

Wyniki finansowe Grupy Polsat Plus w 2Q'24

W związku z objęciem kontroli na spółką PAK-PCE i jej spółkami zależnymi 3 lipca 2023 r. Grupa rozpoczęła konsolidację wyników Grupy PAK-PCE metodą pełną. W efekcie Grupa rozpoznaje dodatkowe przychody i koszty, w szczególności związane z produkcją i sprzedażą energii elektrycznej.

w mln zł	2Q'24	Zmiana r/r	Konsensus rynkowy ¹⁾	Różnica
Przychody ze sprzedaży, w tym:	3.454	5,0%	3.488	-1,0%
- Przychody detaliczne	1.784	2,9%		
- Przychody hurtowe	848	-1,3%		
- Przychody ze sprzedaży sprzętu	433	-10,5%		
- Przychody ze sprzedaży energii	249	-		
- Pozostałe przychody	140	-34,1%		
Koszty operacyjne, w tym:	3.086	4,8%		
- Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich	820	-0,5%		
- Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja	456	-2,8%		
- Koszt własny sprzedanego sprzętu	334	-13,1%		
- Koszty kontentu	555	4,9%		
- Koszt własny sprzedanej energii	194	n/d		
- w tym amortyzacja	12	n/d		
- Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta	256	3,3%		
- Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	296	7,8%		
- Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności	28	-12,6%		
- Inne koszty	146	-20,5%		
- w tym amortyzacja	1	n/d		
EBITDA z wyłączeniem zbycia aktywów²⁾	844	5,7%	816	3,4%
Marża EBITDA z wyłączeniem zbycia aktywów ²⁾	24,4%	0,1pkt%	23,4%	1,0 pkt%
EBITDA	865	8,3%	836	3,5%
Marża EBITDA	25,0%	0,7pkt%	24,0%	1,1 pkt%
EBIT	396	20,1%	359	10,3%
Zysk netto	176	>100%	120	46,3%

¹ W oparciu o prognozy: BM mBanku, BM BDM, DM BOŚ, DM PKO BP, ERSTE, Ipopema, Trigon, Pekao, Santander, Wood&Co

² EBITDA z wyłączeniem w 2Q'24 przychodu z tytułu zbycia drugiej części pakietu adresów IPv4 za 21 mln zł netto po potrąceniu kosztów transakcyjnych.

- **Przychody Grupy Polsat Plus wyniosły 3.454 mln zł (+5,0% r/r)**. Wyłączając wpływ konsolidacji Grupy PAK-PCE, przychody Grupy wyniosły 3.206 mln zł (-2,5% r/r). Na poziom przychodów wpływ miały w głównej mierze:
 - Rozpoznane **przychody ze sprzedaży energii** w wysokości **249 mln zł**, obejmujące przychody ze sprzedaży energii elektrycznej z produkcji oraz z obrotu, przychody ze sprzedaży energii ciepłej oraz przychody ze sprzedaży świadectw pochodzenia. Skonsolidowane przychody ze sprzedaży własnej energii elektrycznej wyniosły 72 mln zł, a przychody z obrotu 161 mln zł;
 - Wyższe **przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych (+2,9% r/r)**, co wynikało ze skutecznej realizacji strategii multiplay i budowy wartości kontraktowych klientów B2C i B2B;
 - Niższe **przychody ze sprzedaży sprzętu (-10,5% r/r)**, co wynikało przede wszystkim z wysokiego wolumenu sprzedaży odnotowanego w okresie porównawczym. Jednocześnie dzięki wysokiemu udziałowi droższych telefonów w miksie sprzedażowym marża realizowana na sprzedaży sprzętu pozostaje na wysokim, stabilnym poziomie;
 - Niższe **pozostałe przychody ze sprzedaży (-34,1% r/r)** głównie w wyniku rozpoznania niższych przychodów z działalności w obszarze instalacji fotowoltaicznych, co związane było z realizacją projektu farmy fotowoltaicznej Cambria w okresie porównawczym.
- **Koszty Grupy wyniosły 3.086 mln zł (+4,8% r/r)**. Wyłączając wpływ konsolidacji wyników Grupy PAK-PCE, koszty operacyjne wyniosły 2.889 mln zł (-1,9% r/r). Na ich wysokość wpływ miały w głównej mierze:
 - Ujęcie **kosztu własnego sprzedanej energii** w wysokości **194 mln zł**;
 - Wzrost **kosztów wynagrodzeń (+7,8% r/r)** głównie w efekcie wzrostu zatrudnienia oraz utrzymującej się presji inflacyjnej.
 - Niższy **koszt własny sprzedanego sprzętu (-13,1% r/r)**, co wynikało z niższego wolumenu sprzedaży w raportowanym kwartale sprzętu i koresponduje z niższymi przychodami ze sprzedaży sprzętu.
 - Niższe **inne koszty (-20,5% r/r)**, przede wszystkim w wyniku rozpoznania niższych kosztów związanych z działalnością w obszarze instalacji fotowoltaicznych.
- **EBITDA z wyłączeniem zysku ze sprzedaży aktywów³⁾**, wyniosła **844 mln zł (+5,7% r/r)**, przy marży EBITDA na poziomie **24,4%**. Głównym motorem wzrostu była kontrybucja segmentu zielonej energii w wysokości 71,4 mln zł.
- **Raportowany zysk EBITDA** wyniósł 865 mln zł **(+8,3% r/r)**.
- **EBIT** wyniósł **396 mln zł**.
- **Koszty finansowe, netto** spadły r/r o **34 mln zł (-11,2% r/r)** głównie w wyniku niższego kosztu obsługi zadłużenia Grupy, w wyniku spadku poziomu stóp procentowych w Polsce w 3Q'23 oraz realizacji i pozytywnej wyceny instrumentów zabezpieczających.
- **Zysk netto** Grupy wyniósł **176 mln zł (+167 mln zł r/r)**.
- **Skorygowany FCF LTM po odsetkach, z wyłączeniem capexu na zieloną energię** wyniósł na koniec 2Q'24 **436 mln zł (+30,5% vs. FY'23)**. Wynik FCF LTM pozostaje pod wpływem wysokich kosztów odsetkowych.
- W obszarze **TMT⁴⁾ wskaźnik CAPEX/przychody** na poziomie **5,8%** w 2Q'24.
- Główny kowenant – **dług netto/EBITDA LTM** (z wyłączeniem finansowania projektowego⁵⁾ na poziomie **3,30x**.
- Dług netto/EBITDA LTM z uwzględnieniem finansowania projektowego na poziomie **3,59x**.

³ EBITDA z wyłączeniem w 2Q'24 przychodu z tytułu zbycia drugiej części pakietu adresów IPv4 w wysokości 21,1 mln zł netto (po potrąceniu kosztów transakcyjnych).

⁴ Obejmuje segmenty usług B2C i B2B oraz mediowy

⁵ Zobowiązania z tytułu pożyczek i kredytów udzielonych PAK-PCE oraz kredytów inwestycyjnych udzielonych spółkom zależnym PAK-PCE (spółki projektowe) na realizację określonych projektów inwestycyjnych związanych z rozwojem nisko i zeroemisyjnych źródeł energii

Segment usług B2C i B2B

	2Q'24	2Q'23	Zmiana r/r
USŁUGI KONTRAKTOWE ŚWIADCZONE KLIENTOM B2C			
Łączna liczba RGU B2C (na koniec okresu) [tys.], w tym:	13.086	13.083	0,0%
Płatna telewizja	4.749	4.895	-3,0%
Telefonia komórkowa	6.317	6.218	1,6%
Internet	2.020	1.970	2,5%
Liczba klientów B2C (na koniec okresu) [tys.]	5.758	5.848	-1,5%
ARPU na klienta B2C [PLN]	75,2	71,8	4,7%
Churn w segmencie B2C	7,5%	7,3%	0,2 p.p.
Wskaźnik nasycenia RGU na klienta B2C	2,27	2,24	1,3%
USŁUGI PRZEDPŁACONE			
Łączna liczba RGU (na koniec okresu), [tys.] w tym:	2.609	2.656	-1,8%
Płatna telewizja ¹⁾	112	79	41,8%
Telefonia komórkowa	2.473	2.548	-2,9%
Internet	24	29	-17,2%
ARPU na RGU prepaid [PLN]	18,0	17,8	1,1%
USŁUGI KONTRAKTOWE ŚWIADCZONE KLIENTOM B2B			
Łączna liczba klientów B2B (na koniec okresu) [tys.]	68,5	69,0	-0,7%
ARPU na klienta B2B [PLN]	1.485	1.463	1,5%
FINANSE [mln PLN]			
Przychody	2.609	2.700	-3,3%
EBITDA z wyłączeniem zysku ze sprzedaży aktywów²⁾	625	635	-1,5%
CAPEX	175	198	-11,4%

¹ RGU z wykluczeniem niskomarkowego pakietu Polsat Box Go Start

² EBITDA z wyłączeniem w 2Q'24 przychodu z tytułu zbycia drugiej części pakietu adresów IPv4 za 21 mln zł netto po potrąceniu kosztów transakcyjnych.

Usługi kontraktowe świadczone klientom B2C:

- **Baza klientów kontraktowych B2C** na poziomie **5.758 tys. (-1,5% r/r)**, głównie w wyniku malejącej popularności technologii satelitarnej, jak również utrzymującego się procesu konsolidacji klientów kontraktowych pod jedną wspólną umową kontraktową w ramach gospodarstwa domowego.
- **Churn na niskim poziomie 7,5%** w skali roku, głównie w efekcie wysokiej lojalności naszych klientów usług łączonych, co z kolei wynika ze skutecznej realizacji strategii multiplay.
- **ARPU na klienta kontraktowego B2C** na poziomie **75,2 zł (+4,7% r/r)**, dzięki dosprzedaży dodatkowych produktów i usług do bazy klientów w ramach oferty multiplay oraz oferowania bogatszych pakietów telewizyjnych i telekomunikacyjnych (strategia *more-for-more*).
- Stabilny poziom całkowitej **bazy usług kontraktowych B2C** na poziomie **13.086 tys.**
 - Liczba RGU **telefonii komórkowej** wzrosła o 99 tys. (+1,6%) r/r, do poziomu 6.317 tys.;
 - Liczba RGU **Internetu** wyniosła 2.020 tys., notując wzrost o 50 tys. (+2,5%) r/r;
 - Liczba usług **płatnej telewizji** wyniosła 4.749 tys. i zanotowała spadek o 146 tys. (-3,0% r/r), w wyniku mniejszej liczby świadczonych usług telewizji satelitarnej oraz repozycjonowania cenowego i zmiany strategii oferowania naszych serwisów wideo online, co jest częściowo kompensowane rosnącą popularnością telewizji internetowej (IPTV/OTT).

- **2,48 mln klientów**, czyli 43% całej bazy, korzystało z **oferty multiplay** i posiadało łącznie 7.521 tys. usług (+129 tys. r/r).

Usługi przedpłacone:

- **Baza RGU przedpłaconych⁶⁾** wyniosła **2.609 tys.**, notując spadek o 47 tys. **(-1,8%) r/r**. Główne przyczyny spadku to:
 - niższa o 75 tys. liczba przedpłaconych usług telefonii komórkowej wynikająca z nasilonej konkurencji w tym segmencie rynku;
 - rosnąca popularność transmisji danych w taryfach głosowych z uwagi na zanikające różnice w wielkości pakietów danych, co przekłada się na systematyczny spadek liczby usług dedykowanego mobilnego Internetu.
- **ARPU prepaid⁶⁾** wyniosło **18,0 zł (+1,1% r/r)**.

Usługi kontraktowe świadczone klientom B2B:

- Stabilna baza **klientów kontraktowych B2B** na poziomie **68,5 tys.** (-0,7% r/r).
- **ARPU na klienta B2B** wzrosło do **1.485 zł** średniomiesięcznie **(+1,5% r/r)**.

⁶ z wykluczeniem niskomarżowego pakietu Polsat Box Go Start

Segment mediowy: telewizja i online

	2Q'24	2Q'23	Zmiana r/r
TELEWIZJA			
Udział w oglądalności¹⁾, w tym:	22,04%	21,96%	0,08 p.p.
POLSAT (kanał główny)	7,05%	7,76%	-0,71 p.p.
Pozostałe kanały	14,99%	14,20%	0,79 p.p.
Udział w rynku reklamy TV²⁾	28,1%	28,3%	-0,2 p.p.
Wydatki na reklamę telewizyjną i sponsoring na całym rynku ³⁾ [mln PLN]	1.286	1.216	5,7%
Przychody z reklamy tv i sponsoringu Grupy TV Polsat⁴⁾ [mln PLN]	361	345	4,8%
ONLINE: GRUPA POLSAT-INTERIA⁵⁾			
Średniomiesięczna liczba użytkowników [mln]	20,4	21,0	-2,9%
Średniomiesięczna liczba odston [mln]	1.808	1.901	-4,9%
FINANSE [mln PLN]			
Przychody	663	560	3,8%
EBITDA	145	157	-7,3%
CAPEX	14	9	51,1%

¹ NAM, wszyscy 16-59, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2 (tzw. *Time Shifted Viewing*), oraz oglądalność poza miejscem zamieszkania, (tzw. widownia OOH), analizy własne

² Szacunki własne na podstawie danych Publicis Groupe

³ Publicis Groupe, dane wstępne, reklama spotowa i sponsoring,

⁴ Przychody z reklamy tv i sponsoringu kanałów wchodzących w skład Grupy Telewizji Polsat

⁵ Mediapanel Gemius/PBI, liczba użytkowników - wskaźnik real users, liczba odston - wskaźnik views

Telewizja

- **Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu** Grupy TV Polsat w 2Q'24 **wzrosły o 4,8% r/r** do poziomu 361 mln zł, podczas gdy rynek reklamy telewizyjnej zanotował wzrost o 5,7%.
- W efekcie udział Grupy TV Polsat w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wyniósł **28,1%** w porównaniu do 28,3% w 2Q'23.
- Oczekujemy, że rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 2024 roku będzie rósł w średnim jednocyfrowym tempie.
- Zysk EBITDA segmentu mediowego pod presją wyższych kosztów operacyjnych, w szczególności kosztów produkcji własnej, kosztów dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta oraz kosztów wynagrodzeń.

Segment zielona energia

	2Q'24	2Q'23	Zmiana r/r
Łączna produkcja energii elektrycznej (MWh), w tym:	222,0	145,1	53,0%
Biomasa	124,2	117,8	5,4%
Fotowoltaika	33,3	27,3	22,0%
Farmy wiatrowe	64,5	-	n/d
Średnia cena sprzedaży wyprodukowanej energii¹⁾ [PLN/MWh]	564,2	n/d	n/d

FINANSE [mln PLN]			
Przychody, w tym:	342	n/d	n/d
sprzedaż własnej energii elektrycznej	125	n/d	n/d
obrót	169	n/d	n/d
EBITDA	71	n/d	n/d
CAPEX	168	n/d	n/d

¹ Liczona jako iloraz wygenerowanych przez segment zielonej energii przychodów ze sprzedaży energii elektrycznej własnej i wolumenu produkcji

Produkcja energii

- Łączny **wolumen wyprodukowanej energii** elektrycznej na poziomie **222,0 GWh**, w tym:
 - 124,2 GWh z biomasy;
 - 33,3 GWh z fotowoltaiki;
 - 64,5 GWh z farm wiatrowych.
- **Średnia cena sprzedaży** wyprodukowanej energii wyniosła **564,2 PLN/MWh** w 2Q'24.

ZAŁĄCZNIK

Wyniki finansowe segmentów działalności Grupy Polsat Plus

2Q'24 [mln PLN]	Usługi B2C i B2B	Mediowy: telewizja i online	Nierucho- mości	Zielona energia	Wyłączenia i korekty konsolidacyjne	Razem
Przychody ze sprzedaży	2.609	663	34	324	-176	3.454
<i>zmiana r/r</i>	-3%	4%	-13%	n/d	-	5%
Koszty operacyjne¹⁾	1.986	522	31	279	-188	2.630
<i>zmiana r/r</i>	-3%	8%	-11%	n/d	-	6%
EBITDA z wyłączeniem zysku ze sprzedaży aktywów²⁾	625	145	2	71	-	844
<i>zmiana r/r</i>	-2%	-7%	-65%	n/d	-	6%
Marża EBITDA z wyłączeniem zysku ze sprzedaży aktywów ²⁾	24,0%	21,9%	6,2%	22,0%	-	24,4%
<i>zmiana r/r</i>	0,4pkt%	-2,6pkt%	-9,2pkt%	n/d	-	0,1pkt%
EBITDA	646	145	2	71	-	865
<i>zmiana r/r</i>	2%	-7%	-65%	n/d	-	8%
Marża EBITDA	24,8%	21,9%	6,2%	22,0%	-	25,0%
<i>zmiana r/r</i>	1,2pkt%	-2,6pkt%	-9,2pkt%	n/d	-	0,7pkt%
CAPEX	175	14	1	168	-	358

¹ Koszty nie uwzględniają amortyzacji (w tym kosztów amortyzacji ujętych w ramach kosztów produkcji energii i autobusów), utraty wartości i likwidacji

² EBITDA z wyłączeniem przychodu z tytułu zbycia drugiej części pakietu adresów IPv4 za 21 mln zł netto po potrąceniu kosztów transakcyjnych.