



Biuletyn IR Cyfrowego Polsatu

24 – 30 sierpnia 2020



PAP
24 sierpnia 2020 r.

Mecze PKO BP Ekstraklasy w kolejnych dwóch sezonach wciąż w Canal+ oraz TVP

Mecze polskiej ligi piłkarskiej PKO BP Ekstraklasa będą transmitowane w kolejnych dwóch sezonach (2021/22 i 2022/23) przez stacje telewizyjne CANAL+ i TVP. CANAL+ będzie transmitować wszystkie spotkania, natomiast TVP po jednym meczu w każdej kolejce w paśmie otwartym – równoległe z CANAL+. Obie stacje będą także pokazywać powtórki meczów oraz publikować skrótów w programach informacyjnych i magazynach sportowych.

Ekstraklasa poinformowała ponadto, że osiągnęła z oboma nadawcami telewizyjnymi porozumienie dotyczące wpływu pandemii COVID-19 na rozgrywkę. Obejmuje ono m.in. kwestie związane z ewentualnymi zakłóceniami w rozgrywkach, które mogą być wynikiem modyfikacji kalendarza międzynarodowych imprez piłkarskich.

Nowe uzgodnienia z nadawcami w istotny sposób zabezpieczają interesy ligi, równomiernie rozkładając ryzyko między stronami - podano.

Ekstraklasa poinformowała, że sumaryczna wartość kontraktów w trakcie czterech sezonów (2019/20 – 2022/23) wyniesie 1 mld zł. Z tej sumy 250 mln zł za rozegrany sezon 2019/20 zostało już rozliczone.

Parkiet
25 sierpnia 2020 r.

Bruksela ma plan obniżek hurtowych stawek operatorów w UE

Autor: Urszula Zielińska

Komisja Europejska przedstawiła propozycje nowych, niższych stawek hurtowych za zakończenie połączeń głosowych w sieciach mobilnych i stacjonarnych w ramach UE.

Maksymalna stawka za zakończenie połączenia w sieci mobilnej (Mobile Termination Rate, MTR) ma wynieść 0,2 eurocenta za minutę, a za zakończenie połączenia na numer stacjonarny (Fixed Termination Rate, FTR) 0,07 eurocenta za minutę.

Komisja zwróciła uwagę, że Polska wyróżnia się obecnie na tle innych krajów unijnych w zakresie wysokości stawek FTR – wyższe stawki obowiązują tylko w Finlandii. Według danych BEREC (organizacji skupiającej regulatorów rynków telekomunikacyjnych w UE), na początku tego roku obowiązujące w Polsce stawki FTR wynosiły od 0,4782 do 0,8362 eurocenta, a średnia stawka MTR wynosiła nieco ponad 1 eurocent.

Projekt regulacji przewiduje trzyletni okres dochodzenia do docelowego poziomu stawek MTR: 0,7 eurocenta w 2021 roku, 0,55 eurocenta w 2022 r., 0,4 eurocenta w 2023 r. i ostateczne 0,2 eurocenta w 2024 roku. Przy czym w 11 krajach, w których już dzisiaj obowiązują niskie stawki MTR zmiany miałyby być wprowadzane dopiero od 2022 roku.

W wypadku stawek FTR Komisja proponuje dwa systemy. Dla krajów, które stosują obecnie stawki bliskie proponowanej nowej opłacie miałyby obowiązywać okres przejściowy, umożliwiający stosowanie zróżnicowanych stawek do końca 2021 roku. W pozostałych krajach miałyby zostać przyjęta ścieżka dochodzenia do nowej stawki. W przypadku Polski, KE zaproponowała, aby w 2021 roku maksymalna obowiązująca stawka FTR wynosiła 0,112 eurocenta.

Operatorzy mogą zgłaszać uwagi do projektu regulacji do 22 września br.

Parkiet
27 sierpnia 2020 r.

Przez Covid w pół roku z mediów wyparowało 725 mln zł

Autor: Urszula Zielińska

Według szacunków Publicis Group, wartość rynku reklamy w Polsce zmniejszyła się w pierwszym półroczu 2020 roku o 15,3% do 4 mld zł.

Najlepiej w dobie kryzysu poradził sobie rynek reklamy internetowej, który wzrósł nieco i niemal zrównał się pod względem wartości z rynkiem reklamy telewizyjnej.

Wartość poszczególnych segmentów reklamy wyniosła zdaniem Publicis Group w tym okresie odpowiednio: telewizja – 1,714 mld zł (-21% r/r), Internet – 1,703 mld zł (+4 mln zł r/r), radio – 292 mln zł (-13,6%), reklama zewnętrzna - 139 mln zł (-45%), dzienniki – 58 mln zł (-29,9%), magazyny - 94 mln zł (- 35,3%), kina – 25 mln zł (-60,3%).

Publicis Group prognozuje, że od września budżety reklamowe zaczną wracać do poziomów z poprzedniego roku. W skali całego 2020 roku rynek reklamy odnotuje spadek o ponad 850 mln zł, z czego 450 mln zł w telewizji. Tym samym wartość rynku reklamy w Polsce spadnie według Publicis Group o 8,7%.

Puls Biznesu
28 sierpnia 2020 r.

Cyfrowy bierze oddech po wirusie

Autor: Marcel Zatoński

W drugim kwartale 2020 r. polski rynek telewizyjny skurczył się w skali roku o 35,4%, tj. z 1,2 mld zł do 778 mln zł. Prezentując wyniki Grupy Cyfrowy Polsat w segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej Stanisław Janowski, prezes Telewizji Polsat, powiedział, że na skutek pandemii przez telewizyjny rynek reklamy i sponsoringu przeszło tornado. Reklamodawcy mocno ograniczyli swoje budżety, a Telewizja Polsat, dostosowując się do tej sytuacji, bardzo mocno zredukowała koszty operacyjne w segmencie telewizyjnym, ograniczając dzięki temu spadek skorygowanego wyniku EBITDA.

W trzecim kwartale br., czyli już po zakończeniu lockdown'u, widoczny jest wyraźnie pozytywny sentyment wśród reklamodawców. W związku z tym w drugim półroczu Grupa Cyfrowy Polsat spodziewa się, iż wartość polskiego rynku reklamy i sponsoringu będzie zbliżona do ubiegłorocznej – dodał.

Z kolei rynek reklamy internetowej jest w dobrej kondycji. W drugim kwartale br. jego wartość spadła o ok 5%, lecz obecnie odnotowuje pozytywną dynamikę – powiedział Stanisław Janowski. W lipcu br. Grupa Cyfrowy Polsat nabyła Grupę Interia, do której należy portal Interia.pl, jeden z trzech największych portali horyzontalnych w Polsce.

W drugim kwartale br. Grupa Cyfrowy Polsat weszła również w nowy segment biznesowy – sprzedaż paneli słonecznych oferowanych pod marką 'Esoleo'.

Wirtualnemedi.pl
28 sierpnia 2020 r.

UOKiK, a nie KE zdecyduje ws. wspólnej platformy VoD Cyfrowego Polsatu i Discovery

Autor: tw

Komisja Europejska poinformowała, że na wniosek polskiego Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów przekazała mu do rozpatrzenia proponowaną koncentrację polegającą na utworzeniu przez Cyfrowy Polsat i TVN Discovery Polska wspólnej platformy VoD. Tym samym, decyzja o wydaniu bądź odmowie zgody na realizację tego projektu będzie w gestii UOKiK i będzie rozpatrywana na podstawie prawa krajowego.

W opinii UOKiK, powyższa transakcja może w istotny sposób wpływać na konkurencję na rynkach produkcji i licencjonowania treści audiowizualnych, hurtowej dostawy kanałów telewizyjnych, detalicznej dostawy usług telewizyjnych oraz sprzedaży offline i online przestrzeni reklamowej w Polsce.

Parkiet
30 sierpnia 2020 r.

Aukcja 5G po decyzji Kolegium

Autor: Urszula Zielińska

W wypowiedzi dla gazety „Parkiet” minister cyfryzacji Marek Zagórski powiedział, że nowy prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej Jacek Oko może zostać powołany na stanowisko przez Sejm w drugiej połowie września br.

Wówczas nowy prezes UKE będzie mógł formalnie skierować do Kolegium ds. Cyberbezpieczeństwa wnioski w sprawie wymagań związanych z procesem dystrybucji częstotliwości dla sieci 5G.

Wstępny roboczy harmonogram przewiduje, że Kolegium zbierze się tydzień po wyborze prezesa UKE przez Sejm.

Obecnie trwają uzgodnienia co do warunków bezpieczeństwa z udziałem UKE, operatorów i ministerstwa cyfryzacji. Według ministra zatwierdzone przez Kolegium warunki bezpieczeństwa nie będą już podlegały konsultacjom.

Komunikat prasowy
27 sierpnia 2020 r.

Grupa Cyfrowy Polsat podsumowuje II kwartał. Świetne wyniki operacyjne, finalizacja zakupu Interia.pl, rozwój sieci 5G, start oferty fotowoltaiki pod marką ESOLEO

Grupa Cyfrowy Polsat, mimo wprowadzonego wiosną w kraju stanu epidemii, zakończyła II kwartał ze stabilnymi wynikami, zgodnymi z oczekiwaniami rynku. Sprawnie dostosowała działalność operacyjną spółek do panującej sytuacji oraz przekazała około 30 mln złotych na wsparcie społeczeństwa i służby zdrowia. Wśród najważniejszych wydarzeń znalazły się m.in.: szybka finalizacja zakupu Interia.pl, która pozwoli mocniej wejść na rynek Internetu, rozpoczęcie działalności na rynku fotowoltaiki pod nową marką ESOLEO oraz kontynuacja budowy nowoczesnej sieci 5G w unikalnym paśmie 2,6 GHz TDD. Przychody Grupy wyniosły 2,86 mld zł, skorygowana EBITDA przekroczyła 1 mld zł, a zysk netto wzrósł do poziomu 291 mln zł.

– Dziś na wydarzenia pierwszych tygodni pandemii patrzymy już z większym dystansem, ale nie powinniśmy zapominać o warunkach, w jakich wiosną tego roku niespodziewanie się znaleźliśmy, obostrzeniach i wyzwaniach im towarzyszących. W pierwszym etapie kluczowe dla kierownictwa naszej Grupy było utrzymanie ciągłości działania sieci telekomunikacyjnej, świadczenia usług oraz procesów sprzedażowych i obsługowych, a także zapewnienie maksymalnie wysokiego komfortu i bezpieczeństwa pracy zespołów, których zadania bieżące nie pozwalały na przejście na tryb pracy zdalnej. Zrobiliśmy to bardzo sprawnie, a patrząc na publikowane dziś wyniki, mogą śmiało powiedzieć, że stanęliśmy na wysokości zadania – mówi Mirosław Błaszczuk, Prezes Zarządu Cyfrowego Polsatu i Polkomtela, operatora sieci Plus.

– Jako polska firma aktywnie zaangażowaliśmy się w pomoc służbie zdrowia i Polakom, przeznaczając na ten cel wspólnie z naszym głównym akcjonariuszem Zygmuntem Solorzem 30 mln zł. Ponadto w tych skrajnie niestandardowych warunkach prowadziliśmy projekty inwestycyjne i rozwojowe. W efekcie tego w ostatnich tygodniach kupiliśmy portal Interia.pl, uruchomiliśmy sprzedaż oferty fotowoltaiki pod marką ESOLEO, zgodnie z założeniami rozwijaliśmy sieć 5G Plusa – dodaje Mirosław Błaszczuk.

Pierwszą w Polsce komercyjną sieć 5G na częstotliwości 2,6 GHz TDD Polkomteli, operatora sieci Plus, uruchomił 11 maja br. Sieć ponad 100 nadajników działa na obszarze 7 polskich miast – Warszawy, Gdańska, Katowic, Łodzi, Poznania, Szczecina i Wrocławia. Kolejnym etapem rozwoju 5G Plusa w Polsce jest objęcie zasięgiem 5G całej Warszawy oraz okolicznych miejscowości, gdzie powstaje ponad 600 kolejnych stacji 5G. Operator sukcesywnie rozszerza ofertę smartfonów i routerów pracujących w tej technologii.

8 lipca br. Grupa Polsat sfinalizowała **umowę zakupu Grupy Interia**. To inwestycja strategiczna, która przyczyni się do zajęcia przez Grupę Polsat istotnej pozycji w Internecie – wzmocni jej pozycję na dynamicznie rosnącym rynku reklamy online, będzie dodatkowym kanałem dystrybucji oraz monetyzacji treści produkowanych przez Grupę i stanowi doskonały kanał komunikacji z obecnymi i przyszłymi klientami.

Z kolei 21 lipca br. Grupa Polsat wprowadziła do oferty **instalacje fotowoltaiczne pod nową marką ESOLEO**. Są one oferowane przez należącą do Grupy firmę Alledo, która posiada wieloletnie doświadczenie na rynku fotowoltaicznym w Polsce. Oferta ESOLEO to szereg korzyści: mniejsze rachunki za prąd, sprzęt od renomowanych producentów, kompleksowe zajęcie się formalnościami, przygotowanie projektu, pomoc w uzyskaniu kredytu przy zerowym wkładzie własnym, szybki montaż oraz możliwość skorzystania z dotacji. Z ofertą ESOLEO można zapoznać się na terenie całej Polski w ponad 1000 punktach sprzedaży i obsługi klienta Plusa i Cyfrowego Polsatu, a także na stronie www.esoleo.pl i specjalnej infolinii 222 136 222.

Grupa Polsat od początku trwania epidemii podjęła szereg inicjatyw prospołecznych oraz wprowadziła wiele udogodnień dla klientów, aktywnie włączając się w **walkę z koronawirusem**. Angażowała się w działania na wielu polach, wspierając służbę zdrowia, edukację, dzieci wykluczone cyfrowo, seniorów, a także zapewniała rozwiązania milionom swoich klientów i tysiącom pracowników. Zygmunt Solorz i Grupa Polsat przeznaczyli łącznie ponad 30 milionów złotych na ten cel, a wśród przeprowadzonych wspólnie z Fundacją Polsat działań znalazły się m.in.: zakup 200 tysięcy testów na koronawirusa wraz z niezbędną aparaturą laboratoryjną za kwotę ponad 16 milionów złotych, przekazanie 20 nowoczesnych respiratorów o wartości niemal 3 mln złotych dla szpitali zakaźnych, zakup środków ochrony, specjalny blok reklamowy w Polsce, a także 2200 tabletek dla dzieci wykluczonych cyfrowo.

– *W czasie zamknięcia gospodarki segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym mierzył się z wieloma wyzwaniami, m.in. w obszarach sprzedaży i obsługi klienta. Jednak nasze natychmiastowe i zdecydowane działania przyniosły efekt, co potwierdzają dane za drugi kwartał. Mimo bezprecedensowej sytuacji odnotowaliśmy bardzo dobre wyniki operacyjne i wyraźny organiczny wzrost. Nasz flagowy program smartDOM rósł stabilnie o 7% rocznie. Bazę klientów usług pakietowych zwiększyliśmy o 130 tys., a łącznie posiadają oni już 6,2 mln usług. Kolejny raz osiągnęliśmy bardzo niski wskaźnik odejść na poziomie 6,4%, co nieustająco świadczy o wysokiej lojalności naszych klientów i ich zadowoleniu z naszych usług. Z kolei po otwarciu pełnej sieci sprzedaży szybko przywróciliśmy również świetne wyniki sprzedażowe w obszarze sprzętu telekomunikacyjnego* – **komentuje Maciej Stec, Wiceprezes Zarządu ds. Strategii Cyfrowego Polsatu i Polkomtela.**

– *Pandemia w naturalny sposób dotknęła naszą działalność w segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej. Rynek reklamowy bardzo szybko reaguje na oczekiwane zmiany sytuacji makroekonomicznej i jest podatny na spowolnienie gospodarcze. Nasza odpowiedź była jednak natychmiastowa. Niezwłocznie dostosowaliśmy wydatki do kondycji rynku reklamowego, a mimo zatrzymania emisji wiosennej ramówki i opóźnień szeregu wydarzeń sportowych utrzymaliśmy oglądalność w zakresie naszych długoterminowych założeń strategicznych, na poziomie ponad 23%* – **podsumowuje Stanisław Janowski, Prezes Zarządu Telewizji Polsat.**

– To był bardzo trudny okres dla całego rynku mediowego. Telewizja radziła sobie relatywnie nieźle na tle innych mediów, niemniej jednak również nasz sektor odczuł wyraźne tąpnięcie po stronie wpływów reklamowych. Jednak widzimy pozytywne oznaki, jeśli chodzi o kolejny kwartał. Duża część produkcji wróciła na plan, mamy zaplanowane nowości na wrzesień, perspektywy trzeciego kwartału na ten moment wydają się znacząco poprawiać – **zaznacza Stanisław Janowski.**

Wyniki finansowe Grupy Polsat zgodne z oczekiwaniami rynku

– Nasz zdywersyfikowany i bazujący na subskrypcjach model biznesowy okazał się odporny w tak niestandardowej sytuacji. Przewidywalne i stabilne strumienie przychodów od klientów zapewniły nam bardzo dobre, zgodne z oczekiwaniami analityków rynkowych wyniki finansowe. EBITDA była stosunkowo stabilna, co pozwoliło nam podjąć decyzję o poniesieniu dodatkowych jednorazowych wydatków na walkę z pandemią w wysokości ponad 40 mln zł, z czego większość została przeznaczona na wsparcie w formie darowizn na rzecz polskiego społeczeństwa i służby zdrowia – **mówi Katarzyna Ostap-Tomann, Członek Zarządu ds. Finansowych Cyfrowego Polsatu i Polkomtela.**

– Mimo zamknięcia w marcu i kwietniu części sieci sprzedaży, bardzo dobrze sprzedawały się smartfony, co pozytywnie wpłynęło na nasze przychody. Cały rynek telekomunikacji odczuł natomiast skutki odgórnie narzuconych ograniczeń w turystyce zagranicznej, z czym wiąże się spadek przychodów z roamingu. Czynniki te zapewne utrzyma się także w trzecim kwartale. Z kolei w segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej szybkie dostosowanie strony kosztowej do przychodów reklamowych pozwoliło w bardzo dużym stopniu ograniczyć presję na wynik EBITDA. W tym kontekście stabilna sytuacja finansowa i nieprzerwanie generowany wysoki poziom środków pieniężnych Grupy pozwoliły nam na realizację zaplanowanych inwestycji, sfinansowanie z własnych środków zakupu Interia.pl i przedstawienie rekomendacji, co do wypłaty dywidendy w rekordowej wysokości, która spotkała się z bardzo dobrym odbiorem ze strony naszych inwestorów – **podsumowuje Katarzyna Ostap-Tomann.**

mln PLN	II kwartał 2020	II kwartał 2019	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2 863	2 923	-2,1%
EBITDA skorygowana ¹	1 002	1 076	-6,9%
marża EBITDA skorygowana	35,0%	37,0%	-2,0 p.p.

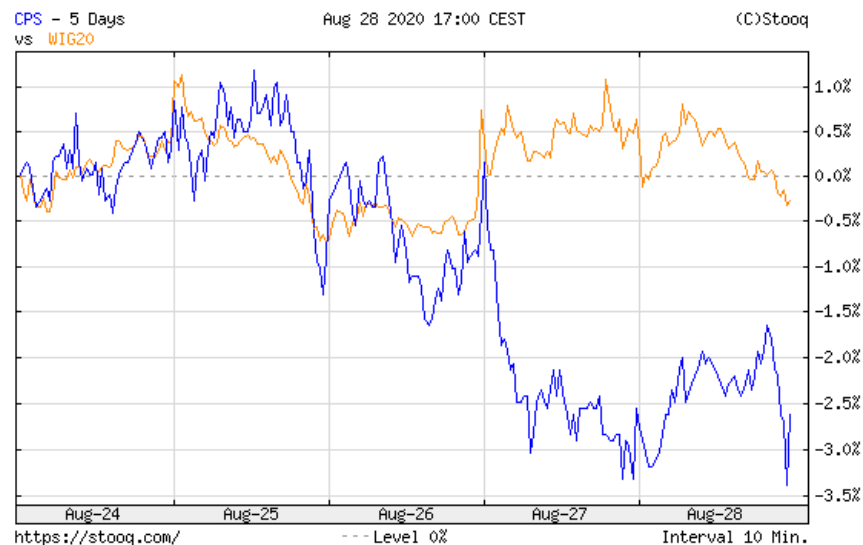
¹ EBITDA z pominięciem jednorazowych kosztów związanych z COVID-19 (w tym darowizn)

[Więcej>>](#)

Akcje Cyfrowego Polsatu



Data	Kurs maksymalny (PLN)	Kurs minimalny (PLN)	Kurs zamknięcia (PLN)	Zmiana kursu (%)	Wartość obrotu (w mln zł)
2020-08-24	29,02	28,64	28,90	0,70	7,92
2020-08-25	29,18	28,42	28,56	- 1,18	5,14
2020-08-26	28,88	28,34	28,70	0,49	7,39
2020-08-27	28,86	27,74	28,08	- 2,16	12,01
2020-08-28	28,36	27,80	28,06	- 0,07	15,76



Kalendarz inwestora



7 – 9 września 2020 r.	17th Emerging Europe Investment Conference - Pekao, online
5 – 7 października 2020 r.	Konferencja ERSTE (online) „The Finest CEElection Investor Conference 2020”
15 października 2020 r.	Dzień dywidendy
22 października 2020 r.	Wypłata dywidendy - I transza
27 października – 10 listopada 2020 r.	Okres zamknięty przed publikacją wyników za III kw. 2020 r.
10 listopada 2020 r.	Raport kwartalny za III kw. 2020 r.
1 – 31 grudnia 2020 r.	Konferencja WOOD's Winter Wonderland EME Conference December 2020 Prague (online i w realu)
11 stycznia 2021 r.	Wypłata dywidendy - II transza