



Wyniki za 4Q'11 i 2011

12 marca 2012 r.

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.

1

Wprowadzenie

Najważniejsze wydarzenia



- Nabycie 100% udziałów Info TV FM w celu uruchomienia telewizji mobilnej w oparciu o technologię DVB-T
- 3 miliony dekoderek wyprodukowane przez CPT
- Rozbudowa zasięgu sieci HSPA+ (1.071 masztów) oraz LTE (614 masztów)
- Nowości w ofercie:
 - Nowy serwis „VOD Domowa Wypożyczalnia – na komputer”
 - Płatna usługa Multiroom w wersji SD i HD
 - Rozpoczęcie sprzedaży tabletu z technologią LTE



- Nowy kanał Polsat Crime & Investigation, który poszerza portfolio Telewizji Polsat do 15 stacji
- Obiecujący start wiosennej ramówki w kanałach grupy Telewizji Polsat

Podsumowanie wyników operacyjnych



- Liczba abonentów DTH na koniec 2011 r. wzrosła r/r o 115 tys. do 3.551.671
- Liczba użytkowników usług telefonii komórkowej wzrosła r/r o 47 tys. do 143 tys.
- Liczba użytkowników usług dostępu do Internetu wzrosła r/r o 48 tys. do 73 tys.
- ARPU Pakietu Familijnego w 4Q'11 wyniosło 45,2 PLN, zaś ARPU Pakietu Mini 13,9 PLN
- Stabilny i niski poziom wskaźnika odpływu klientów (churn) wynoszący 9,8%



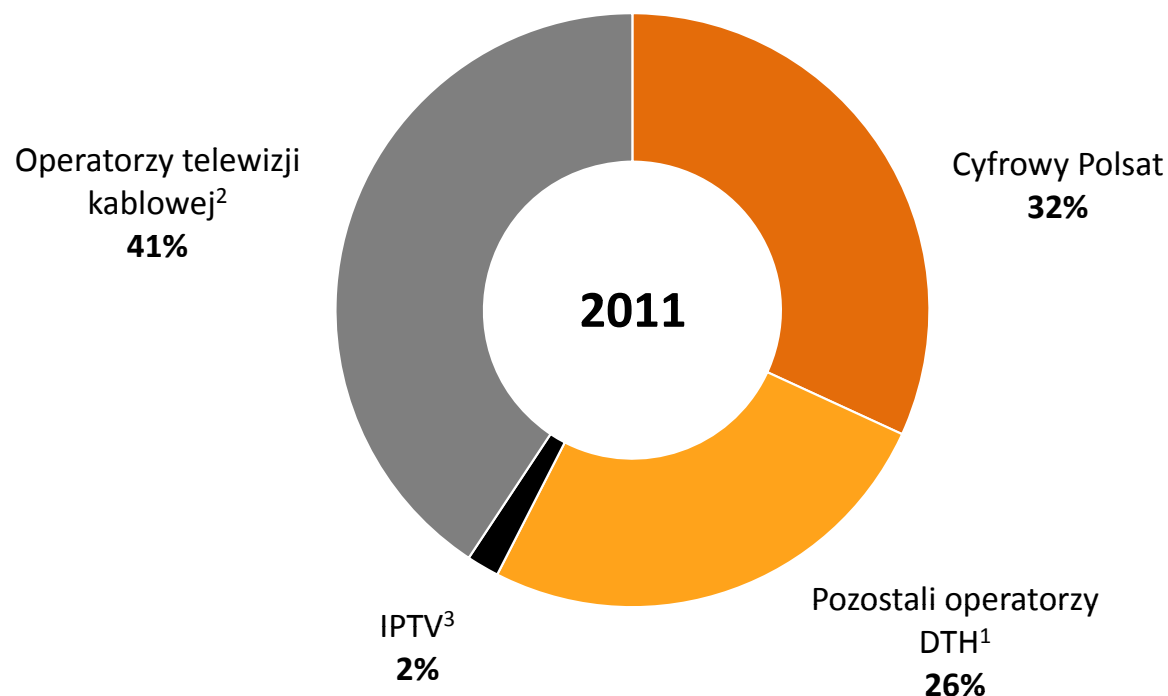
- Udział w oglądalności Grupy w 4Q'11 wzrósł r/r o 5% do poziomu 21,3%
- Udział w rynku reklamy telewizyjnej w 4Q'11 roku wzrósł r/r o ponad 2% do poziomu 22,3%

2

Wyniki operacyjne

Rynek płatnej telewizji w Polsce

% udziału w liczbie płatnych abonentów na koniec okresu



Nota: (1) Na podstawie szacunków własnych i danych opublikowanych przez operatorów (Raporty roczne Grupy TVN S.A. i Grupy TP S.A. za 2011 rok)

(2) Na podstawie szacunków własnych i danych publikowanych przez PIKE.

(3) Na podstawie szacunków własnych i danych opublikowanych przez operatorów (Raport roczny Grupy TP S.A. i strona internetowa Telefonia Dialog S.A.)

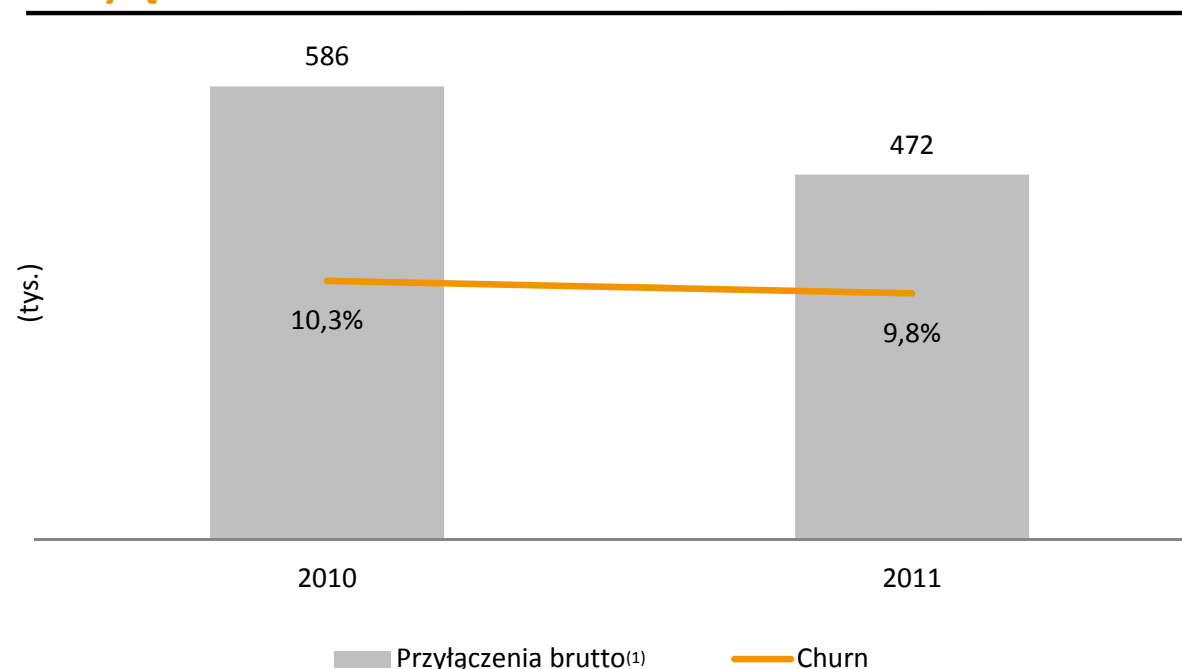
Segment usług świadczonych klientom indywidualnym

Wysoka sprzedaż i stabilny churn



- 472 tys. pozyskań brutto⁽¹⁾ w 2011 r.
- Obniżenie wskaźnika churn w rezultacie:
 - Wysokiego poziomu satysfakcji klientów
 - Skutecznych programów utrzymaniowych

Przyłączenia brutto i wskaźnik churn



Nota: Wskaźnik odpływu abonentów (churn) definiujemy jako stosunek liczby umów rozwiązanych w okresie 12 miesięcy do średniorocznej liczby umów w tym 12 miesięcznym okresie. Liczba rozwiązanych umów jest pomniejszona o liczbę abonentów, którzy zawarli z nami ponownie umowę nie później niż z końcem tego 12 miesięcznego okresu.

⁽¹⁾ wyliczając churn wewnętrzny

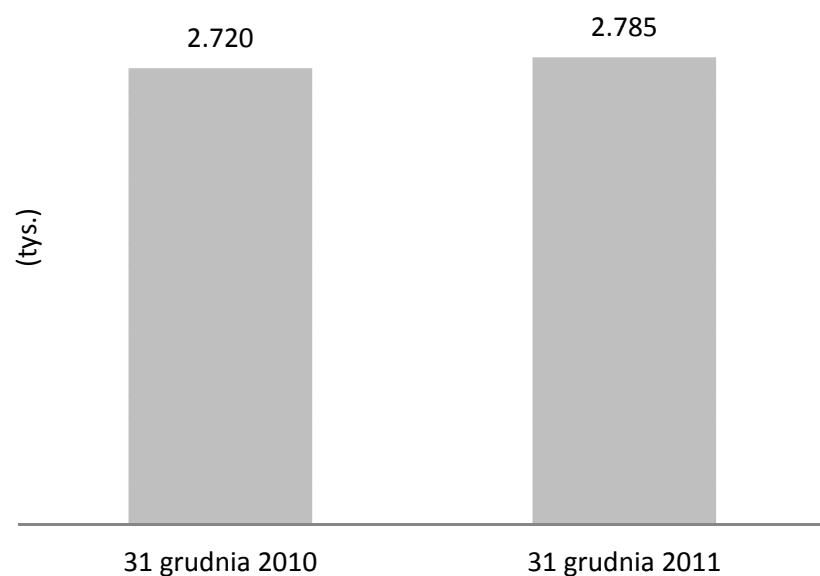
Segment usług świadczonych klientom indywidualnym

Wzrost bazy abonentów

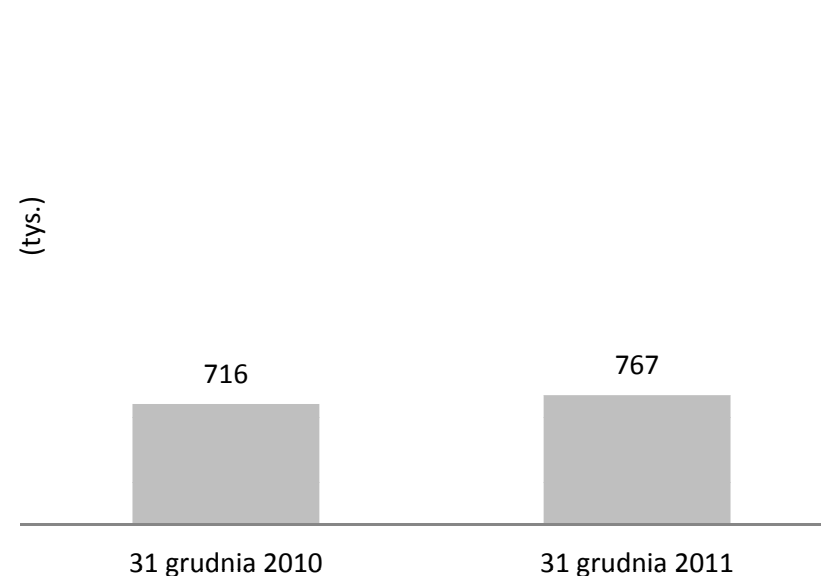


- W ujęciu rocznym nasza baza abonentów na koniec 4Q'11 wzrosła o 115 tys. do poziomu **3,55 mln**

Abonenci — Pakiet Familijny/Premium



Abonenci — Pakiet Mini



Segment usług świadczonych klientom indywidualnym

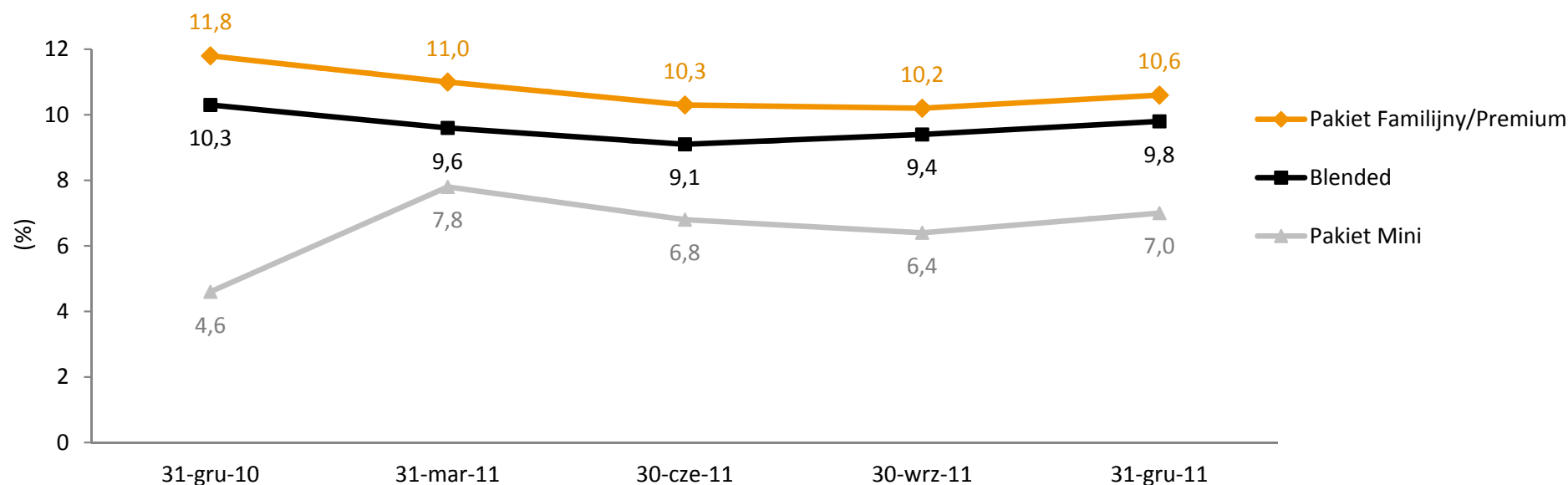
Niski churn dowodem wysokiej satysfakcji klientów



Wskaźnik churn (blended) wyniósł 9,8%

- Wskaźnik churn Pakietu Familijnego spadł r/r do 10,6%
- Wskaźnik churn Pakietu Mini wzrósł r/r do 7,0%

Churn (12 miesięcy)



Nota: Wskaźnik odpływu abonentów (churn) definiujemy jako stosunek liczby umów rozwiązanych w okresie 12 miesięcy do średniorocznej liczby umów w tym 12 miesięcznym okresie. Liczba rozwiązanych umów jest pomniejszona o liczbę abonentów, którzy zawarli z nami ponownie umowę nie później niż z końcem tego 12 miesięcznego okresu.

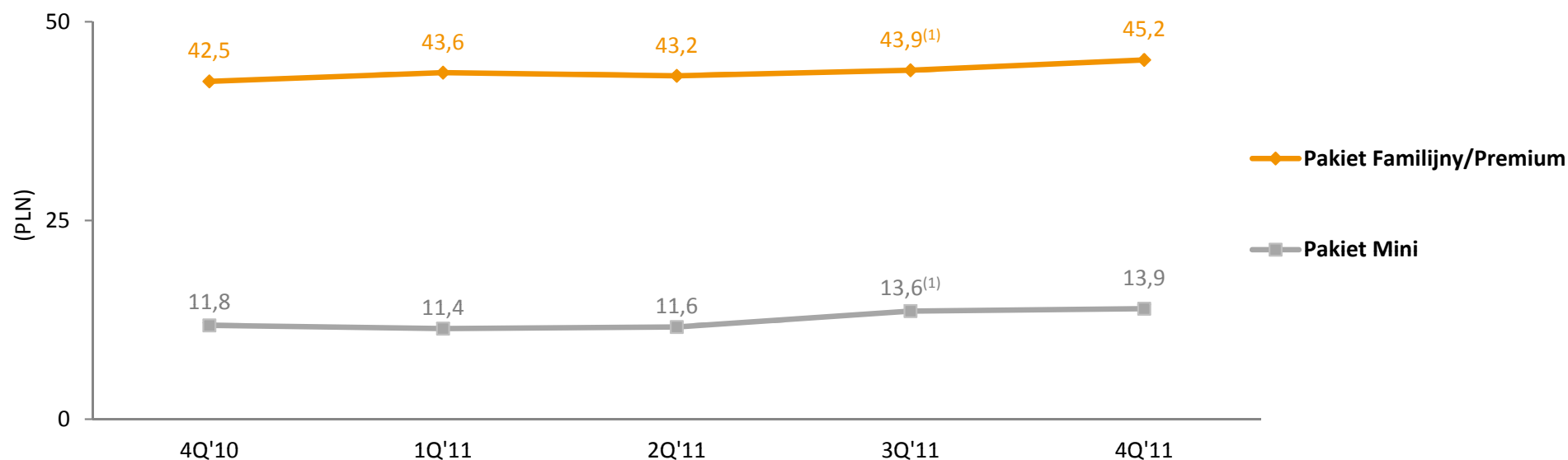
Segment usług świadczonych klientom indywidualnym

Stabilny wzrost ARPU



- Wskaźnik ARPU Pakietu Familijnego w 4Q'11 wyniósł 45,2 PLN
- Wskaźnik ARPU Pakietu Mini w 4Q'11 wyniósł 13,9 PLN

ARPU



Nota: ARPU definiujemy jako średni przychód netto na abonenta, któremu świadczyliśmy usługi, liczony jako suma opłat za nasze usługi płaconych przez naszych abonentów podzielona przez średnią liczbę abonentów, którym świadczyliśmy usługi w raportowanym okresie

(1) wskaźnik skorygowany o jednorazowy dodatkowy przychód z tytułu usługi PPV (walka Adamek-Kliczko)

Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

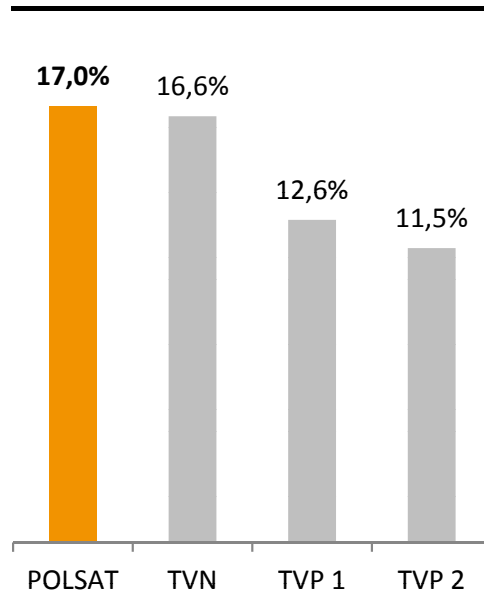
Wzrost udziału w oglądalności (4Q'11)



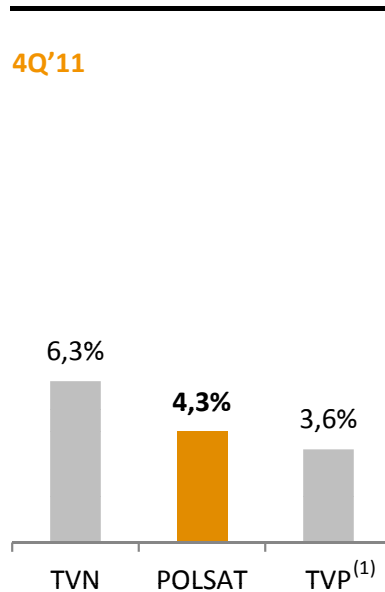
Grupa Telewizji Polsat po raz kolejny zwiększyła swój udział w oglądalności

- W 4Q'11 udział w oglądalności wzrósł r/r o 5% do 21,3%
- Kanał główny Polsatu był liderem z 17,0% udziałem w oglądalności
- Udział w widowni kanałów tematycznych Polsatu wzrósł r/r w 4Q'11 o 26% do 4,3%

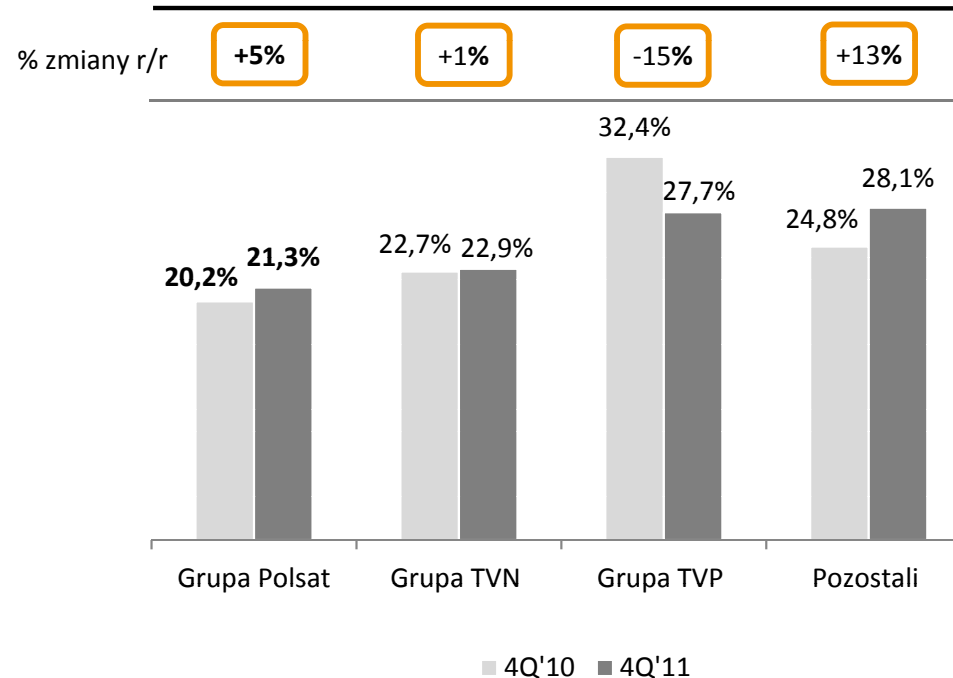
Udział w oglądalności głównych kanałów



Udział w oglądalności kanałów tematycznych



Dynamika udziałów w oglądalności



Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

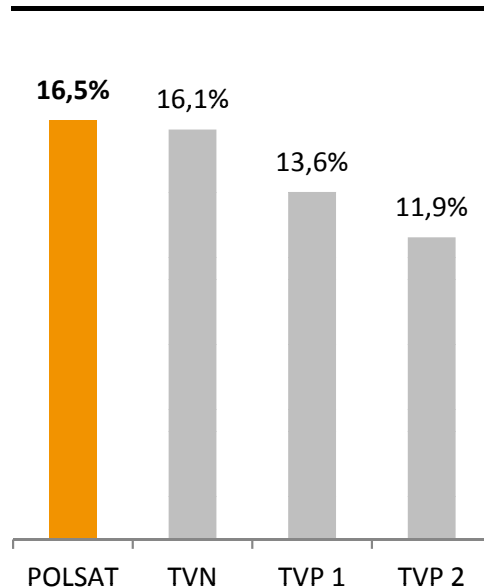
Wzrost udziału w oglądalności (2011)



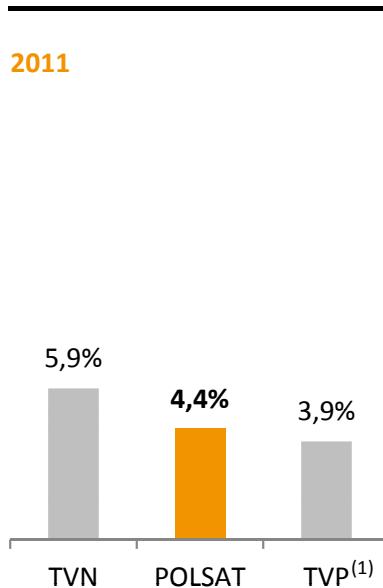
● Grupa Telewizji Polsat jako jedyna zwiększyła swój udział w oglądalności

- W 2011 udział w oglądalności wzrósł r/r o 8% do 20,8%
- Kanał główny Polsatu był liderem z 16,5% udziałem w oglądalności
- Udział w widowni kanałów tematycznych Polsatu wzrósł r/r w 2011 r. o 34% do 4,4%

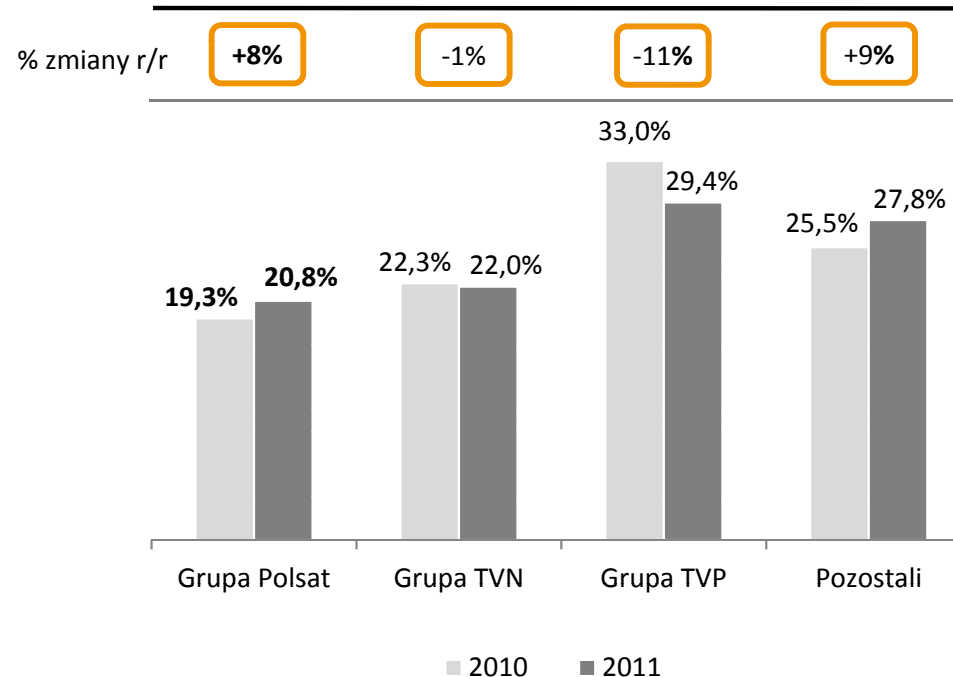
Udział w oglądalności głównych kanałów



Udział w oglądalności kanałów tematycznych



Dynamika udziałów w oglądalności



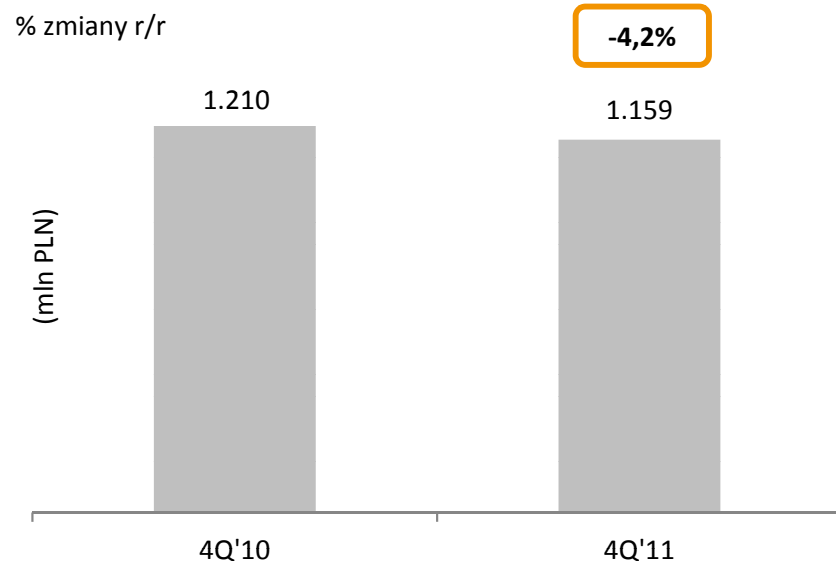
Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

Wzrost udziału w rynku reklamy telewizyjnej (4Q'11)

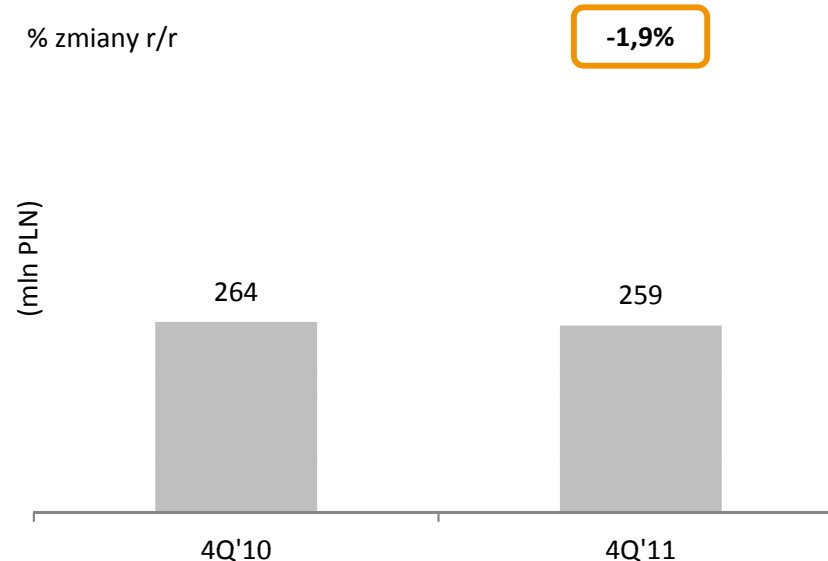


- Rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 4Q'11 spadł r/r o 4,2%
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat w 4Q'11 spadły r/r o 1,9%, a ich udział w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł do 22,3%

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

Wzrost udziału w rynku reklamy telewizyjnej (2011)

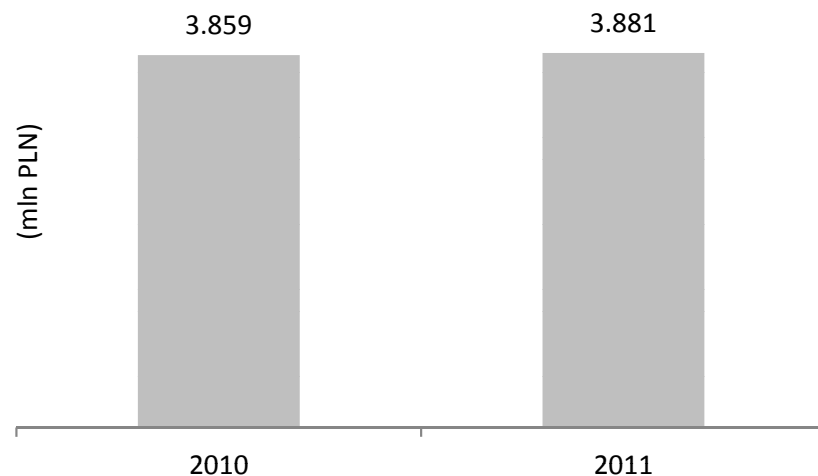


- Rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 2011 roku wzrósł r/r o 0,6%
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wzrosły r/r o 3,4%, a ich udział w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł do 22,6%

Wydatki na reklamę i sponsoring

% zmiany r/r

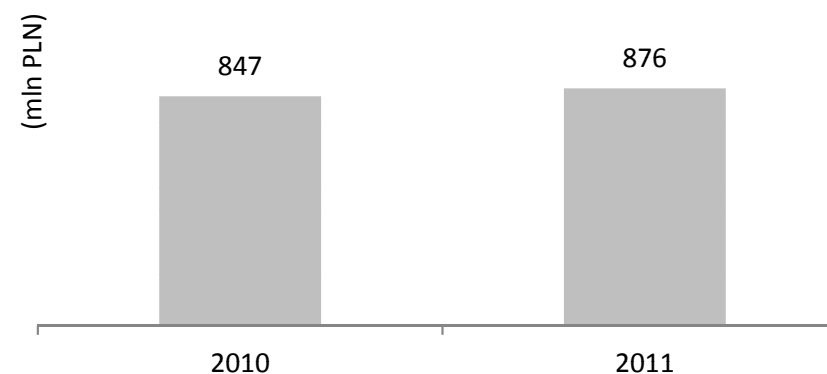
+0,6%



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾

% zmiany r/r

+3,4%



3

Podsumowanie wyników finansowych

Bardzo dobre wyniki finansowe Grupy



w mln PLN	4Q'11	zmiana r/r
Przychody	725	↑ 92%
EBITDA	197	↑ >100%
Marża EBITDA	27,4%	↑ 8,3pkt%
Zysk netto	76	↑ >100%

- Wzrost przychodów oraz EBITDA głównie przez konsolidację Grupy Telewizji Polsat
- Marża EBITDA odzwierciedla również częściowe efekty zrealizowanych synergii
- Poziom zysku netto obciążony kosztami finansowymi związanymi z finansowaniem zakupu Telewizji Polsat

Dzięki rosnącym wynikom „dawnego” Cyfrowego Polsatu



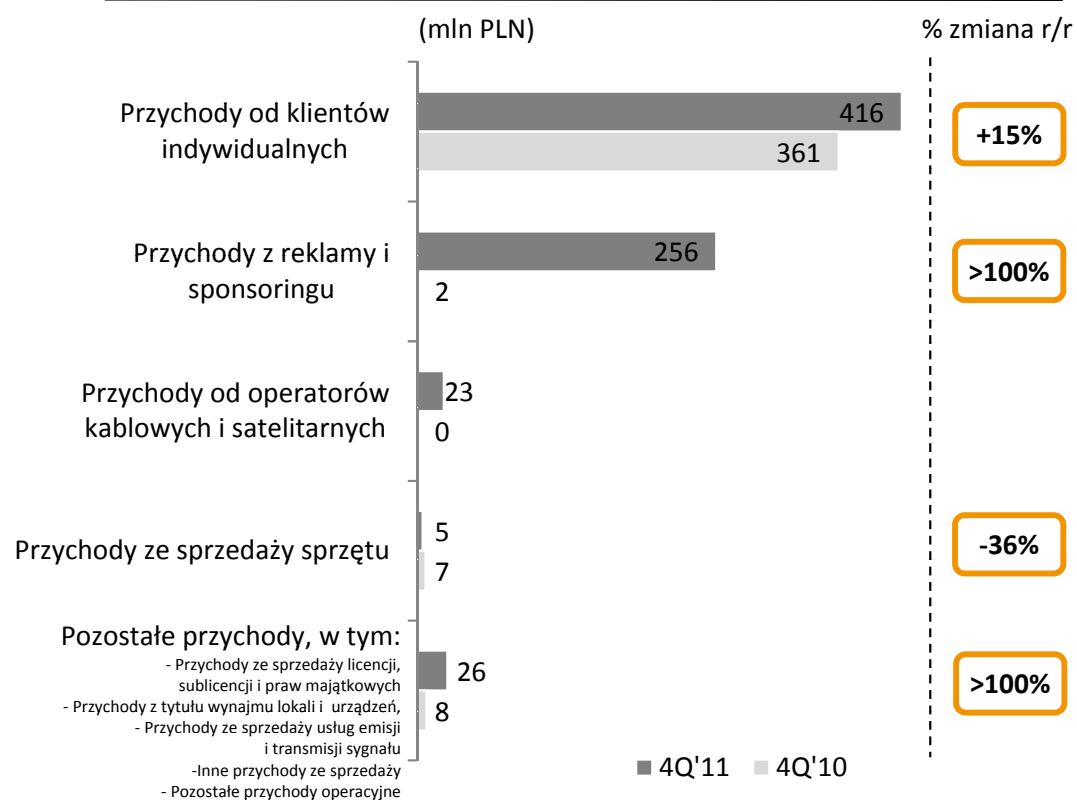
w mln PLN	4Q'11	zmiana r/r		
Przychody	433	↑	14%	Przychody od klientów indywidualnych po raz drugi w historii przekraczają 400 mln PLN
EBITDA	95	↑	33%	Najwyższa EBITDA osiągnięta w 4 kwartale danego roku w historii Cyfrowego Polsatu, co świadczy o stabilności modelu biznesowego
Marża EBITDA	22,3%	↑	3,2pkt%	
Zysk netto	2	↓	(96%)	Niższy poziom zysku netto z uwagi na koszty finansowe (zakup TV Polsat)

...oraz poprawie wyników Telewizji Polsat

w mln PLN	4Q'11	zmiana <i>r/r⁽¹⁾</i>		
Przychody	323	↑	6%	Wzrost przychodów z opłat subskrypcyjnych oraz stabilny poziom przychodów z reklamy i sponsoringu
EBITDA	102	↑	1%	Niewielki wzrost kosztów programowych, związanych głównie z amortyzacją licencji filmowych oraz praw sportowych
Marża EBITDA	31,6%	↓	1,3pkt%	
Zysk netto	76	↑	19%	Wzrost marży EBITDA pomimo trudnych warunków na rynku reklamowym

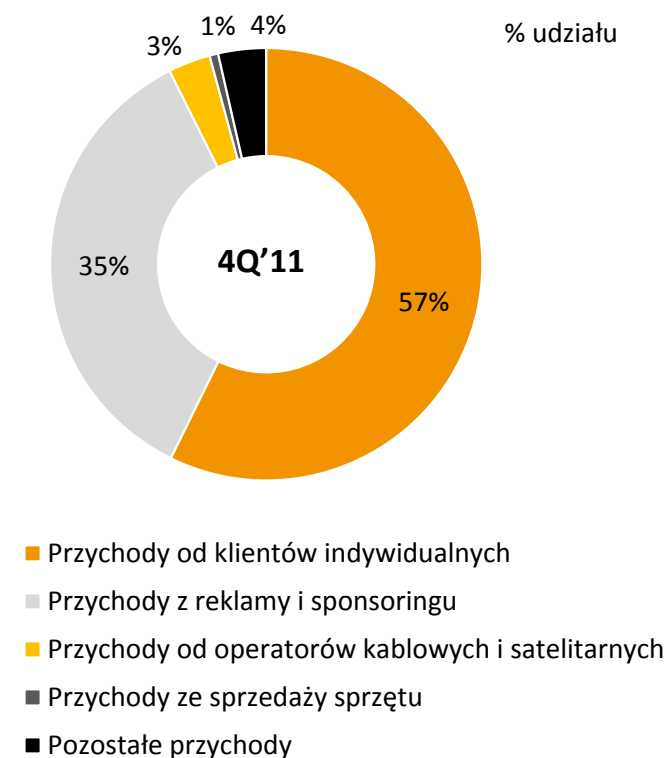
Struktura przychodów w 4Q'11

Przychody w 4Q'11 vs 4Q'10



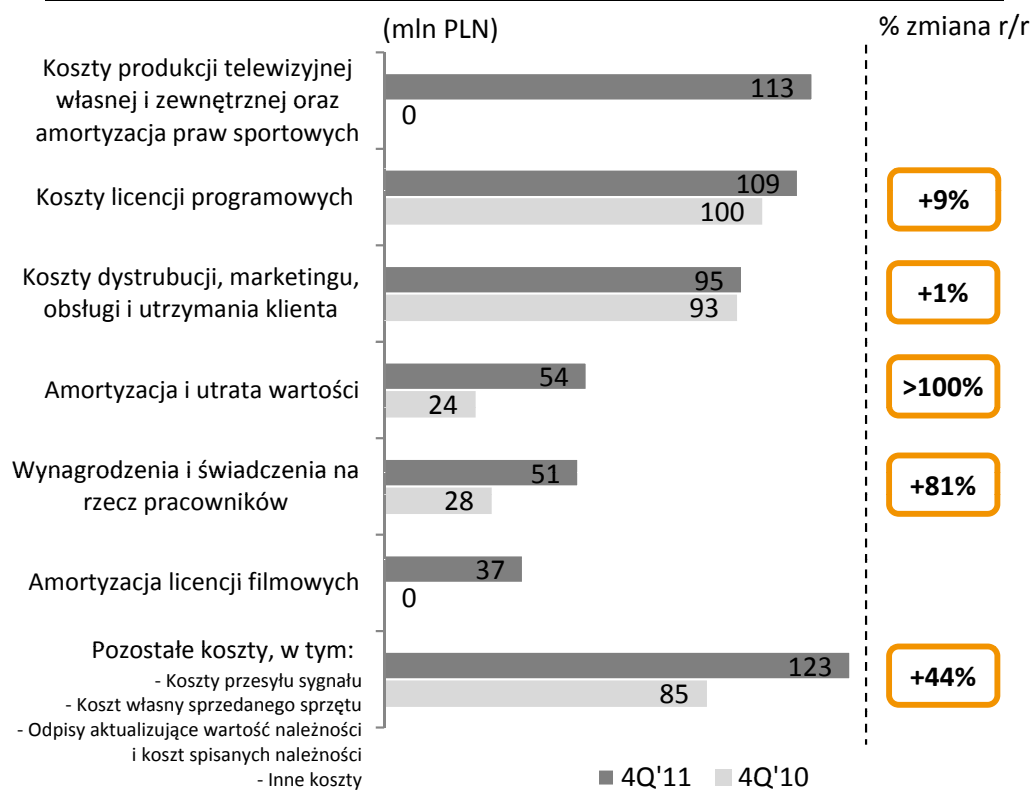
Razem
4Q'11 725mln PLN
4Q'10 379 mln PLN | **+92%**

Struktura przychodów



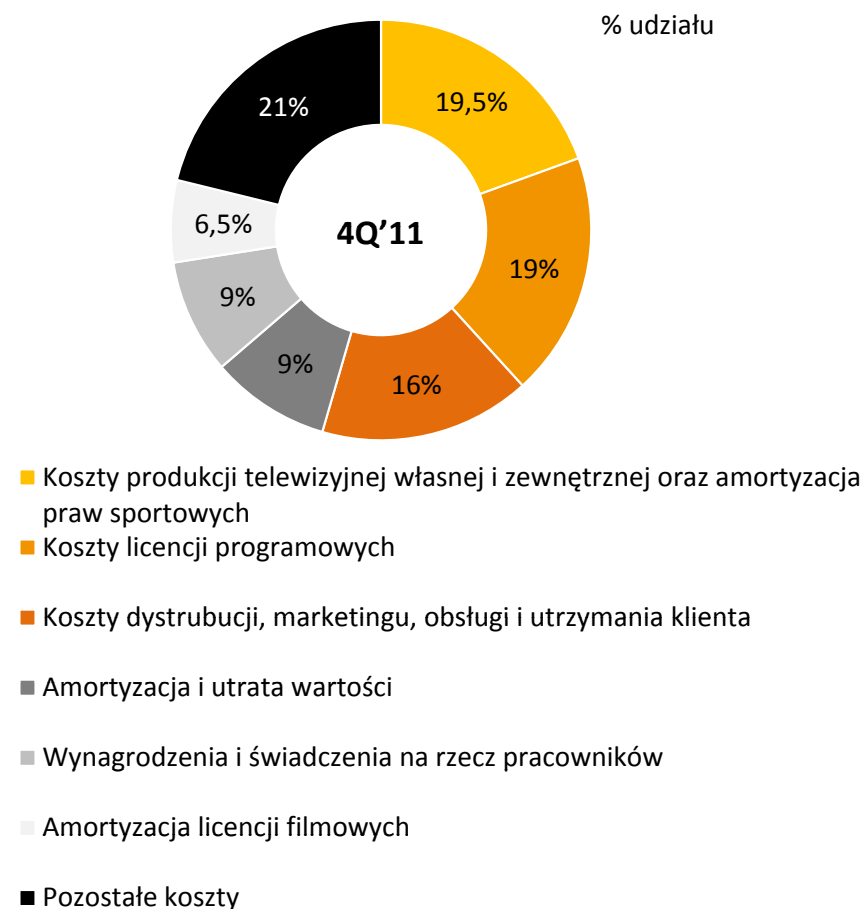
Struktura kosztów w 4Q'11

Koszty w 4Q'11 vs 4Q'10



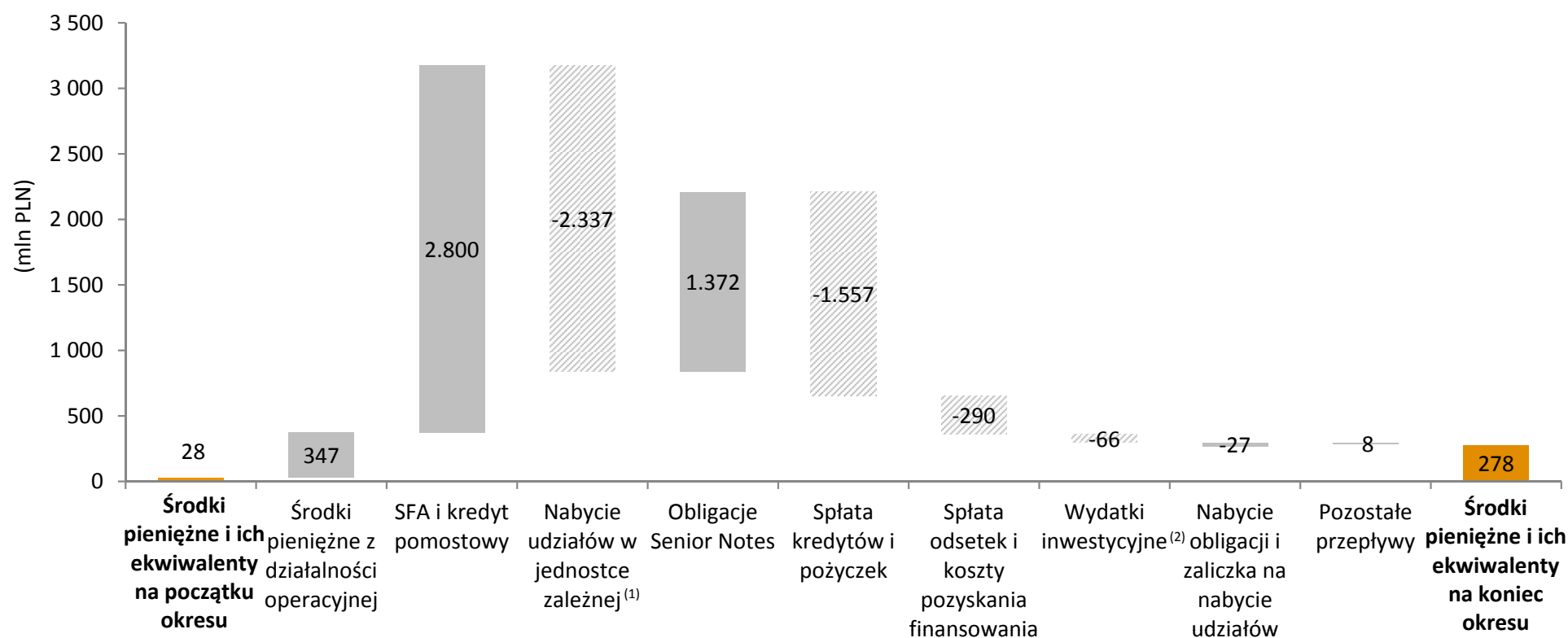
Razem
4Q'11 582 mln PLN
4Q'10 331 mln PLN | **+76%**

Struktura kosztów



Przepływy pieniężne w 2011

Przepływy pieniężne netto, środki pieniężne oraz saldo zadłużenia – 2011



Całkowite zadłużenie na koniec okresu wynosiło 2.728 mln PLN (kredyt terminowy/obligacje Senior Notes)

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2011 r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) Kwota nabycia udziałów w TV Polsat w wysokości 2.600 mln PLN została pomniejszona o wysokość przejętych środków pieniężnych

(2) Nie zawierają wydatków na dekodery i modemy udostępnianie klientom

Zadłużenie finansowe

w mln PLN	31.12.2011	Zapadalność
Kredyt niepodporządkowany ⁽¹⁾	1.205	2015
Obligacje ⁽¹⁾	1.523	2018
Leasing	1	2016
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	278	-
Dług netto	2.451	
Porównywalne EBITDA za 12M ⁽²⁾	822	
Zadłużenie netto/ 12M EBITDA	2,98	

Struktura walutowa zadłużenia



Ratingi euro obligacji

Standard & Poor's	BB-, perspektywa stabilna
Moody's	Ba3, perspektywa stabilna

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2011 r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) Wartość bilansowa niespłaconego zadłużenia

(2) Włączając wynik EBITDA Grupy Telewizji Polsat

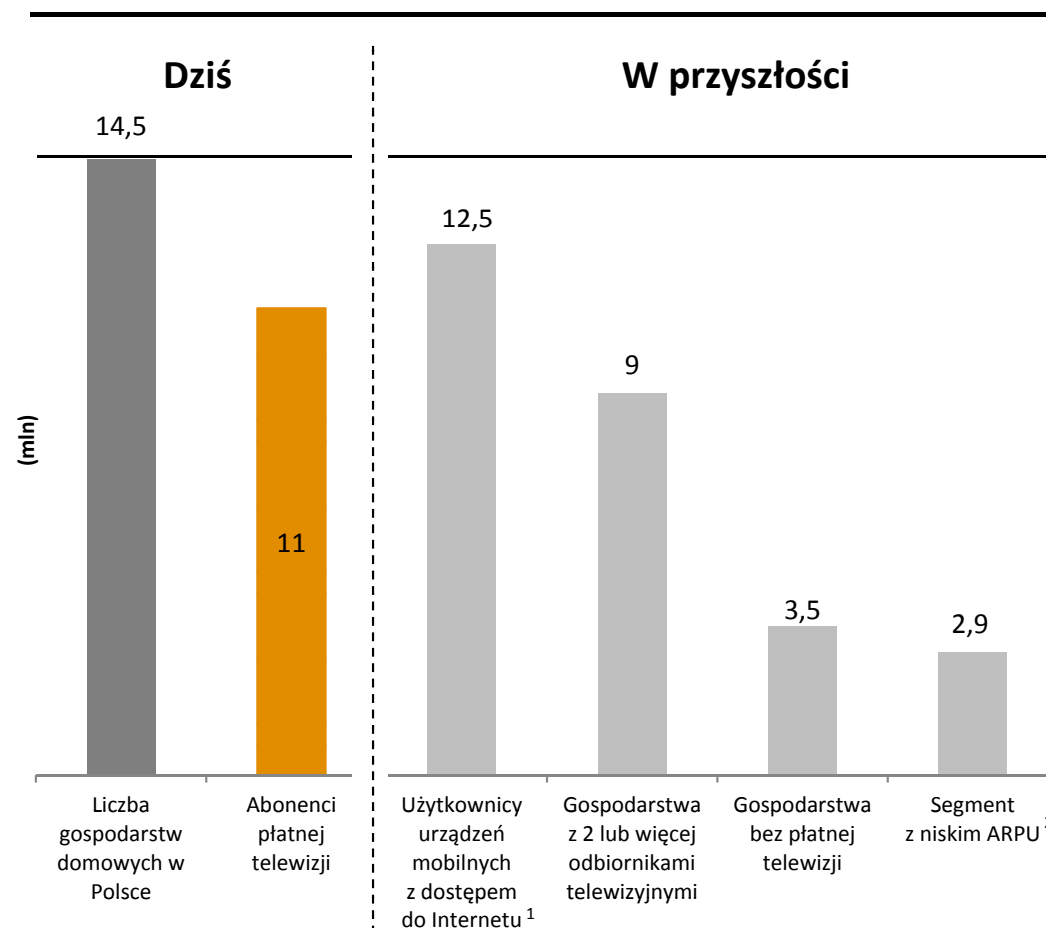
4

Nasza strategia

Potencjał wzrostu rynku płatnej TV

- Możemy znacząco poszerzyć rynek płatnej telewizji, jeżeli odpowiednio zaadresujemy nowe grupy docelowe
- Aby to osiągnąć, skierujemy do nich naszą ofertę płatnej telewizji, poszerzoną o nowe komplementarne produkty i usługi

Rynek docelowy dla płatnej telewizji



Źródło: Raporty operatorów, GUS, PIKE, IDC, UKE, Raport „Diagnoza Społeczna 2011”, szacunki własne

Nota:(1) Użytkownicy urządzeń mobilnych zdefiniowani jako użytkownicy smartfonów, tabletów oraz gospodarstwa domowe posiadające laptopy

(2) Segment z niskim ARPU – poniżej 20 PLN

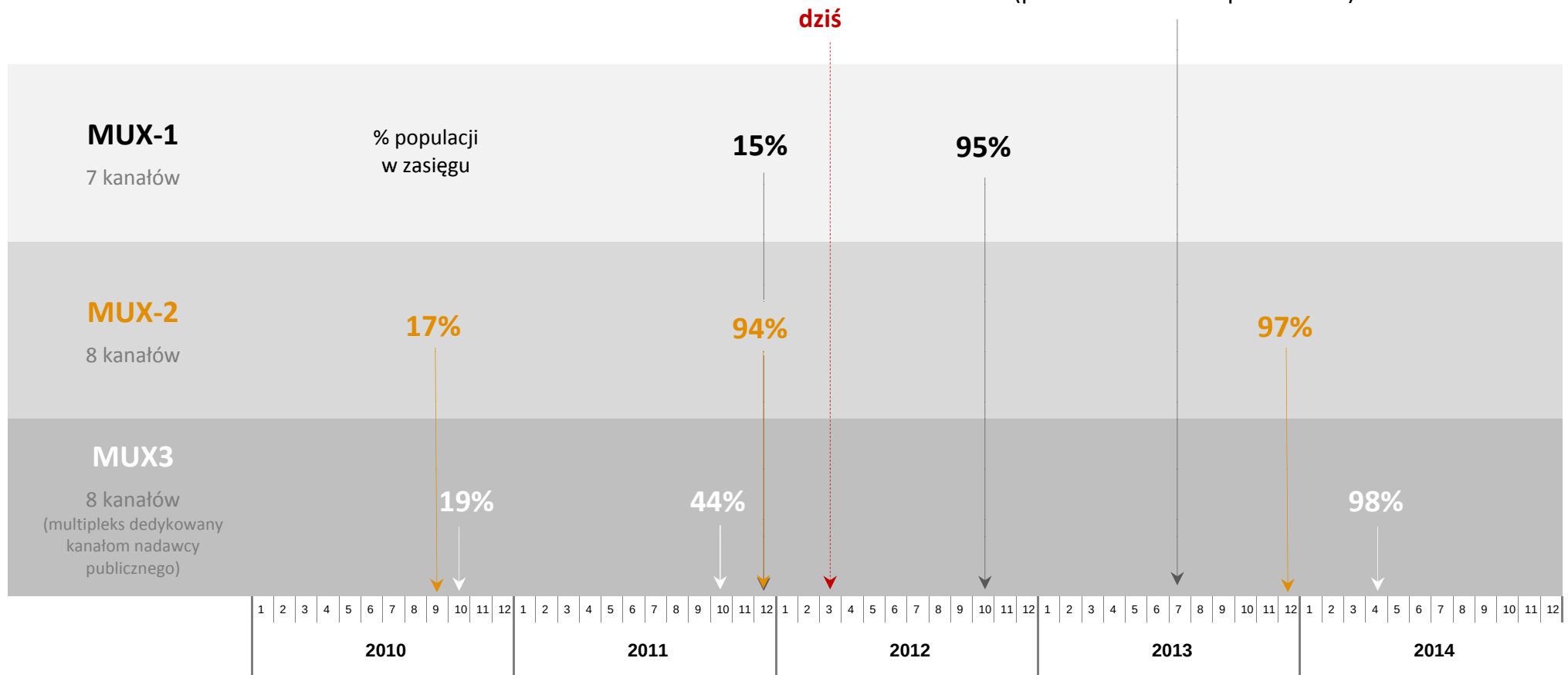
Poprawa struktury naszych abonentów będzie pozytywnie wpływać na poziom naszego ARPU, ponieważ:

- Klienci z wyższym ARPU będą nadal migrować do naszej platformy
- Obecni abonenci Cyfrowego Polsatu będą nadal subskrybować wyższe pakiety programowe
- Coraz większa liczba abonentów skorzysta z usługi Multiroom
- Dodatkowo w przyszłości możemy wprowadzić selektywne podwyżki cen

Harmonogram wdrożenia naziemnej telewizji cyfrowej w Polsce



Wyłączenie sygnału analogowego (planowane na 31 lipca 2013 r.)



- MUX-1, MUX-2, MUX-3 są dedykowane dla kanałów FTA
 - MUX-1 – TVP1¹, TVP2¹, TVP Info¹, Polo TV, Eska TV, ATM Rozrywka TV, TTV
 - MUX-2 – Polsat, Polsat Sport News, TVN, TVN7, TV Puls, TV Puls2, TV4, TV6
 - MUX-3 – TVP1, TVP2, TVP Info (x2 regiony), TVP Kultura, TVP Historia, TVP Polonia

- W planach MUX-5 i MUX-6
(brak ostatecznych decyzji dotyczących ich wykorzystania)

- MUX-4 jest w posiadaniu Info TV FM, spółki zależnej Cyfrowego Polsatu,
z przeznaczeniem dla usług płatnej telewizji mobilnej

Wdrożenie naszej nowej oferty płatnej telewizji



- Uruchomienie w 2 kw. 2012 r. oferty płatnej telewizji mobilnej („TV MOBILNA”), zawierającej płatny pakiet kanałów zarówno dla klientów indywidualnych, jak i hurtowych
- Kierujemy ten produkt do:
 - Klientów oczekujących mobilnego dostępu do programów telewizyjnych i radiowych
 - Gospodarstw domowych posiadających 2 lub więcej odbiorniki telewizyjne
 - Osób nieposiadających płatnej telewizji
 - Klientów z niskim ARPU (poniżej 20 PLN)
- Na dzień dzisiejszy w zasięgu naszej oferty znajduje się około 5 mln potencjalnych klientów, ale możemy go zwiększyć w przyszłości poprzez:
 - Dalszą rozbudowę zasięgu naszego multipleksu (po 2015 r.)
 - Zwiększającą się penetrację urządzeń mobilnych na rynku (laptopów, smartfonów i tabletów)
- Niska kapitałochłonność projektu po stronie Cyfrowego Polsatu

Nasza nowa oferta płatnej telewizji



- „TV MOBILNA” zapewni dostęp do wszystkich kanałów FTA¹ oraz dodatkowo do płatnych kanałów: 8 telewizyjnych i 12 radiowych
- „TV MOBILNA” będzie dostępna na:
 - Smartfonach
 - Tabletach
 - Komputerach/laptopach
 - Dekoderach
- Model abonamentowy (analogiczny do DTH) uwzględniający subsydiowanie urządzeń
- Hurtowa usługa „TV MOBILNA” będzie świadczona dla wszystkich zainteresowanych operatorów telekomunikacyjnych przez Info TV FM

Kanały FTA



Płatne kanały



8 kanałów telewizyjnych
12 kanałów radiowych

Urządzenia



Nabycie platformy dystrybucji online video - ipla



- Cyfrowy Polsat nabył 100% udziałów w spółkach tworzących serwis ipla za łączną kwotę 150 mln PLN
 - **Lider rynku online video w Polsce**
- Wzmocnienie rynkowej pozycji Cyfrowego Polsatu, jako agregatora i dystrybutora kontentu
 - Dopełnienie naszej strategii, której kluczowym elementem był zakup Telewizji Polsat
 - Zapewnienie istotnej przewagi konkurencyjnej w ważnym segmencie rynku
 - Zidentyfikowanie synergii, które zostaną zrealizowane w średnim terminie
- Wycena na podstawie DCF oraz mnożników giełdowych dla porównywalnych spółek
 - Fairness opinion wydana przez Ernst & Young
 - Wycena nie uwzględnia zidentyfikowanych synergii
 - Znaczącą wartością dodaną jest pozycja lidera rynku, co w istotny sposób uzasadnia wycenę spółki
- Finalizacja transakcji 2 kwietnia 2012 r.

Co to jest ipla?



ipla Plik Status Narzędzia Pomoc

START

Biblioteka ipla

- Wideo
- TV
- Cyfrowy Polsat
- Aktualne oferty

Komputer

- Moje wideo
- Pobrane
- Aktualnie pobierane
- Moje zakupy

Ulubione

Listy

- Ostatnio wyszukiwane
- Teraz odtwarzane
- Ostatnio odtwarzane

SERIAL SHOW FILM SPORT GAMER NEWS BIZNES MUSIC KIDS

Radio PiN

Najszybszy mobilny Internet

TRANSFER 100 MB/S UMOWA 12 MIESIĘCY DARMOWE NOCZ

SPRAWDŹ >>

Cyfrowy Polsat

Nie daj się fiskusowi - Rozliczenia z ...

Pierwsza miłość - Odcinek 1460

2012.03.07 - Zostanie pamięć

Interwencja - Ksiądz kontra wierni

Nowości (Więcej)

Popularne (Więcej)

Zoom na miasto

Zoom na miasto - Odcinek 80

Liga Mistrzów

LM: APOEL Nikozja - Olympique Lyon, skr...

Telewizja Warszawa

Warszawska Lista Przebojów - Odcinek 3

Trailery

Assassin's Creed 3 - Pierwszy zwiastun

Liga rosyjska

Magazyn Ligi Rosyjskiej - kolejka 33

Pierwsza Miłość

Pierwsza miłość - Odcinek 1459

Must Be The Music...

Must Be The Music - Odcinek 1

Pingu

Pingu - Pingu i snowboard

Wydarzenia

2012.03.01 - Rolnik rabusiem

KSWipla

KSW action - Odcinek 7

Fitness

Cardio wyszczuplające

Liga holenderska

Magazyn Ligi Holenderskiej - kolej...

kozmowa dnia

Rozmowa dnia - 2012.03.06

Nie ma żartów

Nie ma żartów - 2012.03.06

Interwencja

Interwencja - Ksiądz kontra wierni

FILM

Chopper

teledyski

Yugopolis i Maciej Malańczuk - "Octatni...

Trailery

GTA V Official

Nie daj się fiskusowi

Nie daj się fiskusowi - Rozliczenia z fiskusem

Pierwsza Miłość

Pierwsza miłość - Odcinek 1457

Krzywe zwierciadło

Krzywe zwierciadło - 2012.03.06

Wydarzenia

2012.03.07 - Droga do prawdy

Graffiti

Graffiti - Jacek Sasin (PiS)

Skuterowo.com

Skuterowo - Odpalanie skutera w zimie.

Pogoda

2012.03.07 wieczór

Wydarzenia

2012.03.01 - Tajemnica morderstwa rozwikłana

Cafe Futbol

Cafe Futbol 26.02.2012

FILM

II wojna światowa. Kampania wrześniow...

Pingu

Pingu - Pingu i zabawa

Trailery

Wiedźmin 2: Zabójcy Królów - Trailer ...

Twoje mieszkanie w Krakowie

Zamieszkać w ścisłym centrum Krakowa!

Profil niezarejestrowany

Kliknij, by ustawić portret

Zarejestruj konto

16:19 2012-03-08

Co oferuje ipla?



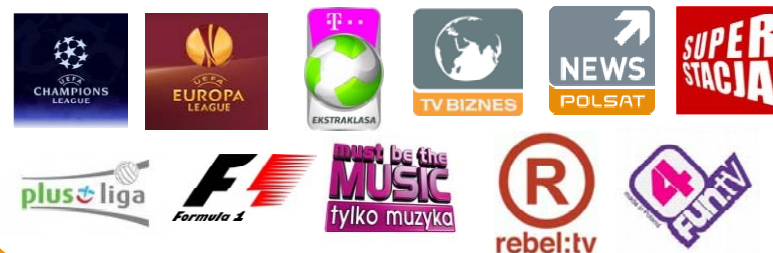
- ipla to lider polskiego rynku online video, w zakresie dostępności na różnych urządzeniach:

- Komputery/laptopy
- Tablety
- Smartfony
- Telewizory z dostępem do Internetu (około 95%)
- Dekodery
- Konsole do gier oraz kina domowe

- ipla jest również liderem rynku pod względem ilości oferowanego kontentu - umowy programingowe m.in. z Telewizją Polsat, TVP oraz wieloma studiami filmowymi

- ipla jest wiodącą platformą pod względem ilości użytkowników oraz czasu spędzonego przez jednego użytkownika na oglądaniu kontentu video

Nadawanie na żywo



Umowy programowe



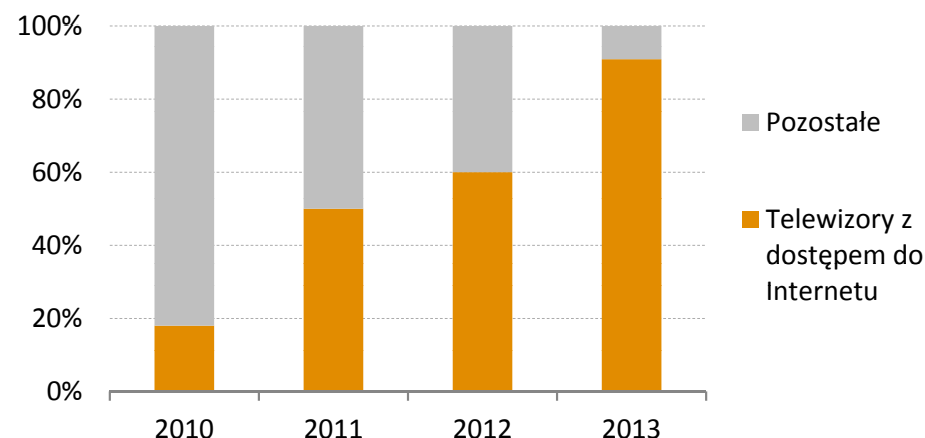
VOD



ipla – potencjał wzrostu

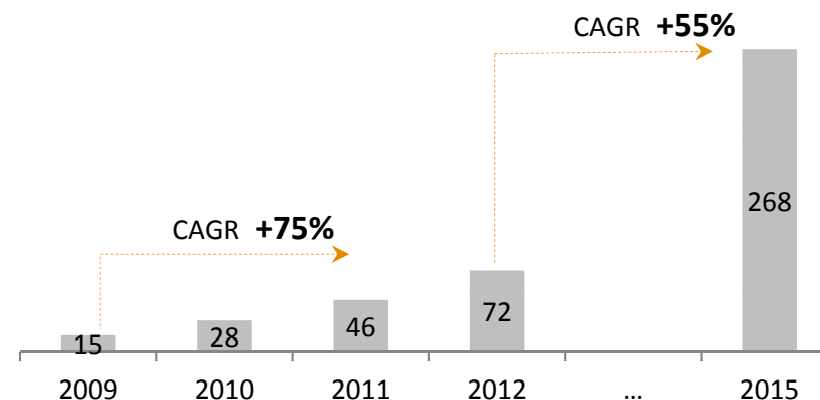
- Około 1,4 mln użytkowników¹, w porównaniu do 0,5 mln w 2009 r.
- Urządzenia dostępne o największej dynamice wzrostu:
 - W 2013 roku większość nowo sprzedawanych telewizorów będzie oferować dostęp do Internetu
 - Prognozowany wzrost sprzedaży smartfonów CAGR 20% w latach 2011-2014
- Dwa źródła przychodów:
 - Reklama (ok. 90%)
 - Abonament/VOD (ok. 10%)
- Przychody reklamowe ipli pochodzą z najszybciej rosnącego segmentu w Polsce – online video
- Wyniki finansowe ipli będą konsolidowane od momentu finalizacji transakcji

Sprzedaż nowych telewizorów w Polsce



Wydatki na reklamę video w Polsce

(w mln PLN, wyłączając statyczną reklamę display)



Zidentyfikowane synergie pomiędzy Grupą Polsat i ipla

Kosztowe

- Zakup kontentu
- Back-office
- Marketing
- Systemy billingowe
- Technologie



Przychodowe

- Cross-selling
- Zwiększenie atrakcyjności obecnych produktów
- Narzędzie utrzymaniowe budujące satysfakcję klienta
- Nowe produkty

- 20% wzrost dziennych aktywacji netto dzięki:
 - Rozpowszechnieniu wiedzy o LTE
 - Dalszej rozbudowie sieci:
 - 70% populacji w zasięgu HSPA+
 - 22% populacji w zasięgu LTE
- Zakup kolejnego pakietu danych, na lepszych warunkach, niezbędnego do realizacji naszych celów biznesowych w średnim terminie
- Oczekujemy, że współpraca Grupy Midas i Polkomtela przyspieszy tempo budowy sieci
- Konsekwentna realizacja naszej strategii rozwoju usług Internetowych dodatkowo wzmocni pozycję rynkową ipli – lidera rynku online video

- Umowa dotycząca wzajemnej współpracy, obowiązująca od kwietnia 2012 r. znacząco wzmocni naszą strategię multi-play
- Cyfrowy Polsat będzie oferował:
 - Płatną telewizję Cyfrowego Polsatu
 - Mobilny Internet Cyfrowego Polsatu
 - Telefonię komórkową Polkomtela
- Wyraźne korzyści dla abonentów Cyfrowego Polsatu – silniejsza oferta telefonii komórkowej dla ok. 11 mln naszych klientów (3,5 mln gospodarstw domowych)
- Potencjał zdobycia nowych abonentów poprzez oferowanie naszych produktów klientom Plusa w sieci sprzedaży Polkomtela
- Efektywna sprzedaż produktów Polkomtela naszym abonentom powinna poprawić ich lojalność i ograniczyć churn

Rozwój naszych kanałów sportowych



- Koncentracja najbardziej wartościowych praw sportowych w obrębie dwóch kanałów, dodatkowo w wersji HD
- Polsat Sport News, informacyjny kanał sportowy, dostępny w ramach DTT, dystrybuowany również wśród operatorów płatnej telewizji
- Oczekiwany rezultat:
 - Przejrzysta ramówka dla widza
 - Wzrost udziałów w oglądalności oraz przychodów reklamowych
 - Wzmocnienie pozycji rynkowej Telewizji Polsat, w szczególności w obszarze HD
 - Atrakcyjniejsza oferta pakietów HD Cyfrowego Polsatu
- Wdrożenie zmian – 1 czerwca 2012 r.



Nasza wizja nie ulega zmianie

Będziemy nadal tworzyć i dostarczać najatrakcyjniejszy контент....



... przy użyciu najlepszych i najnowocześniejszych technologii, w celu świadczenia wysokiej jakości usług zintegrowanych, przy jednoczesnym wysokim poziomie satysfakcji naszych klientów.



Wzmacniając pozycję lidera rynku rozrywki w Polsce.

5

Q&A

6

Załączniki

Rachunek zysków i strat

w mln PLN	2011	zmiana r/r
Przychody	2.380	884
Koszty ⁽¹⁾	1.645	556
EBITDA	735	328
<i>Marża %</i>	<i>31,1%</i>	<i>3,6pkt%</i>
Zysk netto	160	-98
<i>Marża %</i>	<i>6,8%</i>	<i>-10,7pkt%</i>

Przyczyny

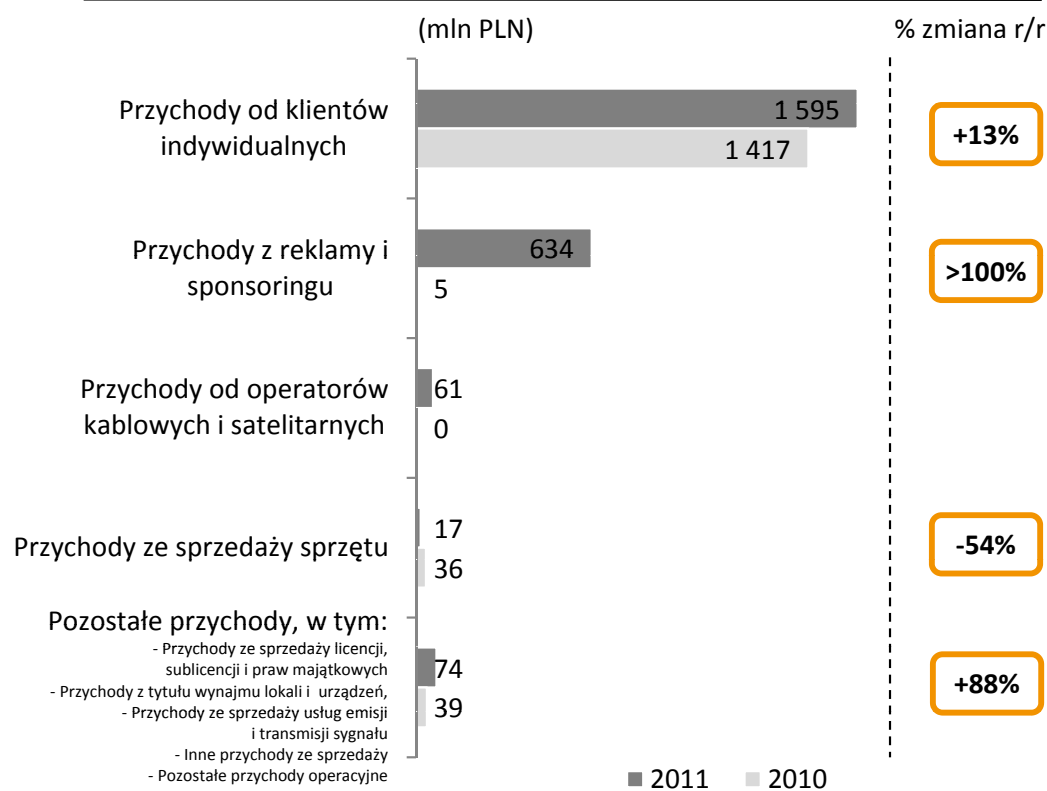
- Konsolidacja Grupy Telewizji Polsat, w tym przede wszystkim
 - Przychody z reklamy i sponsoringu
 - Przychody od operatorów kablowych i satelitarnych
- 6,9% wzrost średniej liczby abonentów
- 5,0% wzrost ARPU Pakietu Familijnego
- 14,4% wzrost ARPU Pakietu Mini
- Wzrost przychodów telekomunikacyjnych

- Konsolidacja Grupy Telewizji Polsat
 - Nowe pozycje kosztowe:
 - Koszty wewnętrznej i zewnętrznej produkcji TV oraz amortyzacja praw sportowych
 - Amortyzacja zakupionych licencji filmowych
- Wzrosty w pozycjach:
 - Amortyzacja i utrata wartości
 - Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników
 - Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta
 - Koszty odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności
 - Koszty przesyłu sygnału

Wszystkie związane z konsolidacją Telewizji Polsat bądź rozwojem biznesu

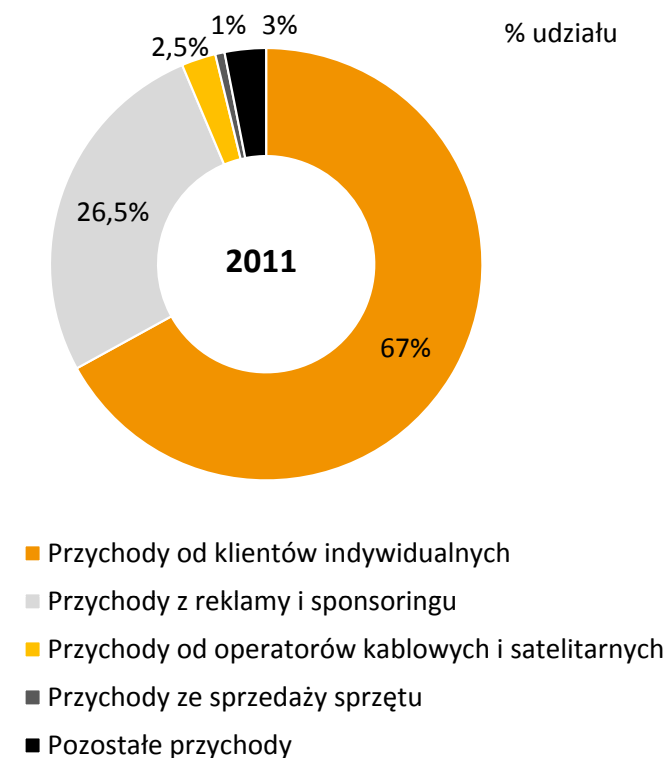
Struktura przychodów w 2011

Przychody w 2011 vs 2010



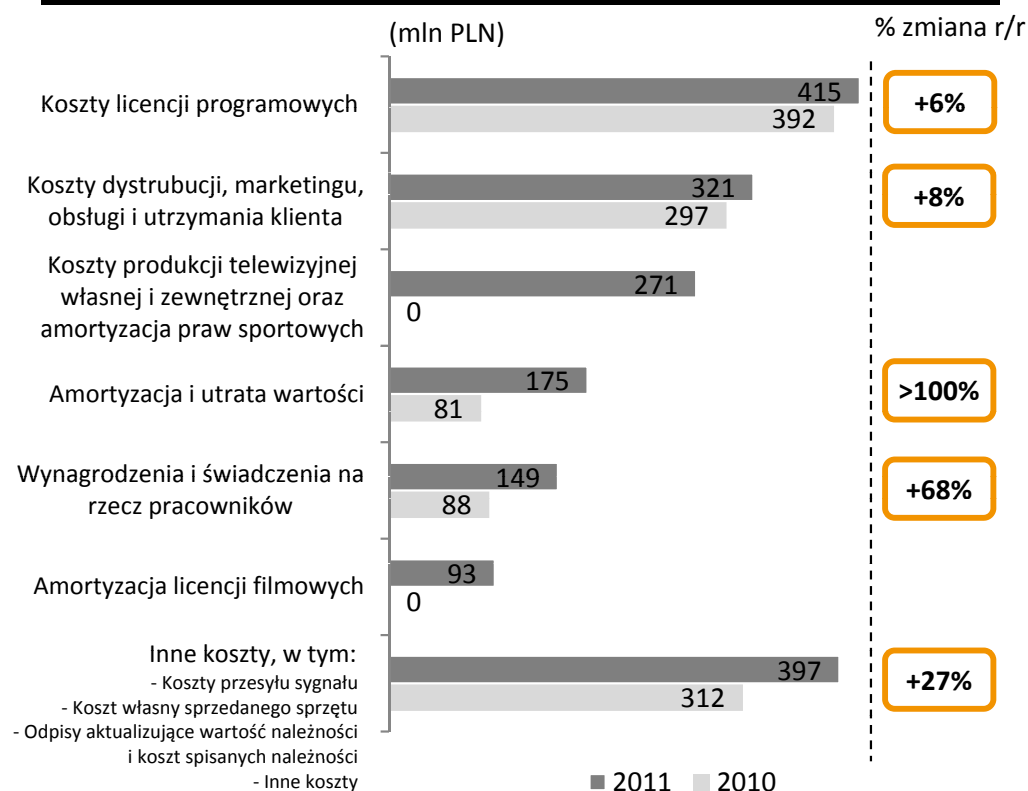
Razem
2011 2.380 mln PLN
2010 1.496 mln PLN | **+59%**

Struktura przychodów



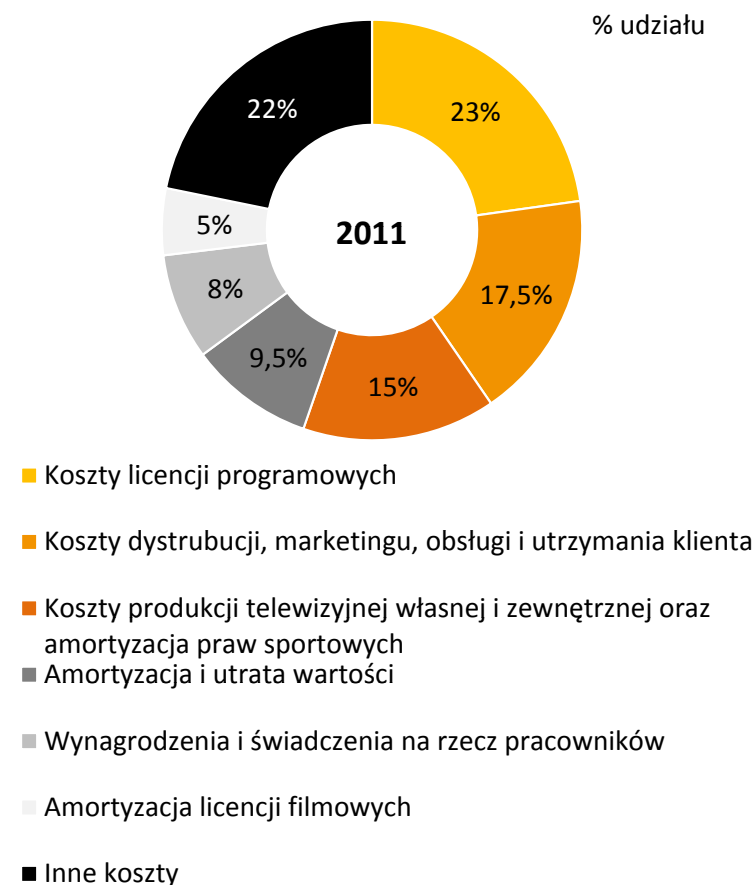
Struktura kosztów w 2011

Koszty w 2011 vs 2010



Razem
 2011 1.820 mln PLN
 2010 1.171 mln PLN | **+55%**

Struktura kosztów

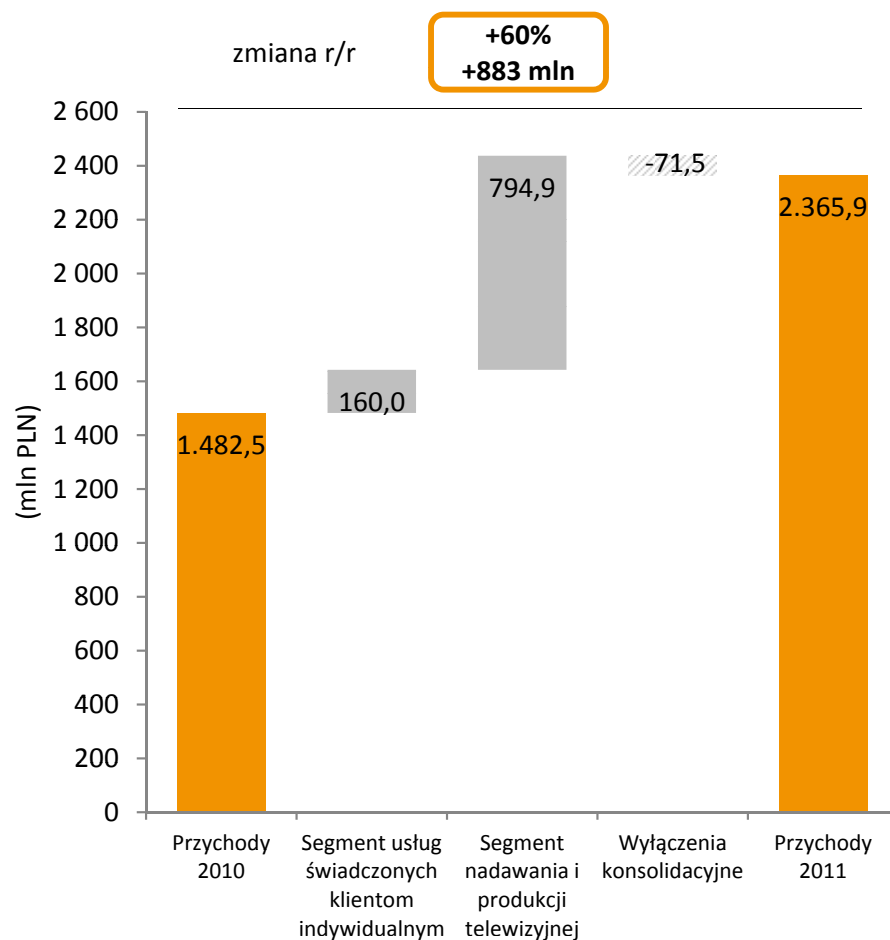


Przychody i EBITDA

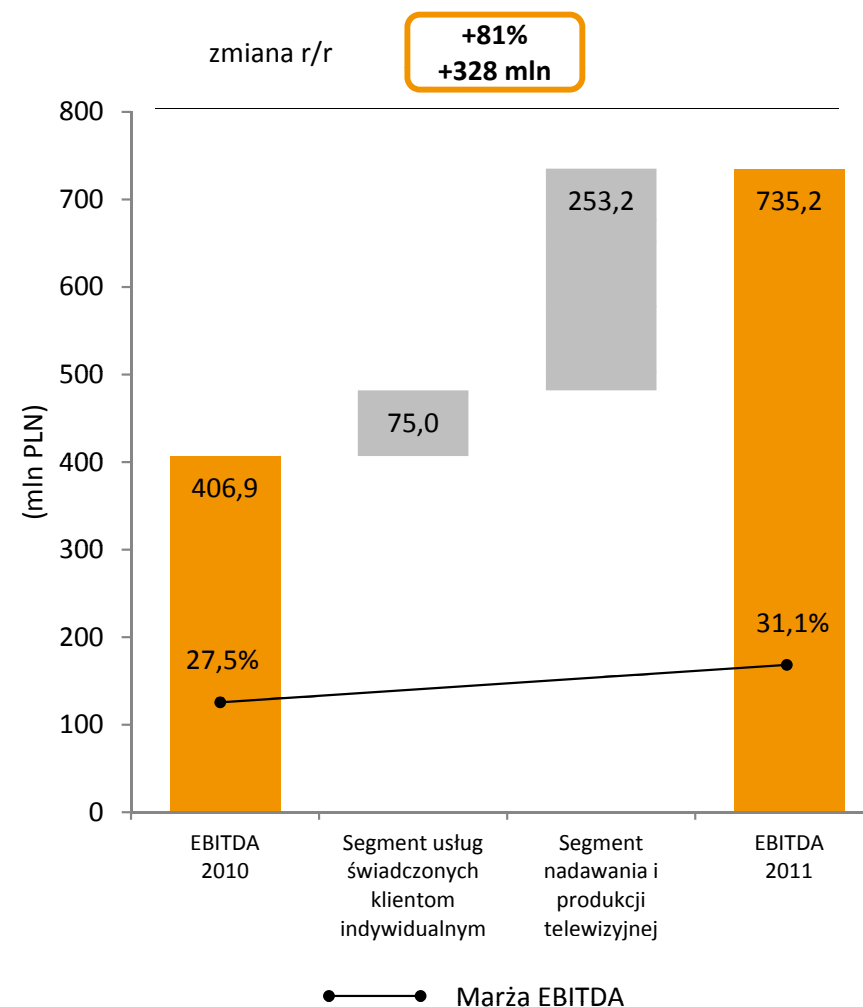
Czynniki wzrostu (2011)



Przychody⁽¹⁾



EBITDA

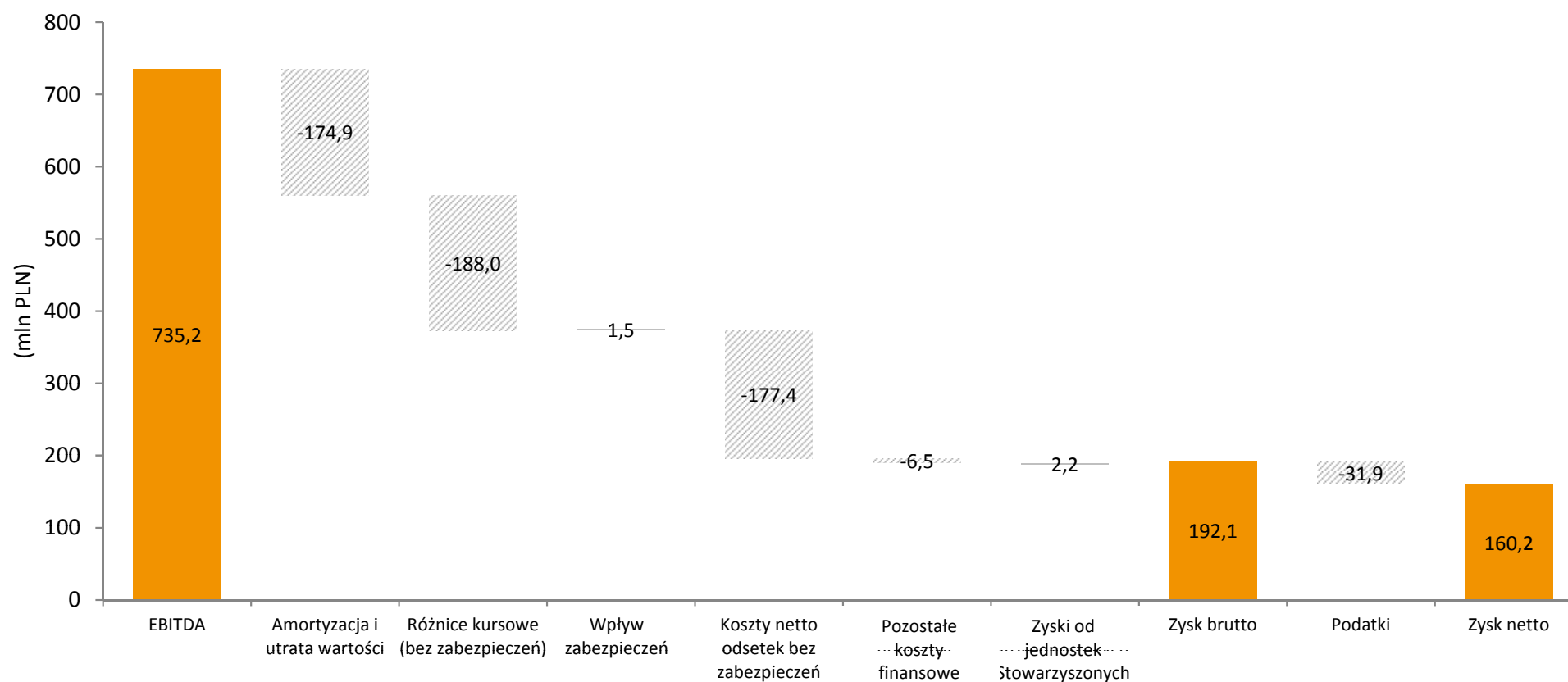


Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2011 r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) Przychody ze sprzedaży nie zawierają „Pozostałych przychodów operacyjnych”

Pozycje poniżej EBITDA w 2011

Amortyzacja, przychody i koszty finansowe oraz podatki – 2011



w mln PLN	2011	2010	zmiana r/r
Przychody	1.102	1.027	75
Koszty ⁽¹⁾	762	713	49
EBITDA	340	314	26
<i>Marża %</i>	<i>30,9%</i>	<i>30,7%</i>	<i>0,2 pkt%</i>
Zysk netto	232	220	12
<i>Marża %</i>	<i>21,1%</i>	<i>21,4%</i>	<i>-0,3 pkt%</i>

Przyczyny

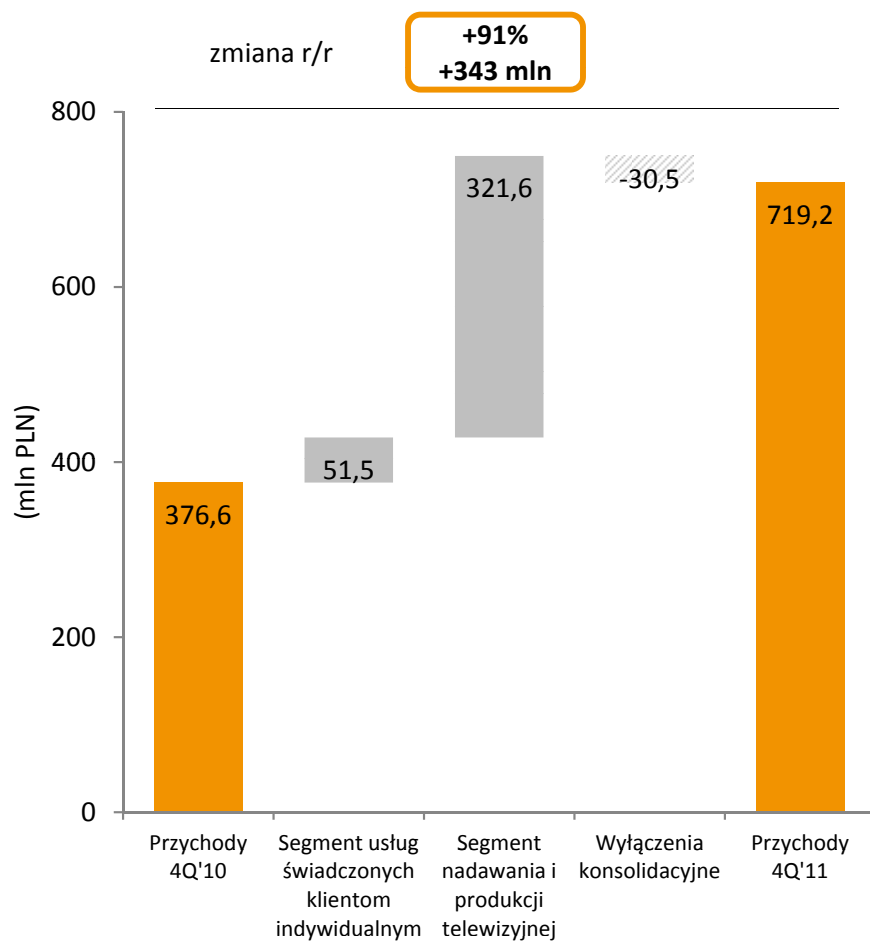
- Wzrost przychodów z opłat subskrypcyjnych oraz reklamy i sponsoringu
- Wyższe Koszty produkcji telewizyjnej własnej i zewnętrznej oraz amortyzacja praw sportowych w związku z prawami do Ekstraklasy oraz Mistrzostw Europy w siatkówce żeńskiej i męskiej
- Wyższe koszty w związku z osłabieniem złotego

Przychody i EBITDA

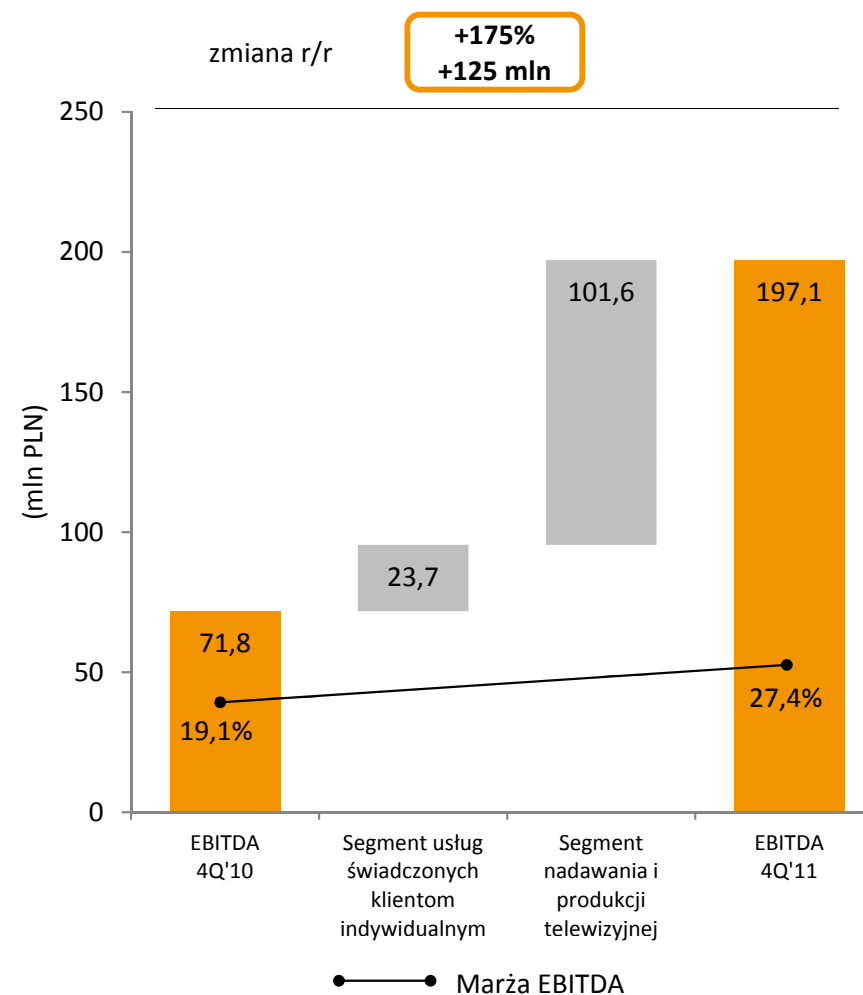
Czynniki wzrostu (4Q'11)



Przychody⁽¹⁾



EBITDA

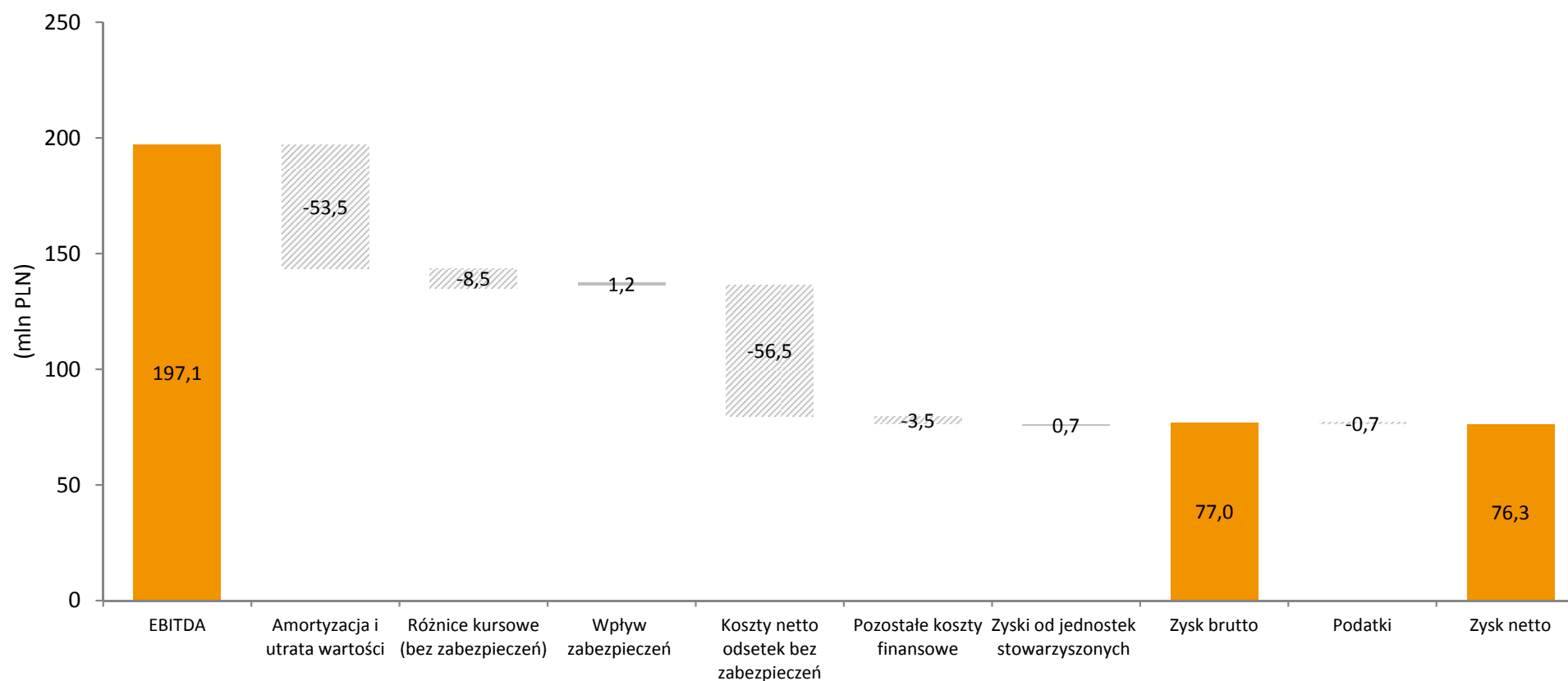


Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2011 r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) Przychody ze sprzedaży nie zawierają „Pozostałych przychodów operacyjnych”

Pozycje poniżej EBITDA w 4Q'11

Amortyzacja, przychody i koszty finansowe oraz podatki – 4Q'11



Bartłomiej Drywa

Dyrektor Relacji Inwestorskich

Telefon: +48 (22) 356 6004

Faks: +48 (22) 356 6003

Email: bdrywa@cyfrowypolsat.pl

Lub odwiedź naszą stronę internetową: www.cyfrowypolsat.pl/inwestor