

# **Biuletyn IR Cyfrowego Polsatu**

**14 – 20 maja 2012 r.**

Prasa o nas	Data	Prasa o rynku TMT w Polsce
<p><b>Newsweek: Gracz multimedialny</b> Libicki oparł TV Mobilną na nowym patencie. Zamiast transmisji danych z serwerów postawił na nadajniki i fale radiowe. Program telewizyjny docierać będzie tak samo jak dziś do telewizorów stacjonarnych. W formacie cyfrowym, bez zakłóceń bez względu na liczbę oglądających. Właśnie ten miks telewizji stacjonarnej i mobilnej stanowi o oryginalności nowego projektu Cyfrowego Polsatu.</p> <p>Puśćmy wodze fantazji. Telewizja cyfrowa na telewizory i urządzenia mobilne. Wypożyczalnia filmów i utworów muzycznych. Nieograniczony dostęp do szybkiego, szerokopasmowego internetu LTE. Połączenia telefoniczne z domu i na komórki z nielimitowanym czasem rozmów. I cały ten pakiet usług za niespełna 100 zł miesięcznie. Co na to Libicki? Nie mówi „nie”. Ani nawet: „to przesada”.</p>	<p>14.05</p>	<p><b>Puls Biznesu: Plus oszczędza na marketingu</b> Właściciel Polkomtela i Telewizji Polsat Zygmunt Solorz-Zak podszedł serio do kosztownej restrukturyzacji przejętego w ubiegłym roku operatora. Pod nóż poszły m.in. wydatki reklamowe Plusa. <i>-Wszyscy operatorzy telefonii komórkowej, może poza najmniejszym Playem, wydają za dużo. Telekomunikacja wyznacza swoje budżety na podstawie planów konkurentów, czego efektem jest nieustanny wzrost wydatków. Ten wyścig już od dawna nie ma racjonalnego uzasadnienia. Obecny właściciel Polkomtela liczy swoje pieniądze i bierze pod uwagę zwrot z inwestycji w marketing. To po prostu racjonalizacja zarządzania firmą – mówi Jakub Bierzyński, prezes Omnicom Media Group w Polsce.</i></p> <p><b>Puls Biznesu: „n”-ka wsparła wyniki Grupy TVN</b> Obarczony ogromnym zadłużeniem TVN pozbywa się po kolei aktywów uważanych przez lata za strategiczne. Spółka zamierza rozwijać się poprzez inwestycje w kanały tematyczne, sporo mówi o TVN Player, oferującym treści telewizyjne w internecie. Tymczasem wciąż jeszcze mocna ekspozycja na płatną dystrybucję kontentu w ramach platformy satelitarnej i segment online zmniejsza zależność grupy TVN od obszaru telewizyjnego, narażonego na dużą zmienność zależną od koniunktury.</p> <p><b>Parkiet: Pakiety usług mają przyszłość</b> Po niedawnym rebrandingu, szef operatora narodowego mówi o swojej spółce „Orange Polska”. Według Wituckiego związane z tą zmianą nowości w ofercie przełożą się na sprzedaż w drugiej połowie bieżącego roku. Jego zdaniem pakietyzacja usług telekomunikacyjnych będzie przyszłością rynku.</p>

Prasa o nas	Data	Prasa o rynku TMT w Polsce
<p><b>Parkiet: Cyfrowy Polsat nadal rośnie</b> Akcje telewizyjnej grupy były wczoraj jedną z najlepszych inwestycji na GPW. Inwestorzy entuzjastycznie, wzrostem kursu nawet o ponad 4 proc., przyjęli kwartalne wyniki grupy Zygmunta Solorza-Żaka. Wykazała ona 675 mln zł przychodów, 257 mln zł EBITDA i 205 mln zł zysku netto, mocno przekraczając oczekiwania analityków co do tych dwóch ostatnich wielkości. EBITDA rosła dzięki wyższym przychodom i utrzymanym w ryzach kosztom obu tworzących grupę firm.</p> <p><b>Rzeczpospolita: Polsat wciąż zyskuje kosztem konkurencji</b> W I kw. Polsat wypadł nie tylko lepiej niż główna konkurencja, ale też reklamowo rósł szybciej niż cały rynek. Rynek reklamy telewizyjnej skurczył się w I kwartale o 1,9 proc., do 855,3 mln zł – podał w najnowszym raporcie dom mediowy Starlink. Ale nie dla każdego. „Dotyczy to przede wszystkim dużych stacji ogólnopolskich, z wyjątkiem Polsatu, który lekki wzrost przychodów zawdzięcza wyższej oglądalności” – napisali analitycy.</p> <p><b>Puls Biznesu: Reklamowa mizeria na EURO 2012</b> Wbrew oczekiwaniom, reklamodawcy nie sypną groszem na mistrzostwa. Cyfrowego Polsatu to nie martwi. Dla CP, rynek reklamy nie jest aż tak dużym problemem jak dla konkurencyjnego TVP czy TVN, który pozbywając się Onetu i „n”-ki, zwiększa swoją ekspozycję na chimeryczny rynek reklamowy.</p>	16.05	<p><b>Gazeta Wyborcza: Euro dla widzów spoko. A reklama? Koko</b> Tegoroczne mistrzostwa Europy w piłce nożnej Polacy będą mogli masowo oglądać nie tylko na telewizorach, ale także w komórkach i tabletach. Na reklamowe eldorado jednak się nie zanosi. Telewizja Publiczna jest wyłącznym nadawcą Euro 2012 w Polsce, ale już od pół roku wie, że na tych reklamach straci. Z szacunków domu mediowego Starlink wynika, że Euro 2012 będzie rozczarowaniem nie tylko dla telewizji publicznej. Wg analityków Starlinka, „mistrzostwa mogą nie wpłynąć na dynamikę przychodów w II kwartale, a w konsekwencji nie będą miały dużego wpływu na obraz całego roku. Wydatki reklamowe oficjalnych sponsorów w I kwartale tego roku stanowiły niewiele ponad 6 proc. całego rynku”.</p> <p><b>Gazeta Wyborcza: Na pakiet łatwiej namówić dotychczasowego klienta</b> - Na różny sposób, w różnych zestawieniach usługi konwergentne oferują obecnie wszyscy liczący się dostawcy, zaś pakietyzacja zrobiła się niemal jedynym skutecznym sposobem sprzedaży usług komunikacji elektronicznej – przekonuje Tomasz Kulisiewicz, wiodący analityk firmy doradczej Audytel.</p>

Prasa o nas	Data	Prasa o rynku TMT w Polsce
	17.05	<p><b>Puls Biznesu: Play w szybkim tempie zdobywa rynek</b> Najmłodszy operator ma już 14,5% udziału w rynku. Analitycy szacują, że klientów traci Plus.</p> <p>Liczba klientów nie jest do końca miarodajnym wskaźnikiem, bo każdy operator inaczej liczy ważność konta pre-paid. Najważniejsze są przychody i rentowność, które Polkomtel powinien podać pod koniec miesiąca.</p>

### Ostatnie wydarzenia

---

**Komunikat prasowy**  
**15 maja 2012 r.**

#### **Cyfrowy Polsat wciąż na fali wzrostów**

Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat odnotowała w I kw. 2012 r. bardzo dobre wyniki finansowe, zarówno dzięki rekordowym wynikom "dawnego" Cyfrowego Polsatu, jak i bardzo dobrym wynikom Telewizji Polsat. Wyniki operacyjne w poszczególnych segmentach uległy poprawie pomimo wysokiej konkurencji na rynku płatnej telewizji oraz trudnej sytuacji na rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu.

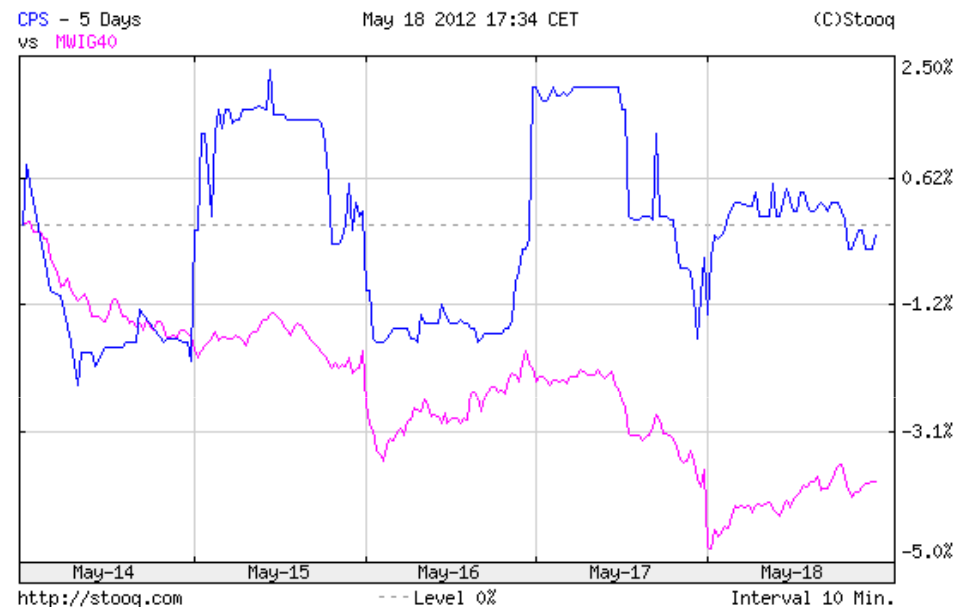
(...)

*- 2012 rok rozpoczynamy bardzo dobrymi wynikami finansowymi całej Grupy. Zostały one osiągnięte nie tylko dzięki rosnącym wskaźnikom platformy satelitarnej, ale także poprawie wyników operacyjnych Telewizji Polsat. Silną marżę EBITDA na poziomie ponad 38%, która jest świadectwem bardzo dobrej kondycji naszego biznesu, zawdzięczamy rosnącym przychodom przy konsekwentnej kontroli kosztów oraz efektem zrealizowanych synergii. W segmencie klientów indywidualnych odnotowaliśmy najwyższe w historii przychody kwartalne, na co wpływ miało między innymi systematycznie rosnące ARPU. Rekordowa kwartalna EBITDA platformy świadczy natomiast o wysokiej stabilności naszego modelu biznesowego. W segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej także wypracowaliśmy bardzo wysoką marżę EBITDA. Ponadto konsekwentnie zwiększane udziały w oglądalności i rynku reklamy przełożyły się na wzrost przychodów Telewizji Polsat - mówi **Dominik Libicki, Prezes Zarządu Cyfrowego Polsat S.A.***

(...)

### Akcje Cyfrowego Polsatu

Data	Cena maksymalna (PLN)	Cena minimalna (PLN)	Cena zamknięcia (PLN)	Zmiana ceny zamknięcia (%)	Wartość obrotu (tys. PLN)
14-05-2012	13,68	13,21	13,26	-2,14%	4 358
15-05-2012	13,89	13,50	13,58	2,41%	7 081
16-05-2012	13,85	13,30	13,85	1,99%	5 703
17-05-2012	13,85	13,31	13,48	-2,67%	2 149
18-05-2012	13,85	13,36	13,53	0,37%	2 716



### Najbliższe wydarzenia

5 czerwca 2012 r.

Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki Cyfrowy Polsat S.A.