

Podsumowanie wyników za 4Q 2019 r. dla analityków i inwestorów



- Począwszy od dnia 1 stycznia 2019 roku Grupa jest zobowiązana do stosowania standardu MSSF 16 Leasing. Wdrożenie MSSF 16 powoduje spadek kosztów najmu (zawartych w przeszłości głównie w kategoriach Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich oraz Koszty inne), co powoduje wzrost wskaźnika EBITDA, wzrost kosztów amortyzacji i zmianę w zakresie pozycji zyski/ (straty) z działalności inwestycyjnej, netto, wzrost wartości sumy aktywów i zobowiązań (w związku z rozpoznananiem składnika aktywów i zobowiązań z tytułu leasingu) oraz wzrost wskaźnika zadłużenia netto. Grupa podjęła decyzję, że zastosuje standard MSSF 16 bez przekształcania danych porównawczych z roku 2018. Celem zapewnienia pełnej porównywalności danych za okres 3 miesięcy zakończony 31 grudnia 2018 roku i 31 grudnia 2019 roku, dane finansowe w rachunku zysków i strat za okres 3 miesięcy zakończony 31 grudnia 2019 roku zostały przedstawione w dwóch ujęciach – zgodnie z obowiązującym do 31 grudnia 2018 roku standardem MSR 17 oraz zgodnie z nowo obowiązującym standardem MSSF 16.
- Przychody Grupy Polsat w 4Q'19 na bazie poprzednio obowiązujących standardów rachunkowości zanotowały wzrost o 1,9% r/r, osiągając poziom **3.059 mln PLN (przychody uwzględniające wpływ MSSF 16 wyniosły 3.069 mln PLN)**. Na dynamikę wzrostu przychodów wpływ miał w głównej mierze:
 - Niemal stabilny poziom **przychodów detalicznych od klientów indywidualnych i biznesowych**. Spadek przychodów z usług głosowych, obejmujący przychody z telefonii stacjonarnej świadczone przez Netię, został niemal w całości skompensowany wyższymi przychodami z usług płatnej telewizji oraz wyższymi przychodami z tytułu transmisji danych.
 - Wyższe **przychody ze sprzedaży sprzętu** głównie na skutek większego udziału droższych modeli wśród sprzedanych urządzeń końcowych, co znalazło swoje odzwierciedlenie również w wyższym koszcie własnym sprzedanego sprzętu, przy jednocześnie niższym roku do roku wolumenie sprzedanych urządzeń.
 - Wzrost **pozostałych przychodów ze sprzedaży** spowodowany m.in. rosnącymi przychodami z odsetek z tytułu sprzedaży ratalnej sprzętu dla klientów detalicznych, jak również poprawą marży uzyskiwanej na sprzedaży energii elektrycznej.
- Koszty Grupy 4Q'19 na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości wyniosły **2.593 mln PLN** i wzrosły r/r o 0,2% (**koszty uwzględniające wpływ MSSF 16 wyniosły 2.594 mln PLN**). Na ich wysokość miał wpływ w głównej mierze:
 - Niższe **koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich** głównie w wyniku niższych kosztów utrzymania sieci telekomunikacyjnej, w tym zwłaszcza rozwiązania części rezerw dotyczących kosztów energii elektrycznej. Równocześnie odnotowaliśmy wzrost kosztów zakupu ruchu w roamingu międzynarodowym w związku z wyższym wolumenem ruchu wychodzącego.
 - Niższe koszty **amortyzacji, utraty wartości i likwidacji** m.in. w wyniku zakończenia okresu amortyzacji koncesji dotyczącej pasma 800 MHz oraz wydłużenia okresów amortyzacji wybranych elementów sieci mobilnej.
 - Wzrost **kosztów kontentu** spowodowany głównie ujęciem wyższych kosztów produkcji własnej, związanych ze wzbogaceniem oferty programowej naszych anten, oraz wyższych kosztów licencji programowych, m.in. na skutek decyzji o zakupie praw do emisji kanałów Canal+ Sport 3 i Canal+ Sport 4, transmitujących rozgrywki piłkarskie PKO BP Ekstraklasa. Dodatkowo na wyższe koszty kontentu wpłynął wzrost kosztów amortyzacji licencji filmowych.
 - Wyższe koszty **własne sprzedanego sprzętu** na skutek większego udziału droższych modeli wśród sprzedanych urządzeń końcowych, przy jednocześnie niższym roku do roku wolumenie sprzedanych urządzeń.
 - Wyższe koszty **dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta** związane głównie z wyższymi kosztami prowizji sprzedażowych.
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy TV Polsat w 4Q'19 wzrosły r/r o 2,4 do poziomu 379 mln PLN, podczas gdy w tym czasie cały rynek reklamy telewizyjnej zanotował spadek o 0,3%. W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrósł do 28,6%.
- EBITDA Grupy Polsat na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości, wynosząca **938 mln PLN**, zanotowała spadek r/r o 0,3%, przy marży EBITDA na poziomie **30,7%**. **EBITDA uwzględniająca wpływ MSSF 16 wyniosła 1.062 mln PLN, przy marży EBITDA na poziomie 34,6%**.
- Zysk operacyjny Grupy Polsat (EBIT) na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości wyniósł **485 mln PLN** i wzrósł r/r o 15,6%. **EBIT uwzględniający wpływ MSSF 16 wyniósł 494 mln PLN**.
- Koszty finansowe, netto na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości spadły r/r o 16,1%. Spadek ten wynikał przede wszystkim z niższych kosztów odsetek od kredytów i obligacji, co jest efektem realizacji harmonogramowych spłat Połączonego SFA w trakcie 2019 roku oraz przeprowadzonego w 2019 roku korzystnego refinansowania obligacji.
- Zysk netto Grupy na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości wzrósł o 372% do **308 mln PLN**. **Zysk netto uwzględniający wpływ MSSF 16 wyniósł 312 mln PLN**.

Podsumowanie wyników za 4Q 2019 r. dla analityków i inwestorów



- Skorygowany FCF po odsetkach za 4Q'19 wyniósł **529 mln PLN** (w okresie 12-miesięcznym **1.334 mln PLN**, zgodnie z oczekiwaniami spółki), pozostając pod wpływem wyższych zakupów sprzętu dla klientów.
- Główny kowenant – całkowity dług netto/EBITDA LTM w 4Q'19 na **bazie dotychczasowych standardów rachunkowości (zgodnie z wymogami Połączonej Umowy Kredytowej)**, osiągnął poziom **2,90x**.
- Kluczowe wskaźniki operacyjne w 4Q'19 (bez uwzględnienia konsolidacji wyników Grupy Netia):
 - Całkowita liczba RGU na poziomie **17,386 mln**, z czego 84,7% RGU świadczonych w modelu kontraktowym,
 - Baza klientów kontraktowych wyniosła **5,638 mln**:
 - o ARPU kontraktowe wyniosło **85,6 zł** w 4Q'19, **rosnąc r/r o 1,9%** w porównaniu do poziomu 84,0 zł w 4Q'18,
 - o Wskaźnik nasycenia RGU na klienta – **2,61x** i pozostaje w trendzie wzrostowym,
 - o Wskaźnik churn nadal w trendzie spadkowym, po raz kolejny osiągając rekordowo niski poziom (**6,4%**).
 - Wzrost całkowitej bazy usług kontraktowych r/r o **469 tys.** (3,3%):
 - o Wzrost r/r o **549 tys.** (7,5%) RGU telefonii komórkowej to efekt korzystnego wpływu strategii multiplay, oraz dobrego przyjęcia przez klientów prostych taryf Plusa wprowadzonych w lutym 2018 r., wspartych dobrą sprzedażą w segmencie B2B (m2m),
 - o Spadek r/r o 60 tys. (1,2%) RGU płatnej telewizji (bez uwzględnienia rosnącej liczby RGU Netii), przy czym czwarty kwartał 2019 pokazał wzrost o 5 tys. RGU,
 - o Spadek r/r o 19 tys. (1,1%) RGU Internetu.
 - Kontynuacja strategii multiplay:
 - o Konsekwentna realizacja strategii multiplay skutkuje stabilnym wzrostem liczby klientów tych usług o 197tys. r/r,
 - o Łączna liczba klientów korzystających z ofert pakietowych osiągnęła poziom 1,99 mln na koniec 2019 roku i przekroczyła 2 mln w styczniu 2020,
 - o Odsetek klientów korzystających z pakietów multiplay osiągnął poziom 35,4%,
 - o Liczba RGU posiadanych przez klientów usług wiązanych rośnie do 6,05 mln,
 - o Rekordowo niski poziom churn (6,4%), głównie dzięki naszej strategii multiplay.
 - Wysokie ARPU, stabilizacja bazy prepaid:
 - o Wzrost r/r o 11 tys. liczby świadczonych usług prepaid do poziomu 2,7 mln usług głównie dzięki wysokiej sprzedaży pakietów IPLA,
 - o Wysokie i stabilne ARPU na poziomie **20,3 zł** w 4Q'19.



N E T I A

Podsumowanie wyników za 4Q 2019 r. dla analityków i inwestorów



Wyniki finansowe Grupy Cyfrowego Polsatu zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem MSSF 16

w mln PLN	4Q'19	Konsensus rynkowy ¹	Różnica
Przychody ze sprzedaży, w tym:	3.069	3.056	0,4%
- Przychody detaliczne	1.618	n/d	n/d
- Przychody hurtowe	925	n/d	n/d
- Przychody ze sprzedaży sprzętu	445	n/d	n/d
- Pozostałe przychody	80	n/d	n/d
Koszty operacyjne, w tym:	2.594	n/d	n/d
- Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich	580	n/d	n/d
- Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja	568	n/d	n/d
- Koszt własny sprzedanego sprzętu	369	n/d	n/d
- Koszty kontentu	455	n/d	n/d
- Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta	278	n/d	n/d
- Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	253	n/d	n/d
- Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności	28	n/d	n/d
- Pozostałe koszty	64	n/d	n/d
EBITDA	1.062	1.048	1,3%
Marża EBITDA	34,6%	34,3%	0,3pkt%
EBIT	494	486	1,7%
Zysk netto	312	292	6,6%

¹ w oparciu o prognozy: Citi, DM BOŚ, BM mBanku, ERSTE, Haitong, Ipopema, Pekao Investment Banking S.A., PKO BP, RCB, Santander, Wood&Co



Podsumowanie wyników za 4Q 2019 r. dla analityków i inwestorów



Wyniki finansowe Grupy Cyfrowego Polsatu na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości (MSR 17)

w mln PLN	4Q'19	Zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	3.059	2%
- Przychody detaliczne	1.618	-1%
- Przychody hurtowe	925	0%
- Przychody ze sprzedaży sprzętu	445	12%
- Pozostałe przychody	70	45%
Koszty operacyjne, w tym:	2.593	0%
- Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich	670	-3%
- Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja	453	-13%
- Koszt własny sprzedanego sprzętu	369	9%
- Koszty kontentu	457	8%
- Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta	283	5%
- Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	253	6%
- Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności	28	41%
- Pozostałe koszty	81	-7%
EBITDA	938	0%
<i>Marża EBITDA</i>	30,7%	-0,7pkt%
EBIT	485	16%
Zysk netto	308	>100%



N E T I A

Podsumowanie wyników za 4Q 2019 r. dla analityków i inwestorów



Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym²

	4Q		
	2019	2018	Zmiana %
łącna liczba RGU (na koniec okresu) (kontraktowe+przedpłacone)	17.386.252	16.906.133	2,8%
USŁUGI KONTRAKTOWE			
łącna liczba RGU na koniec okresu, w tym:	14.728.758	14.259.264	3,3%
Płatna telewizja, w tym:	5.038.448	5.098.917	(1,2%)
<i>Multiroom</i>	1.192.984	1.160.353	2,8%
Telefonia komórkowa	7.894.581	7.345.213	7,5%
Internet	1.795.729	1.815.134	(1,1%)
Liczba klientów	5.637.734	5.706.147	(1,2%)
ARPU na klienta [PLN]	85,6	84,0	1,9%
Churn na klienta	6,4%	7,6%	(1,2 p.p.)
Wskaźnik nasycenia RGU na jednego klienta	2,61	2,50	4,5%
USŁUGI PRZEDPŁACONE			
łącna liczba RGU na koniec okresu, w tym:	2.657.494	2.646.869	0,4%
Płatna telewizja	161.208	95.685	68,5%
Telefonia komórkowa	2.415.819	2.423.774	(0,3%)
Internet	80.467	127.410	(36,8%)
ARPU na RGU [PLN]	20,3	20,3	0,0%

- **łącna liczba usług** świadczonych przez Grupę zarówno w modelu kontraktowym, jak i przedpłaconym, wzrosła o 2,8% w ujęciu r/r, osiągając poziom 17,386 mln.
- Na koniec 4Q'19 usługi kontraktowe stanowiły 84,7% łącznej liczby świadczonych usług. Wskaźnik ten wzrósł z 84,3% przed rokiem.
- **Usługi kontraktowe:**
 - łącna liczba klientów kontraktowych wyniosła 5,638 mln na koniec 4Q'19 (-1,2% r/r), przede wszystkim na skutek konsolidacji kontraktów pod jedną wspólną umową kontraktową w ramach gospodarstwa domowego, co znajduje odzwierciedlenie w rosnącym wskaźniku nasycenia RGU na jednego klienta (wzrost o 4,5% r/r).
 - Liczba usług kontraktowych świadczonych przez nas wzrosła o 469K do 14,729 mln na koniec 4Q'19 (+3,3% r/r).
 - Liczba świadczonych w modelu kontraktowym usług płatnej telewizji wyniosła 5,038 na koniec 4Q'19 zmniejszając się r/r o 1,2%, co było głównie związane z mniejszą liczbą usług telewizji satelitarnej.

² KPI dotyczące segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym nie uwzględniają konsolidacji wyników Grupy Netia.



N E T I A

Podsumowanie wyników za 4Q 2019 r. dla analityków i inwestorów



- Liczba RGU telefonii komórkowej wzrosła r/r o 549K (+7,5%), osiągając poziom 7,895 mln na koniec 4Q'19, przede wszystkim w efekcie skutecznej realizacji strategii dosprzedaży usług do pojedynczego klienta oraz wprowadzenia do sprzedaży w lutym 2018 r. nowych, atrakcyjnych taryf adresowanych do klientów kontraktowych, jak również wysokiego popytu wśród klientów biznesowych (usługi m2m).
 - Liczba RGU dostępu do szerokopasmowego Internetu mobilnego na koniec 4Q'19 wyniosła 1,796 mln i była niższa r/r o 19K, czyli o 1,1%. Spadek ten związany jest m.in. ze stopniowym nasycaniem się rynku usługami dedykowanego mobilnego dostępu do Internetu oraz systematycznie rosnącą popularnością transmisji danych w taryfach telefonii komórkowej (smartfony), która to usługa konkuruje z usługą dedykowanego dostępu do Internetu mobilnego.
 - Zgodnie z założeniami długoterminowej strategii dążymy do maksymalizacji przychodu na klienta kontraktowego poprzez dosprzedaż dodatkowych produktów i usług do bazy naszych klientów w ramach oferty usług łączonych, co pozytywnie wpływa na ARPU klienta kontraktowego. W 4Q'19 średni miesięczny przychód na klienta wzrósł r/r o 1,9% do 85,6 zł.
 - Wskaźnik odpływu klientów (churn) spadł o 1,2 p.p. do poziomu 6,4% w 12-miesięcznym okresie zakończonym 31 grudnia 2019 roku w porównaniu do 7,6% w okresie 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2018 roku. Jest to przede wszystkim efekt wysokiej lojalności naszych klientów usług łączonych, co z kolei wynika ze skutecznej realizacji strategii multiplay, jak również naszych działań ukierunkowanych na budowę wysokiej satysfakcji i lojalności naszych klientów.
 - Nasza oferta usług łączonych, oparta o mechanizm udzielania atrakcyjnych rabatów na każdy dodatkowy produkt lub usługę z portfolio Grupy, cieszy się niesłabnącym zainteresowaniem i odnotowuje bardzo dobre wyniki sprzedaży, co pozytywnie przekłada się na poziom wskaźnika churn, wskaźnika nasycenia RGU na jednego klienta oraz ARPU klienta kontraktowego. Na koniec 4Q'19 z oferty usług łączonych korzystało już 1,993 mln klientów, co stanowi wzrost o 197K klientów, czyli o 11,0% r/r. Oznacza to, że na koniec 4Q'19 nasycenie naszej bazy klientów kontraktowych usługami łączonymi kształtowało się na poziomie 35,4%. Ta grupa klientów posiadała na koniec 4Q'19 łącznie 6,046 mln usług (RGU) – o 661K, czyli 12,3%, więcej niż rok wcześniej.
- **Usługi przedpłacone**
 - Liczba świadczonych przez nas aktywnych usług przedpłaconych wzrosła r/r o 11K, czyli o 0,4% do 2,657 mln na koniec 4Q'19.
 - W 4Q'19 średni miesięczny przychód na RGU prepaid (APRU) utrzymał się r/r na niezmiennym poziomie 20,3 zł.



N E T I A

Podsumowanie wyników za 4Q 2019 r. dla analityków i inwestorów



Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

	4Q		
	2019	2018	zmiana r/r
Udział w oglądalności⁽¹⁾, w tym:	24,18%	24,17%	0,01pkt%
POLSAT (kanał główny)	10,43%	11,07%	-0,64pkt%
Kanały tematyczne	13,76%	13,10%	0,66pkt%
Udział w rynku reklamy⁽²⁾	28,6%	27,9%	0,7pkt%
Wydatki na reklamę telewizyjną i sponsoring na całym rynku⁽³⁾ (mln PLN)	1.324	1.328	-0,3%
Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy TV Polsat⁽⁴⁾ (mln PLN)	379	370	2,4%

¹ NAM, udział w oglądalności w grupie wszyscy 16-49 lat, cała doba

² Szacunki własne na podstawie danych Starcom

³ Starcom, reklama spotowa i sponsoring

⁴ Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Starcom

- Grupa Polsat i kanał główny w czołówce oglądalności w grupie komercyjnej.
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy TV Polsat w 4Q'19 wzrosły r/r o 2,4 do poziomu 379 mln PLN, podczas gdy w tym czasie cały rynek reklamy telewizyjnej zanotował spadek o 0,3%. W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrósł do 28,6%.
- Oczekujemy, że rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 2020 roku będzie rósł w niskim jednocyfrowym tempie.



N E T I A