



Prezentacja dla inwestorów

Wyniki finansowe 2Q'14

Wrzesień 2014

Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat S.A.



Oświadczenie



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.

W związku z rozpoczętą z dniem 7 maja 2014 r. konsolidacją wyników Metelem Holding Company Limited, pośrednio kontrolującej Polkomtel, Spółka postanowiła dostosować sposób prezentacji danych operacyjnych do nowej struktury i sposobu działania naszej Grupy. W poniższej prezentacji przedstawiony został nowy układ wskaźników operacyjnych (KPI) obejmujących naszą działalność w obszarach telekomunikacji i płatnej telewizji. Prezentowane wskaźniki operacyjne sprzed tego okresu mają jedynie charakter informacyjny oraz przedstawiają, jaki wpływ na wyniki operacyjne Grupy miałyby wyniki operacyjne grupy Metelem, a w szczególności Polkomtela, gdyby wchodziła ona w skład Grupy Polsat w porównywanym okresie. Wskaźniki te zostały przygotowane wyłącznie w celach ilustracyjnych i ze względu na swój charakter prezentują hipotetyczną sytuację, dlatego też nie przedstawiają rzeczywistych wyników operacyjnych Grupy za dane okresy.



Spis treści



1. Kim jesteśmy
2. Nasza strategia rynkowa
3. Wyniki operacyjne w 2Q'14
4. Realizacja synergii
5. Wyniki finansowe w 2Q'14
6. Podsumowanie wyników



1. Kim jesteśmy



Kim jesteśmy



Jedną z największych polskich firm oraz wiodącą grupą medialno-telekomunikacyjną w regionie

Grupa Polsat



Największa w Polsce i czwarta co do wielkości w Europie platforma satelitarna



Operator sieci komórkowej Plus, będący jedną z czołowych sieci w Polsce, a także lider w dziedzinie wdrażania nowych technologii



Wiodący nadawca komercyjny w Polsce, zarówno pod względem udziałów w rynku oglądalności jak i w rynku reklamy telewizyjnej



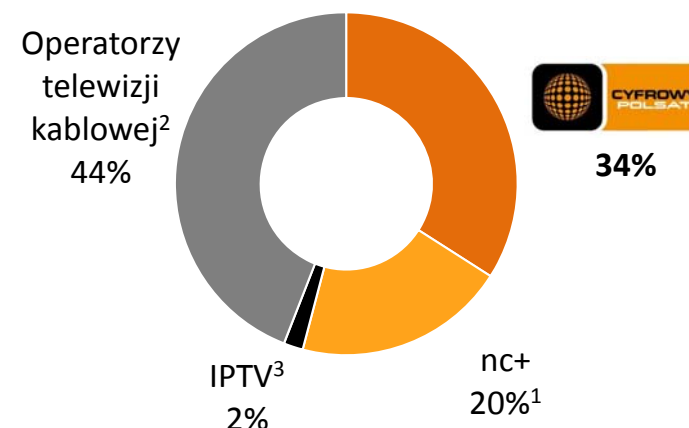
Lider polskiego rynku dystrybucji treści programowych wideo w Internecie



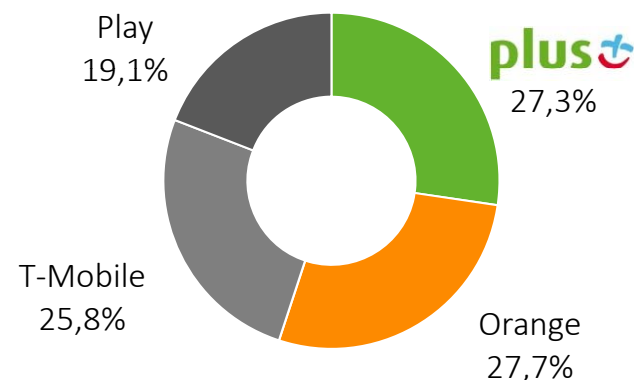
- Lider wśród wszystkich operatorów płatnej telewizji, zarówno pod względem liczby abonentów jak i rentowności
- Wiodący udział w segmencie klientów kontraktowych na rynku telekomunikacyjnym - i ponownie najbardziej dochodowy operator telekomunikacyjny w Polsce
- Koncentracja na klientach detalicznych oraz rynku produktów masowych zarówno w obszarze płatnej telewizji jak i biznesu telekomunikacyjnego

Operatorzy płatnej telewizji w Polsce

% udziału w liczbie płatnych abonentów



Udział w rynku klientów kontraktowych⁽⁴⁾



Nota: ⁽¹⁾ Na podstawie szacunków własnych i danych opublikowanych przez operatorów

⁽²⁾ Dane na koniec 3Q 2013 r. na podstawie szacunków własnych i danych publikowanych przez PIKE

⁽³⁾ Na podstawie szacunków własnych i danych opublikowanych przez operatorów

⁽⁴⁾ Q2'13, Polkomtel, analizy własne



Nadawanie telewizyjne oraz wideo online

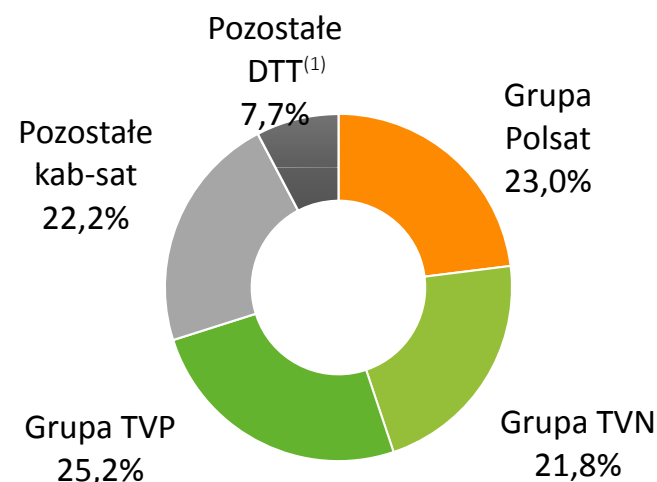


- Portfolio 26 kanałów dających nam 23% udział w oglądalności
- Silna pozycja na rynku reklamy telewizyjnej z 24,9% udziałem w rynku
- IPLA – nasz platforma wideo online z 4,6 mln użytkowników w 2Q'14

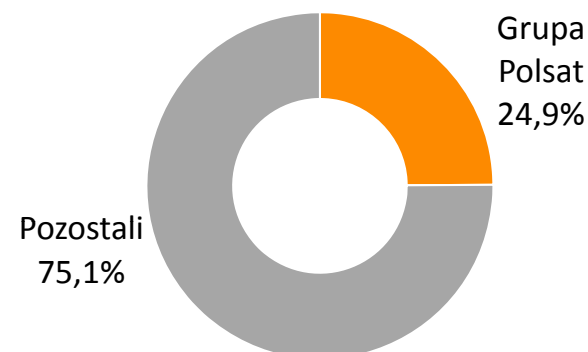
 **ipla** | NAJWIĘKSZA TELEWIZJA INTERNETOWA



Udział w oglądalności



Udział w rynku reklamy telewizyjnej



Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, 1H'14; Starlink, reklama i sponsoring; TV Polsat analizy wewnętrzne

Nota: (1) ATM Rozrywka, ESKA TV, Polo TV, TV Puls, Puls2, Stopklatka TV wzrost r/r o 35%



Lider technologii LTE



1. Największy zasięg LTE
- 67% populacji



2. Szeroki wachlarz urządzeń mobilnych



3. Power LTE – realna konkurencja dla Internetu stacjonarnego



plus

Plus zwyciężąc w teście Internetu mobilnego „Komputer Świat” – dodatkowo został wyróżniony nagrodą „JAKOŚĆ” za najszybszy dostęp do Internetu w technologii LTE

Komputer
Świat



Szeroka gama urządzeń



Modemy i routery



Router HUAWEI B593s LTE
LTE up to 150 Mb/s



Router ZTE MF28D LTE
LTE – up to 100 Mb/s



Modem ZTE MF823 LTE

Modem HUAWEI E3272 LTE
150 Mb/s
LTE - up to 150 Mb/s



Modem Huawei E5372
LTE up to 150 Mb/s

Duży ekran



Acer Aspire E1-570
+ Huawei E3272



Lenovo Yoga Tablet 10 3G



Huawei MediaPad 10 Link



Acer Iconia A1-811 3G

Mały ekran



Sony Xperia E1



Nokia Lumia 630



Samsung Galaxy Ch@t



Sony Xperia E

Samsung Galaxy Trend Plus



Unikalna oferta



Kluczowy kontent		X	—	—	—	—	X	—	X
Smartfony		—	—	X	X	X	—	X	X
W domu	Wideo	X	X	—	X	—	X	—	X
	Internet	—	X	X	X	X	X	X	X
	Usługi głosowe	—	X	X	X	X	—	X	X
Poza domem	Wideo	X	—	—	X	—	X	—	X
	Internet	—	—	X	X	X	X	X	X
	Usługi głosowe	—	X	X	X	X	—	X	X

Źródło: strony internetowe operatorów; produkty i usługi własne, świadczone przy wykorzystaniu własnej infrastruktury, lub w modelu MVNO



Grupa Cyfrowy Polsat – główne fakty⁽¹⁾



6,2 mln
klientów⁽²⁾

16,2 mln RGU
12,0 usługi kontraktowe
4,2 usługi przedpłacone

1,93 RGU
na klienta⁽²⁾
85,3 PLN ARPU
na klienta⁽²⁾

 **10,6 mln** Telefon
 **4,3 mln** Telewizja
 **1,4 mln** Internet

Nota: (1) Dane zaokrąglone
(2) Dotyczy klientów kontraktowych



2. Nasza strategia rynkowa



Nasza wizja



Lider rynku rozrywki i telekomunikacji w Polsce.

*Będziemy nadal tworzyć i dostarczać najatrakcyjniejszy контент
oraz produkty telekomunikacyjne, przy użyciu najlepszych
najnowocześniejszych technologii, w celu świadczenia wysokiej
jakości usług zintegrowanych, adresujących zmieniające się potrzeby
naszych klientów i budując najwyższy poziom ich satysfakcji*

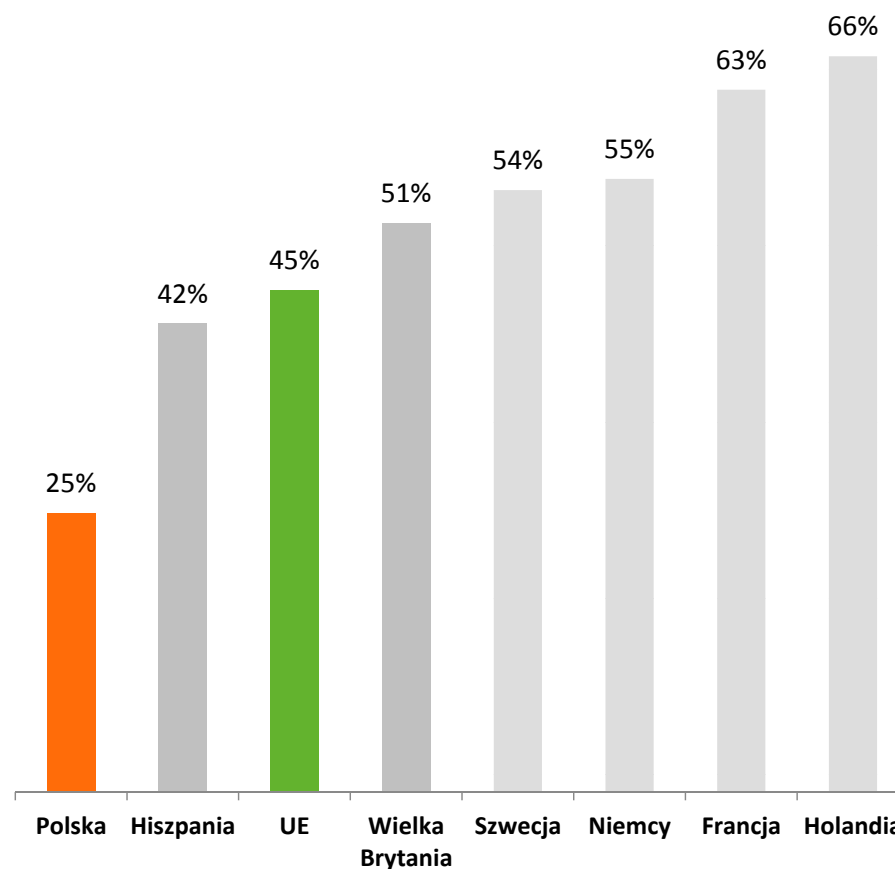


Otoczenie rynkowe



- Konwergencja świata mediów i telekomunikacji jest faktem i ma już miejsce na całym świecie
- Dotychczasowe trendy rynkowe pozwalały operatorom na łączenie podstawowych usług (Telewizja, Internet, Telefon)
- Dzisiaj operatorzy oferują już znacznie więcej (VAS, OTT, itp.)
- Polski rynek usług zintegrowanych posiada ogromny potencjał – dogonić resztę Europy

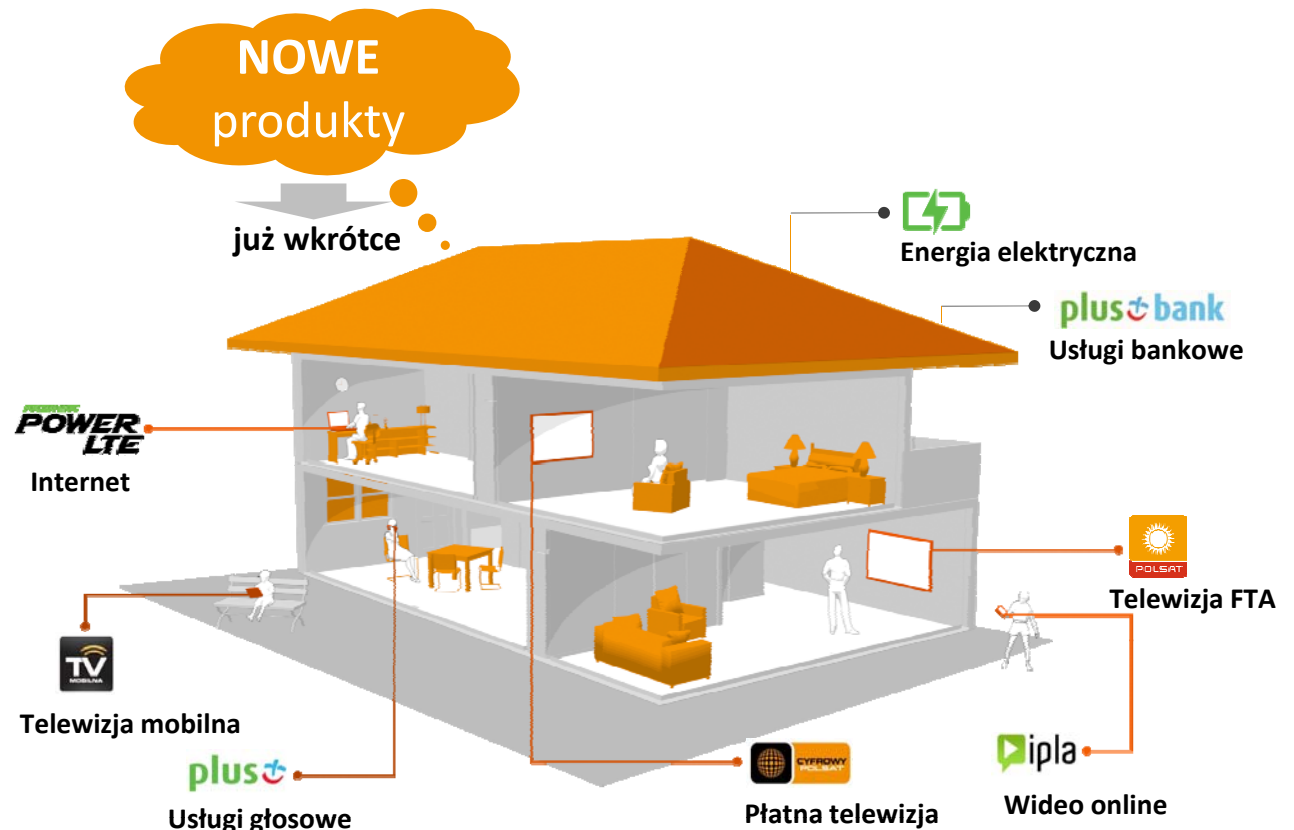
Nasylenie rynku usług zintegrowanych w Europie



Nasze szanse i wyzwania rynkowe



- Mamy największą w Polsce bazę klientów – co daje ogromny potencjał do cross – selling’u
- Posiadamy atrakcyjne i unikalne na polskim rynku portfolio produktów i usług
- Naszym największym wyzwaniem rynkowym jest skuteczna lojalizacja bazy klientów i konsekwentna budowa przychodu na jednego klienta



Oferta multiplay

- Druga odsłona programu smartDOM
- Oferta skierowana tylko do obecnych klientów Cyfrowego Polsatu i Plusa, posiadających przynajmniej jeden produkt
- Prosty i elastyczny mechanizm dający klientom wyraźne korzyści z zakupu dodatkowych usług grupy



plus+ CYFROWY POLSAT

Internet LTE
-50%

Telewizja satelitarna
99 kanałów
nawet za **1 zł**

Tylko dla naszych Klientów!

Drugi produkt za połówkę,
trzeci za złotówkę.
Spiesz się!

smart
DOM

Program lojalnościowy „Paszport Korzyści”



- Program lojalnościowy skierowany do klientów Cyfrowego Polsatu, Plusa oraz Plus Banku
- Szeroki wachlarz korzyści
 - specjalna oferta partnerów programu (m.in. Axa Assistance, Eurocash, Orlen, Superpolisa.pl, Telepizza)
 - lead back – po otrzymaniu „Karty Korzyści” można korzystać z ofert partnerów, a od każdej transakcji użytkownik otrzymuje środki, które może przeznaczyć na rabaty na usługi organizatorów
 - atrakcyjny pakiet rozrywki – specjalne nagrody, możliwość uczestnictwa w konkursach, loterie i bilety na siatkówkę, festiwale muzyczne itp.
- Program będzie rozwijany w najbliższej przyszłości o oferty nowych partnerów



3. Wyniki operacyjne w 2Q'14



3. Wyniki operacyjne w 2Q'14



3.1 Segment usług świadczonych dla klientów indywidualnych i biznesowych

Grupa Cyfrowy Polsat – główne fakty⁽¹⁾



6,2 mln
klientów⁽²⁾

16,2 mln RGU
12,0 usługi kontraktowe
4,2 usługi przedpłacone

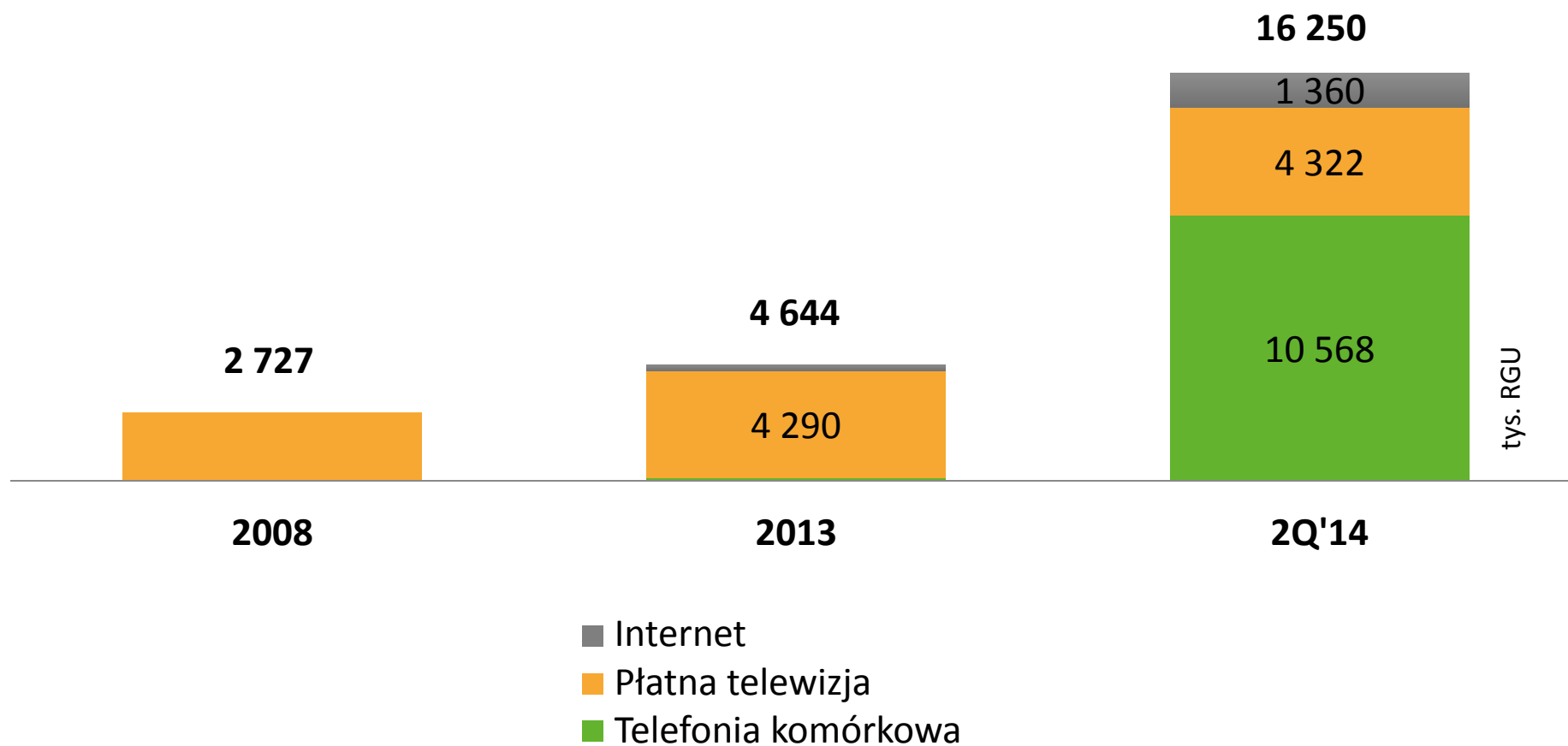
1,93 RGU
na klienta⁽²⁾
85,3 PLN ARPU
na klienta⁽²⁾

 **10,6 mln** Telefon
 **4,3 mln** Telewizja
 **1,4 mln** Internet

Nota: (1) Dane zaokrąglone
(2) Dotyczy klientów kontraktowych



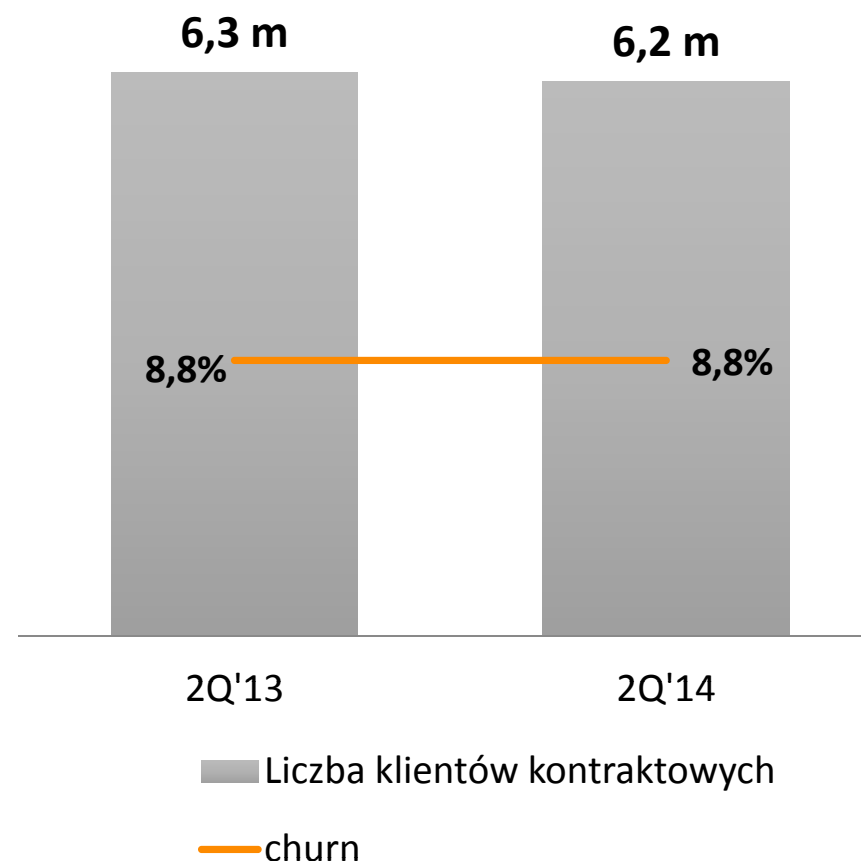
Rozwój Grupy Cyfrowego Polsatu



Lojalna baza klientów kontraktowych



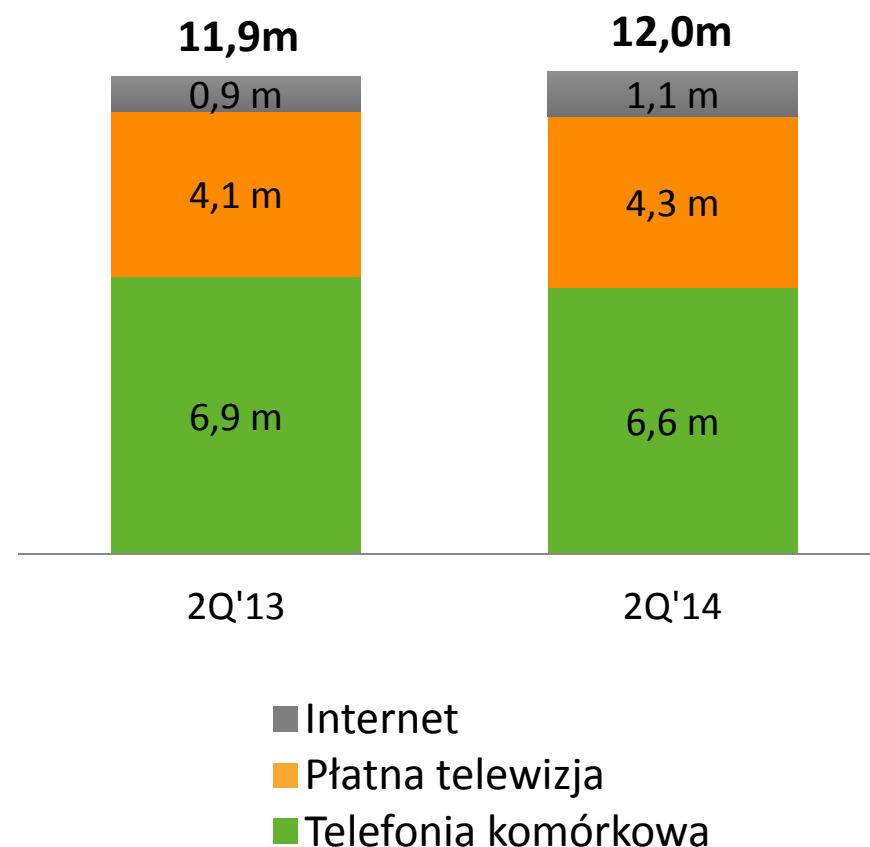
- Baza unikalnych klientów kontraktowych stanowi fundament naszej strategii multiplay
- Stabilny wskaźnik churn
- Strategia maksymalizacji sprzedaży produktów i usług na jednego klienta:
 - ARPU na klienta wyniosło 85,3PLN
 - Wskaźnik nasycenia klienta kontraktowego liczbą RGU wyniósł 1,93



Początek wzrostu usług kontraktowych



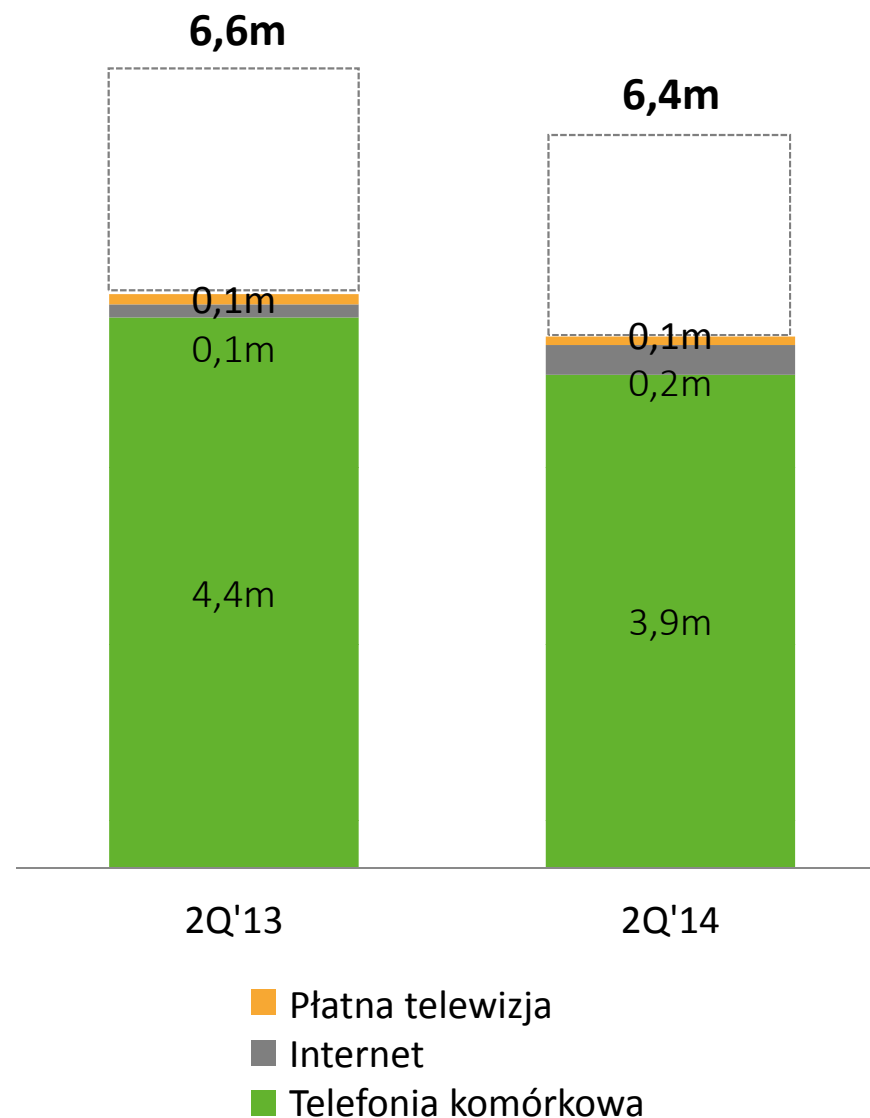
- Baza RGU usług kontraktowych głównie pod wpływem:
 - Cross-sellingu podstawowych usług do połączonej bazy klientów Cyfrowego Polsatu i Polkomtelu
 - Rosnącej roli Internetu mobilnego jako najczęściej wybieranego drugiego produktu w ramach programu SmartDOM
 - Usługi Multiroom będącej motorem dynamicznego wzrostu liczby aktywnych usług płatnej telewizji



Usługi przedpłacone



- Baza aktywnych klientów usług przedpłaconych stanowi stabilne źródło przychodów i potencjał migracji klientów do grupy klientów kontraktowych w przyszłości
- ARPU dla RGU usług przedpłaconych w 2Q'14 wyniosło 17,9 PLN
- Liczba kart SIM usług przedpłaconych wg praktyki polskiego rynku telekomunikacyjnego (12M+) w 2Q'14 wyniosłaby 6,4 mln



Nota: 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



Skuteczne wdrażanie strategii multiplay



- Doskonałe wyniki sprzedaży
 - W ofercie SmartDOM jest już ponad 300 tys. klientów (pozyskanych w okresie od połowy lutego do dnia dzisiejszego)
 - Liczba RGU posiadanych przez tę grupę klientów to ponad 1 mln
 - Pozytywny wpływ komunikacji na sprzedaż ofert standardowych (single-play)
- Program SmartDOM ma pozytywny wpływ na ARPU klienta kontraktowego



3. Wyniki operacyjne 2Q'14



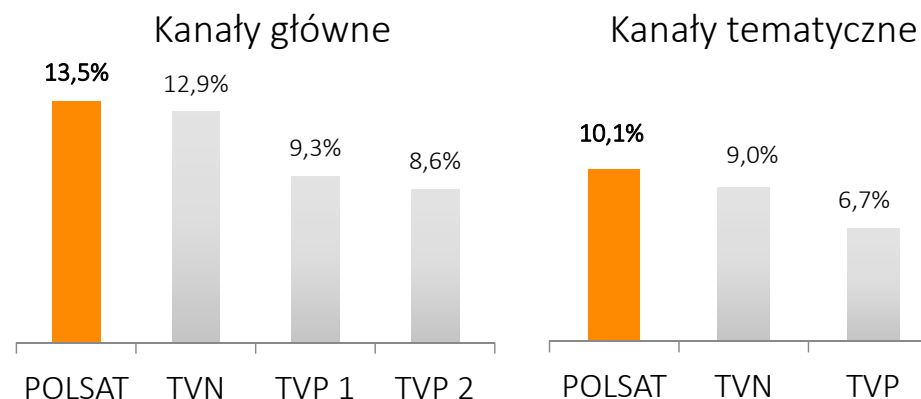
3.2 Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

Oglądalność naszych kanałów w 2Q'14

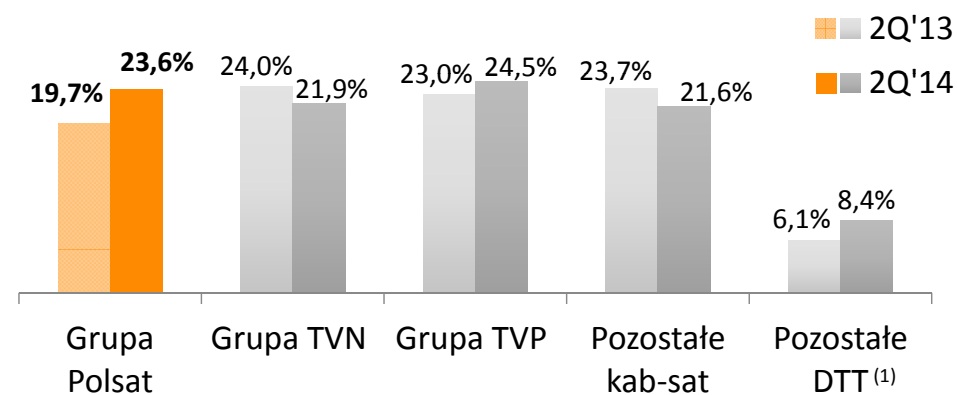


- Bardzo dobre wyniki oglądalności wiosennej ramówki
 - Utrzymana pozycja lidera kanału głównego pomimo postępującego procesu fragmentaryzacji rynku oraz transmisji w 2Q'14 przez kanały z grupy TVP mundialu w Brazylii
- Oglądalność pozostałych naszych kanałów wzrosła głównie dzięki dołączeniu do grupy TV4 i TV6

Udział w oglądalności



Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, analizy wewnętrzne

Nota: (1) ATM Rozrywka, ESKA TV, Polo TV, TV Puls, Puls2, Stopklatka TV wzrost r/r o 37%

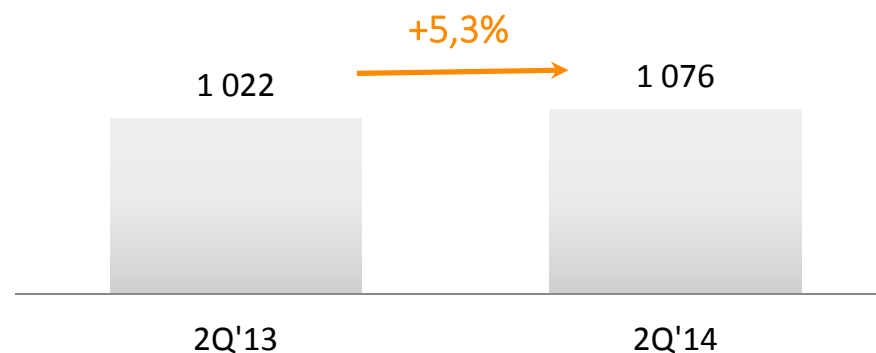


Pozycja na rynku reklamy w 2Q'14

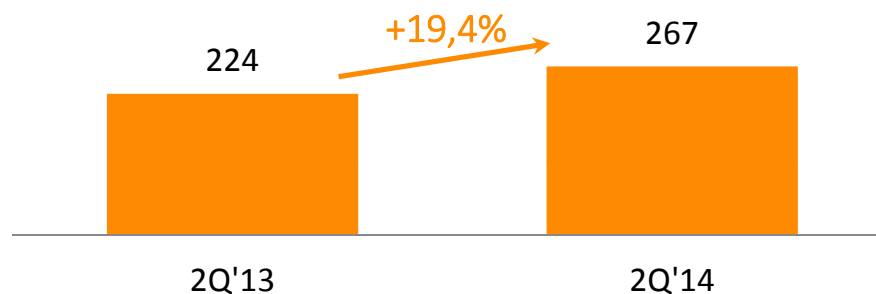


- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy TV Polsat rosną znacznie szybciej niż rynek, dzięki dynamicznie rosnącym przychodom z reklamy dotychczasowych kanałów grupy oraz konsolidacji od września 2013 r. wyników TV4 i TV6
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł do 24,8%

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



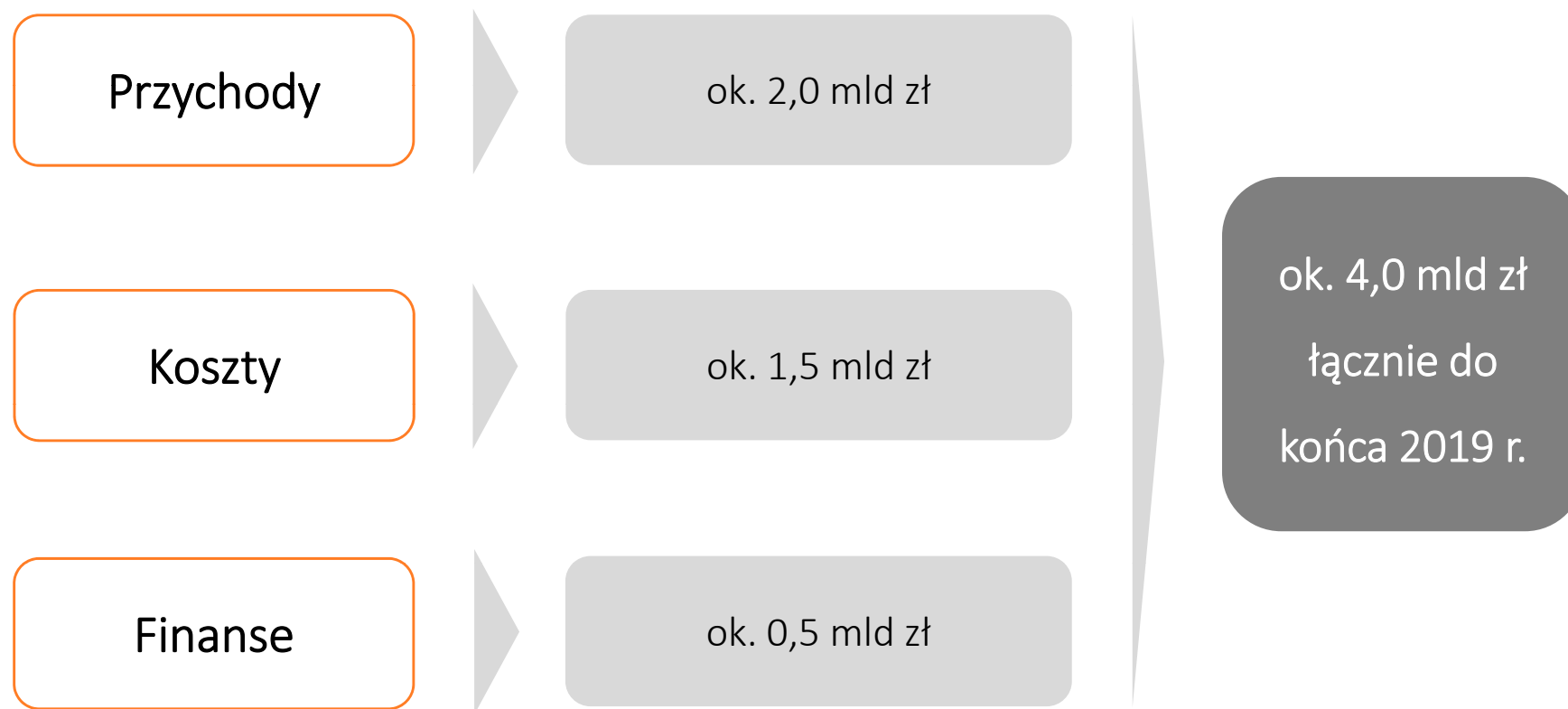
Źródło: Starlink, reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy wewnętrzne
Nota: (1) Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Starlink



4. Realizacja synergii



Szacunki synergii



Źródło: szacunki Spółki opublikowane przy ogłoszeniu planowanej akwizycji nabycia Metelem Holdings Limited, która została sfinalizowana 7 maja 2014 r.



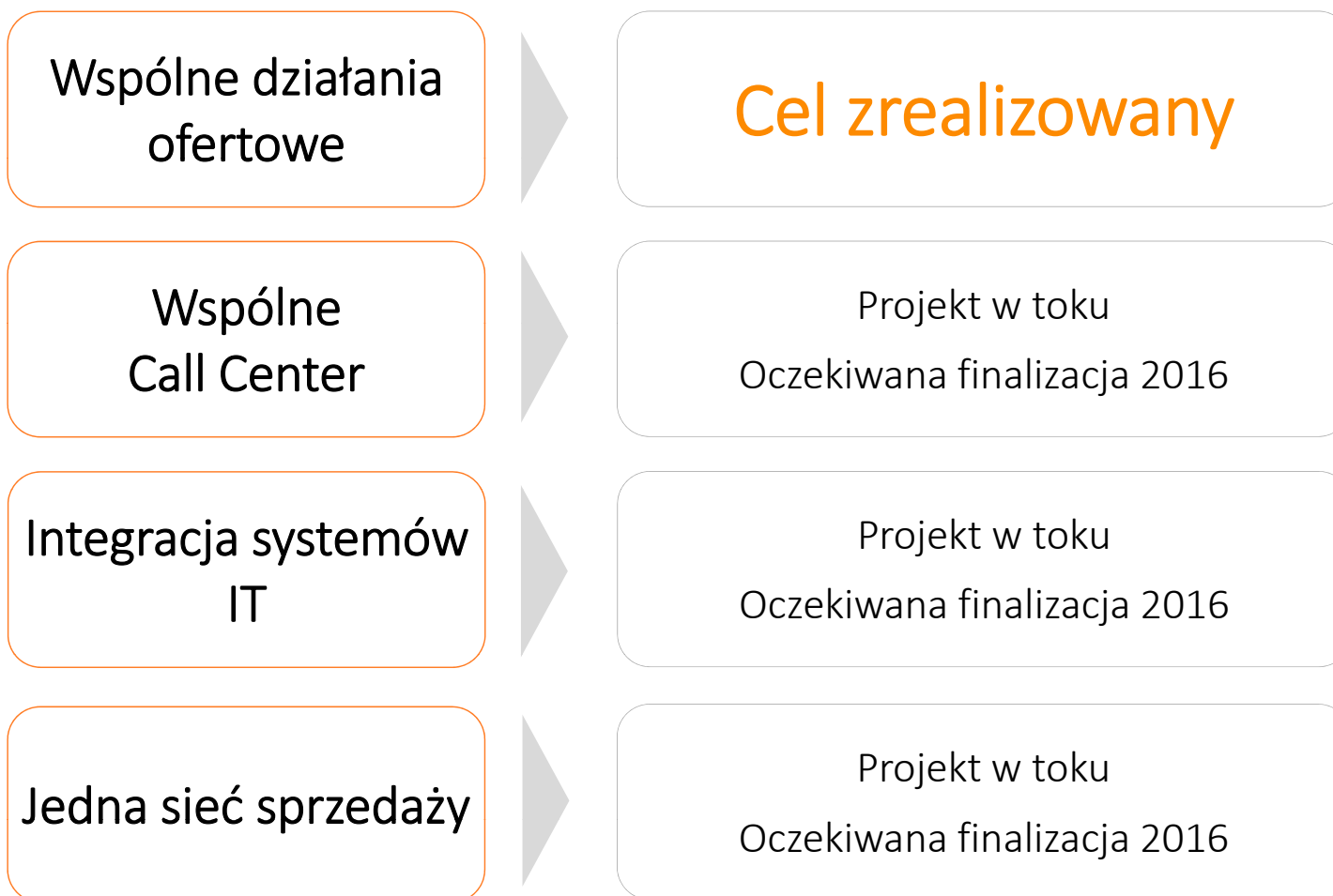
Realizacja synergii



- Kontynuacja integracji operacyjnej Cyfrowego Polsatu i Polkomtelu
 - Powołanie Dominika Libickiego, Prezesa CP na stanowisko Wiceprezesa PLK
 - Powołanie Tobiasza Solorza, Prezesa PLK na stanowisko Wiceprezesa CP
 - Powołanie Tomasza Szeląga, Członka Zarządu CP na stanowisko Członka Zarządu PLK i powierzenie mu zarządzania finansami całej grupy kapitałowej
- Kontynuacja realizacji szeregu projektów mających na celu realizację zapowiadzianych synergii, w następujących obszarach:
 - Marketing
 - Sprzedaż
 - Obsługa i utrzymanie klienta
 - IT
 - Finanse
- Realizacja zapowiadanych synergii finansowych
 - Nowa umowa kredytowa CP
 - Spłata starego kredytu bankowego CP, umorzenie obligacji Senior Notes CP (7,125%), umorzenie obligacji PIK PLK (14,25%)



Średnioterminowe cele operacyjne



Projekty w toku



Marketing

- Monetyzacja bazy wspólnych klientów grupy poprzez maksymalizację sprzedaży usług w ramach SmartDOM
- Spójna strategia produktowa i cenowa dla poszczególnych produktów obydwu spółek
- Optymalizacja wydatków marketingowych – kampanie łączone dla marek PLK i CP
- Ujednolicenie marketingu oferty Internetu – Power LTE
- Optymalizacja struktury wydatków mediowych
- Optymalizacja struktury organizacyjnej oraz procesów wewnętrznych w ramach nowej grupy

Obsługa i utrzymanie klienta

- Tworzenie wspólnego call center
- Realokacja zasobów do tańszych lokalizacji, rekrutacja w mniejszych miastach
- Uspójnienie standardów obsługi klienta – wyższa skuteczność, większa satysfakcja
- Unifikacja systemów prowizyjnych, skuteczniejsza motywacja konsultantów

IT

- Efekt skali - wspólne zakupy hardware i software
- Integracja infrastruktury IT
- Wprowadzenie rozwiązań własnych CP obsługujących procesy ofertowo-sprzedażowe do PLK
- Uspójnienie architektury systemów IT
- Rozpoczęcie procesu unifikacji systemów, np. billingowych

Sprzedaż

- Zwiększenie efektywności sprzedaży produktów CP i PLK w obu sieciach
- Zmniejszenie łącznej liczby punktów sprzedaży
- Uspójnienie procesów sprzedaży w ramach jednego punktu
- Budowa wspólnych systemów logistyczno-magazynowych
- Wspólne szkolenia i edukacja
- Unifikacja systemów prowizyjnych, skuteczniejsza motywacja sieci sprzedaży



Efekty I etapu refinansowania



Obniżka średniego kosztu finansowania⁽¹⁾

↓ 1 pkt %

Oszczędności odsetkowe

1,1 mld PLN

łącznie do końca 2019 r.

Struktura walutowa

było:

PLN: 55%

EUR: 28%

USD: 17%

(na koniec 1Q'14)

jest:

PLN: 71%

EUR: 17%

USD: 12%

(na koniec 2Q'14)

% realizacji synergii finansowych⁽²⁾

90%

Nowy guidance dla synergii finansowych

700 mln PLN

łącznie do końca 2019 r.

Nota: (1) Dotyczy łącznie zadłużenia grupy CP i grupy Metelem; bez hedgingu

(2) Uwzględnia pełne koszty refinansowania oraz inkrementalne oszczędności odsetkowe



5. Wyniki finansowe w 2Q'14



Wyniki finansowe grupy w 2Q'14



mln PLN	2Q'14	zmiana r/r
Przychody	1.751	137%
Koszty ⁽¹⁾	1.042	116%
EBITDA	709	176%
Marża EBITDA	40,6%	5,6pkt%
Zysk netto	132	64%

- Wzrost przychodów, kosztów i EBITDA spowodowany głównie konsolidacją wyników grupy Metelem od 7 maja 2014 r.
- Wzrost marży EBITDA efektem konsekwentnej dyscypliny kosztowej oraz konsolidacji Metelem
- Poziom zysku netto pod wpływem kosztów odsetkowych grupy Metelem, jednorazowych kosztów związanych z wcześniejszą spłatą kredytu terminowego CP oraz obligacji Senior Notes CP

Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2014r. oraz analizy wewnętrzne

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



Wyniki segmentu usług świadczonych dla klientów indywidualnych i biznesowych w 2Q'14



mln PLN	2Q'14	zmiana r/r
Przychody	1.466	204%
Koszty ⁽¹⁾	873	170%
EBITDA	593	271%
Marża EBITDA	40,6%	7,4 pkt%
Zysk netto	162	(43%)

- Wzrost przychodów, kosztów i EBITDA spowodowany głównie konsolidacją wyników grupy Metelem od 7 maja 2014 r.
- Poziom zysku netto pod wpływem kosztów odsetkowych grupy Metelem, jednorazowych kosztów związanych z refinansowaniem zadłużenia CP oraz otrzymaną dywidendą od Telewizji Polsat

Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2014r. oraz analizy wewnętrzne

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



Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej w 2Q'14



mln PLN	2Q'14	zmiana r/r
Przychody	326	12%
Koszty ⁽¹⁾	210	9%
EBITDA	116	19%
Marża EBITDA	35,7%	1,7 pkt%
Zysk netto	106	39%

- Wzrost przychodów głównie dzięki znacznie lepszym przychodom z reklamy i sponsoringu w porównaniu do dynamiki całego rynku reklamy telewizyjnej, a także konsolidacji wyników kanałów TV4 i TV6
- Większa dynamika wzrostu przychodów w porównaniu z bazą kosztową stała się główną przyczyną wzrostu EBITDA oraz zysku netto

Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2014r. oraz analizy wewnętrzne

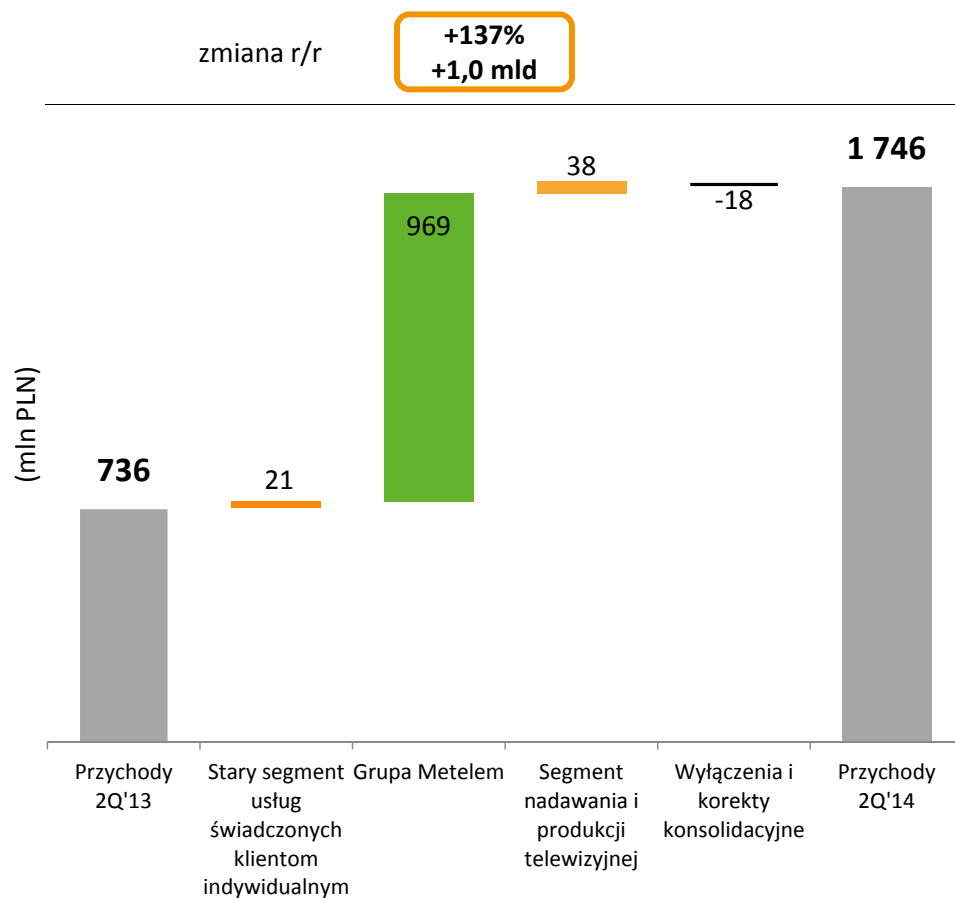
Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



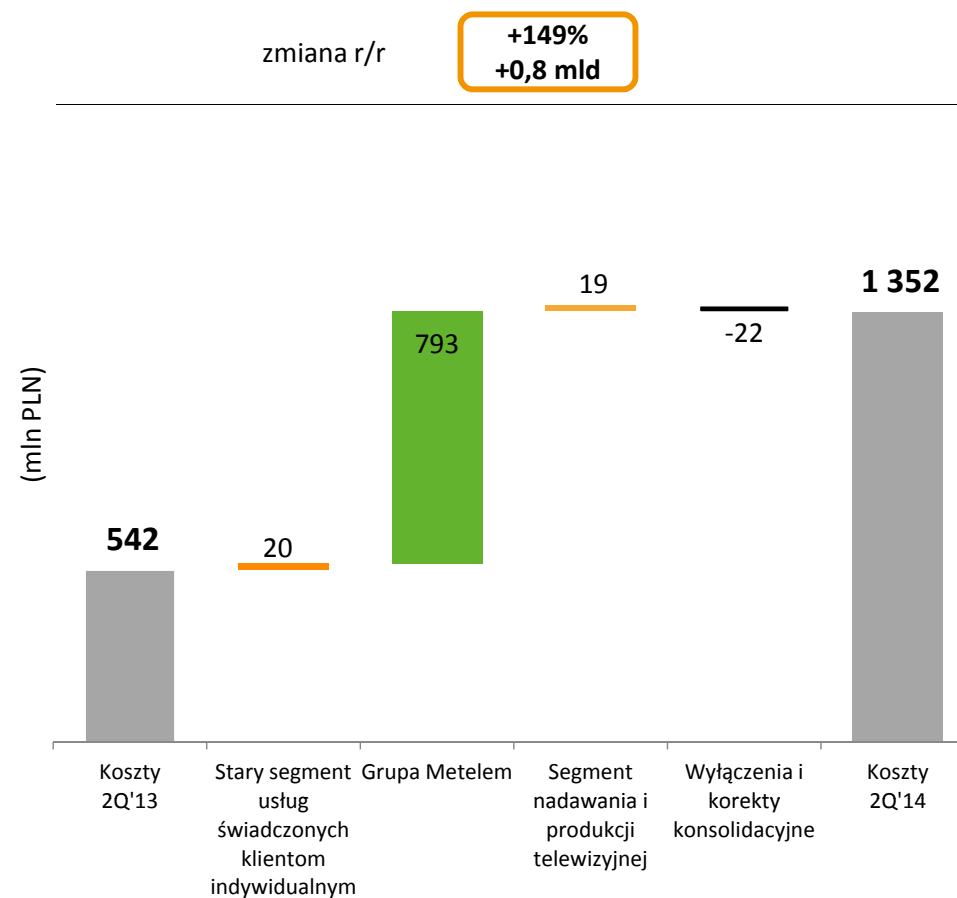
Przychody i koszty – czynniki zmian 2Q'14



Przychody⁽¹⁾



Koszty⁽²⁾



Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2014r. oraz analizy wewnętrzne

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

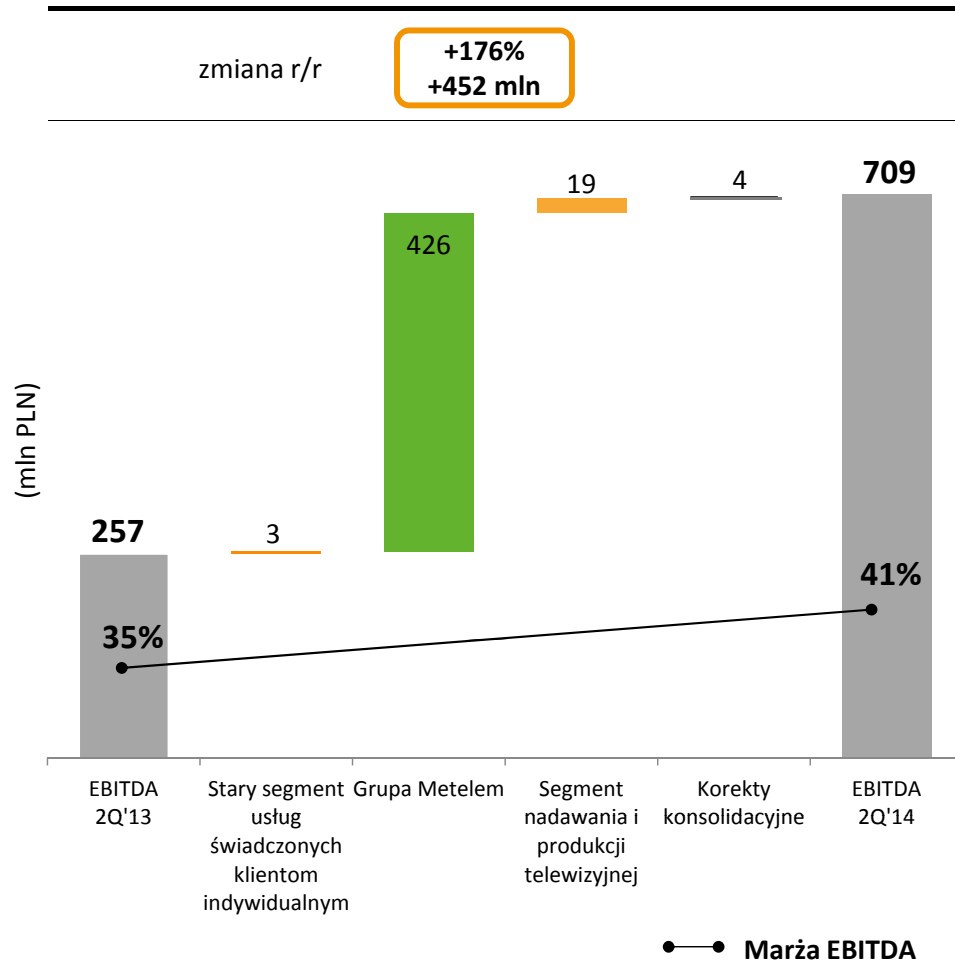
(2) Koszty operacyjne (nie zawierają „Pozostałych kosztów operacyjnych”)



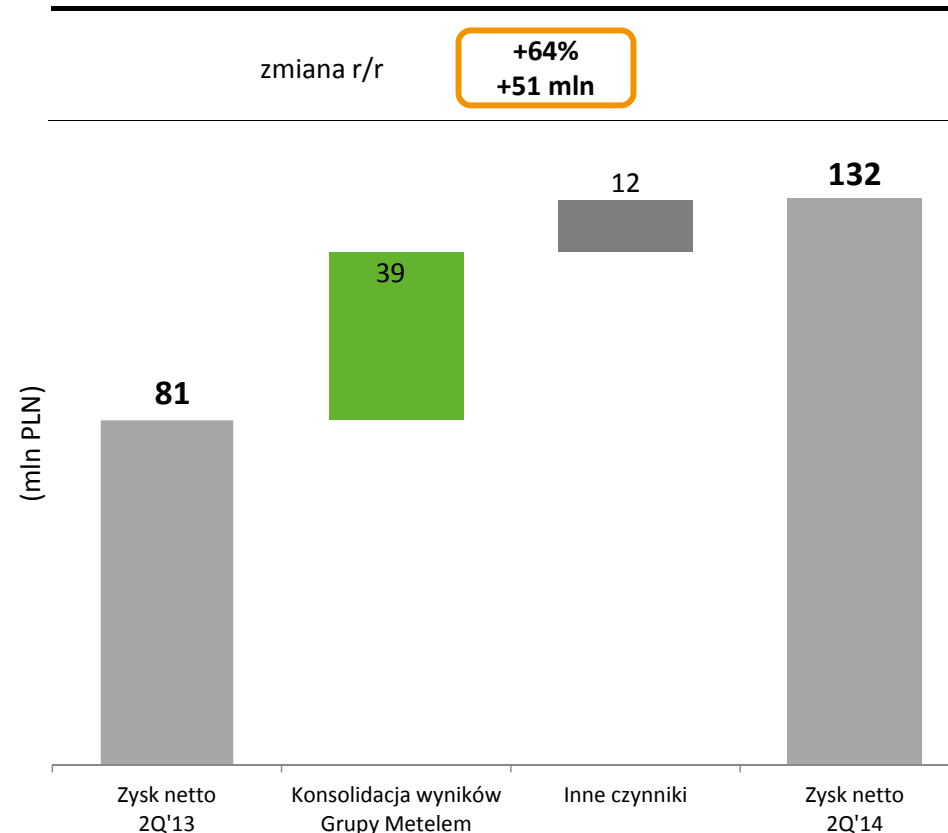
EBITDA i zysk netto – czynniki zmian 2Q'14



EBITDA



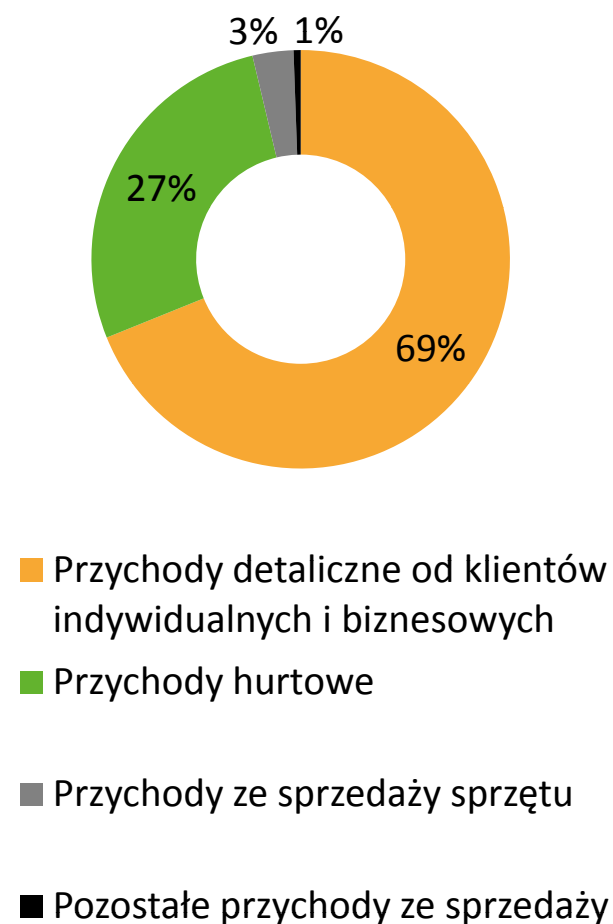
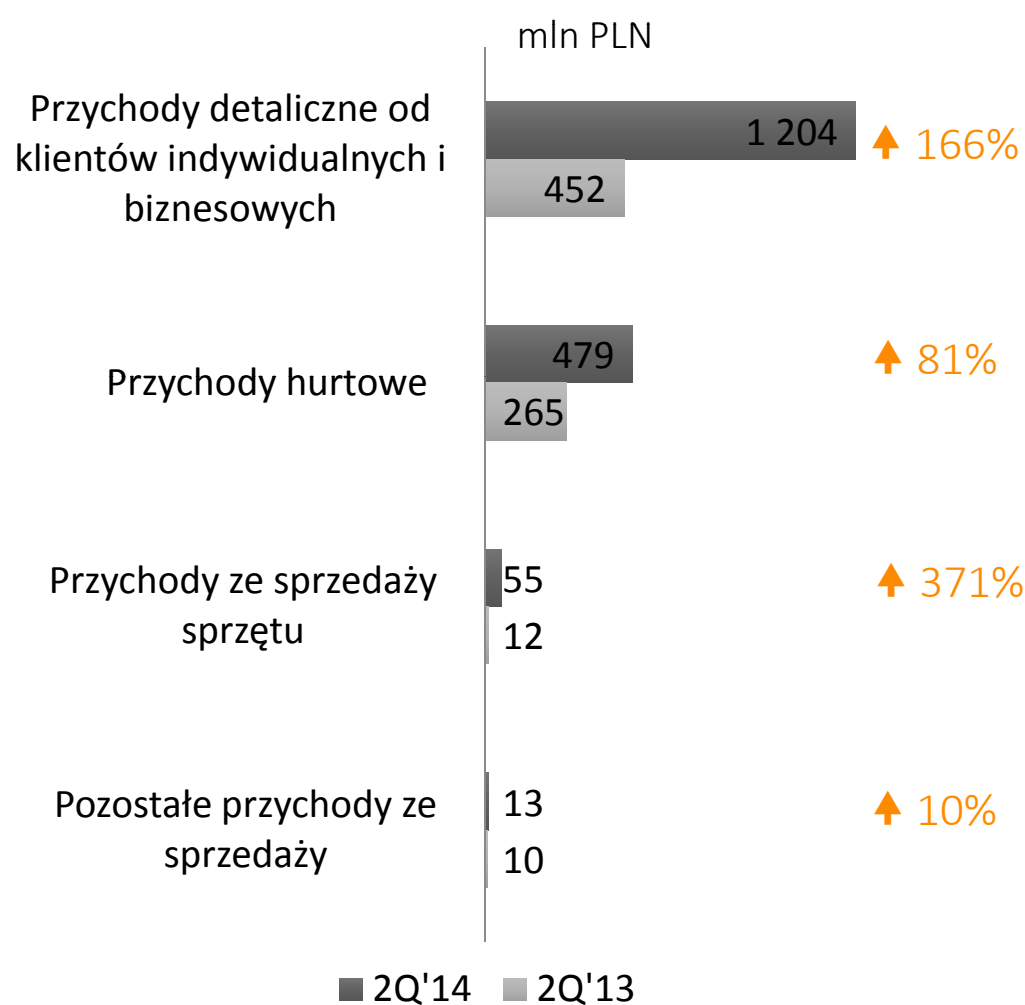
Zysk netto



Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2014r. oraz analizy wewnętrzne



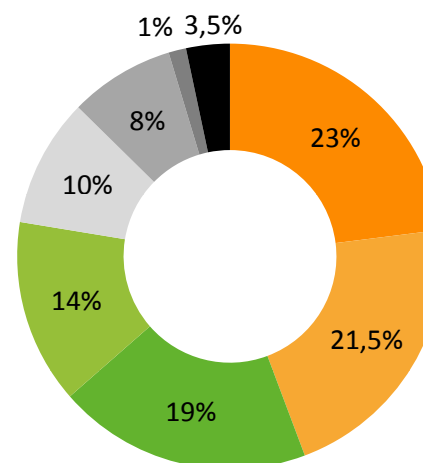
Struktura przychodów w 2Q'14



Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2014r. oraz analizy wewnętrzne



Struktura kosztów w 2Q'14

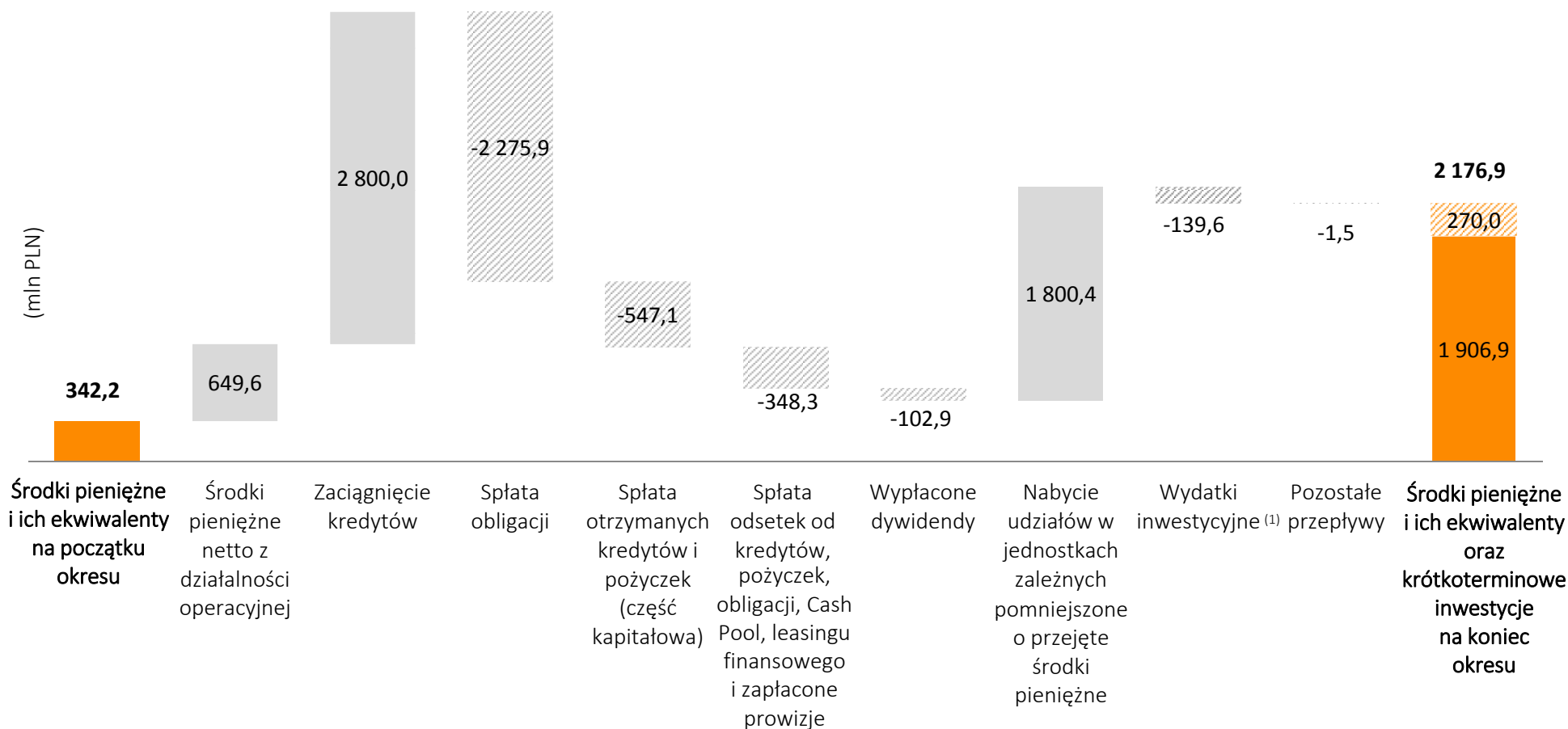


- Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja
- Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich
- Koszty kontentu
- Koszt własny sprzedanego sprzętu
- Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta
- Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników
- Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności
- Inne koszty

Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2014r. oraz analizy wewnętrzne



Rachunek przepływów pieniężnych w 1H'14



Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2014r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) Nie zawierają wydatków na udostępnione klientom zestawy odbiorcze



Zadłużenie grupy na 30 czerwca 2014 r.



mln PLN	Wartość bilansowa	Wartość nominalna
Kredyt Terminowy (PLN)	2.433	2.470
Kredyt Rewolwingowy	300	300
Kredyt PLK – Transza A (PLN)	2.098	2.108
Kredyt PLK – Transza B (PLN)	3.100	3.121
Kredyt PLK – Transza C (PLN)	1.609	1.621
Kredyt rewolwingowy PLK	0,0	0,0
Obligacje Senior Notes PLK EUR ¹	2.825	2.257
Obligacje Senior Notes PLK USD ²	1.894	1.524
Leasing	10	10
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty ³	2.177	2.177
Zadłużenie netto	12.092	11.234
EBITDA LTM, pro-forma ⁴	3.968	3.968
Zadłużenie netto / EBITDA LTM	3,0x	2,8x

¹ Nominalna wartość obligacji Senior Notes PLK 542,5 mln EUR, przeliczona według średniego kursu NBP z dnia 30 czerwca 2014 roku na poziomie 4,1609 PLN/EUR. Wartość obligacji została wyceniona do wartości godziwej na moment nabycia spółki Metelem.

² Nominalna wartość obligacji Senior Notes PLK 500 mln USD, przeliczona według kursu NBP z dnia 30 czerwca 2014 roku na poziomie 3,0473 PLN/USD. Wartość obligacji została wyceniona do wartości godziwej.

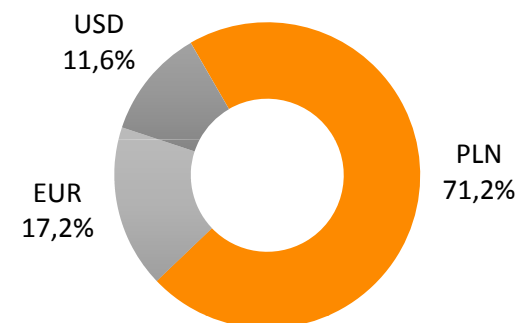
³ Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, w tym środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania, oraz lokat krótkoterminowych.

⁴ EBITDA LTM, pro-forma, obejmuje skonsolidowany pro-forma wynik EBITDA Grupy Cyfrowy Polsat, przy założeniu konsolidacji wyniku Grupy Metelem przez okres pełnych ostatnich 12 miesięcy.

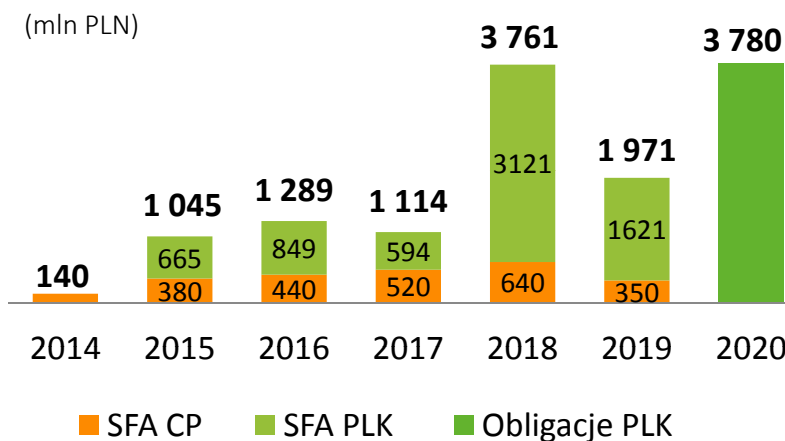
⁵ Nominalna wartość zapadalności długu

Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2014r. oraz analizy wewnętrzne

Struktura walutowa zadłużenia⁵



Zapadalność długu⁵



6. Podsumowanie wyników



Podsumowanie drugiego kwartału 2014



- Zakończony sukcesem proces nabycia Metelem Holdings Company Limited otwierający nowy rozdział w historii Grupy Polsat
- Doskonałe wyniki sprzedaży
- Bardzo dobre wyniki oglądalności oraz dynamicznie rosnące przychody reklamowe grupy
- Solidne wyniki finansowe
- Kontynuacja procesu integracji operacyjnej ukierunkowanej na wygenerowanie zapowiedzianych synergii operacyjnych
- Zrealizowanie znaczącej większości synergii finansowych – podnosimy nasze oczekiwania do poziomu 700 mln PLN łącznie do końca 2019 r.



7. Załącznik



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.

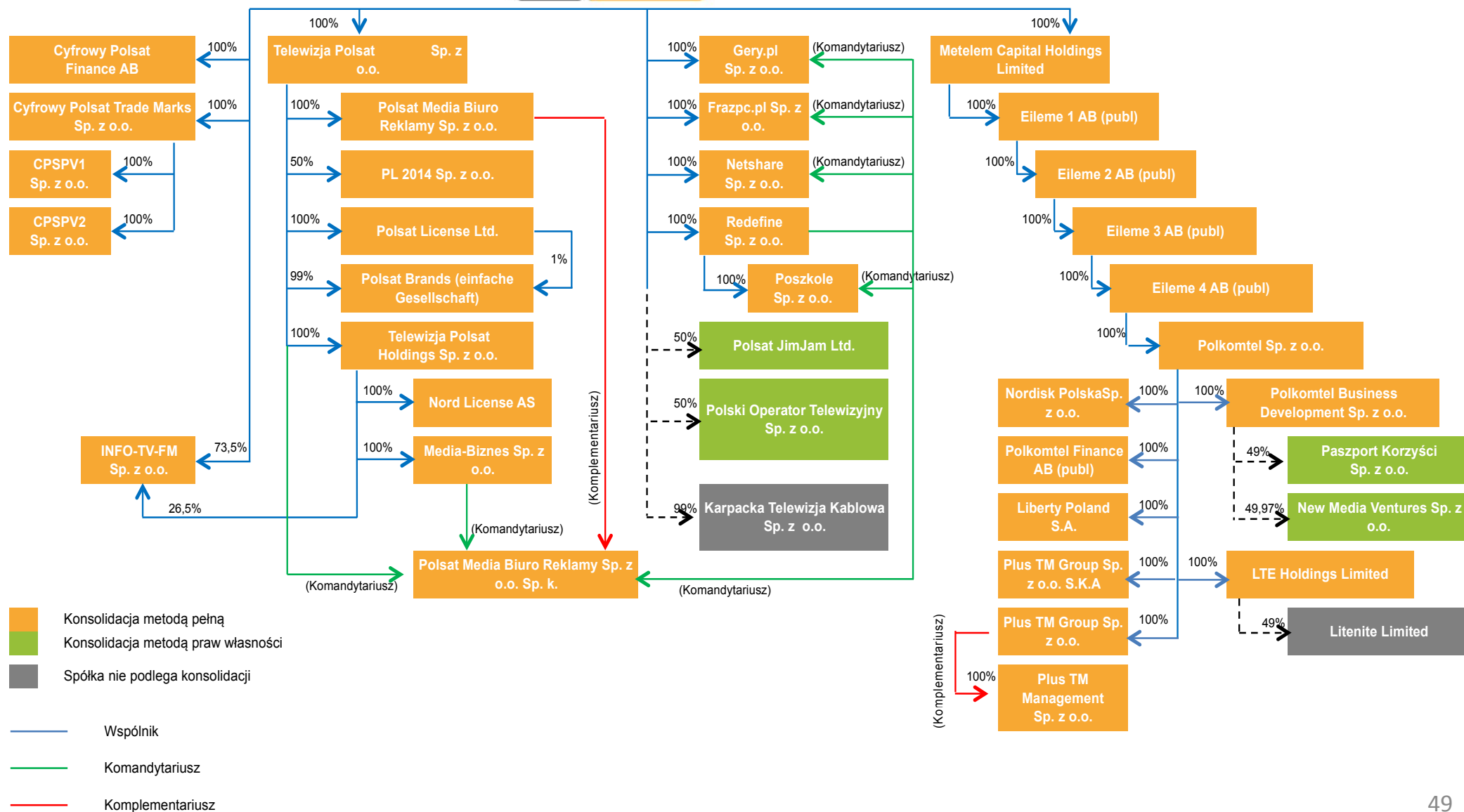
Definicja użyciowa (90-dni dla RGU pre-paid)

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 praktyce oznacza to, iż dana karta w okresie minionych 90 dni musiała być włożona do telefonu bądź innego urządzenia, które było uaktywnione i było w stanie wykonać bądź odebrać połączenie, wiadomość, sesję transmisji danych. Definicja użyciowa 90-dniowa eliminuje tym samym karty nieaktywne.

Według powyższej definicji UKE corocznie zbiera dane operatorów mobilnych działających w Polsce, celem przygotowania przez Komisję Europejską porównania realnej penetracji mobilnymi usługami telekomunikacyjnymi w krajach Unii Europejskiej (tzw. raport Agendy Cyfrowej).

Grupa kapitałowa



Struktura akcjonariatu



Akcjonariusz	Liczba akcji	% akcji	Liczba głosów	% głosów
Reddev Investments Limited ⁽¹⁾, w tym:	154.204.296	24,11%	306.709.172	37,45%
- akcje imienne uprzywilejowane	152.504.876	23,85%	305.009.752	37,24%
- akcje zwykłe na okaziciela	1.699.420	0,27%	1.699.420	0,21%
Argumenol Investment Company Limited ⁽²⁾	58.063.948	9,08%	58.063.948	7,09%
Karswell Limited ⁽²⁾	157.988.268	24,70%	157.988.268	19,29%
Sensor Overseas Limited ⁽³⁾, w tym:	54.921.546	8,59%	81.662.921	9,97%
- akcje imienne uprzywilejowane	26.741.375	4,18%	53.482.750	6,53%
- akcje zwykłe na okaziciela	28.180.171	4,41%	28.180.171	3,44%
Pozostali	214.367.958	33,52%	214.539.208	26,20%
Razem	639.546.016	100,00%	818.963.517	100,00%

Nota: ⁽¹⁾ Reddev Investments Limited jest bezpośrednio zależny od Pola Investments Limited, spółki kontrolowanej przez fundację TiVi Foundation, wobec której podmiotem dominującym jest Pan Zygmunt Solorz-Żak

⁽²⁾ Podmiot kontrolowany przez Pana Zygmunta Solorza-Żaka

⁽³⁾ Podmiot kontrolowany przez Pana Heronima Rutę

Na dzień 19 września 2014 r.



Nasza oferta płatnej telewizji



nVOD + Multiroom HD

FAMILIJNY MAX HD



Liczba kanałów⁽¹⁾ Cena (PLN)

100 49,90

SPORT HD



CINEMAX HD

cinemax HD cinemax2 HD

FILM HD



HBO HD

HBO HD HBO2 HD HBO COMEDY

CINEMAX HD

cinemax HD cinemax2 HD

+ iplaMIX

+ VOD Domowa Wypożyczalnia Filmowa⁽²⁾

Oferta premium

89,90 PLN

130 Familijny Max HD
+ 10,00

105 Familijny Max HD
+ 30,00

nVOD

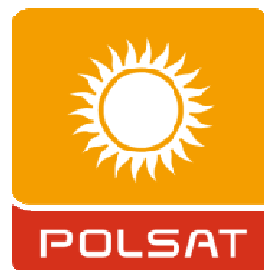
Rodzinnv HD



53 19,90



Nasze portfolio kanałów telewizyjnych



DTT



Liczba kanałów

Grupa TV Polsat	Rynek DTT
4	24

Cab/Sat



Liczba kanałów

Grupa TV Polsat	Rynek Cab/Sat
26 ⁽¹⁾	ok. 200

Nota: (1) Dodatkowy kanał MuzoTV wystartuje pod koniec września





Kontakt

Bartłomiej Drywa

Dyrektor Relacji Inwestorskich

Telefon: +48 (22) 356 6004

Faks: +48 (22) 356 6003

Email: bdrywa@cyfrowypolsat.pl

www.cyfrowypolsat.pl/inwestorzy



Notatki

