



Wyniki finansowe 1Q'2020 r.

14 maja 2020 r.

Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat S.A.

plus



ipla

N E T I A

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.

Agenda



1. Najważniejsze wydarzenia 1Q'20
2. Działalność operacyjna
3. Wyniki finansowe
4. Podsumowanie i Q&A



N E T I A

1. Najważniejsze wydarzenia 1Q'20

A horizontal bar with a gradient from orange on the left to green on the right, positioned below the title.

Mirosław Błaszczuk
Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Najważniejsze wydarzenia 1Q'20



Sprawne dostosowanie działalności operacyjnej spółek z Grupy Polsat do wprowadzonego w kraju stanu epidemii



Korzystne refinansowanie długu bankowego kończy wieloetapowy proces restrukturyzacji zadłużenia



Strategiczny zakup Interia.pl



Plus uruchamia pierwszą komercyjną sieć 5G w Polsce



N E T I A

1.1 Wpływ COVID-19 na działalność Grupy Polsat

Mirosław Błaszczuk
Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Nasz model biznesowy jest w znacznym stopniu odporny na zakłócenia powodowane przez COVID-19



Nasz **zdywersyfikowany i bazujący na subskrypcjach** model biznesowy zapewnia przewidywalne i **stabilne strumienie przychodów**

Inicjatywy pracy zdalnej z domu oraz #zostańwdomu generują **wyższy popyt na usługi łączności**: połączenia konferencyjne głosowe i wideo, transmisję danych i rozrywkę domową

Zmiany w cennikach wprowadzone w 2019/2020 na rynku mobilnym będą **wspierały budowę ARPU w przyszłości**

Spodziewamy się **spowolnienia na rynku reklamy**, jednak ostateczny wpływ pozostaje **na moment obecny nieokreślony**

Generujemy **wysoki poziom środków pieniężnych**, co zapewnia **bezpieczeństwo** pod względem bieżącej płynności

Ostateczny wpływ COVID-19 na działalność Grupy Polsat zależy od czasu trwania i presji wywieranej przez pandemię na globalną i Polską gospodarkę

Grupa Polsat reaguje odpowiedzialnie na wyzwania, z jakimi mierzą się dziś Polacy



N E T I A



- **200 tys. testów** na koronawirusa wraz z niezbędną aparaturą laboratoryjną podarowane Polakom
- **2,2 tys. tabletów** z dostępem do Internetu dla najbardziej potrzebujących dzieci
- **10 GB** bezpłatnego Internetu dla naszych klientów
- **>3 mln zł** z emisji specjalnego bloku reklamowego oraz **środków Telewizji Polsat** przekazanych za pośrednictwem Fundacji Polsat w postaci zakupu najpotrzebniejszego sprzętu dla służby zdrowia
- **2 mln zł** ze **środków własnych** Fundacji Polsat na zakup najpotrzebniejszego sprzętu dla służby zdrowia
- **Pełne zaangażowanie** pionu informacyjnego i wszystkich stacji Telewizji Polsat w **dostarczanie informacji** celem walki z pandemią
- I wiele innych, ważnych inicjatyw...

„Czas jest bardzo trudny dla nas wszystkich i musimy sobie pomagać. Jesteśmy polską firmą - chcemy i powinniśmy pomóc w walce z epidemią. Po raz pierwszy zdecydowałem, że pomagamy jednorazowo na tak dużą skalę. Przekazujemy 200 tysięcy testów i aparaturę, mając nadzieję, że wesprze to heroiczne działania polskich służb medycznych. Bardzo im wszystkim dziękuję, szczególnie tym na pierwszej linii frontu”

Zygmunt Solorz

założyciel i większościowy akcjonariusz
Grupy Polsat

1.2 Refinansowanie zakończone sukcesem

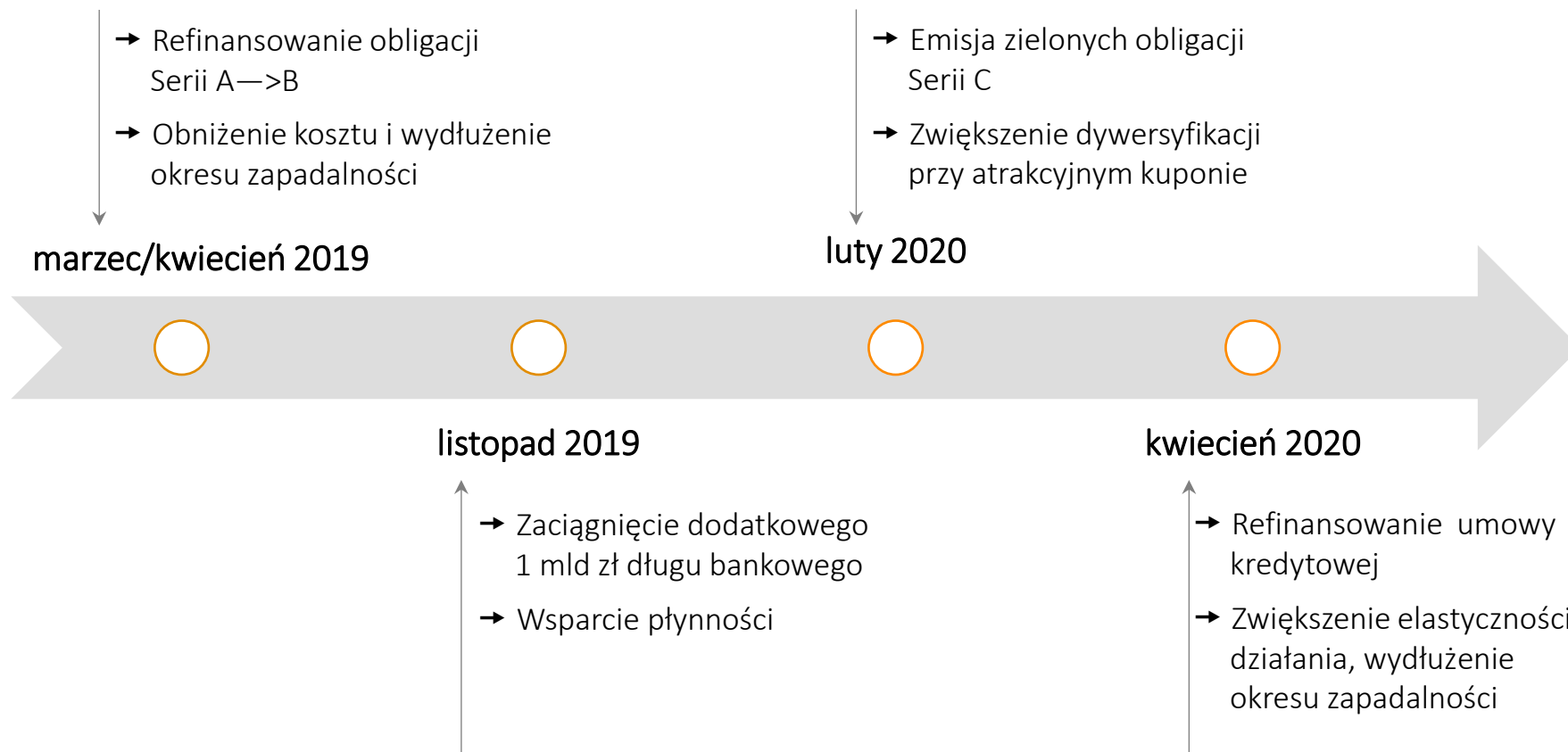
Katarzyna Ostap-Tomann
Członek Zarządu, Cyfrowy Polsat

Ambitne cele procesu refinansowania

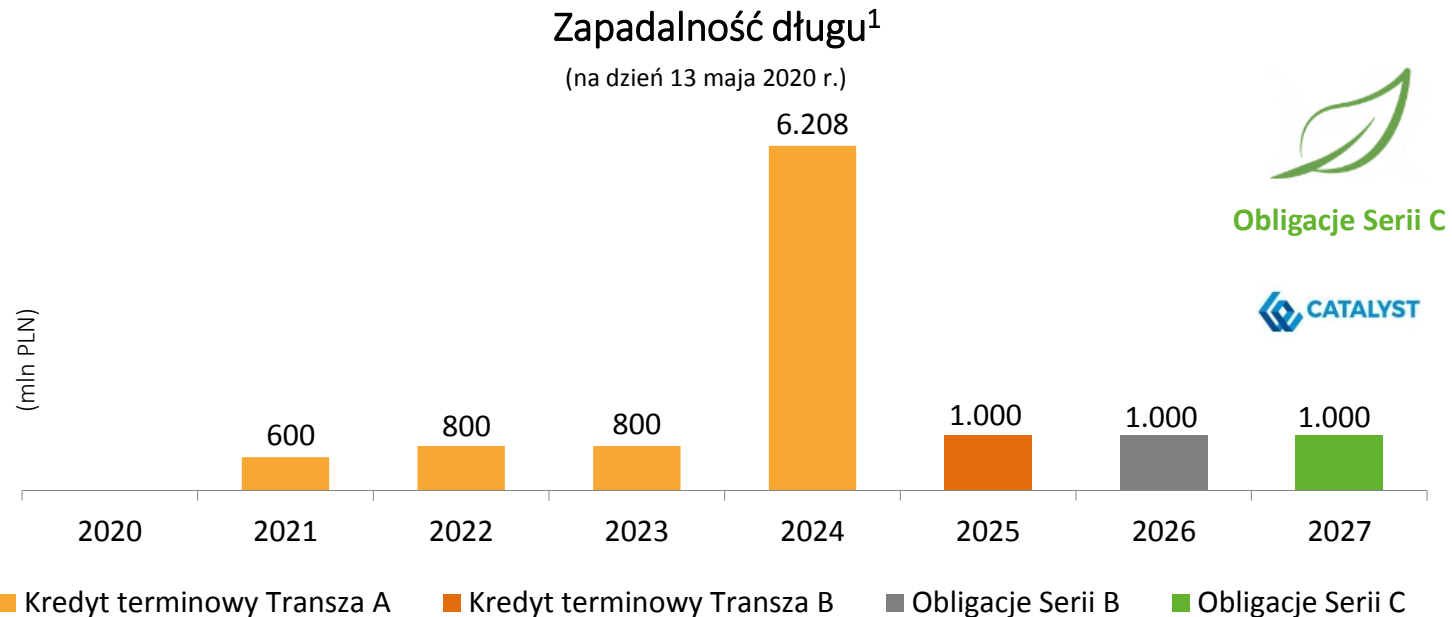
1. Zwiększenie elastyczności działania i umożliwienie dalszego rozwoju Grupy Polsat
2. Odzwierciedlenie zachodzących zmian w MSSF w dokumentacji finansowej
3. Dostosowanie zapadalności długu do bieżących celów akwizycyjnych i obecnej polityki dywidendowej
4. Zwiększenie dywersyfikacji struktury zadłużenia



Strategiczny plan refinansowania



Komfortowa struktura zapadalności długu pozwala kontynuować rozwój Grupy



Nowa struktura zapadalności pozwala na komfortowe prowadzenie działalności operacyjnej, dalszy rozwój Grupy oraz kontynuację realizacji polityki dywidendowej

Nota: (1) wartość nominalna (bez RCF i leasing)



N E T I A

1.3 Strategiczny zakup Interia.pl

Maciej Stec

Wiceprezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

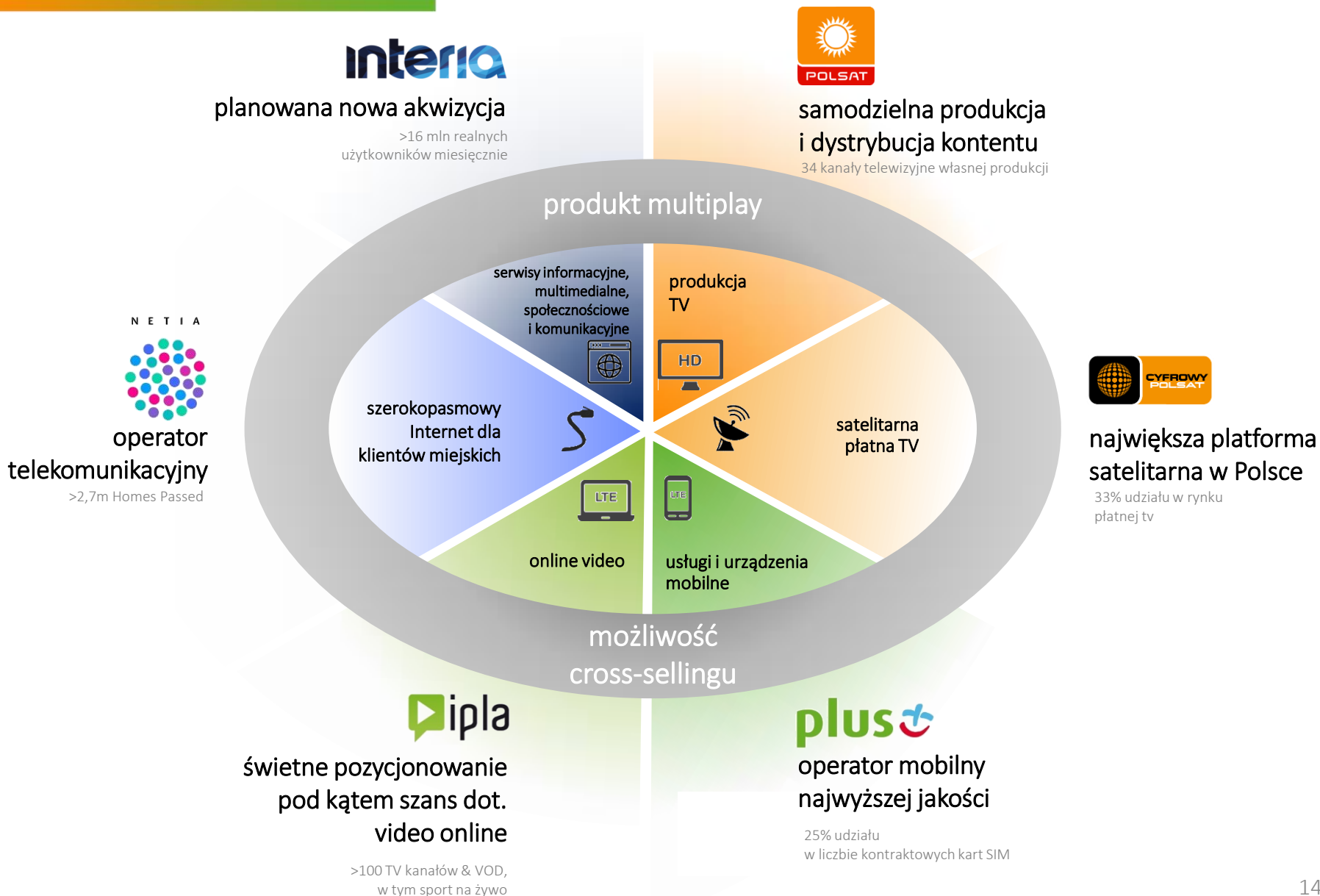
Katarzyna Ostap-Tomann

Członek Zarządu, Cyfrowy Polsat

Stanisław Janowski

Prezes Zarządu, Telewizja Polsat

Interia strategicznym aktywem Grupy Polsat



Biznes Grupy Interia w skrócie



- Grupa Interia znajduje się w pierwszej trójce wiodących grup w branży medialno-technologicznej i jest jedną z największych firm cyfrowych w Polsce
- Interia.pl to jeden z największych portali horyzontalnych z systemem poczty elektronicznej i wiadomościami, vortale tematyczne oraz aplikacje i narzędzia mobilne generujące dochody z bardzo wielu różnych strumieni przychodowych

interia

~100
stron
internetowych

~100
aplikacji mobilnych

60%
znajomość marki
Interia w Polsce

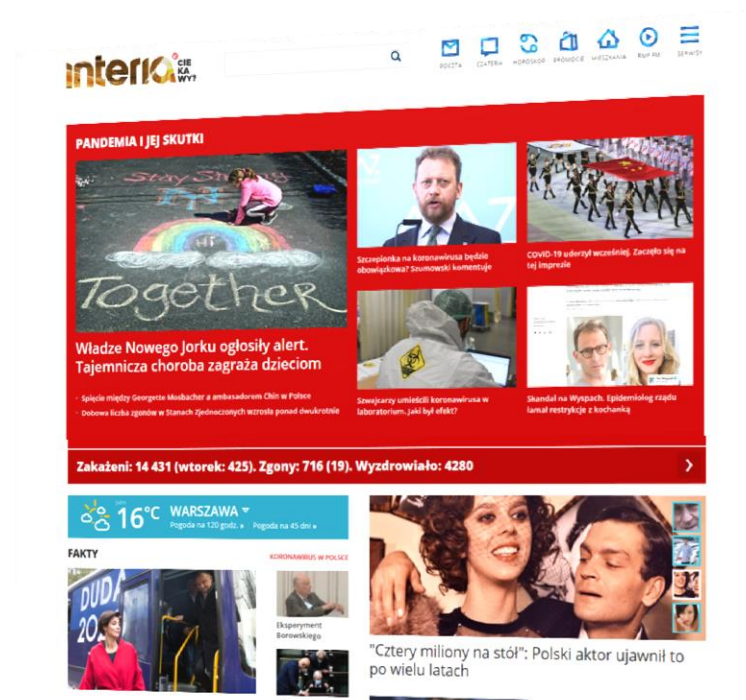
>16,5 mln
realnych
użytkowników
miesięcznie

60%
zasięg wśród
użytkowników
Internetu w Polsce

>1,3 mld
odślon stron
miesięcznie

Strategiczny zakup Interii

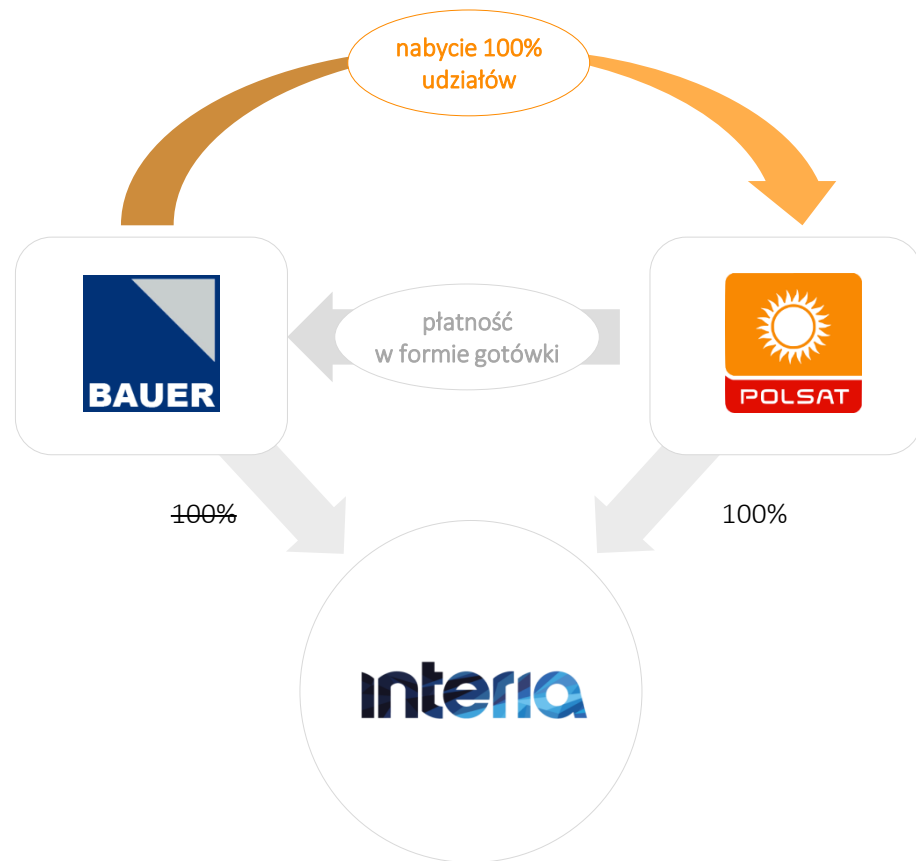
- Strategiczna decyzja nakierowana na zajęcie przez Grupę Polsat istotnej pozycji w Internecie
- Dobrze prowadzony biznes z kompetentnym zespołem pracowników
- Dodatkowy kanał dystrybucji oraz monetyzacji treści obecnie produkowanych na potrzeby kanałów Telewizji Polsat
- Istotne wzmocnienie pozycji na dynamicznie rosnącym rynku reklamy online
- Koncentracja obszaru działań marketingowych w Internecie dla całego portfolio produktów i usług Grupy Polsat



Grupa Polsat planuje przejęcie 100% udziałów Grupy Interia



- Telewizja Polsat zawarła przedwstępną umowę dot. przejęcia 100% udziałów w spółce Grupa Interia.pl sp. z o.o. oraz praw i obowiązków komandytariusza w spółce Grupa Interia.pl Media sp. z o.o. sp. k.
- Sprzedającym są spółki niemieckie Bauer Media Invest GmbH i Bauer Polen Invest GmbH
- Ustalona cena nabycia wynosi 422 mln zł i będzie podlegała dodatkowym korektom pomniejszającym
- Jednocześnie Grupa Bauer zobowiązała się do zakupu kampanii reklamowych od Polsat Media Biuro Reklamy
- Finansowanie ze środków własnych
- Finalizacja transakcji uwarunkowana jest uzyskaniem zgody UOKiK



N E T I A

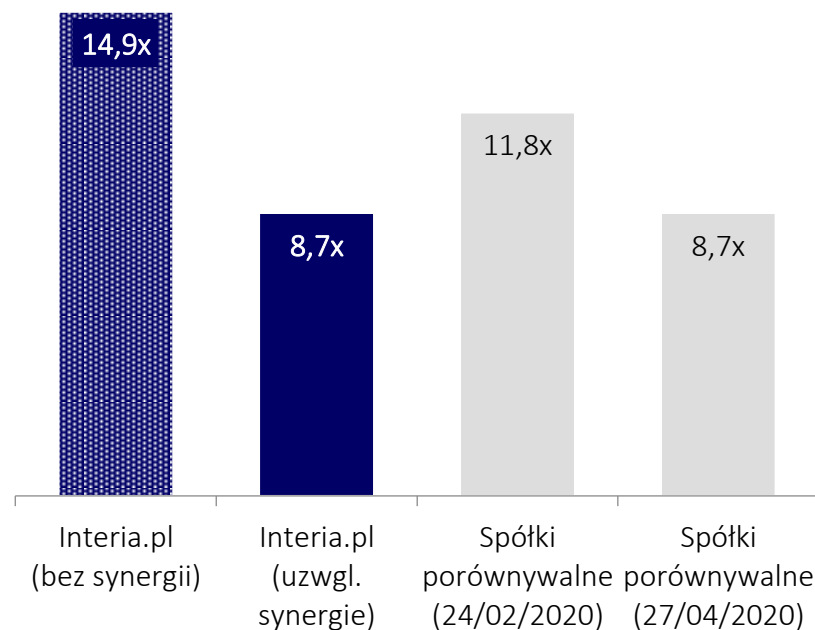
Mnożniki porównywalnych spółek



- Cena nabycia w kwocie 422 mln zł implikuje wycenę mnożnikową EV/EBITDA 2019 rzędu 8,7x po uwzględnieniu synergii

Mnożniki porównywalnych spółek

interia



Nota: Spółki porównywalne: WP, Agora, Mail.ru.

Mnożnik 8,7x obliczony na bazie skorygowanego wyniku EBITDA 2019 w kwocie 28,1 mln PLN oraz przy uwzględnieniu synergii rzędu 20 mln PLN



N E T I A

Planujemy podwoić wynik EBITDA Interii w okresie średnioterminowym



Dodatkowy kanał monetyzacji kontentu produkowanego już obecnie na potrzeby 34 kanałów telewizyjnych Grupy TV Polsat



Optymalizacja kosztowa poprzez insourcing kampanii marketingowych online Plusa, Cyfrowego Polsatu, IPLI, Netii czy kanałów z portfolio TV Polsat



Polsat Media Biuro Reklamy zapewni wyższą efektywność sprzedaży powierzchni reklamowej Interii



N E T I A

1.4 Plus uruchamia pierwszą polską komercyjną sieć 5G

Mirosław Błaszczyk
Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Pierwsza i jedyna komercyjna sieć 5G w Polsce!



5G w Plusie dostępne tu i teraz!!!

- 11 maja Plus uruchomił pierwszą komercyjną sieć 5G w Polsce na częstotliwości 2,6 GHz TDD pozwalającej osiągnąć transfer do 600 Mb/s
 - 2,6 GHz pozwala przysyłać więcej danych przy wyższych szybkościach i objąć większy obszar szybkim transferem danych
- Blisko 900 tys. osób w 7 miastach w zasięgu 5G Plusa już teraz, dodatkowe 2 mln osób w zasięgu w Warszawie i jej aglomeracji już wkrótce
 - 100 nadajników działa na obszarze 7 polskich miast (Warszawa, Łódź, Gdańsk, Poznań, Szczecin, Wrocław, Katowice)
 - Drugi etap zakłada powstanie ponad 600 dodatkowych stacji 5G w Warszawie oraz okolicznych miejscowościach
- Sieć 5G w Plusie będzie docelowo rozwijana na wszelkich dostępnych częstotliwościach



2. Działalność operacyjna

A horizontal bar with a gradient from orange on the left to green on the right, positioned below the section header.

2.1 Segment nadawania i produkcji telewizyjnej



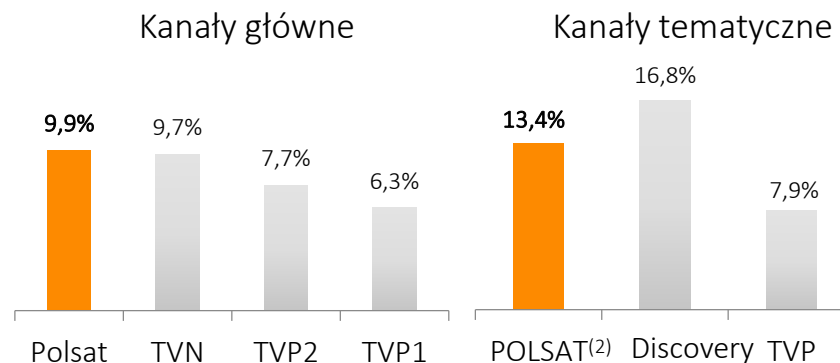
Stanisław Janowski
Prezes Zarządu, Telewizja Polsat

Oglądalność naszych kanałów w 1Q'20

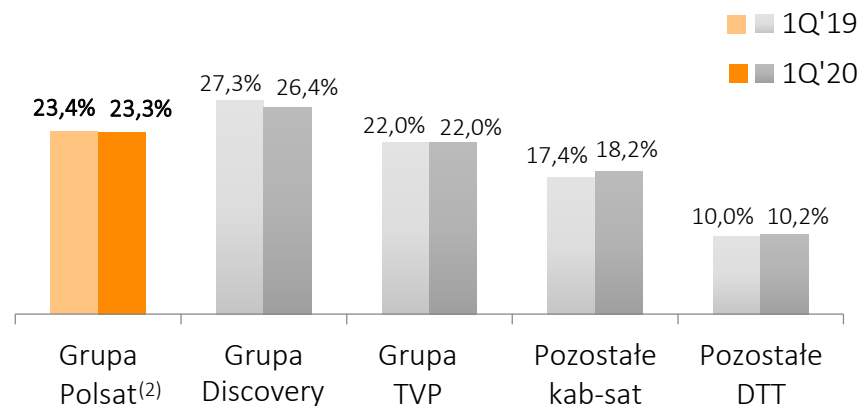


- Grupa Polsat i kanał główny w czołówce oglądalności w grupie komercyjnej

Udział w oglądalności⁽¹⁾



Dynamika udziałów w oglądalności⁽¹⁾



Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2⁽¹⁾, analizy własne
Nota: (1) oglądalność z dnia emisji i z 2 kolejnych dni (tzw. *Time Shift Viewing*)

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

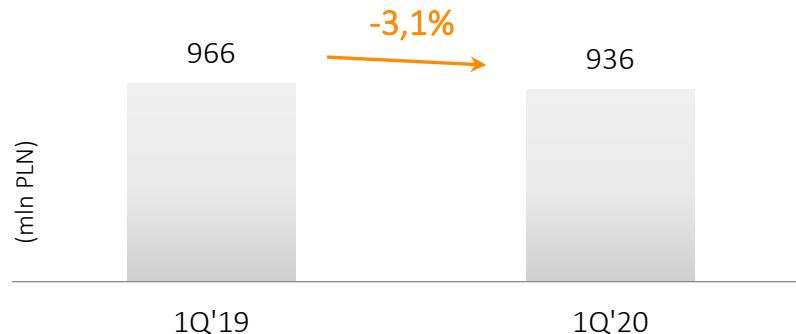


N E T I A

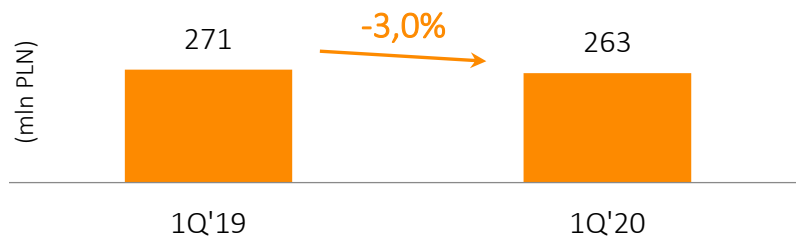
Pozycja na rynku reklamy w 1Q'20

- Dynamika przychodów z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat zgodna z trendem rynkowym
- W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wyniósł 28,1%

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



2.2 Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym

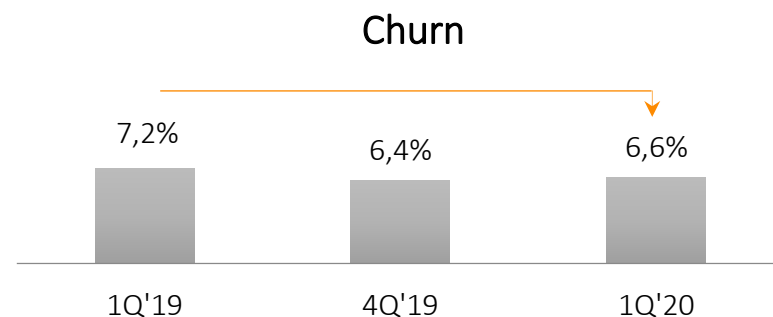
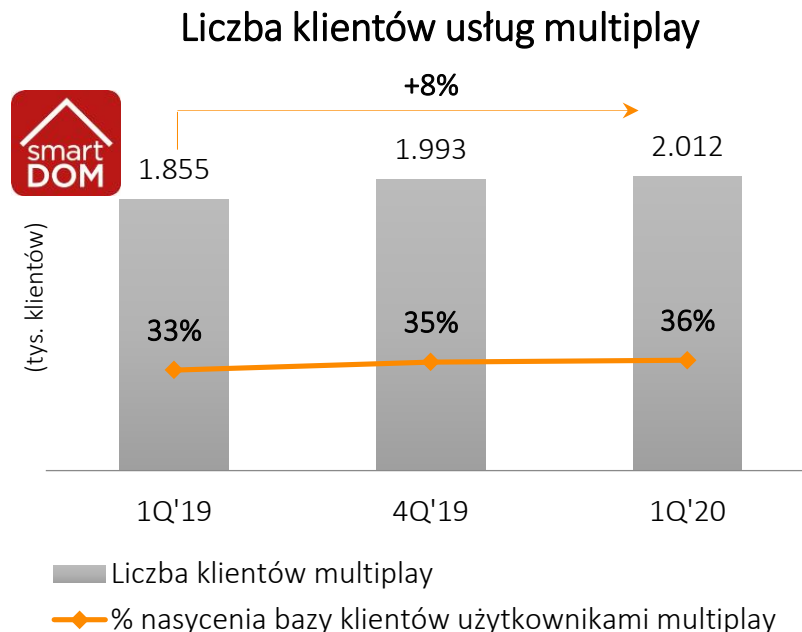
Maciej Stec

Wiceprezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

W styczniu'20 pozyskaliśmy 2-milionowego klienta oferty multiplay



- Konsekwentna realizacja strategii multiplay skutkuje stabilnym wzrostem liczby klientów tych usług o 157 tys. r/r
- Liczba RGU posiadanych przez tych klientów rośnie do 6,12 mln
- Kolejny kwartał bardzo niskiego poziomu churn – głównie dzięki naszej strategii multiplay

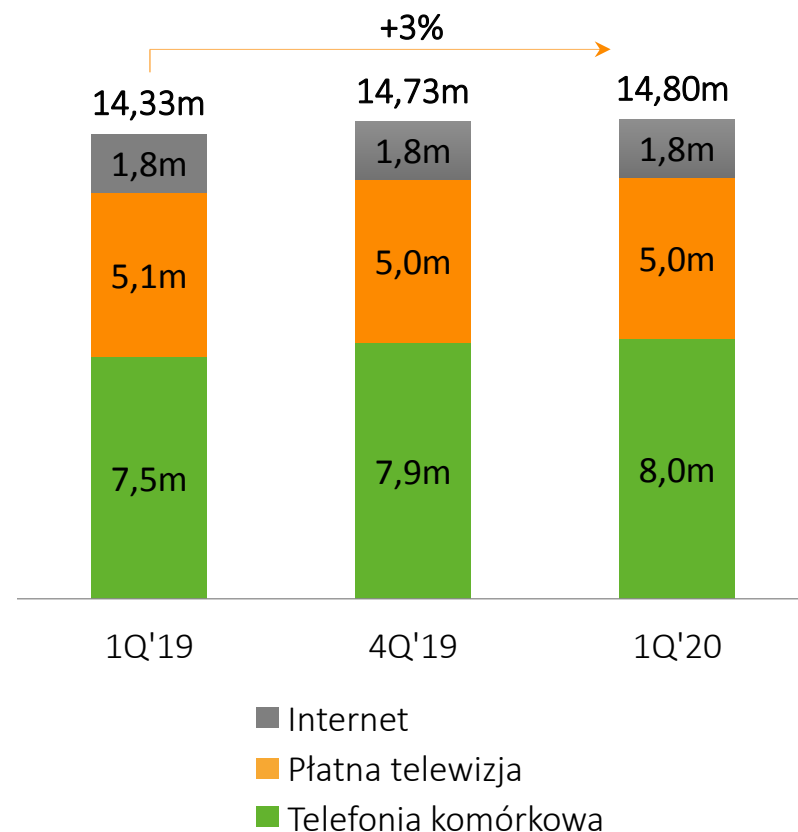


NETIA

Sprzedaliśmy niemal pół miliona dodatkowych usług



- Przyrost liczby usług kontraktowych o 466 tys. r/r
- Dynamiczny wzrost RGU telefonii komórkowej to efekt korzystnego wpływu strategii multiplay oraz prostych taryf Plusa wprowadzonych w lutym 2018 r., wspartych dobrą sprzedażą w segmencie B2B (m2m)
- Stabilna baza usług płatnej telewizji i Internetu

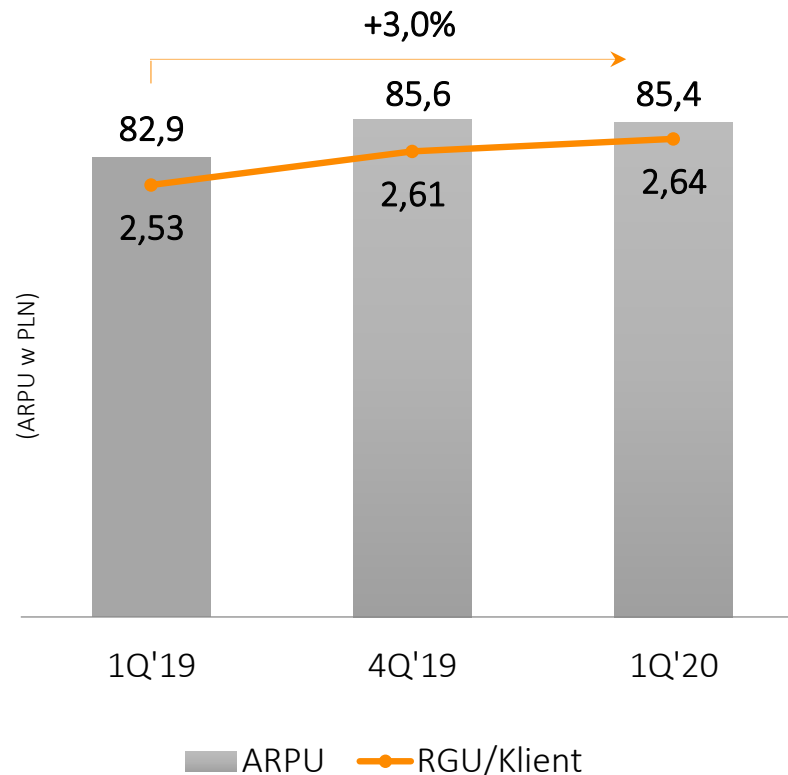


N E T I A

Wzrost ARPU dzięki konsekwentnej realizacji strategii multiplay



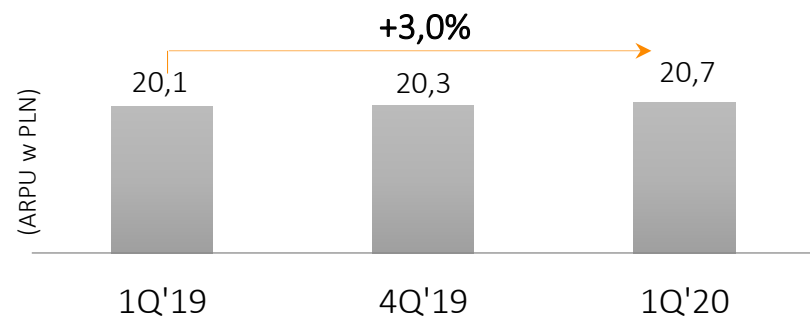
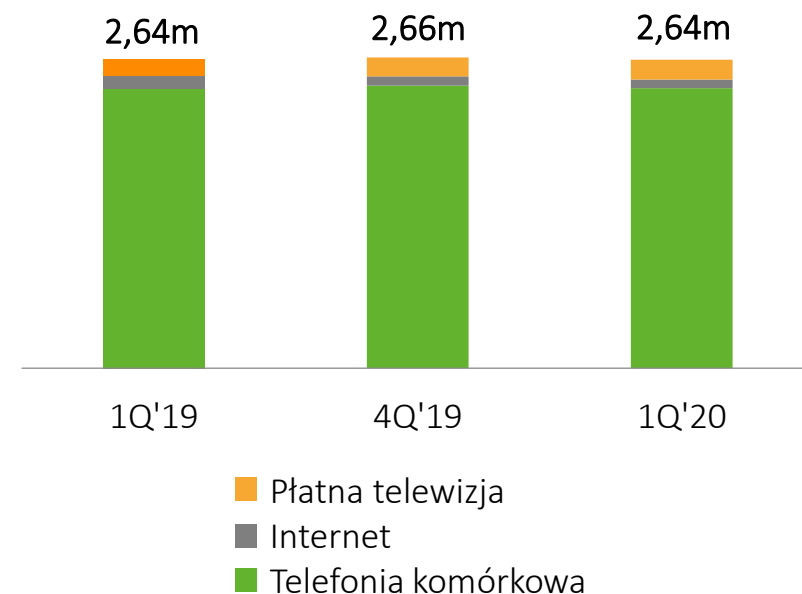
- Wzrost ARPU o 3,0% r/r wynikający z konsekwentnej budowy wartości istniejącej bazy klienckiej oraz większej liczby połączeń głosowych przekładających się na wyższe rozliczenia międzyoperatorskie
- Skuteczna dosprzedaż produktów w ramach strategii multiplay niezmiennie odzwierciedla się we wzroście wskaźnika saturacji RGU na klienta



Wzrost ARPU przy stabilnej bazie prepaid



- Stabilna liczba świadczonych usług prepaid głównie dzięki wysokiej sprzedaży pakietów IPLA
- Rosnący poziom ARPU, do czego przyczynia się wyższa liczba połączeń głosowych przekładająca się również na wyższe rozliczenia międzyoperatorskie



N E T I A

3. Wyniki finansowe

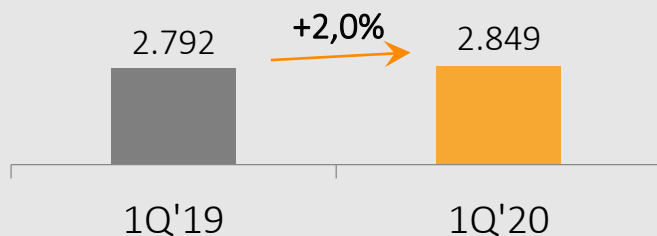


Katarzyna Ostap-Tomann
Członek Zarządu, Cyfrowy Polsat

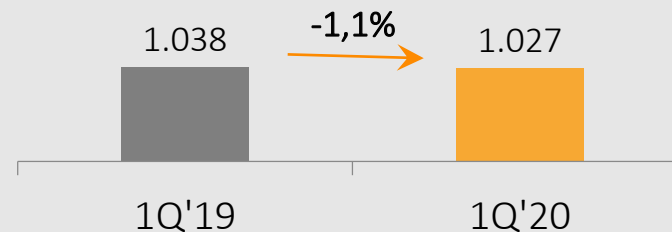
Wyniki Grupy w 1Q'20



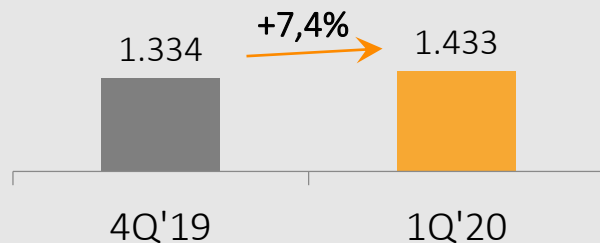
przychody



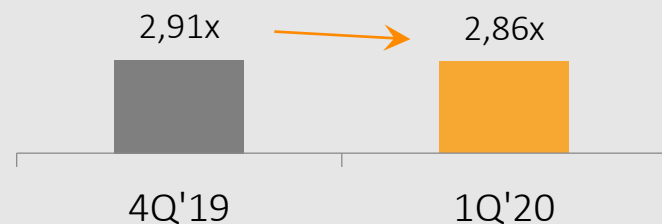
EBITDA



LTM FCF

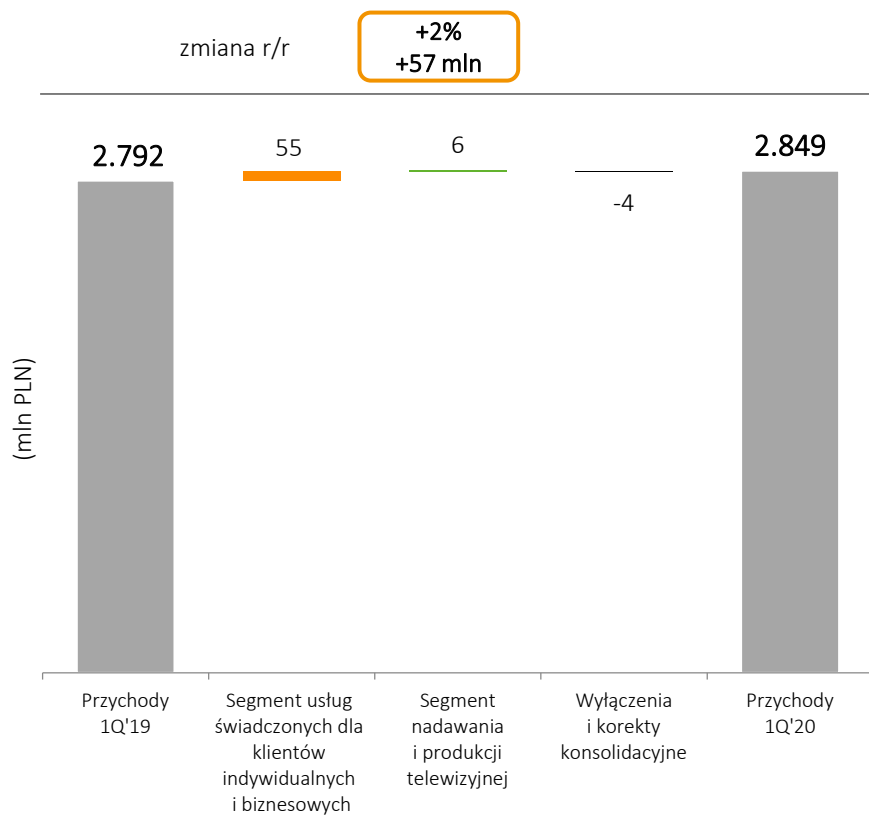


dług netto/EBITDA LTM

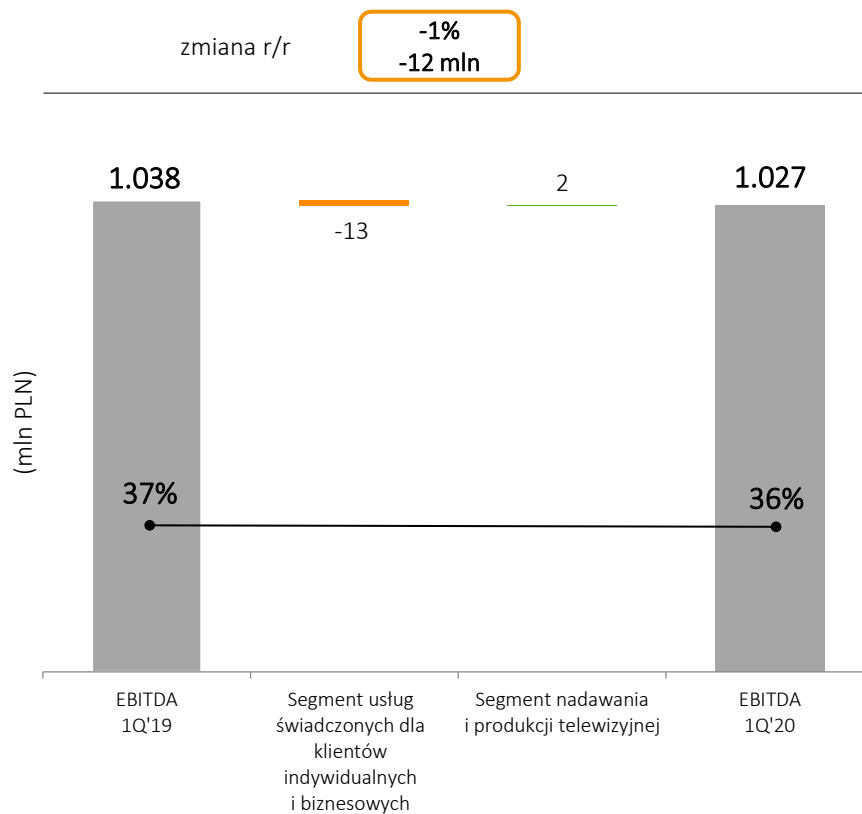


Przychody i EBITDA – czynniki zmian

Przychody ze sprzedaży



EBITDA



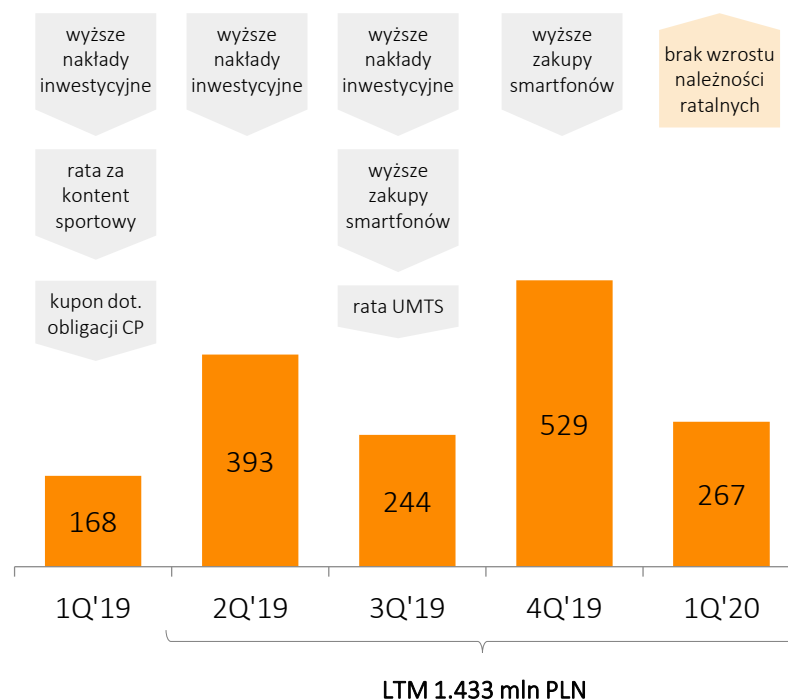
●—● Marża EBITDA

Silny początek roku w zakresie ilości generowanej gotówki

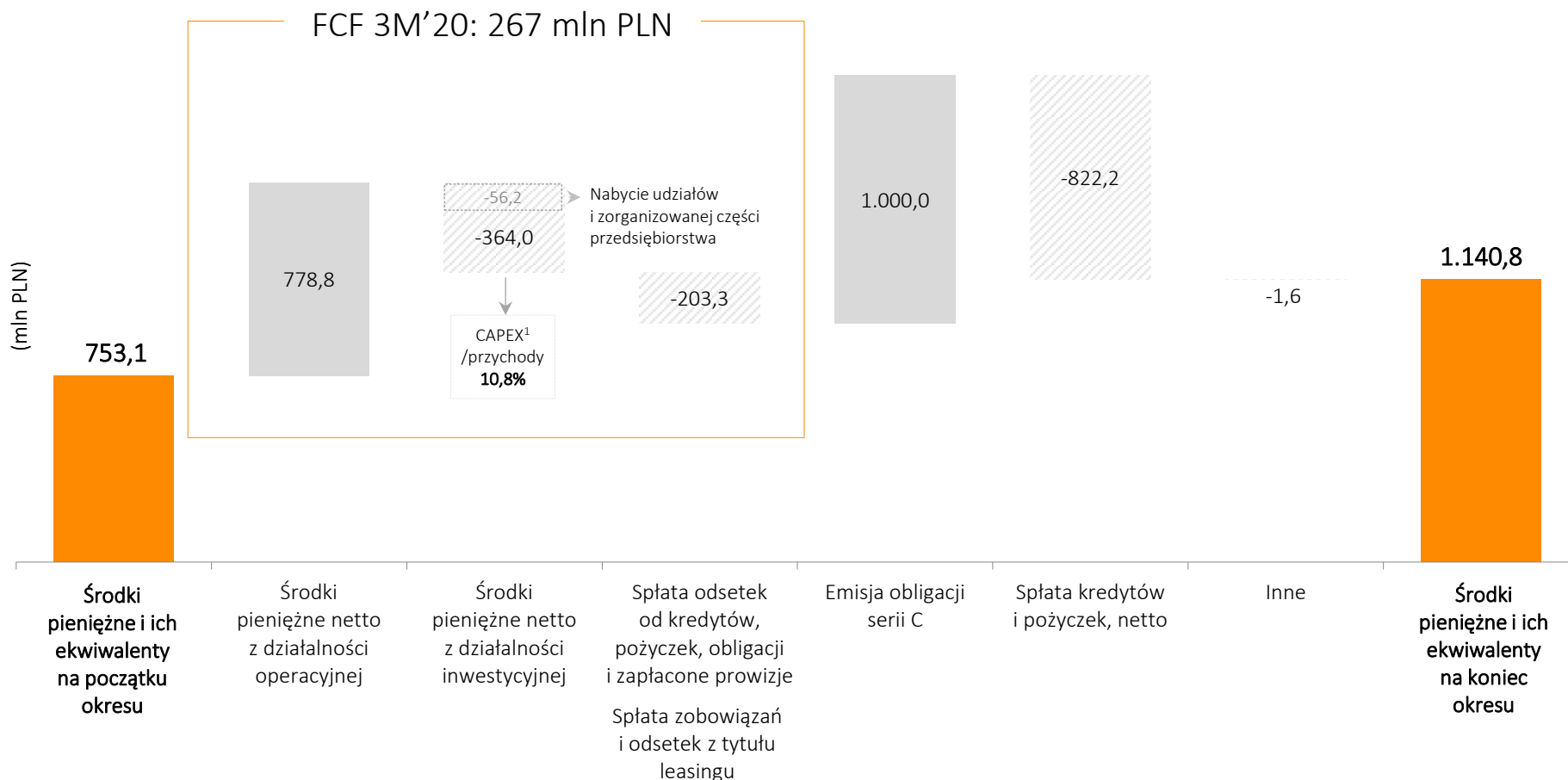


mln PLN	1Q'20
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	779
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-364
Splata odsetek od kredytów, pożyczek, obligacji, zapłacone prowizje	-85
Splata zobowiązań i odsetek z tytułu leasingu	-119
FCF po odsetkach	211
Nabycie udziałów i zorganizowanej części przedsiębiorstwa	56
Skorygowany FCF po odsetkach	267

Skorygowany FCF po odsetkach



Rachunek przepływów pieniężnych w 1Q'20



Zadłużenie Grupy

mln PLN	Wartość bilansowa na dzień 31.03.2020
Połączony Kredyt Terminowy (transza A i B)	9.354
Kredyt Rewolwingowy	335
Obligacje (seria B i C)	2.014
Leasing i inne	1.422
Zadłużenie brutto	13.125
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty ¹	(1.141)
Zadłużenie netto	11.984
EBITDA LTM	4.185
Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM	2,86x
Średni ważony koszt odsetek od kredytu i obligacji ²	2,8%
Średni ważony koszt odsetek od kredytu i obligacji na dzień 13 maja 2020 r.³	2,3%

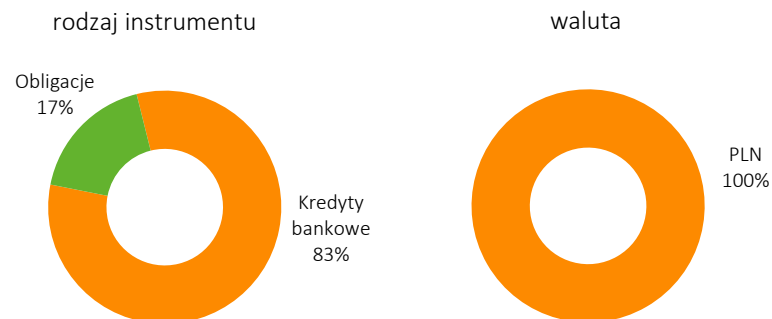
¹ Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, w tym środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania oraz lokat krótkoterminowych.

² Prospektywny średni ważony koszt odsetkowy Połączonego Kredytu Terminowego (wraz z Kredytem Rewolwingowym) oraz Obligacji Serii B i Obligacji Serii C, wg stanu na dzień 31 marca 2020 r. przy WIBOR 1M na poziomie 1,14% i WIBOR 6M 1,19%, nie uwzględniając instrumentów zabezpieczających.

³ Prospektywny średni ważony koszt odsetkowy Połączonego Kredytu Terminowego (wraz z Kredytem Rewolwingowym) oraz Obligacji Serii B i Obligacji Serii C, wg stanu na dzień 13 maja 2020 r. przy WIBOR 1M na poziomie 0,64% i WIBOR 6M 0,69%, nie uwzględniając instrumentów zabezpieczających.

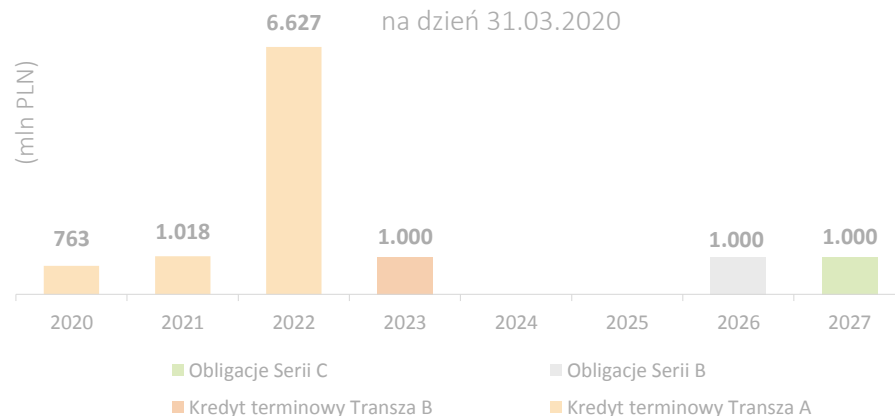
⁴ Wartość nominalna zadłużenia na dzień 31 marca 2020 r. (z wyłączeniem Kredytu Rewolwingowego i leasingu).

Struktura zadłużenia⁴



Zapadalność długu⁴

na dzień 31.03.2020



4. Podsumowanie i Q&A

Mirosław Błaszczyk
Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Podsumowanie



Zdywersyfikowany, oparty o subskrypcje model biznesowy pozostaje odporny na czynniki związane z epidemią



Grupa Polsat i jej pracownicy aktywnie angażują się w działania dla dobra Polski i Polaków



Strategiczna inwestycja w Interia.pl stanowi istotny krok w konsekwentnym rozwoju naszego biznesu



Plus uruchomił pierwszą i jedyną komercyjną sieć 5G w Polsce!



Finalizacja refinansowania zadłużenia Grupy Polsat pozwala na rozwój Grupy oraz wypłatę dywidendy

5. Dodatkowe informacje



5.1 Wpływ COVID-19 na działalność Grupy Polsat



COVID-19 wywiera zarówno pozytywną jak i negatywną presję na nasze finanse



czynniki presji pozytywnej

- pozytywny wpływ na przychody detaliczne dzięki zmianom cen usług mobilnych w 2019/2020
- popyt na większe pakiety danych spowodowany wyższym zużyciem GB z powodu pracy zdalnej i edukacji domowej, zarówno w segmencie B2C oraz B2B
- zwiększony popyt na treści premium (płatna telewizja / VOD) w wyniku akcji #zostańwdomu, co znajduje odzwierciedlenie w przechodzeniu klientów na wyższe pakiety
- oczekiwany dalszy spadek wskaźnika churn
- wyższe przychody i koszty IC z powodu wyższego ruchu głosowego
- potencjalnie mniej wymagający rynek pracy
- obniżka stóp procentowych o 100 pkt. bazowych prowadzi do obniżki kosztów obsługi długu

- niepewność, co do czasu trwania i ostatecznego wpływu koronawirusa na światową, europejską i polską gospodarkę
- potencjalny spadek wartości rynku reklamy z powodu nieuchronnego spowolnienia gospodarki światowej, europejskiej i polskiej
- niepewność związana z konsekwencjami przekładania ważnych wydarzeń sportowych
- potencjalne spowolnienie pozyskiwania klientów netto
- spadek sprzedaży telefonów / sprzętu z powodu częściowo zamkniętej sieci sprzedaży i niższej skłonności do zakupu drogich smartfonów
- potencjalne bankructwa, szczególnie w segmencie SOHO
- zamknięte granice = niższy ruch roamingowy

czynniki presji negatywnej



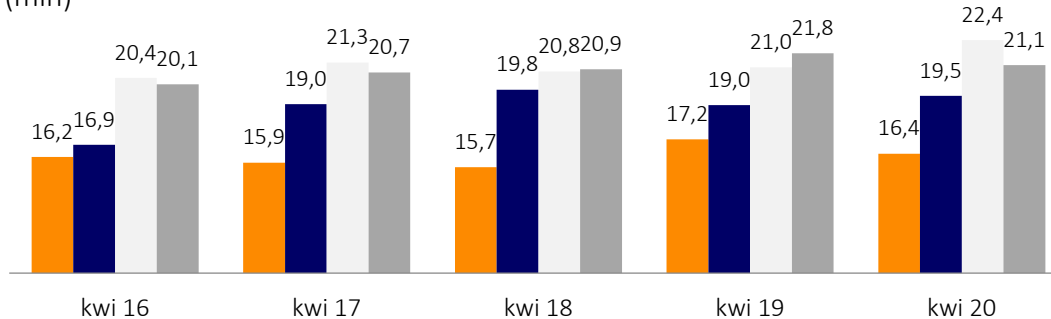
N E T I A

5.2 Strategiczny zakup Interia.pl

Interia posiada bardzo silną pozycję na rynku polskiego Internetu



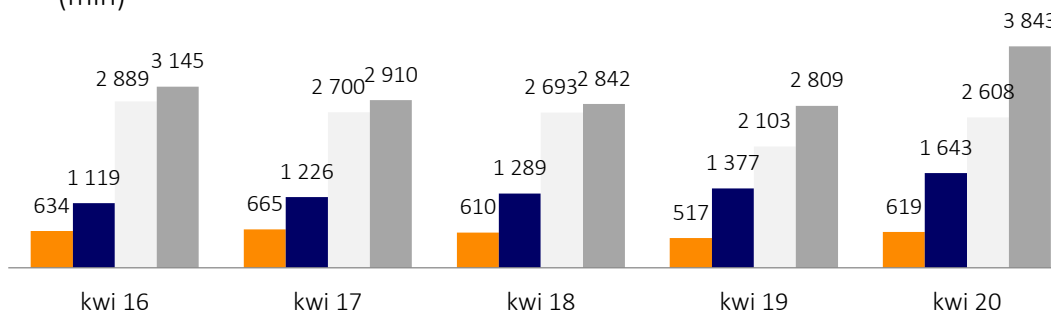
Liczba realnych użytkowników – grupy medialno-technologiczne w Polsce (mln)



4-letnia dynamika wzrostu (%)



Liczba odsłon stron – grupy medialno-technologiczne w Polsce (mln)



4-letnia dynamika wzrostu (%)



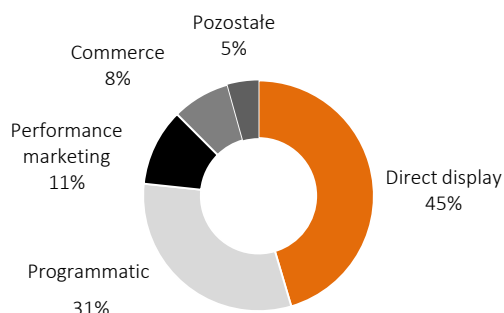
Grupa Interia znajduje się w pierwszej trójce graczy w segmencie grup medialno-technologicznych, zarówno pod względem realnych użytkowników, jak i odsłon stron oraz jest liderem pod względem dynamiki wzrostu

Zdrowy profil finansowy



- Całkowite przychody: 112mln PLN
 - Przychody gotówkowe¹: 97mln PLN
- Skorygowana EBITDA: 28,1 mln PLN
 - *Marża EBITDA*²: 29%
- Brak długu

Przychody gotówkowe według strumienia
(jako% łącznych przychodów gotówkowych)



Przychody gotówkowe z reklam stanowiły ok. 90% łącznych dochodów gotówkowych w 2019

Display	Wideo
6.380 aktywnych planów emisyjnych jednocześnie w miesiącu 5,6 mld odwołań do ad serwera w miesiącu 6.460 parametrów targetujących³ 40 platform sprzedających naszą przestrzeń reklamową	+100 mln dostępnych streamów miesięcznie 36 tys. unikalnych klipów wideo miesięcznie 2,2TB łączna liczba danych wideo dostępnych w systemach Interii w miesiącu
Modele efektywnościowe ⁴	Content Marketing
86% dostarczonych wiadomości e-mail w modelu CPC i CPA +300 klientów biznesowych kupujących w modelach efektywnościowych - CPC, CPA, CPL, CPS najpopularniejsze modele stosowane w marketingu efektywnościowym w Grupie Interia	~340 kampanii content marketingu rocznie ~620 obsługiwanych ofert rocznie +1.100 materiałów content marketingu wyprodukowanych dla celów przeprowadzenia akcji rocznie

Nota: (1) Przychody gotówkowe po rabatach posprzedażowych (kick back) / rabatach wolumenowych dla domów mediowych

(2) Obliczone jako % of przychodów gotówkowych

(3) wg stanu na maj 2020 r.

(4) CPC: Cost-per-click, CPA: Cost-per-action, CPL: Cost-per-lead, CPS: Cost-per-sale, dane za FY 2019

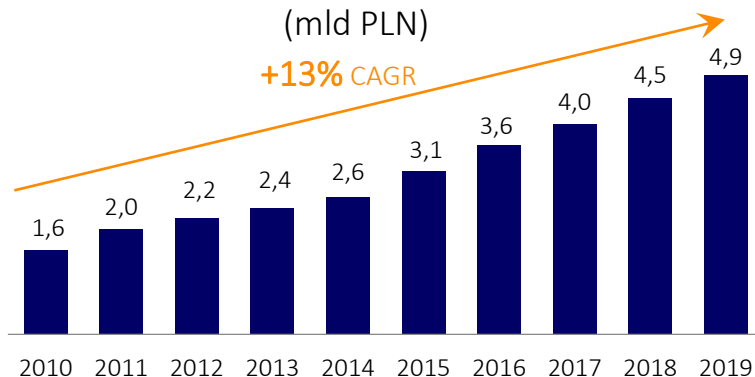


N E T I A

Grupa Polsat wzmacni swoją pozycję w obszarze dynamicznie rosnącego rynku reklamy online

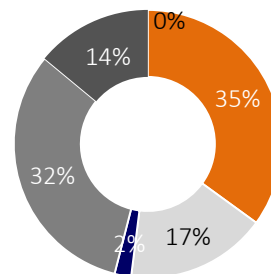


Rynek reklamy online w Polsce (mld PLN)



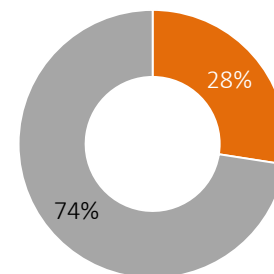
Rynek reklamy online w Polsce w 2019 r. (%)

wg segmentu



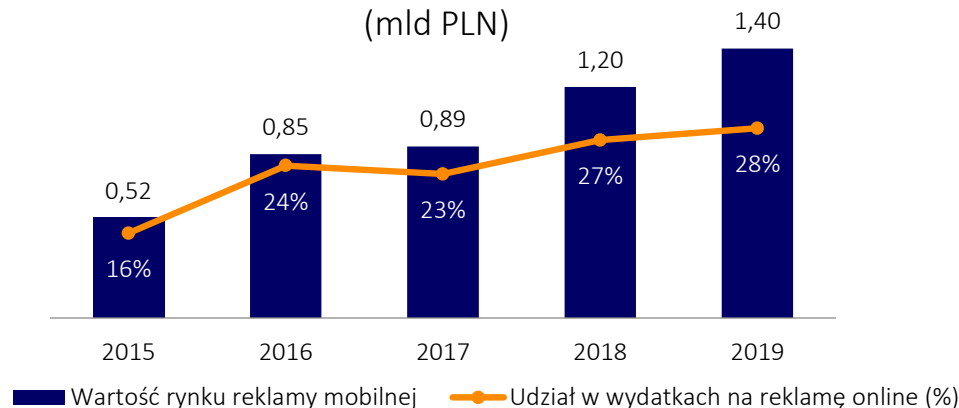
■ Display ■ Ogłoszenia ■ E-mail
■ SEM ■ Wideo ■ Pozostałe

wg kanału



■ Mobilny
■ Stacjonarny

Wydatki na reklamę mobilną w Polsce (mld PLN)

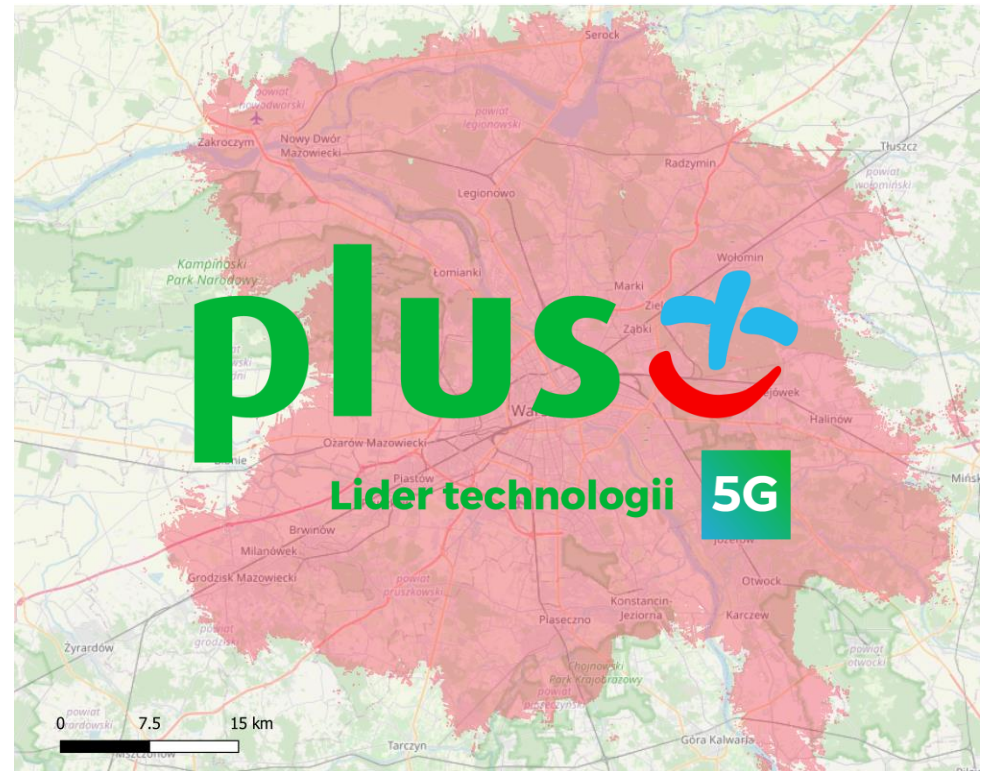


5.3 Plus uruchamia pierwszą polską sieć 5G

Docelowy zasięg technologii 5G Plusa w aglomeracji warszawskiej



- Pasma 2.6GHz TDD z uwagi na większy rozmiar pojedynczej komórki pozwala bardziej efektywnie kosztowo aniżeli w przypadku pasma 3.6GHz budować pokrycie zasięgiem 5G
- Wydatki poniesione zostaną w okresie 2020-2021 i nie wpływają na zmianę oczekiwanego poziomu całkowitych nakładów inwestycyjnych



N E T I A

5.4 Refinansowanie zakończone sukcesem

Uzyskaliśmy szereg korzystnych zmian w strukturze naszego finansowania



Co uległo zmianie

- **Wydłużenie terminów zapadalności** zadłużenia kredytowego i obligacyjnego
- 4 kwartały **wakacji kredytowych**
- **Obniżenie kwot spłat** z 254 do 200 mln PLN kwartalnie
- **Ujęcie MSSF 16** i związane z tym **korekty w poziomach kowenantów** oraz poziomach *Margin Grid* przy zachowaniu nominalnych poziomów marży na niezmiennym poziomie
- **Poluznienie ograniczenia** w zakresie możliwości wypłaty dywidendy
 - dotychczas wypłata możliwa, jeśli dług netto/EBITDA poniżej 3,2x
 - obecnie limit podniesiony do 3,5x
- Pełna **likwidacja koszyka akwizycyjnego**
- Dwie emisje obligacji zapewniają **większą dywersyfikację zadłużenia** przy jednoczesnej obniżce kuponów
- Pierwsza korporacyjna złotówkowa emisja **Green Bonds**

Co pozostało bez zmian

- Nadal 100% naszego zadłużenia denominowane jest w złotym polskim



5.5 Wyniki finansowe 1Q'20

Wyniki segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym



mln PLN	1Q'20	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.453	2%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	1.580	4%
EBITDA	880	-1%
Marża EBITDA	35,9%	-1,3pkt%

- Wzrost przychodów ze sprzedaży pod wpływem wyższych rozliczeń międzyoperatorskich, które wynikały z silnego wzrostu wolumenu połączeń głosowych odnotowanego od momentu ogłoszenia stanu zagrożenia epidemicznego w Polsce
- Czynniki ten przekłada się w podobnym stopniu na wzrost kosztów technicznych, stąd stabilny wynik EBITDA

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2020 r. oraz analizy własne

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



N E T I A

Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej



mln PLN	1Q'20	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	461	1%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	311	1%
EBITDA	147	1%
Marża EBITDA	31,9%	-0,2pkt%

- Stabilne wyniki finansowe segmentu pomimo lekkiego spadku przychodów z reklamy i sponsoringu wynikają z dobrych wyników sprzedaży hurtowej kanałów Telewizji Polsat do operatorów kablowych i satelitarnych

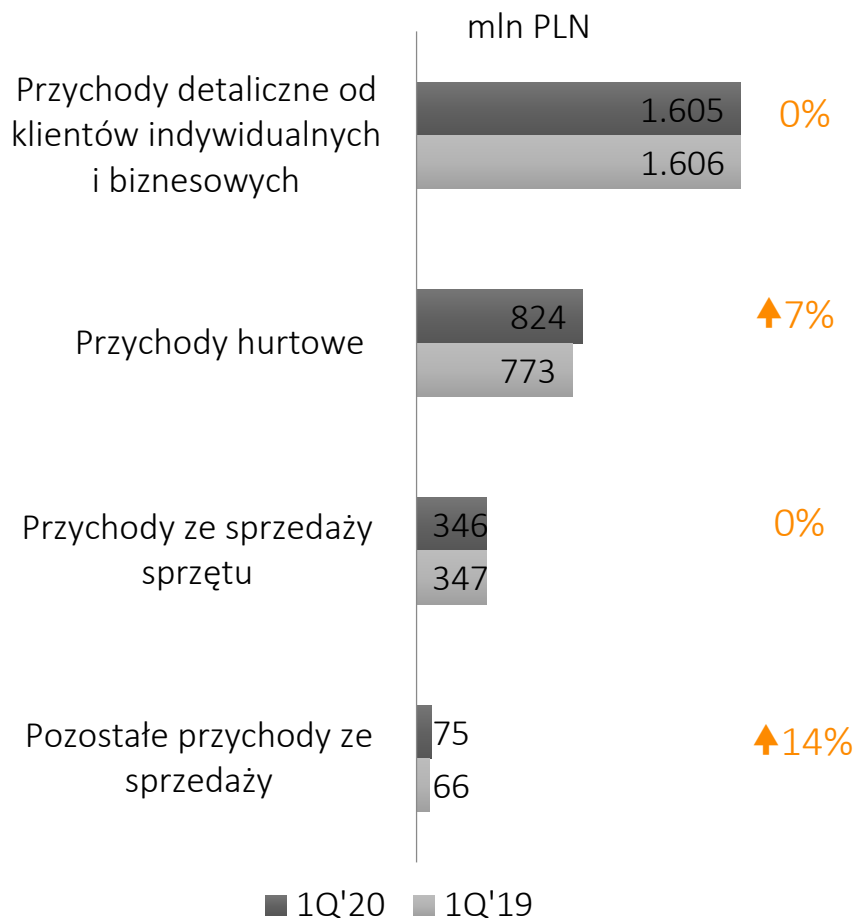
Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2020 r. oraz analizy własne

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



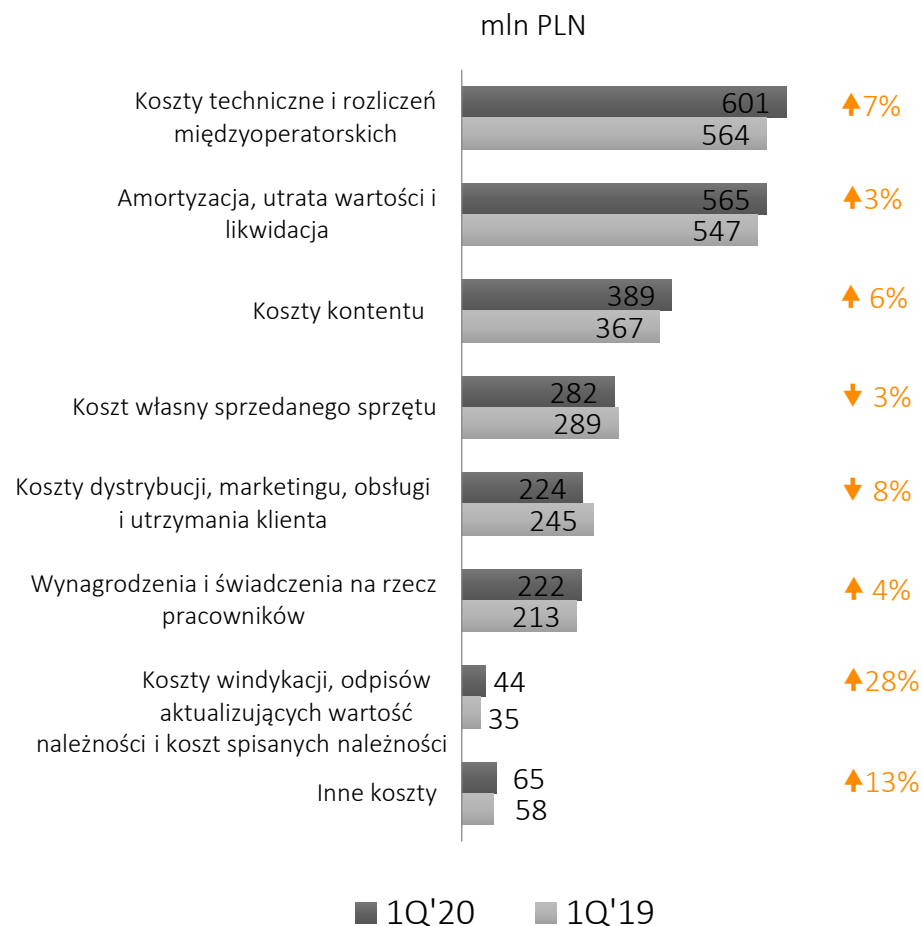
N E T I A

Struktura przychodów ze sprzedaży



- Stabilny poziom **przychodów detalicznych od klientów indywidualnych i biznesowych** pomimo presji ze strony spadających przychodów z usług telefonii stacjonarnej świadczonych przez Netię.
- Motorem wzrostu **przychodów hurtowych** były wyższe przychody z rozliczeń międzyoperatorskich, które wynikały z silnego wzrostu wolumenu połączeń głosowych odnotowanego od momentu ogłoszenia stanu zagrożenia epidemicznego w Polsce. Dodatkowym czynnikiem wspierającym wzrost były wyższe przychody ze sprzedaży kanałów do operatorów kablowych i satelitarnych.
- Stabilne **przychody ze sprzedaży sprzętu**. Odnotować jednocześnie należy, iż w związku z epidemią COVID-19 została zamknięta istotna część sieci sprzedaży stacjonarnej, co spowodowało znaczący spadek poziomu sprzedaży sprzętu, w szczególności smartfonów, od połowy marca 2020 r.
- Wzrost **pozostałych przychodów ze sprzedaży** spowodowany był przede wszystkim rosnącymi przychodami z odsetek z tytułu sprzedaży ratalnej sprzętu dla klientów detalicznych

Struktura kosztów operacyjnych



- Wyższe **koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich** wynikał głównie z wyższych kosztów rozliczeń międzyoperatorskich wynikających ze wzrostu wolumenu ruchu wychodzącego, na co wpłynęła epidemia koronawirusa.
- Wyższe koszty **amortyzacji, utraty wartości i likwidacji** w wyniku intensyfikacji wydatków inwestycyjnych w trakcie 2019 r.
- Wzrost **kosztów kontentu** spowodowany głównie ujęciem 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.
- Niższe koszty **dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta** na skutek podjęcia decyzji o przesunięciu wybranych działań marketingowych na dalszą część roku.

Definicje



RGU (Revenue Generating Unit)	Pojedyncza, aktywna usługa płatnej telewizji, dostępu do Internetu 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 .
ARPU kontrakt	Średni miesięczny przychód od Klienta wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym (uwzględnia przychody z interconnect).
ARPU pre-paid	Średni miesięczny przychód od RGU pre-paid wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym (uwzględnia przychody z interconnect).
Churn	Rozwiązanie umowy z Klientem 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. W przypadku bezpłatnego dostępu do Internetu świadczonego przez Aero 2 do RGU usług przedpłaconych w ramach dostępu do Internetu wliczone zostały wyłącznie karty SIM, które w ciągu ostatnich 90 dni skorzystały z usług transmisji danych w ramach płatnych pakietów.



Kontakt

Relacje Inwestorskie

Konstruktorska 4
02-673 Warszawa

Tel.: +48 (22) 426 85 62 / +48 (22) 356 65 20/ +48 (22) 337 93 14
Email: ir@cyfrowypolsat.pl

www.grupapolsat.pl



N E T I A