



Grupa Cyfrowy Polsat

Prezentacja dla inwestorów

Wrzesień 2015

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 Polkomteli, 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. Cele na 2015 r.
4. Działalność operacyjna
5. Wyniki finansowe



1. Kim jesteśmy



Kim jesteśmy



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

Grupa Polsat



Największa platforma
satelitarna
w Polsce



Wiodący na polskim
ryнку operator sieci
komórkowej



Wiodący nadawca
komercyjny



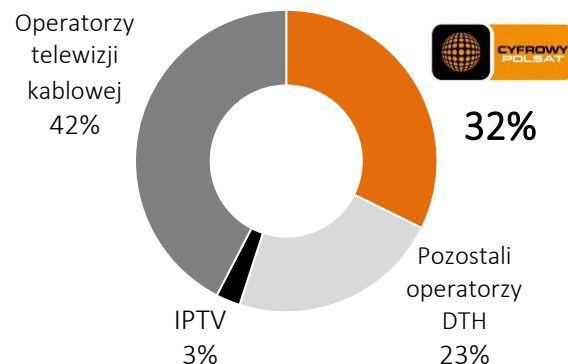
Lider polskiego rynku
video online



- 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

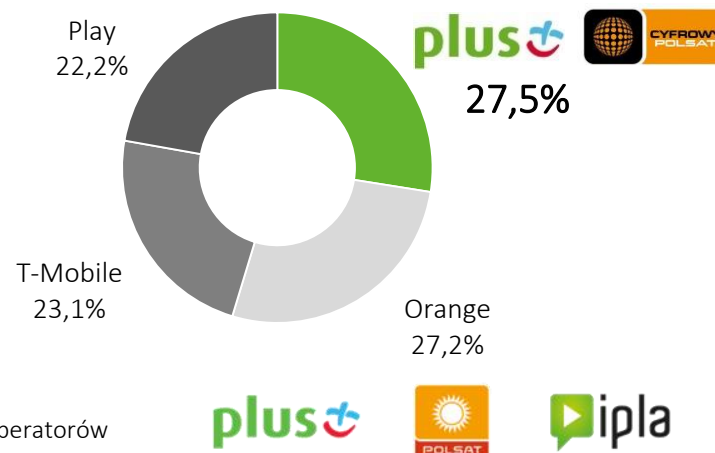
Operatorzy płatnej telewizji w Polsce

% udziału w liczbie płatnych abonentów⁽¹⁾



Udział w rynku klientów kontraktowych

% udział w liczbie kontraktowych kart SIM⁽²⁾



Nota: (1) na koniec 2014 r., na podstawie szacunków własnych i danych opublikowanych przez operatorów

(2) na koniec czerwca 2015 r., na podstawie szacunków własnych i danych opublikowanych przez operatorów

Nadawanie telewizyjne oraz wideo online

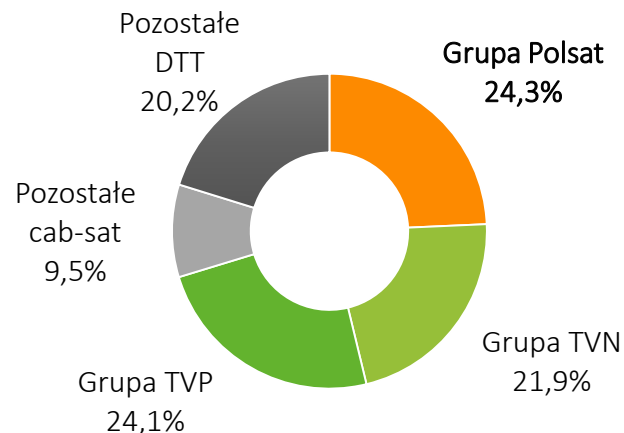


- Portfolio 27 kanałów dających nam 24,3% udział w oglądalności
- Silna pozycja na rynku reklamy telewizyjnej z 25,3% udziałem w rynku
- IPLA – nasza platforma wideo online z 4,6 mln użytkowników w 2Q'15

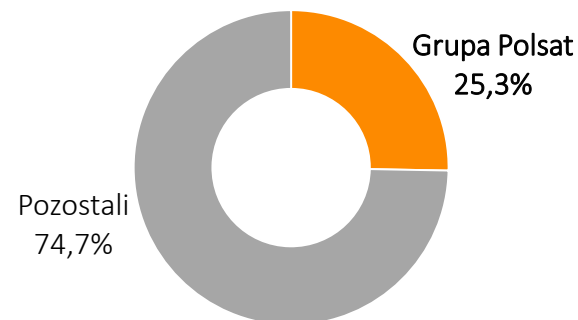
 **ipla** NAJWIĘKSZA TELEWIZJA INTERNETOWA



Udział w oglądalności



Udział w rynku reklamy telewizyjnej



Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, 1H'15; Starlink, reklama i sponsoring; TV Polsat analizy wewnętrzne; IPLA - analizy własne, liczba użytkowników witryny/aplikacji IPLA



Lider rynku bezprzewodowych usług szerokopasmowych



1. Największy zasięg LTE
- 90% populacji



2. Oferta LTE w paśmie 800 MHz

3. Power LTE – realna konkurencja dla Internetu stacjonarnego



Unikalna oferta



	nc+	upc	T-Mobile	orange	PLAY	CYFROWY POLSAT	plus	CYFROWY POLSAT
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
	Usługi głosowe	—	X	X	X	—	X	X
Poza domem	Wideo	X	—	—	X	—	X	X
	Internet	—	—	X	X	X	X	X
	Usługi głosowe	—	X	X	X	—	X	X

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



Nasze główne wskaźniki operacyjne w 2Q'15⁽¹⁾



6,0 mln
klientów kontraktowych

2,07 RGU
na klienta
87,0 PLN ARPU
na klienta

24,7% udziału
w oglądalności

16,3 mln RGU
12,4 mln usługi kontraktowe
4,0 mln usługi przedpłacone



10,3 mln Telefon
4,4 mln Telewizja
1,7 mln Internet

25,4% udziału
w rynku reklamy tv

Nota: (1) Dane zaokrąglone



Nasze wyniki finansowe w 2014 r. (proforma)



9.705 mln PLN
przychody

3.787 mln PLN
EBITDA
39,0% marża EBITDA

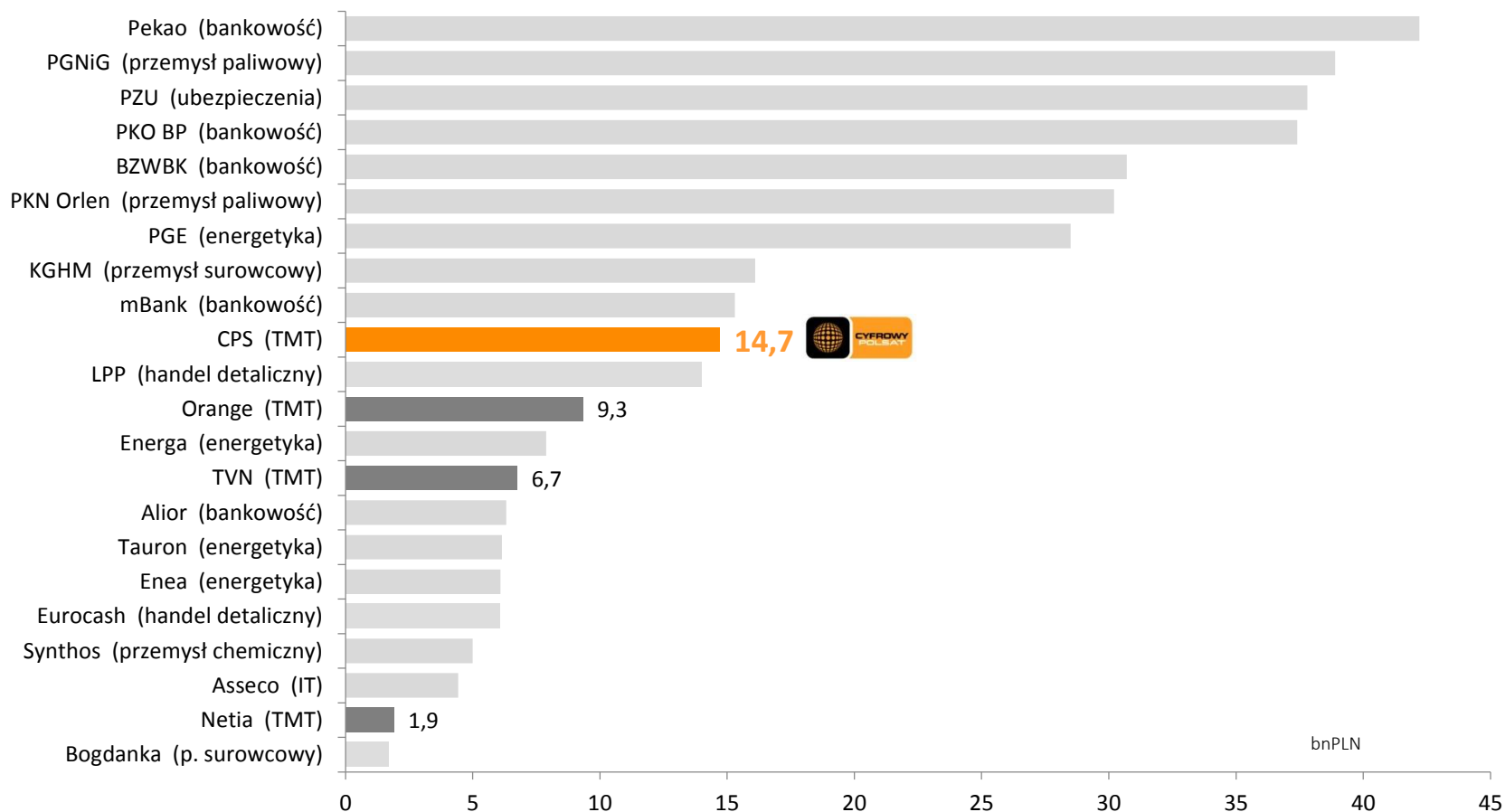
1.173 mln PLN
FCF po odsetkach

3,0x
dług netto/EBITDA

Największa grupa TMT notowana na warszawskiej GPW



Kapitalizacja rynkowa Grupy Polsat vs WIG-20 i inne giełdowe spółki z sektora TMT¹



bnPLN

Źródło: 1) stooq.pl, stan na 3 września 2015



2. Nasza strategia rynkowa



Nasza strategia

- Wykorzystanie potencjału największej bazy klientów w Polsce i wyjątkowego portfolio produktów i usług
- Strategia multiplay była podstawą synergii sprzedaży szacowanej na 2 bn PLN do końca 2019 r.



Oferta multiplay oparta na prostej komunikacji



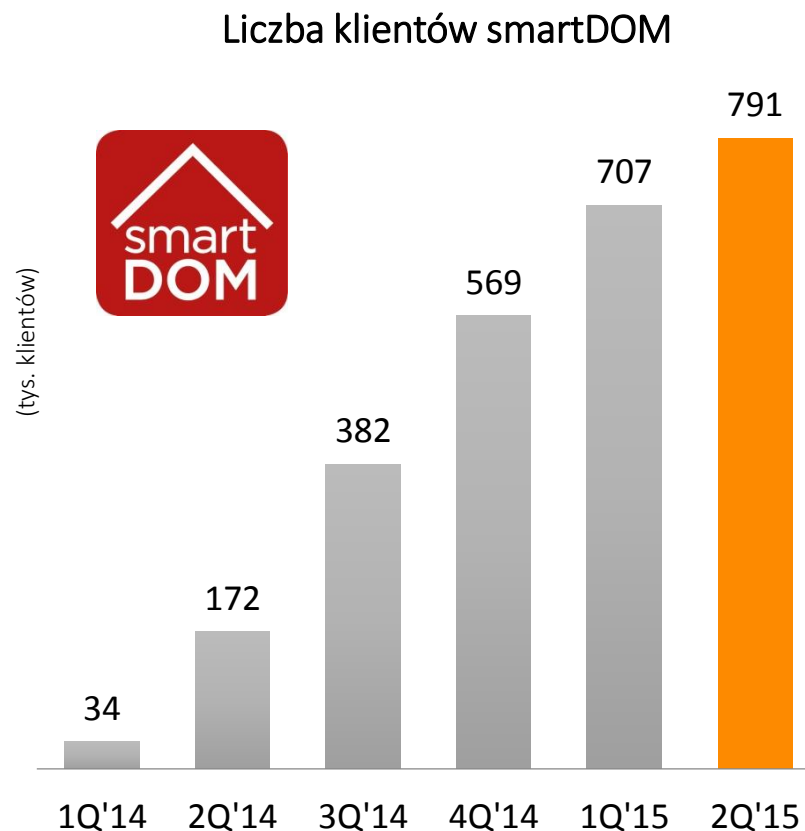
- Płatna telewizja, telefonia komórkowa i internet – wszystkie usługi łączone dostępne w ofercie smartDOM
- smartDOM dostępny jest dla nowych i obecnych klientów Grupy
- Oferta łączona adresowana jest zarówno do detalicznych jak i małych klientów biznesowych
- Prosty i elastyczny mechanizm, który dostarcza wymierne korzyści klientom zamawiającym dodatkowe usługi oferowane przez Grupę



Sukces strategii multiplay

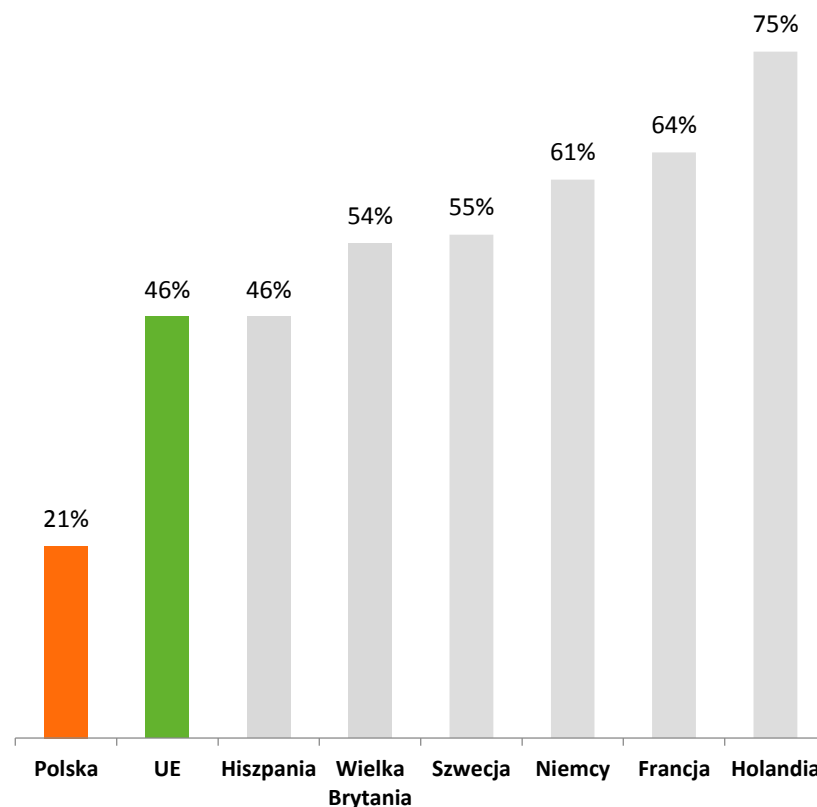


- Stabilny wzrost nasycenia bazy klientów kontraktowych usługami zintegrowanymi
- Już 791 tys. klientów zakupiło dodatkowe usługi w ramach oferty smartDOM
- Liczba RGU posiadanych przez tę grupę klientów wynosi 2,41 mln



- Naszym celem strategicznym jest jak największe nasycenie bazy naszych klientów usługami zintegrowanymi
- Duża część naszych klientów mieszka na terenach nisko zurbanizowanych, gdzie do tej pory oferta multiplay w zasadzie nie była dostępna
- Obopólne korzyści wynikające z oferty multiplay zarówno po stronie klienta jak i operatora

Nasycenie rynku usług zintegrowanych w Europie



3. Cele na 2015 r.



Nasze oczekiwania i cele na 2015 r.



**Segment usług
świadczonych
klientom
indywidualnym
i biznesowym**

- Wzrost całkowitej liczby sprzedanych usług (RGU) i nasycenia bazy klientów usługami zintegrowanymi
- Konsekwentna budowa ARPU na klienta

**Segment nadawania
i produkcji
telewizyjnej**

- Kontynuacja strategii zakładającej utrzymanie udziałów w oglądalności oraz wzrost przychodów reklamowych przynajmniej zgodny z dynamiką wzrostu rynku reklamy telewizyjnej

Wyniki finansowe

- Utrzymanie wysokich marż, dalsza optymalizacja bazy kosztowej
- Konsekwentne obniżanie zadłużenia spółki, wsparte stabilnym poziomem wolnych przepływów pieniężnych



4. Działalność operacyjna



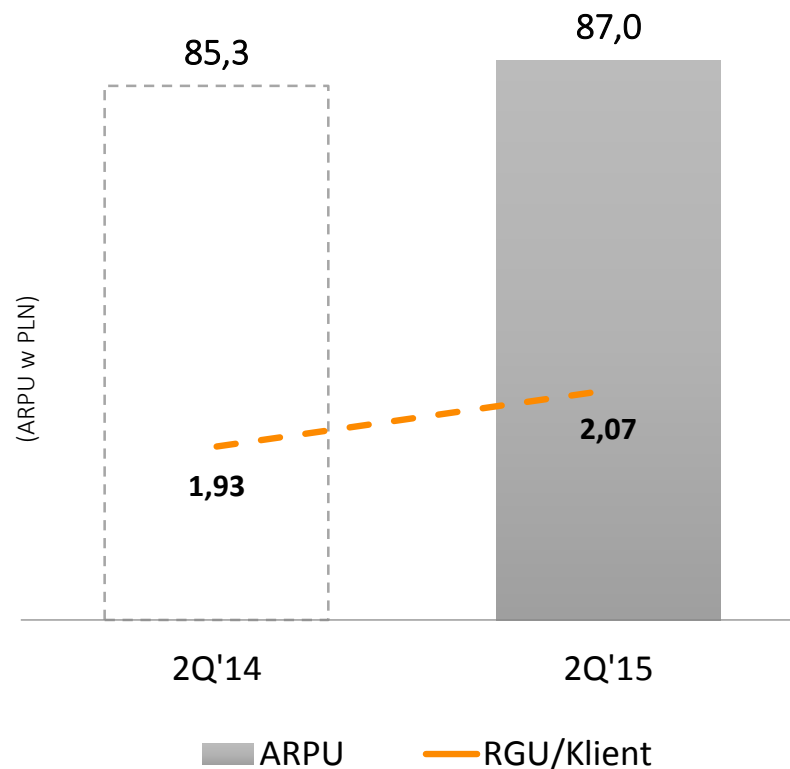
4.1 Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym



Lojalna baza klientów kontraktowych



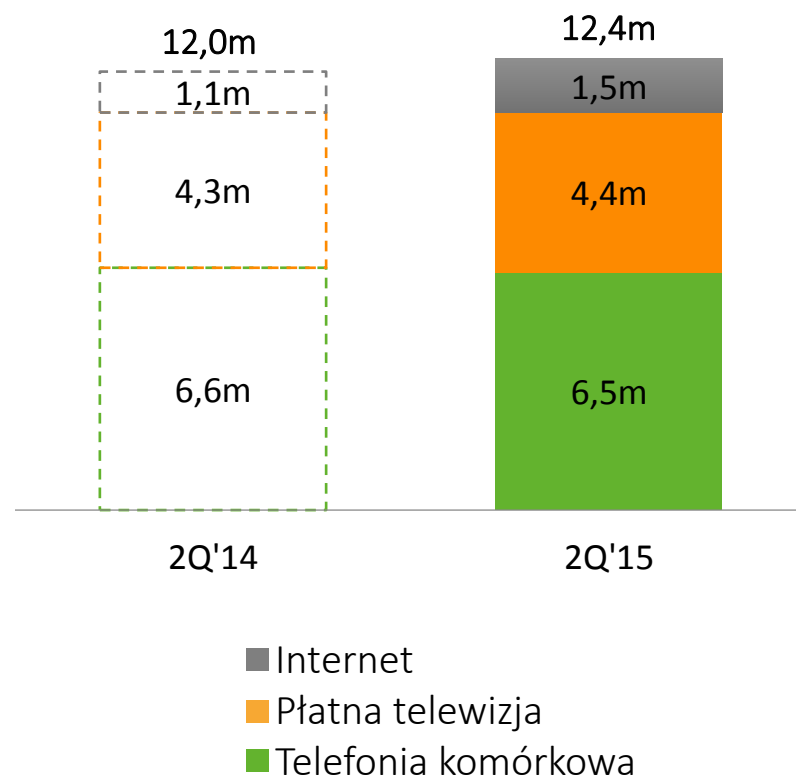
- Baza klientów kontraktowych wynosząca 6,0 mln
- Wskaźnik churn na poziomie 10,1% w efekcie kumulacji kończących się kontraktów płatnej telewizji w 1H'15
- Konsekwentna realizacja strategii, skutkująca wzrostem nasycenia bazy usługami kontraktowymi
- Wyraźny wzrost ARPU na klienta o 2,0% r/r



Rosnąca liczba usług kontraktowych

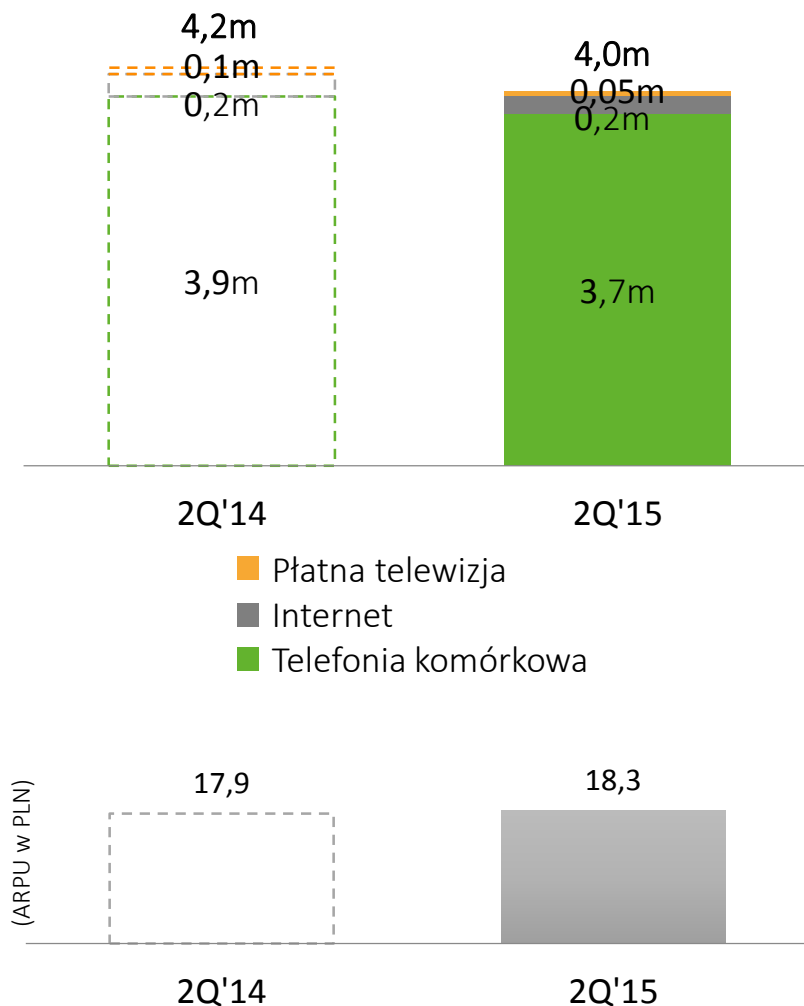


- Wzrost całkowitej bazy usług kontraktowych o 2,9%
- Liczba klientów kontraktowego Internetu zbliża się do 1,5 mln, co jest efektem skutecznego nasycania bazy klientów usługami zintegrowanymi
- 2,8% wzrost RGU płatnej telewizji dzięki utrzymującemu się popytowi na usługę Multiroom
- Lekki spadek RGU telefonii komórkowej na skutek wysoce konkurencyjnego rynku



Usługi przedpłacone

- Baza RGU usług przedpłaconych głównie pod wpływem obserwowanej na całym rynku stopniowej migracji klientów prepaid do rozwiązań kontraktowych
- ARPU rośnie w tempie 2,6% r/r: przy stabilnym poziomie cenowym w tym segmencie
- Wzrost konsumpcji danych przez smartfony oraz wyższe wolumeny wymienianego ruchu pozytywnie odzwierciedlają się w kondycji ARPU



4.2 Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

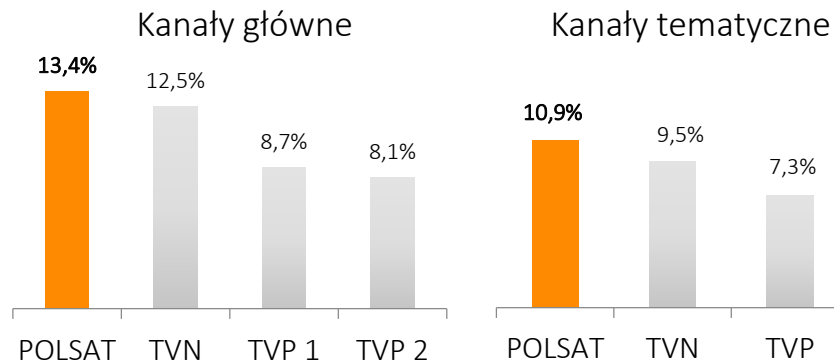


Oglądalność naszych kanałów w 1H'15

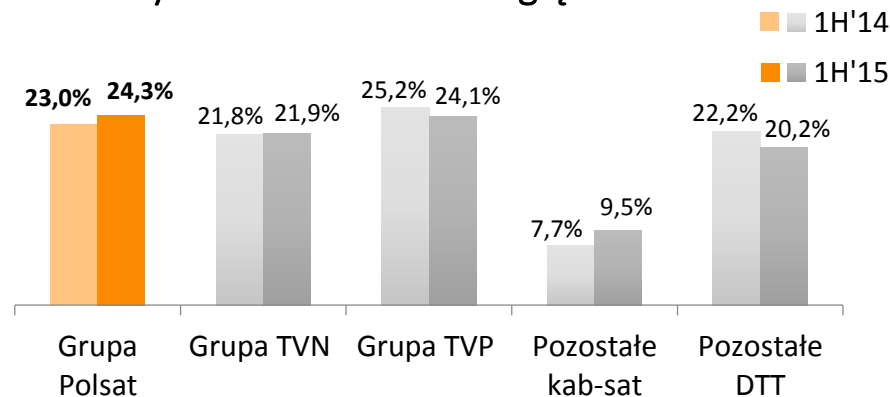


- Ponownie kanał główny Polsatu oraz grupy kanałów tematycznych Polsatu liderami oglądalności w grupie komercyjnej
- Wyniki oglądalności Grupy Polsat zgodne ze strategią

Udział w oglądalności



Dynamika udziałów w oglądalności



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

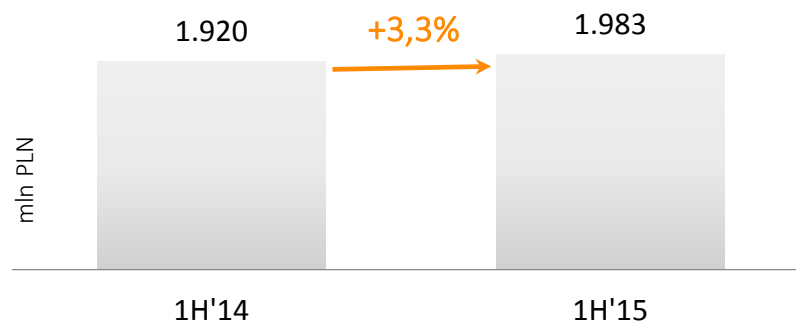


Pozycja na rynku reklamy w 1H'15

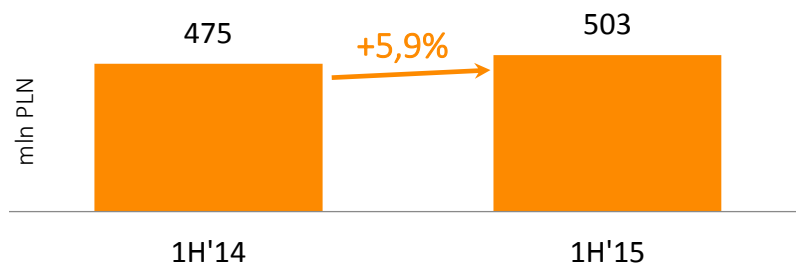


- Rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 1H'15 wzrósł r/r o 3,3%
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat rosną szybciej niż rynek
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł do 25,3%

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



5. Wyniki finansowe

Należy pamiętać, iż o ile nie zaznaczono inaczej, rozdział ten zawiera konsolidowane od 7 maja 2014 r. wyniki Metelem/Grupy Polkomtel

Wyniki finansowe grupy w 1H'15



mln PLN	1H'15	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	4.798	94%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	2.947	98%
EBITDA	1.874	89%
Marża EBITDA	39,0%	(1,1pkt%)
Zysk netto	475	106%

- Wzrost głównych pozycji rachunku wyników spowodowany głównie konsolidacją wyników grupy Metelem od 7 maja 2014 r.

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

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



Wyniki segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym w 1H'15



mln PLN	1H'15	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	4.261	118%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	2.643	123%
EBITDA	1.640	112%
Marża EBITDA	38,5%	(1,1pkt%)
Zysk netto	518	169%

- Wyłączając efekt konsolidacji Metelem, wzrost przychodów ze sprzedaży o 5,4% spowodowany przede wszystkim wyższymi przychodami telekomunikacyjnymi
- Dynamika wzrostu kosztów, po wyłączeniu konsolidacji Metelem głównie pod wpływem wyższych kosztów transmisji danych, wynikających głównie z przyrostu liczby użytkowników usług mobilnego Internetu

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

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



Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej w 1H'15



mln PLN	1H'15	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	629	6%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	395	6%
EBITDA	234	8%
Marża EBITDA	37,2%	0,5pkt%
Zysk netto	190	3%

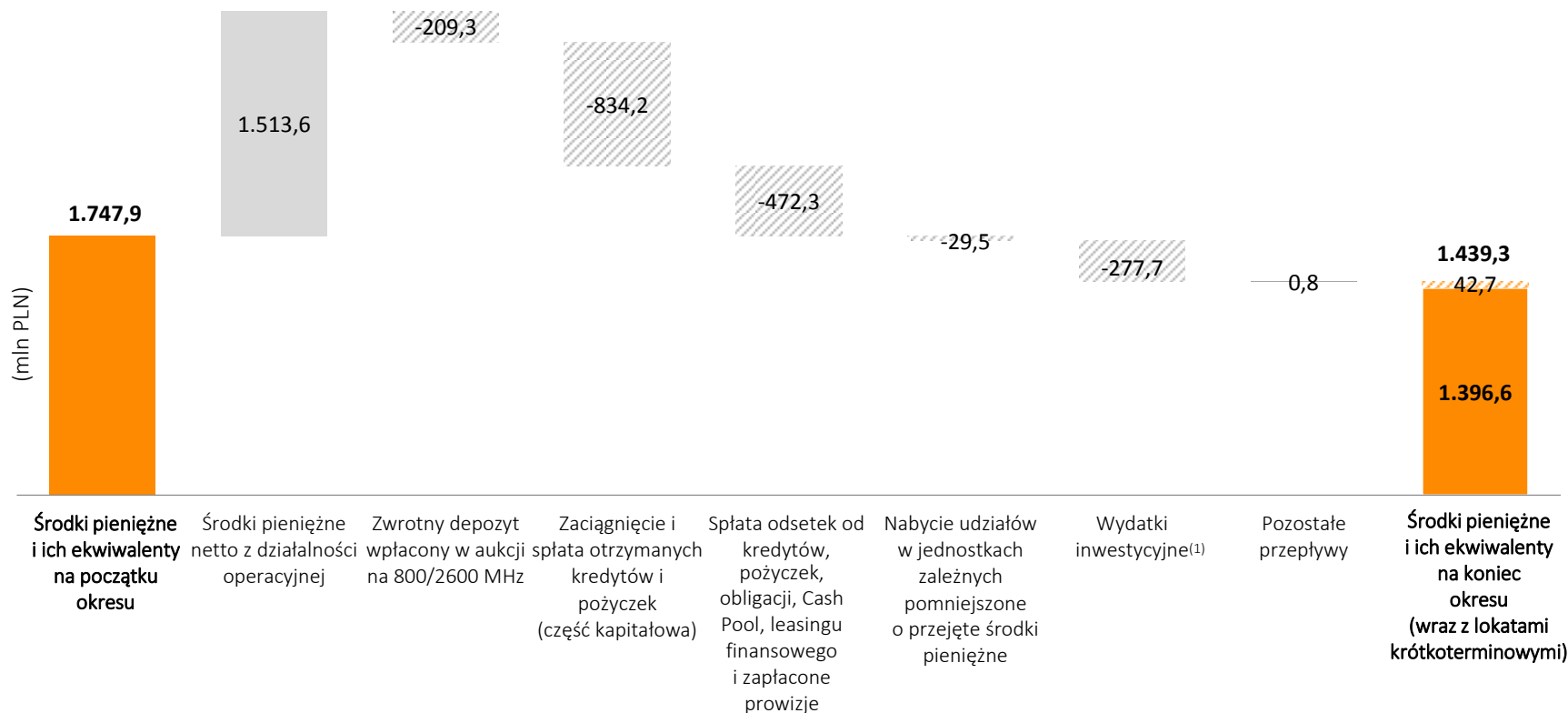
- Wzrost przychodów głównie dzięki monetyzacji wyższych udziałów w oglądalności kanałów TV4 i TV6 oraz uruchomionemu w maju 2014 r. nowego kanału Disco Polo Music
- Wzrost kosztów związany jest z dodatkowymi inwestycjami w ofertę programową kanału TV4, a także wyższymi kosztami licencji sportowych (związanych z Eliminacjami Mistrzostw Europy 2016)

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

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



Rachunek przepływów pieniężnych w 1H'15



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

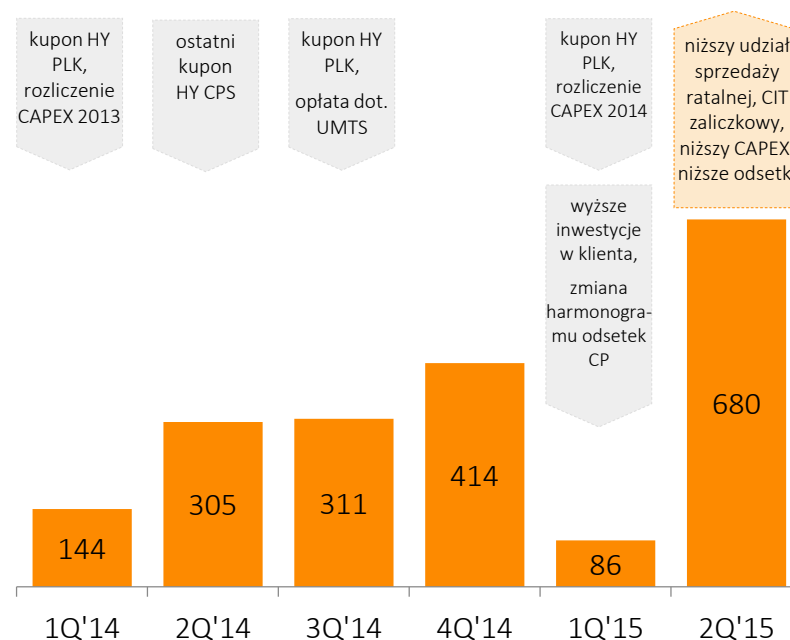
Nota: (1) Nie zawierają wydatków na udostępnione klientom zestawy odbiorcze



Uzgodnienie FCF po odsetkach

mln PLN	2Q'15
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	887
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-139
Splata odsetek od kredytów, pożyczek, Cash Pool ⁽¹⁾	-114
FCF po odsetkach	633
Depozyt zwrotny dot. aukcji 800/2600 MHz	22
Nabycie udziałów w spółkach	25
Skorygowany FCF po odsetkach	680

Skorygowany FCF po odsetkach (2014 proforma)⁽²⁾



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) Obejmuje wpływ instrumentów IRS/CIRS/forward, nie zawiera pozycji jednorazowych (premia za wcześniejszą spłatę obligacji oraz zapłaty za koszty związane z pozyskaniem finansowania); (2) Uwzględnia korektę dotyczącą przejściowych rozliczeń VAT

Zadłużenie grupy na 30 czerwca 2015 r.



mIn PLN	Wartość bilansowa	Wartość nominalna
Kredyt Terminowy (PLN)	2.145	2.178
Kredyt Rewolwingowy	70	70
Kredyt PLK – Transza A (PLN)	1.414	1.418
Kredyt PLK – Transza B (PLN)	3.010	3.026
Kredyt PLK – Transza C (PLN)	1.565	1.576
Kredyt rewolwingowy PLK	0	0
Obligacje Senior Notes PLK EUR ¹	2.778	2.276
Obligacje Senior Notes PLK USD ²	2.284	1.882
Leasing	19	19
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty ³	1.440	1.440
Zadłużenie netto	11.846	11.006
EBITDA LTM	3.621	3.621
Zadłużenie netto / EBITDA LTM	3,3x	3,0x

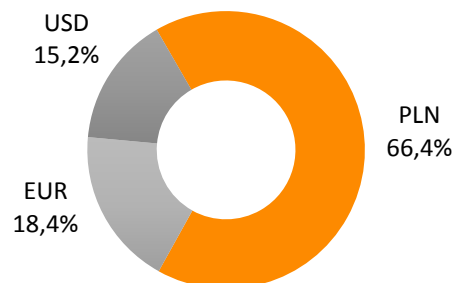
¹ Nominalna wartość obligacji Senior Notes PLK 542,5 mln EUR, przeliczona według średniego kursu NBP z dnia 30 czerwca 2015 roku na poziomie 4,1944 PLN/EUR. Wartość bilansowa obligacji została określona na podstawie wartości godziwej na moment nabycia spółki Metelem.

² Nominalna wartość obligacji Senior Notes PLK 500 mln USD, przeliczona według kursu NBP z dnia 30 czerwca 2015 roku na poziomie 3,7645 PLN/USD. Wartość bilansowa obligacji została określona na podstawie wartości godziwej na moment nabycia spółki Metelem.

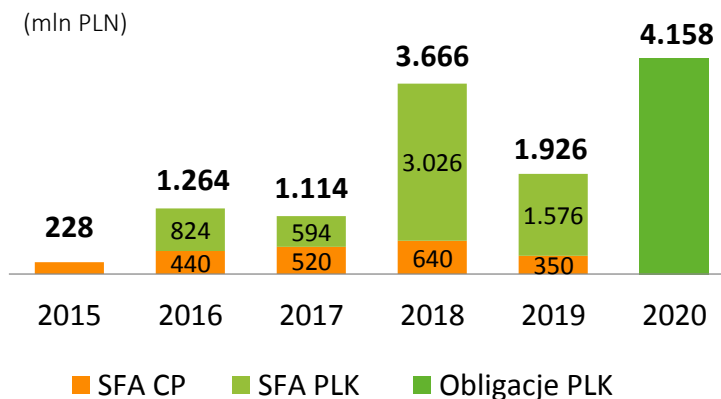
³ Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, w tym środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania oraz lokat krótkoterminowych

⁴ Nominalna wartość długu, bez RCF

Struktura walutowa zadłużenia⁴



Zapadalność długu⁴

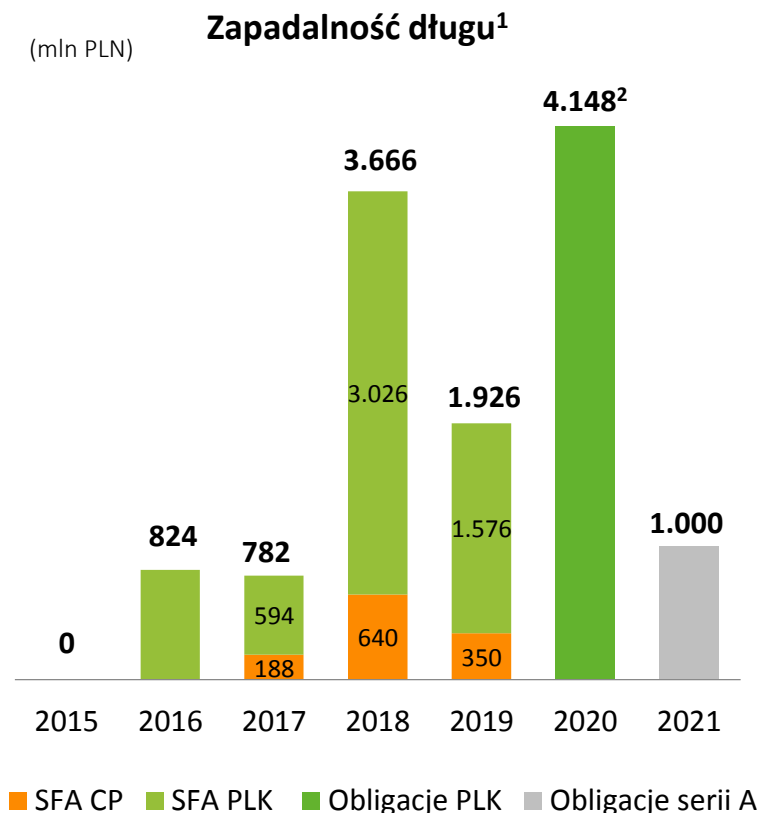


Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne



Zadłużenie grupy na 24 sierpnia 2015 r.

- W wyniku dokonanej w dniu 21 lipca emisji Obligacji Serii A w kwocie nominalnej 1.000 zł oraz dokonanej w dniu 29 lipca 2015 r. dobrowolnej wcześniejszej przedpłaty Kredytu Terminowego w wysokości 1mld zł struktura zapadalności zadłużenia Grupy uległy zmianie po dacie bilansowej
- Zaprezentowany wykres przedstawia strukturę walutową zadłużenia finansowego Grupy, wyrażonego w wartościach nominalnych z wyłączeniem zadłużenia wynikającego z Kredytu Rewolwingowego, na dzień 24 sierpnia 2015 r.



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) Nominalna wartość długu, bez RCF

(2) Nominalna wartość obligacji Senior Notes PLK 542,5 mln EUR i 500 mln USD przeliczona według średniego kursu NBP z dnia 24 sierpnia 2015 roku na poziomie, odpowiednio, 4,2390 PLN/EUR i 3,6971 PLN/USD

6. Załącznik



Synergie finansowe – potencjalny wpływ refinansowania długu Grupy Polsat



Obniżka odsetek

- Zastąpienie obligacji HY PLK z kuponem 11,75% (EUR) oraz 11,625% (USD) długiem o rynkowym koszcie mogłoby przynieść oszczędności odsetkowe rzędu około **300m PLN** rocznie
- Marże w umowie SFA CPS są również istotnie niższe aniżeli w zawieranej rok wcześniej umowie SFA PLK

Większa elastyczność

- Zniesienie ograniczeń w zakresie przepływu środków pomiędzy Grupą Eileme 2, a pozostałymi spółkami Grupy Cyfrowy Polsat umożliwiłoby bardziej efektywne zarządzanie płynnością grupy, pozwalając na dalszą integrację Cyfrowego Polsatu z Polkomtel

Ograniczenie bilansowej wyceny długu

- W momencie akwizycji Grupy Metelem dokonana została wycena obligacji HY PLK w odniesieniu do ich wycen rynkowych, w efekcie czego wartość bilansowa tych obligacji na dzień 31 grudnia 2014 r. przekracza o 949m PLN ich wartość nominalną
- Refinansowanie obligacji HY PLK wyeliminowałoby tę przejściową różnicę, skutkując obniżką bilansowej wartości długu

Synergie 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



Nasza oferta płatnej telewizji



nVOD + Multiroom HD

FAMILIJNY MAX HD



Liczba
kanałów ⁽¹⁾

Cena
(PLN)

130

49,90

SPORT HD



CINEMAX HD

cinemax HD cinemax2 HD

158

+10,00

FILM HD



HBO HD

HBO HD HBO2 HD HBO COM&DY

+ HBO GO

161

+30,00

+ iplaMIX ⁽²⁾

+ Pakiet VOD ⁽²⁾

Oferta premium

89,90 PLN

Rodzinny HD



74

19,90

Kanały niekodowane



nVOD



Nota: na dzień 12.05.2015; (1) w tym kanały promocyjne oraz wybrane kanały niekodowane nie będące w ofercie Cyfrowego Polsatu; (2) tymczasowe pakiety promocyjne;

Nasze portfolio kanałów telewizyjnych



DTT

Cab/Sat



Liczba kanałów

Grupa TV Polsat	Rynek DTT
4	24



Liczba kanałów

Grupa TV Polsat	Rynek Cab/Sat
27	ok. 200



Mapa podziału częstotliwości



1) Źródło: UKE. Wykres zawiera uproszczony obraz, prezentowane są tylko główne częstotliwości (wyłączone: 2,5MHz 420MHz Polkomtela, 5MHz 450MHz Orange PL, po 5MHz z 2100MHz TDD każdego z 4 największych operatorów MNO).

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%
Embud Sp. z o.o. ⁽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 jest podmiotem pośrednio zależnym od Pana Zygmunta Solorza-Żaka

⁽²⁾ Podmiot kontrolowany przez Pana Zygmunta Solorza-Żaka.

⁽³⁾ Podmiotem dominującym wobec Sensor Overseas Limited jest EVO Holding Ltd., spółka zależna EVO Foundation na dzień 18 marca 2015 r.



Wyniki finansowe 2Q'15



Wyniki finansowe grupy w 2Q'15



mln PLN	2Q'15	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.469	41%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	1.506	45%
EBITDA	977	38%
Marża EBITDA	39,6%	(1,0pkt%)
Zysk netto	305	130%

- Wzrost głównych pozycji rachunku wyników spowodowany głównie konsolidacją wyników grupy Metelem za cały kwartał (w okresie porównawczym konsolidacja od 7 maja 2014 r.)
- Po wyłączeniu wyników Metelem, przychody rosną w tempie +5,7% r/r, a EBITDA zwiększyła się o 9,7%
- Zysk netto rośnie do poziomu 305 mln PLN, głównie w efekcie postępującej optymalizacji struktury finansowania działalności Grupy Polsat

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

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



Wyniki segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym w 2Q'15



mln PLN	2Q'15	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.171	49%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	1.341	54%
EBITDA	844	42%
Marża EBITDA	38,9%	(1,7pkt%)
Zysk netto	211	30%

- Wyłączając efekt konsolidacji Metelem, wzrost przychodów o 4,9% spowodowany przede wszystkim wyższymi przychodami telekomunikacyjnymi
- Pomimo rosnących kosztów transmisji danych, wynikających głównie z przyrostu liczby użytkowników usług mobilnego Internetu, EBITDA segmentu po wyłączeniu konsolidacji Metelem rośnie w tempie 6,6% w efekcie m.in. niższych kosztów marketingu oraz obsługi i utrzymania klienta

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

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



Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej w 2Q'15



mln PLN	2Q'15	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	346	6%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	213	2%
EBITDA	134	15%
Marża EBITDA	38,6%	2,8pkt%
Zysk netto	109	3%

- Wzrost przychodów głównie dzięki monetyzacji wyższych udziałów w oglądalności kanałów TV4 i TV6 oraz uruchomionemu w maju 2014 r. nowego kanału Disco Polo Music
- Kontrola kosztów operacyjnych pozytywnie wpływa na poprawę wyniku EBITDA i marży EBITDA

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

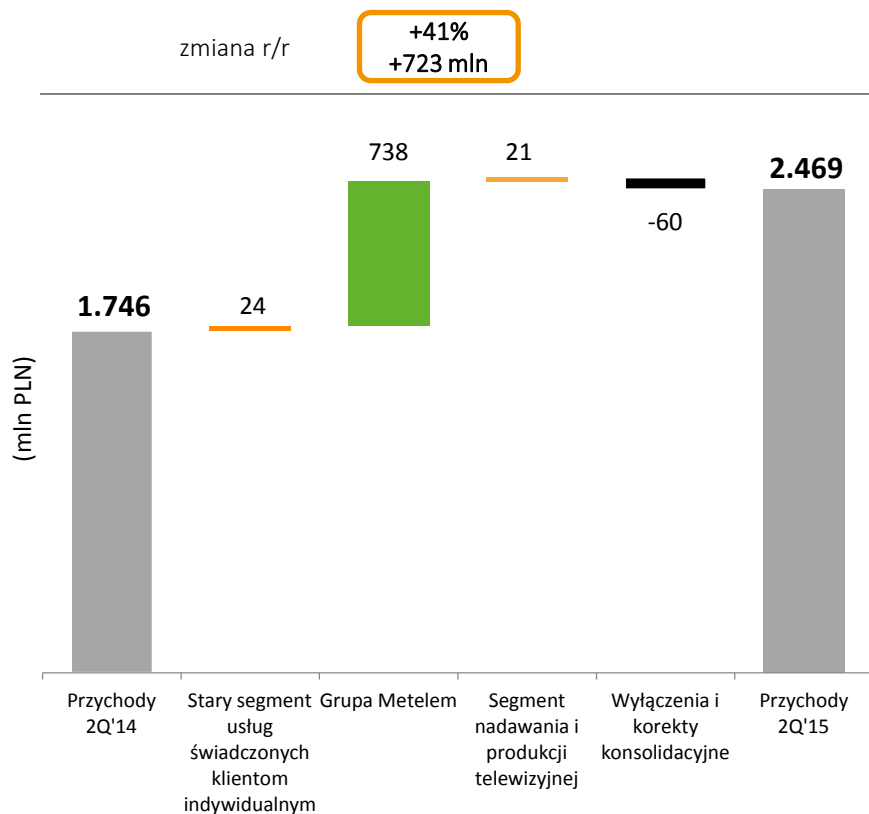
Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



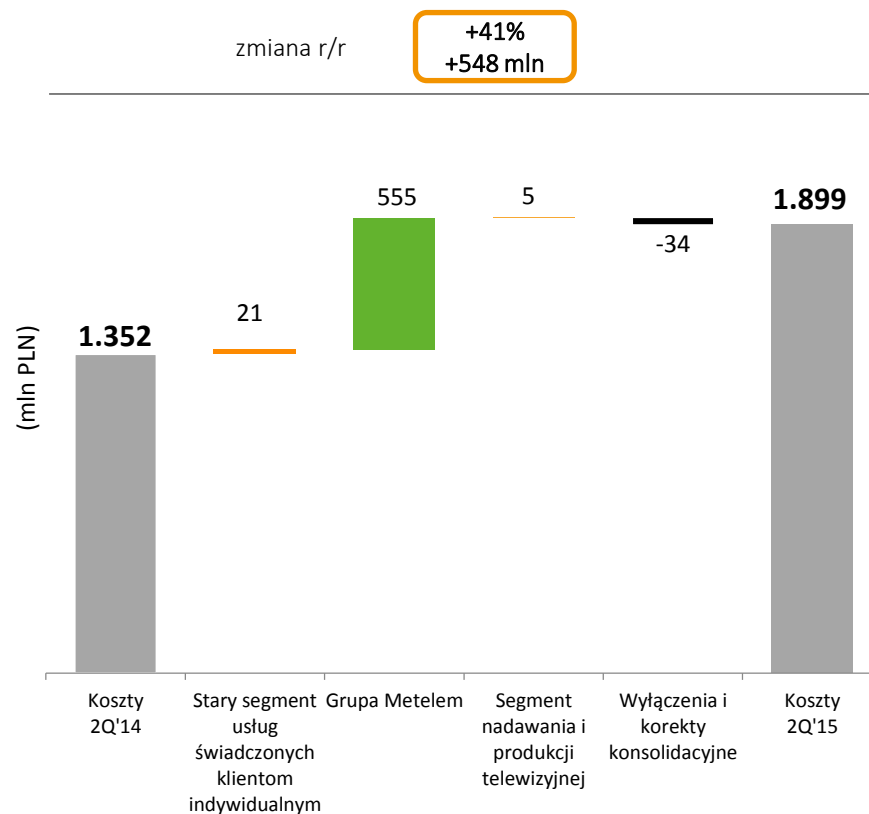
Przychody i koszty – czynniki zmian 2Q'15



Przychody ze sprzedaży



Koszty operacyjne



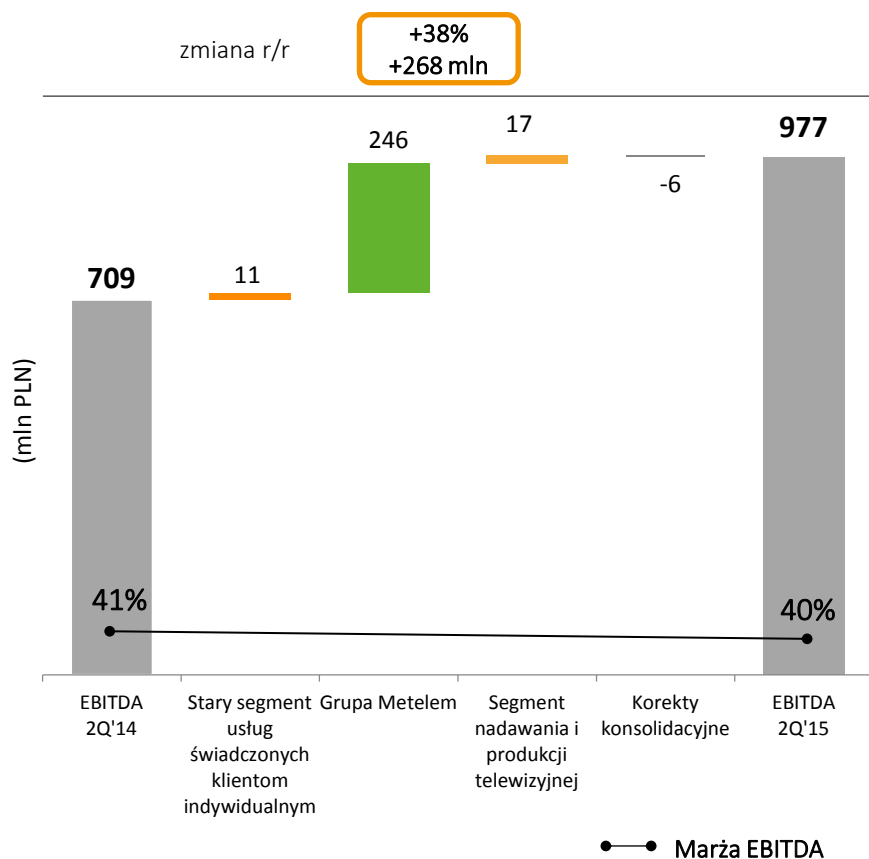
Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne



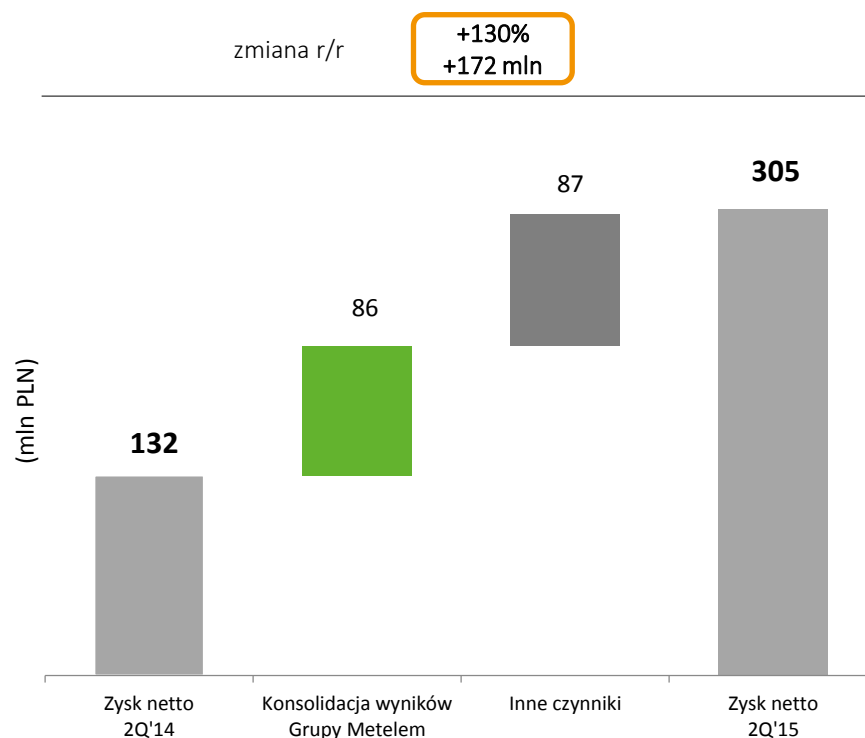
EBITDA i zysk netto – czynniki zmian 2Q'15



EBITDA



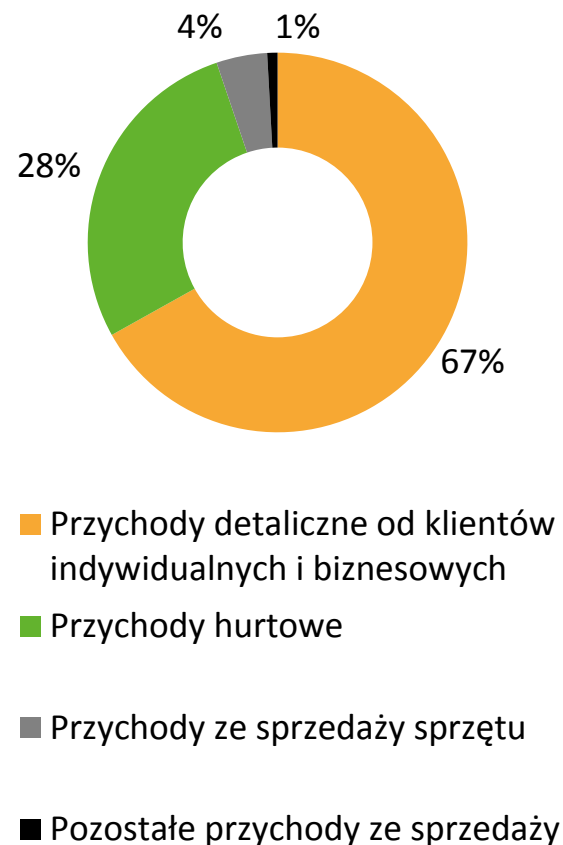
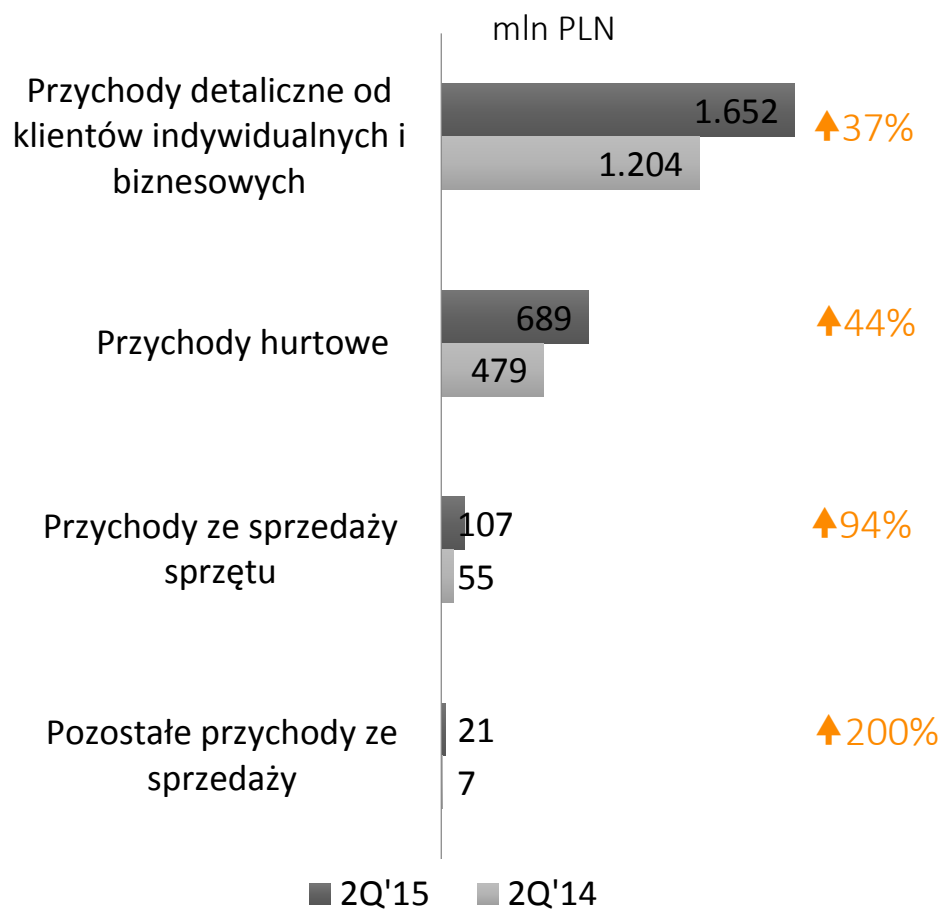
Zysk netto



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne



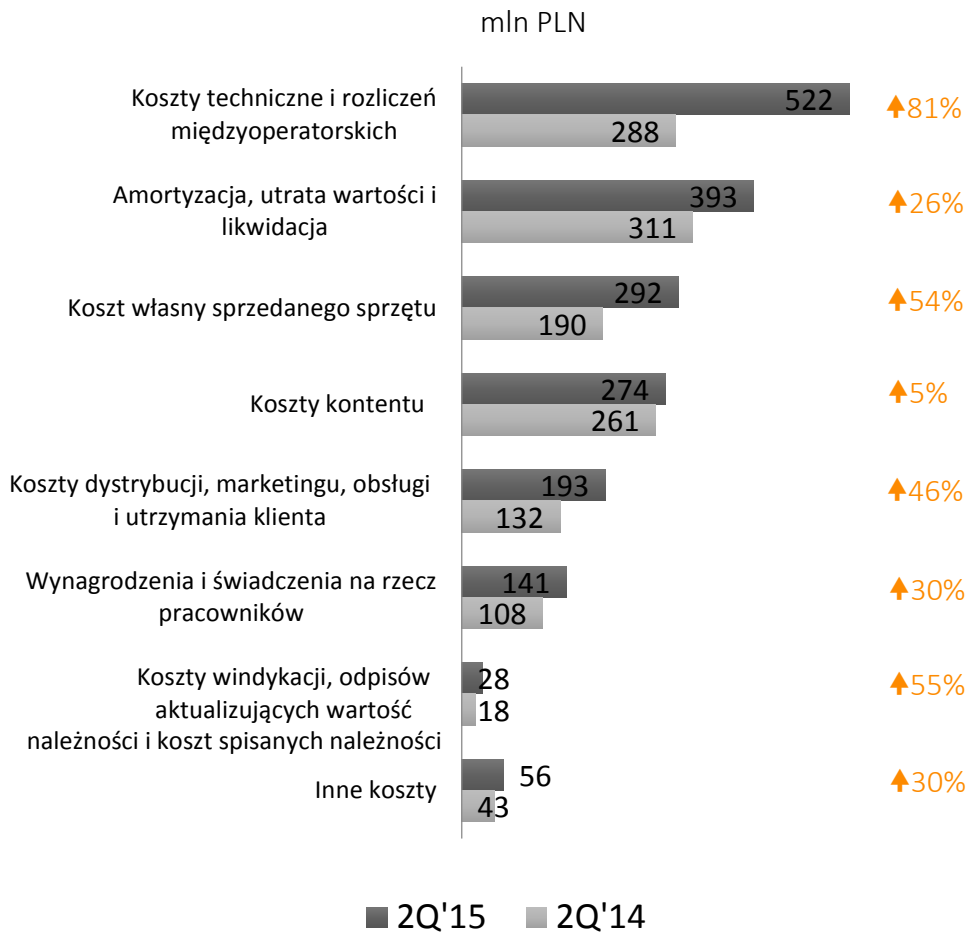
Struktura przychodów ze sprzedaży w 2Q'15



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne



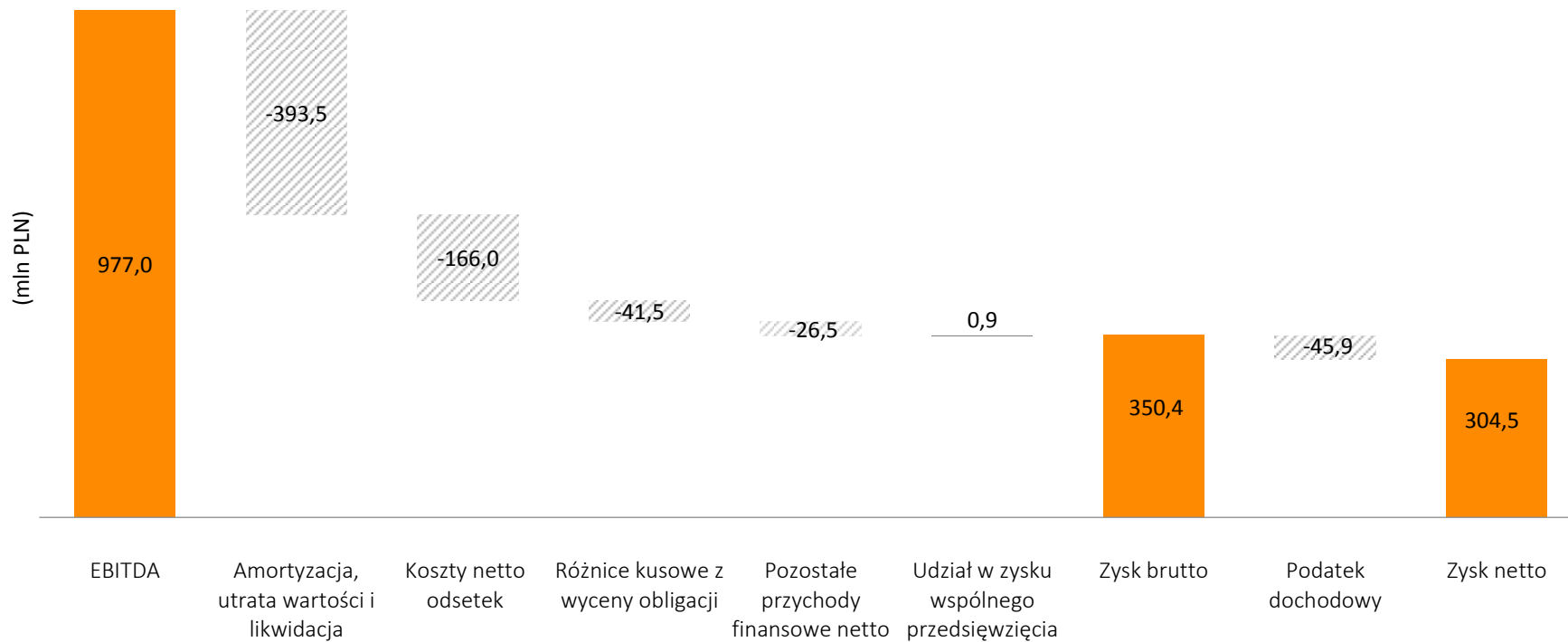
Struktura kosztów operacyjnych w 2Q'15



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne



Pozycje poniżej EBITDA w 2Q'15



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

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 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 Agencji Cyfrowej).



Kontakt

Relacje Inwestorskie

Łubinowa 4A
03-878 Warszawa

Tel.: +48 (22) 356 6004 / +48 (22) 426 85 62 / +48 (22) 356 65 20
Email: ir@cyfrowypolsat.pl

www.grupapolsat.pl



Notes

