kredyt Rewolwingowy	134
Obligacje	2.076
Leasing i inne	531
Zadłużenie brutto	10.738
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty ¹	(809)
Zadłużenie netto	9.929
EBITDA LTM	3.471
Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM	2,86x
Średni ważony koszt odsetek od kredytu i obligacji ²	8,5%

¹ Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów.

² Prospektywny średni ważony koszt odsetkowy Kredytu Terminowego (wraz z Kredytem Rewolwingowym) oraz Obligacji Serii B i Obligacji Serii C, wg stanu na dzień 31 grudnia 2022 roku przy WIBOR 1M na poziomie 6,93% i WIBOR 6M - 7,14%, nie uwzględniając instrumentów zabezpieczających.

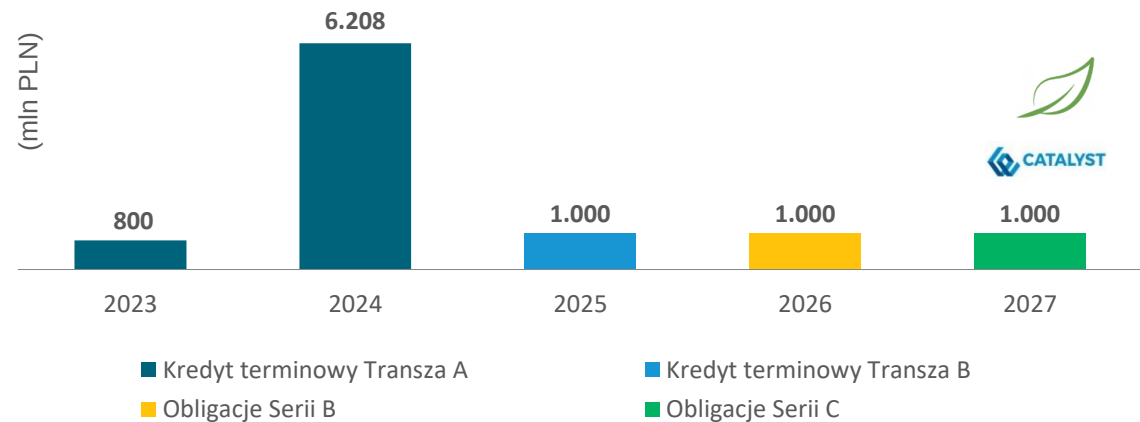
Struktura zadłużenia

na dzień 31.12.2022



Zapadalność długu

na dzień 31.12.2022

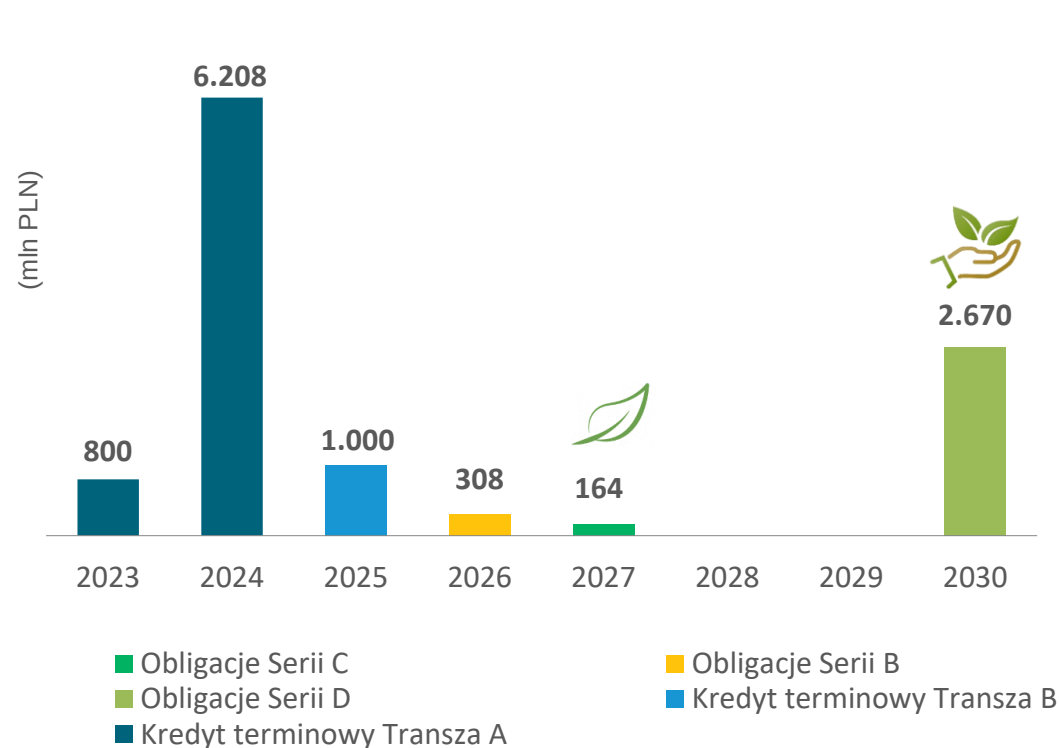


Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2022 r. oraz analizy własne

Wyemitowaliśmy obligacje powiązane z celami zrównoważonego rozwoju o wartości 2,67 mld zł

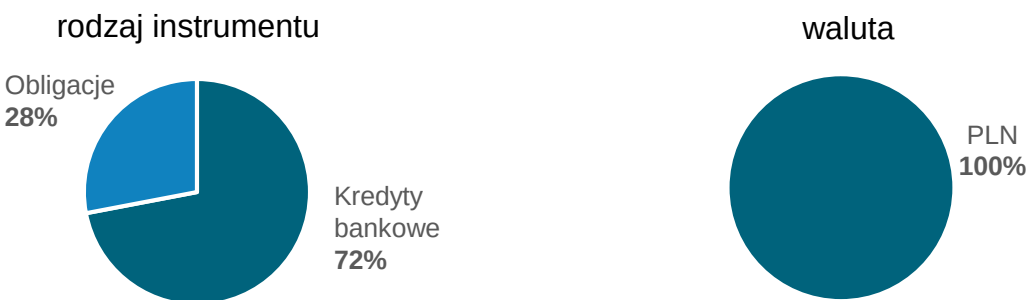
Zapadalność długu

na dzień 19.04.2023



Struktura zadłużenia

na dzień 19.04.2023



Nasze cele środowiskowe

	2025	2030
KPI 1 Redukcja całkowitej emisji Gazów Ciężkich (GHG) Zakresu 1 i 2 (ekwiwalent emisji CO ₂ w tonach na rok)	Redukcja o 75%	Redukcja o 80%
KPI 2 Produkcja energii z Odnawialnych Źródeł Energii (OZE) (GWh/rok)	800 GWh/rok	1,600 GWh/rok
KPI 3 Produkcja zielonego wodoru (ton/rok)	1.500 ton/rok	3.000 ton/rok
KPI 4 Udział zero-emisyjnych źródeł w miksie energetycznym GPP (%)	25%	50%

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2022 r. oraz analizy własne

Inwestujemy w przyszłość

Maciej Stec
Wiceprezes Zarządu, Cyfrowy Polsat



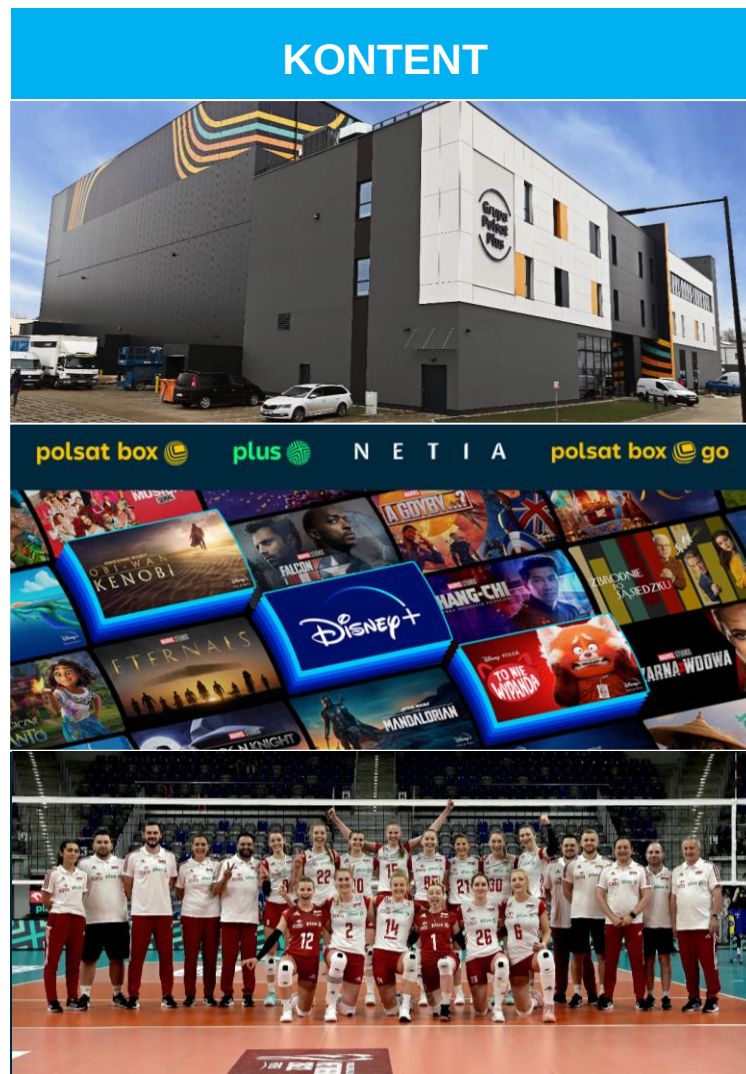
Strategia 2023+: inwestujemy w innowacje, inwestujemy w przyszłość!

TELEKOMUNIKACJA

**Ponad 20 mln
mieszkańców
Polski w zasięgu
sieci 5G Plusa**



KONTENT



ZIELONA ENERGIA



Podsumowanie 2022 i cele na 2023 r.

Mirosław Błaszczuk
Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat



Zrealizowaliśmy cele założone na 2022 r.



Konsekwentnie i skutecznie budujemy wartość i lojalność naszej bazy klientów w niesprzyjającym otoczeniu makroekonomicznym i geopolitycznym



Inwestujemy w atrakcyjny контент i bogate portfolio praw sportowych dla naszych widzów



Oferujemy najlepsze usługi 5G do 600Mb/s i poszerzamy dostępność oferty światłowodowej. *Dla każdego. Wszędzie*



Dynamicznie realizujemy strategię w obszarze produkcji czystej energii i zielonego wodoru



Mimo trudnych warunków na rynku długu z powodzeniem aranżujemy nowe finansowanie naszej działalności



Przejęliśmy Port Praski i weszliśmy we współpracę z HB Reavis celem budowy przestrzeni biurowej



Wyplaciliśmy wysoką dywidendę dla naszych Akcjonariuszy

2023 rokiem dynamicznej realizacji naszej *Strategii 2023+*: inwestujemy w innowacje, inwestujemy w przyszłość



- Konsekwentna realizacja strategii multiplay
- Dalsza budowa wartości klienta (ARPU)
- Utrzymanie wysokiej lojalności klientów
- Rozwój sieci 5G i światłowodowej

telekomunikacja



- Inwestycje w atrakcyjny контент: seriale i sport
- Rozwój platformy Polsat Box Go
- Wzmacnianie pozycji na rynku mediów internetowych

kontent



- Dynamiczny rozwój projektów OZE
- Uruchomienie pełnego łańcucha wartości gospodarki opartej o zielony wodór

czysta energia

dyscyplina finansowa

- Utrzymanie wysokich marż w trudnym otoczeniu makroekonomicznym
- Aranżacja nowego finansowania zewnętrznego celem realizacji założeń *Strategii 2023+*
 - Wysoki FCF zainwestujemy w rozwój nowego segmentu czysta energia

Dodatkowe informacje



Wyniki segmentu usług B2C i B2B

mIn PLN	4Q'22	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.741	3%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	2.117	11%
EBITDA skorygowana ²	622	-13%
Marża EBITDA skorygowana ²	22,7%	-4,3pkt%

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2022 r. oraz analizy własne

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

(2) EBITDA z pominięciem w 4Q'21 jednorazowych kosztów związanych ze sprzedażą NetCo (10,2 mln PLN)

- Sukcesywna budowa ARPU we wszystkich segmentach klienckich przekłada się na stabilny wzrost przychodów detalicznych. Bardzo dynamicznie rosną również przychody ze sprzedaży sprzętu
- Presja inflacyjna i wzrost kosztów energii elektrycznej to główne czynniki odzwierciedlające się we wzroście kosztów operacyjnych

Wyniki finansowe segmentu mediowego

mIn PLN	4Q'22	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	731	6%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	539	6%
EBITDA	190	8%
Marża EBITDA	26,0%	0,4pkt%

- Na przychody ze sprzedaży pozytywnie wpływają rosnące przychody reklamowe, od operatorów kab/sat oraz ze sprzedaży licencji, sublicencji i praw majątkowych
- Traktując obszar produkcji kontentu jako naszą przewagę konkurencyjną, nieprzerwanie inwestujemy w atrakcyjność naszej oferty programowej, w tym najlepszy sport, nowe seriale oraz atrakcyjną ramówkę

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2022 r. oraz analizy własne

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

Wyniki finansowe segmentu nieruchomości

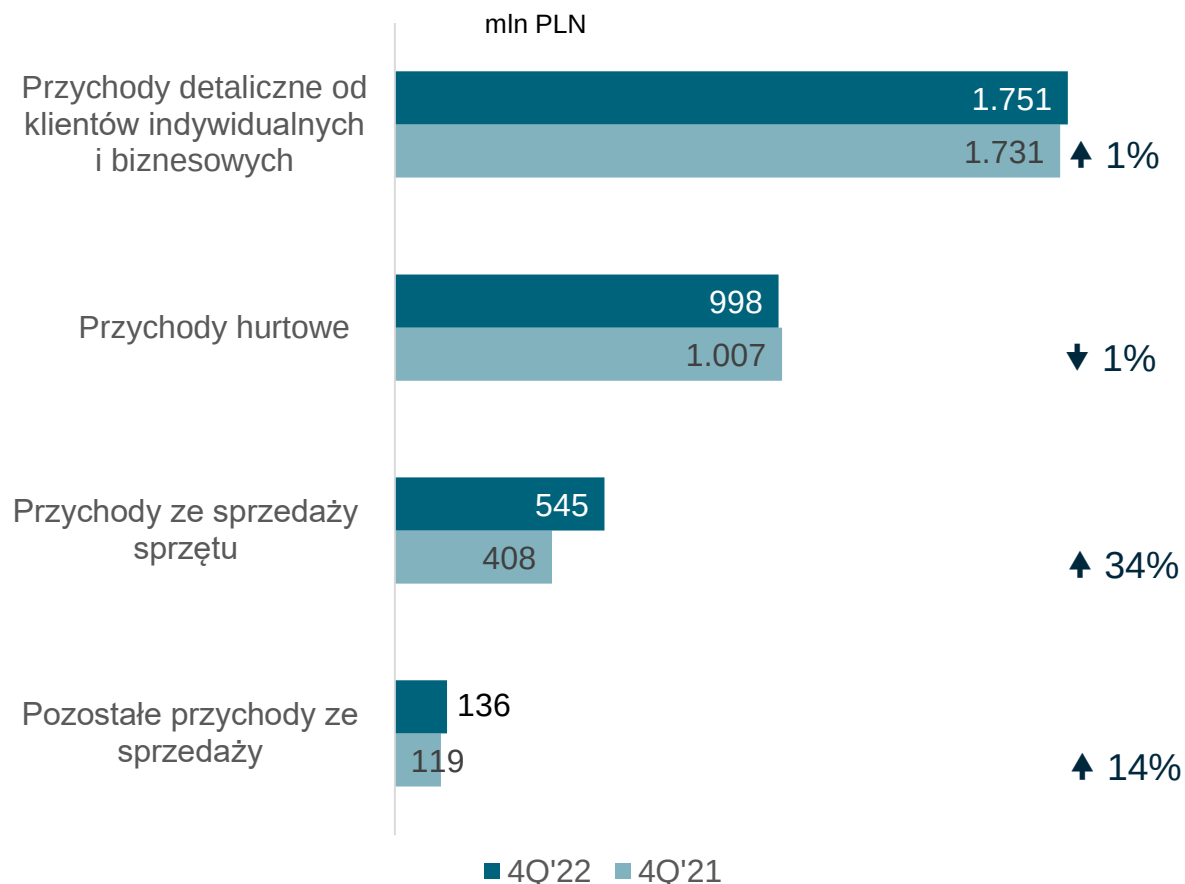
mIn PLN	4Q'22
Przychody ze sprzedaży	65
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	65
EBITDA	3
Marża EBITDA	4,9%

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2022 r. oraz analizy własne

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

- Segment nieruchomości obejmuje głównie realizację projektów budowlanych, jak również sprzedaż, najem i zarządzanie nieruchomościami własnymi lub dzierżawionymi
- Aktualnie w ramach segmentu rozpoczęliśmy sprzedaż mieszkań w nowej inwestycji i posiadamy zapas mieszkań gotowych do sprzedaży w Porcie Praskim oraz realizujemy projekty budowlane na rzecz spółek z Grupy Polsat Plus
- Kolejne projekty deweloperskie zaplanowane są w perspektywie średnioterminowej

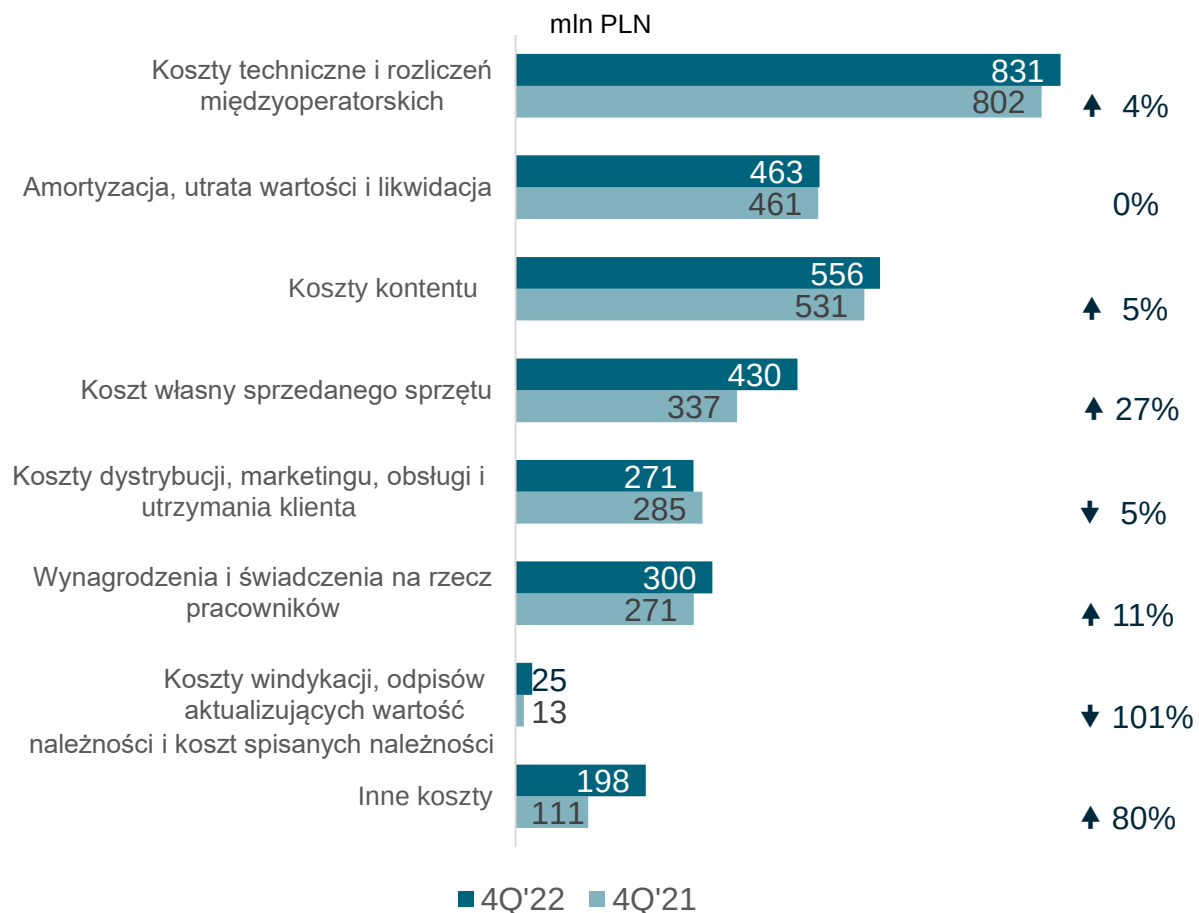
Struktura przychodów ze sprzedaży



- Wzrost **przychodów detalicznych** dzięki skutecznej realizacji naszej strategii budowania wartości klienta, co znajduje odzwierciedlenie w wysokiej dynamice wzrostu ARPU zarówno dla kontraktowych klientów B2C i B2B, jak i dla klientów usług przedpłaconych
- Istotnie wyższe **przychody ze sprzedaży sprzętu** przede wszystkim w wyniku większej skłonności klientów do wyboru droższych modeli smartfonów, przy jednocześnie niższym roku do roku wolumenie sprzedanych urządzeń
- Wyższe **pozostałe przychody ze sprzedaży** przede wszystkim dzięki rozpoznaniu przychodów ze sprzedaży i najmu lokali w ramach segmentu nieruchomości (brak analogicznych przychodów w okresie porównawczym)

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2022 r. oraz analizy własne

Struktura kosztów operacyjnych



- Wyższe **koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich** przede wszystkim na skutek rozpoznania istotnie wyższych kosztów energii elektrycznej
- Wzrost **kosztu własnego sprzedanego sprzętu** przede wszystkim w efekcie wzrostu udziału droższych modeli smartfonów w miksie sprzedażowym
- Wyższe **koszty kontentu** co jest przede wszystkim wynikiem inwestycji ukierunkowanych na zwiększenie atrakcyjności oferty programowej naszych kanałów telewizyjnych w celu poprawy profilu widza
- Wzrost **kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników** głównie w efekcie zmian w strukturze Grupy w minionych 12 miesiącach oraz utrzymującej się presji inflacyjnej
- Wzrost **innych kosztów** w związku m.in. z ujęciem w 4Q'22 kosztów sprzedaży mieszkań w ramach segmentu nieruchomości (brak analogicznych kosztów w okresie porównawczym), wyższych kosztów utrzymania nieruchomości wynikających z istotnie wyższych kosztów energii elektrycznej i presji inflacyjnej na czynsze oraz rozpoznania wyższych kosztów związanych z działalnością na rynku fotowoltaicznym

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 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.

Relacje Inwestorskie

Cyfrowy Polsat S.A.
ul. Konstruktorska 4
02-673 Warszawa

Tel.: +48 (22) 337 93 14

Email: ir@cyfrowypolsat.pl

<https://grupapolsatplus.pl>

