



Wyniki finansowe 2Q'2019

29 sierpnia 2019 r.

Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat S.A.



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 2Q'19
2. Działalność operacyjna
3. Wyniki finansowe
4. Podsumowanie i Q&A



N E T I A

1. Najważniejsze wydarzenia 2Q'19



Najważniejsze wydarzenia 2Q'19



Telewizja Internetowa OTT z dekoderem,
bez abonamentu, przy użyciu Internetu
od dowolnego dostawcy!
Dla każdego. Wszędzie.



PKO Ekstraklasa na Canal+ Sport 3 i 4
w Cyfrowym Polsacie!



Agencja Moody's podwyższa rating dla Grupy
Cyfrowego Polsatu do Ba1



N E T I A

2. Działalność operacyjna



2.1 Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

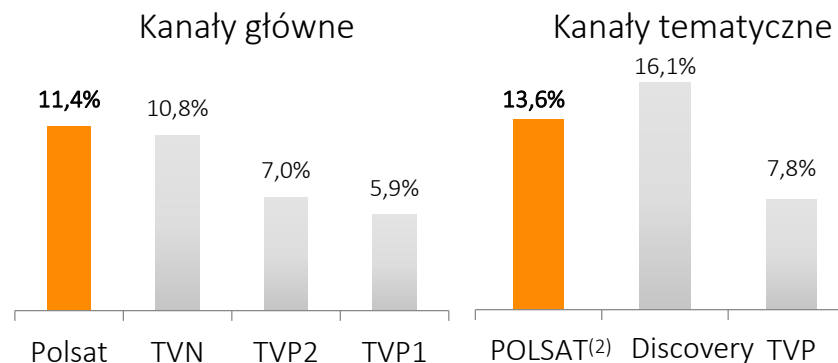
A horizontal bar with a gradient from orange on the left to green on the right, positioned below the section header.

Oglądalność naszych kanałów w 2Q'19

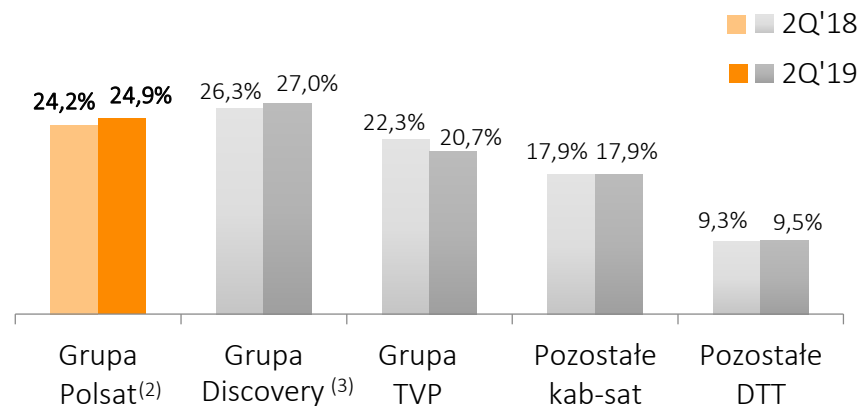


- Kanał główny liderem oglądalności w grupie komercyjnej

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*)

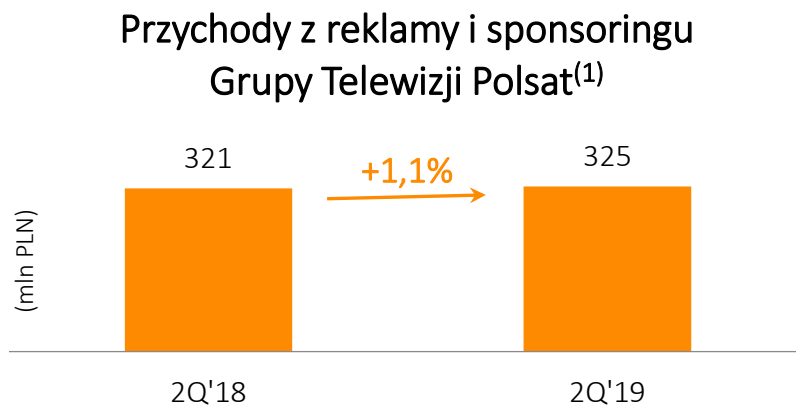
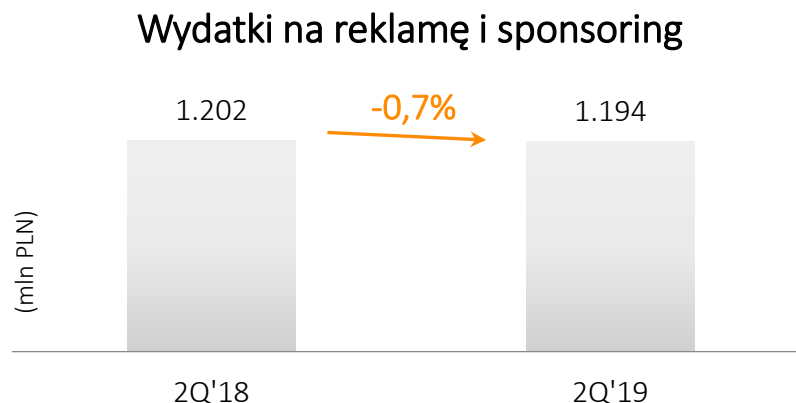
(2) z włączeniem kanałów Eleven i Superstacji (od czerwca 2018), z wyłączeniem kanałów partnerskich: Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat Nature, Polsat Viasat History, JimJam, CI Polsat

(3) Pro forma, łącznie kanały Grupy TVN oraz Discovery Networks Europe



Pozycja na rynku reklamy w 2Q'19

- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Polsat, pomimo spadającego o 0,7% r/r rynku, rosły o 1,1% r/r
- W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrósł do 27,2%

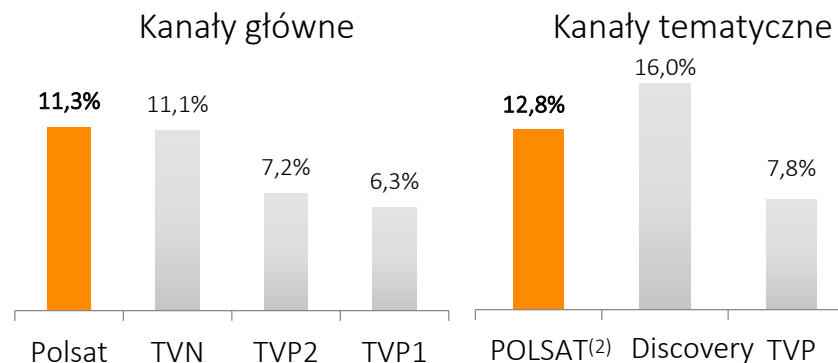


Oglądalność naszych kanałów w 1H'19

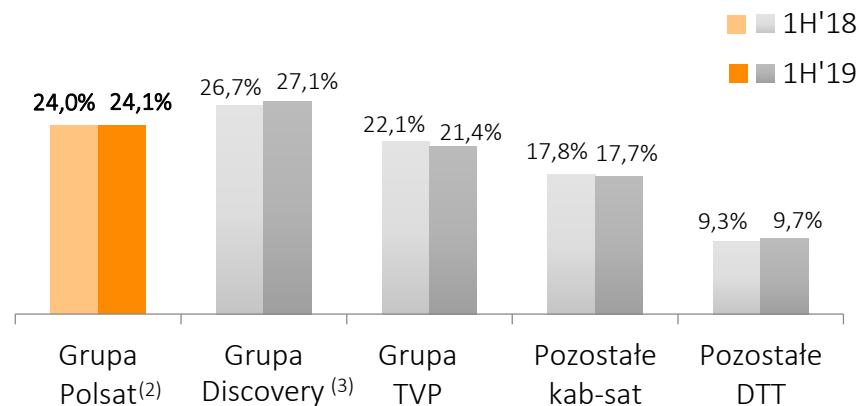


- Wyniki oglądalności kanałów Grupy Polsat zgodne ze strategią

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 włączeniem kanałów Eleven i Superstacji (od czerwca 2018), z wyłączeniem kanałów partnerskich: Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat Nature, Polsat Viasat History, JimJam, CI Polsat

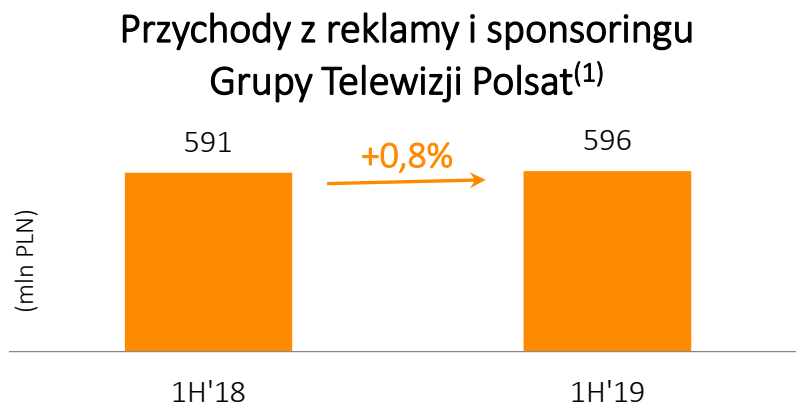
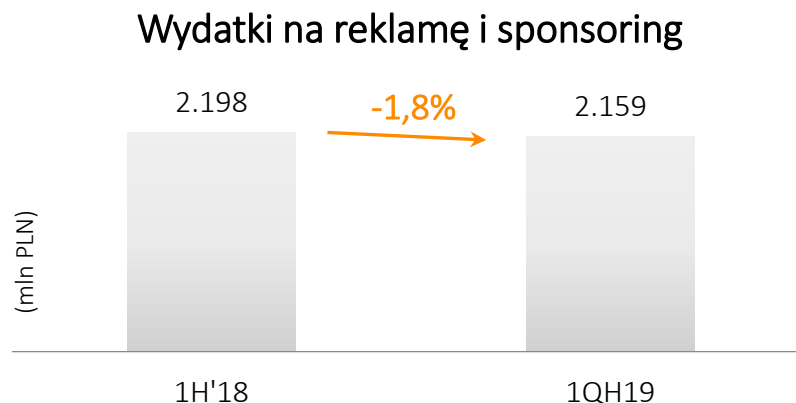
(3) Pro forma, łącznie kanały Grupy TVN oraz Discovery Networks Europe



N E T I A

Pozycja na rynku reklamy w 1H'19

- Na tle spadającego o 1,8% r/r rynku (efekt wysokiej bazy), przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Polsat rosły o 0,8% r/r
- W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrósł do 27,6%

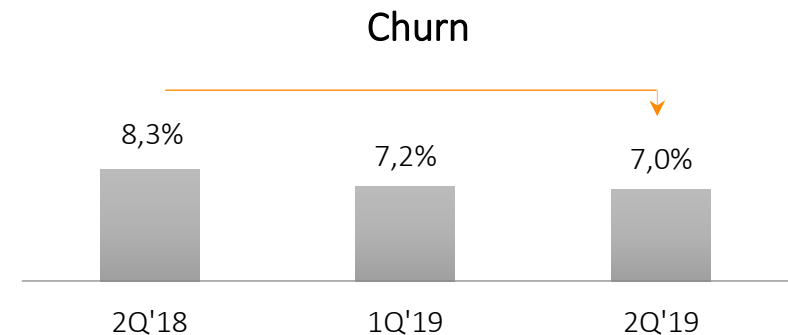
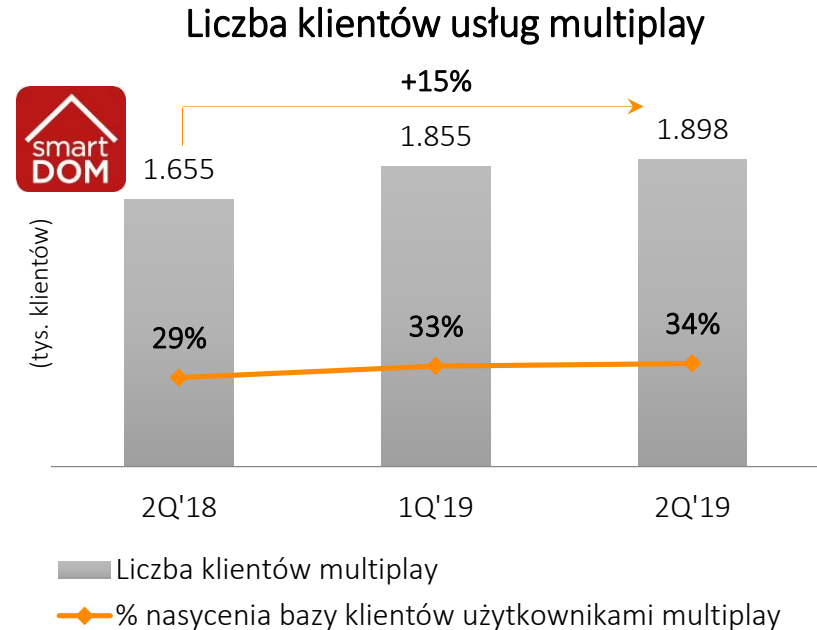


2.2 Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym

Już co trzeci klient korzysta z ofert multiplay, co przekłada się na niski wskaźnik churn



- Konsekwentna realizacja strategii multiplay skutkuje stabilnym wzrostem liczby klientów tych usług o 243 tys. r/r
- Liczba RGU posiadanych przez tych klientów rośnie do 5,71 mln
- Rekordowo niski poziom churn – głównie dzięki naszej strategii multiplay

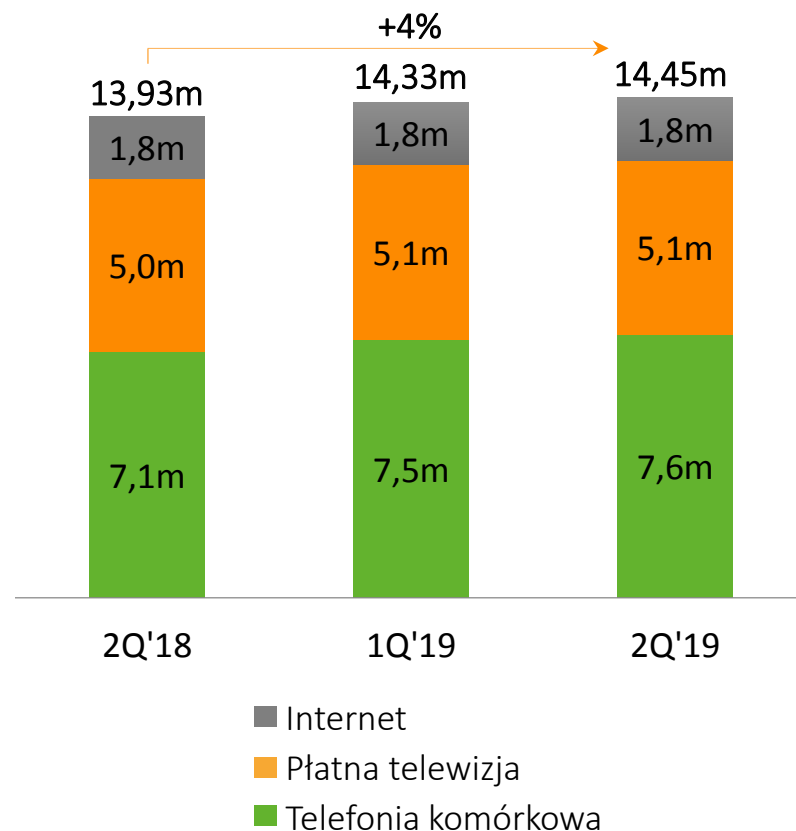


N E T I A

Sprzedaliśmy ponad pół miliona dodatkowych usług



- Przyrost liczby usług kontraktowych o 522 tys. r/r
- 499 tys. r/r dodatkowych RGU telefonii to efekt korzystnego wpływu strategii multiplay oraz nowych prostych taryf Plusa wprowadzonych w lutym 2018 r., wspartych dobrą sprzedażą w segmencie B2B (m2m)
- RGU płatnej telewizji rośnie o 31 tys. r/r (efekt multiroom i płatnego OTT)
- Stabilna baza usług Internetu

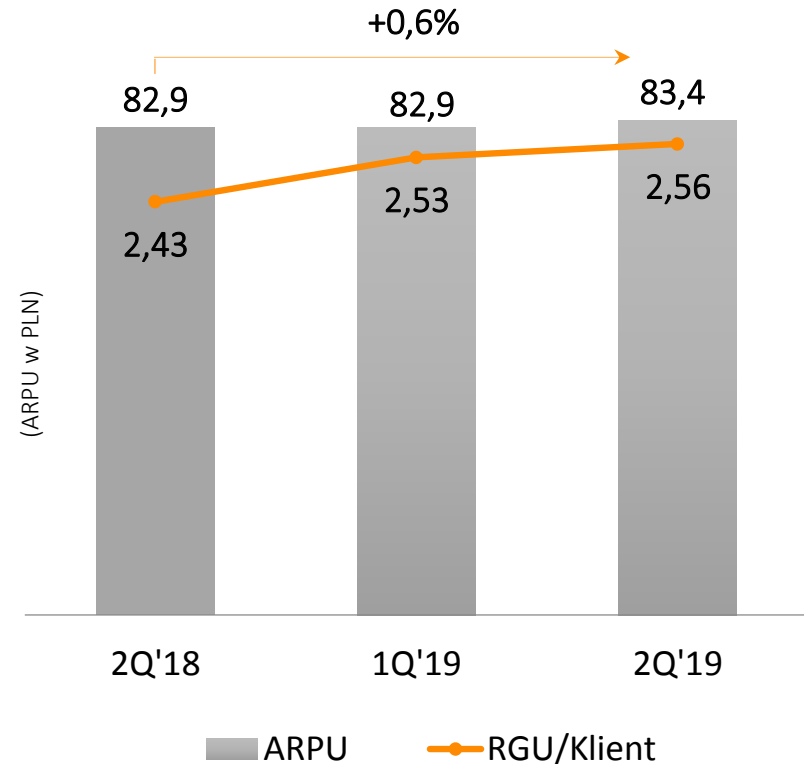


N E T I A

Wzrost ARPU dzięki konsekwentnej realizacji strategii multiplay



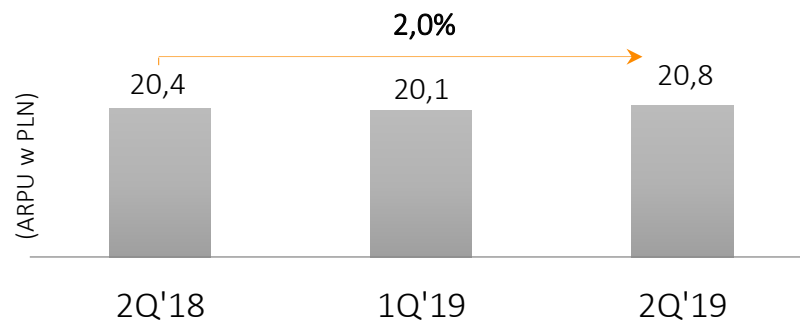
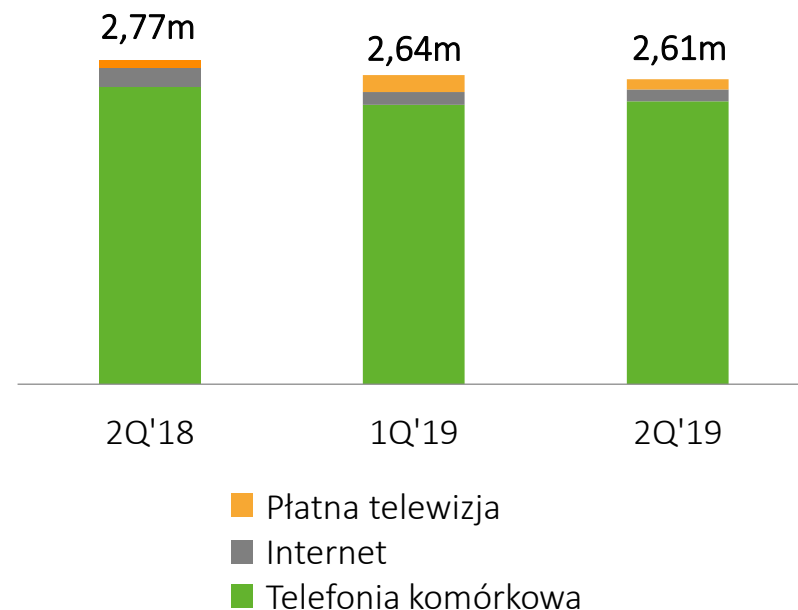
- Wzrost ARPU o 0,6% r/r
- Skuteczna dosprzedaż produktów w ramach strategii multiplay niezmiennie odzwierciedla się we wzroście wskaźnika saturacji RGU na klienta



Wysokie ARPU, stabilizacja bazy prepaid



- Stabilna baza usług prepaid przy wysokim i rosnącym poziomie ARPU



N E T I A

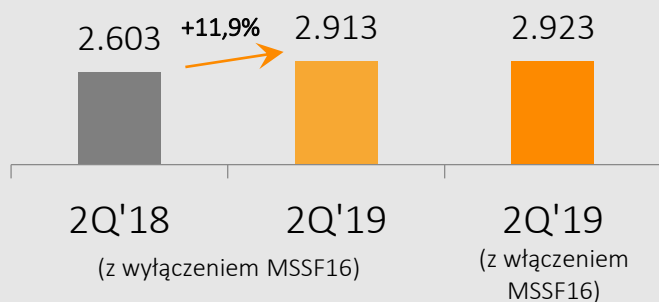
3. Wyniki finansowe



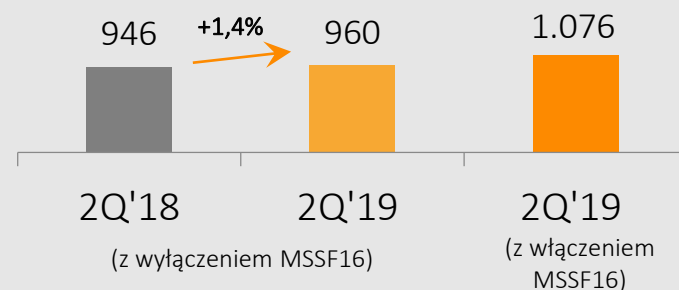
Wyniki Grupy w 2Q'19



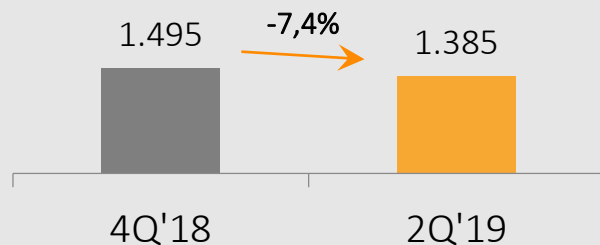
przychody



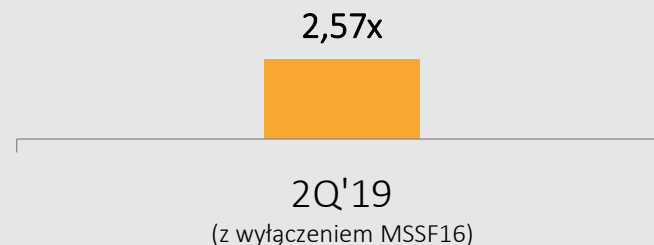
EBITDA



LTM FCF



dług netto/EBITDA LTM

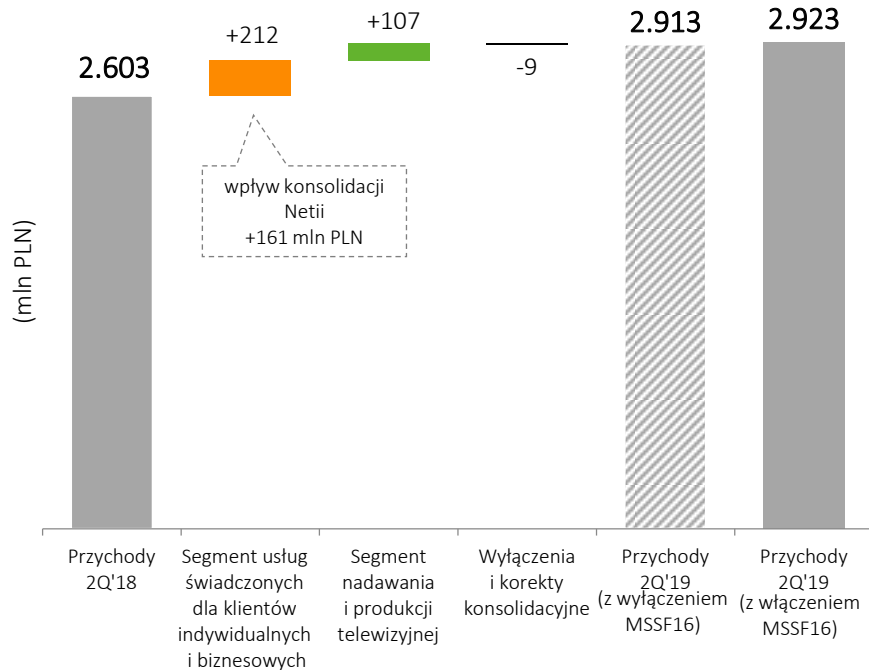


Przychody i EBITDA – czynniki zmian

Przychody ze sprzedaży

zmiana r/r

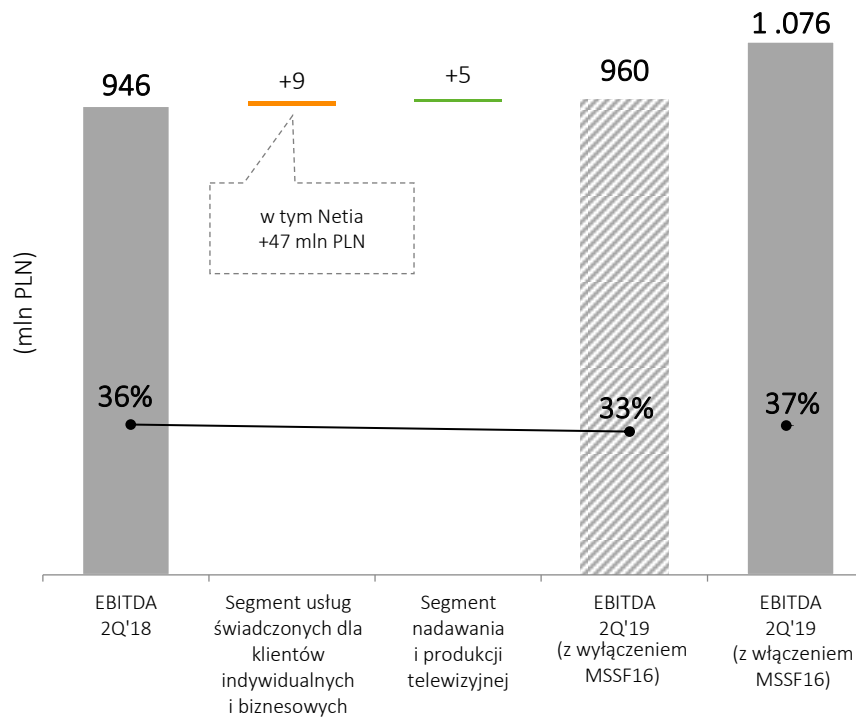
+12%
+310 mln



EBITDA

zmiana r/r

+1%
+14 mln



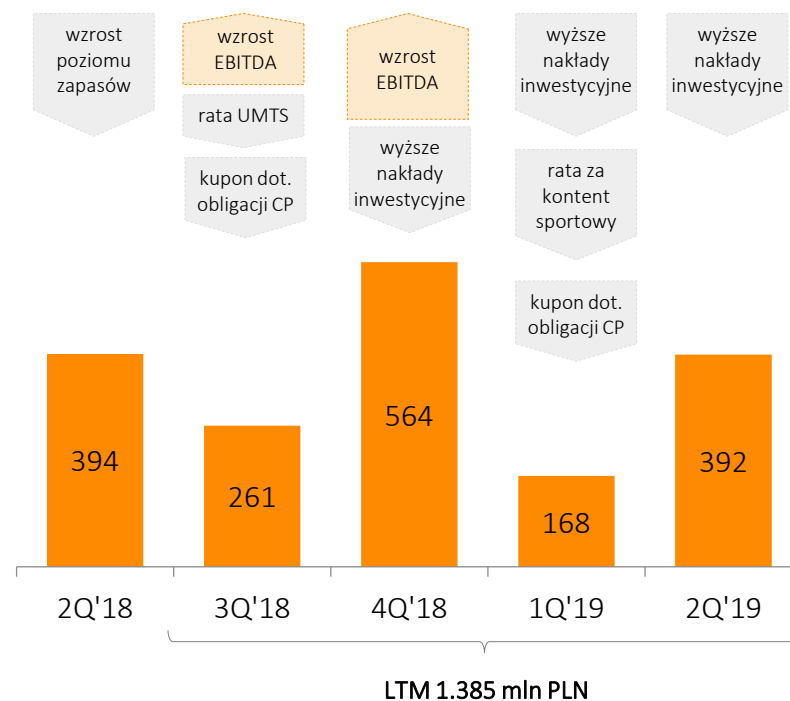
● — ● Marża EBITDA

Strumień FCF w Q2'19 stabilny r/r pomimo zwiększonych inwestycji

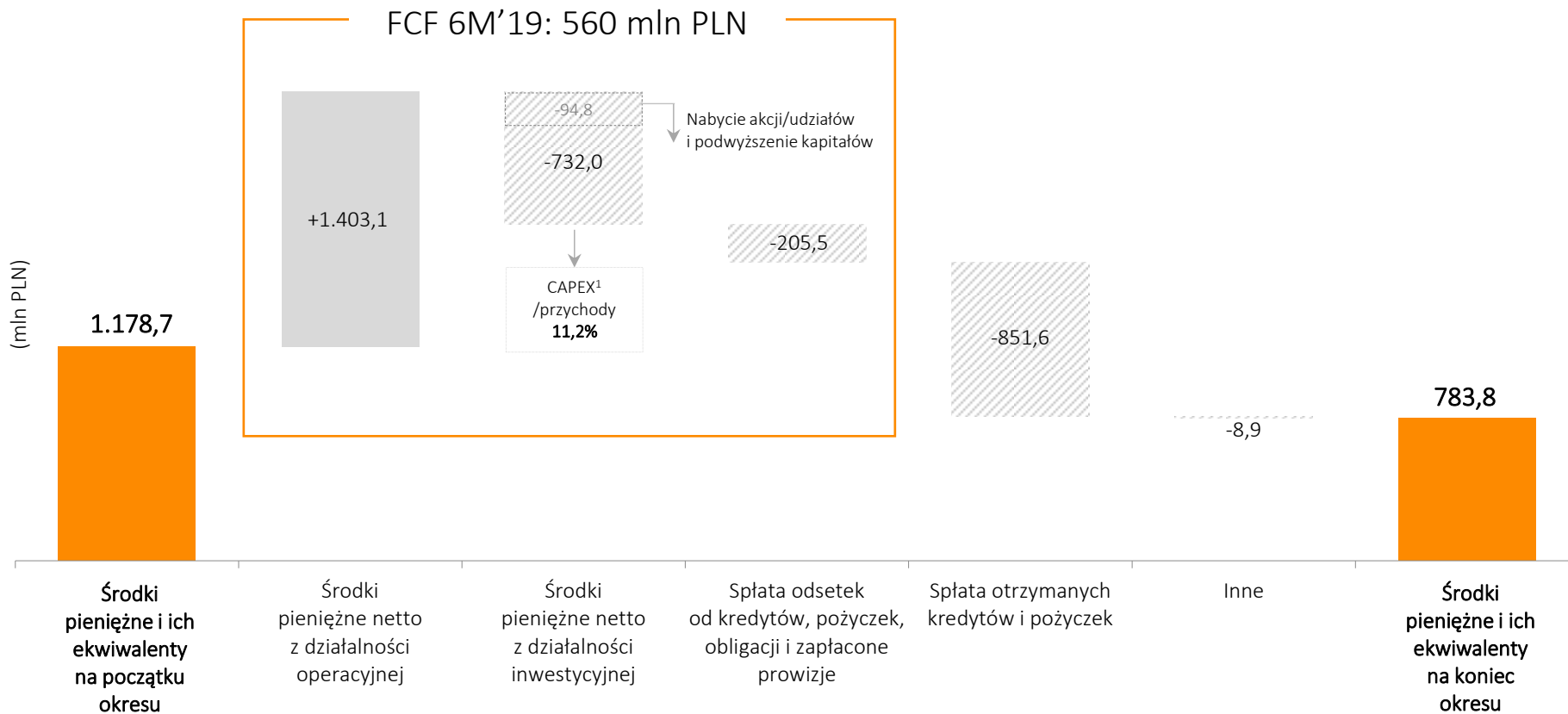


mln PLN	2Q'19	6M'19
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	761	1.403
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-365	-732
Splata odsetek od kredytów, pożyczek, obligacji, zapłacone prowizje	-99	-206
FCF po odsetkach	297	465
Nabycie akcji/udziałów i podwyższenie kapitałów	95	95
Skorygowany FCF po odsetkach	392	560

Skorygowany FCF po odsetkach



Rachunek przepływów pieniężnych w 6M'19



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2019 r. oraz analizy własne; wariant CF z wyłączeniem MSSF16

Nota: (1) Wydatki na nabycie rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych



NETIA

Zadłużenie Grupy

mln PLN	Wartość bilansowa na dzień 30.06.2019 bez uwzględnienia MSSF16, zgodnie z wymogami Połączonej Umowy Kredytowej	Wartość bilansowa na dzień 30.06.2019 z uwzględnieniem MSSF16
Połączony Kredyt Terminowy	9.104	9.104
Kredyt Rewolwingowy	270	270
Obligacje serii B	1.004	1.004
Leasing i inne	27	1.414
Zadłużenie brutto	10.405	11.792
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty ¹	(784)	(784)
Zadłużenie netto	9.621	11.008
EBITDA LTM	3.743 ²	3.976
Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM	2,57x	2,77x
Średni ważony koszt odsetek ³	3,3%	

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

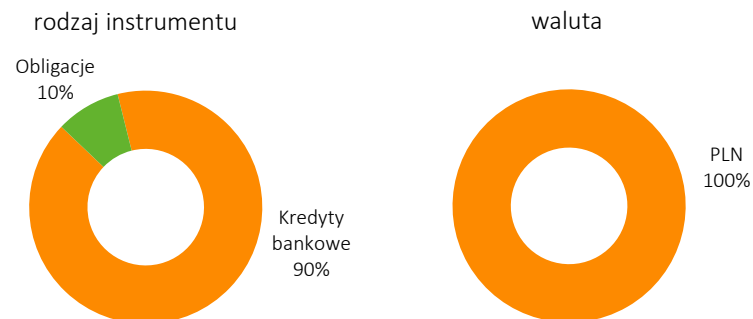
² Zgodnie z wymogami Połączonej Umowy Kredytowej, kalkulacja wyłącza efekty wprowadzenia standardu MSSF 16, który obowiązuje od 1 stycznia 2019 r. Wykluczenie dotyczy zarówno kalkulacji EBITDA LTM, jak również kalkulacji wartości długu.

³ Prospektywny średni ważony koszt odsetkowy Połączonego Kredytu Terminowego (wraz z Kredytem Rewolwingowym) oraz Obligacji Serii B, wg stanu na dzień 30 czerwca 2019 roku przy WIBOR 1M na poziomie 1,64% i WIBOR 6M 1,79%, nie uwzględniając instrumentów zabezpieczających.

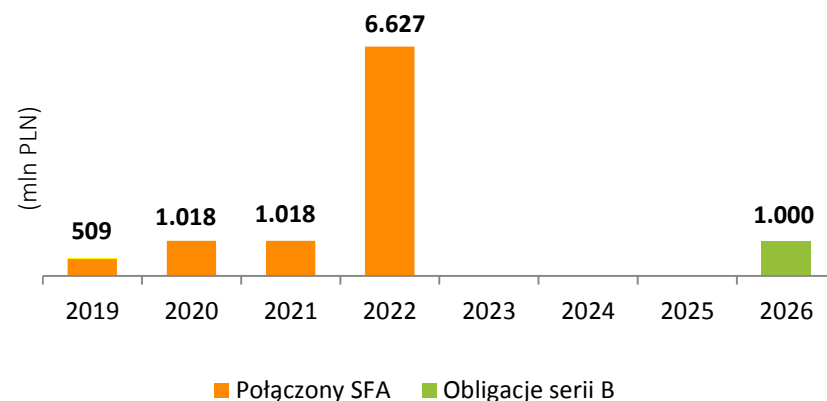
⁴ Wartość nominalna zadłużenia na dzień 30 czerwca 2019 r. (z wyłączeniem Kredytu Rewolwingowego i leasingu).

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2019 r. oraz analizy własne

Struktura zadłużenia⁴



Zapadalność długu⁴



4. Podsumowanie i Q&A





Nowa, przełomowa telewizja Internetowa z dekodernem



Maksimum sportu w Cyfrowym Polsacie

(m.in. PKO Ekstraklasa na Canal+ Sport 3 i 4, Liga Mistrzów UEFA i Ligi Europy UEFA w kanałach Polsat Sport Premium, mecze najlepszych europejskich lig – m.in. hiszpańskiej La Liga Santander, włoska Serie A TIM i niemieckiej Bundesligi, wyścigi Formula 1® w kanałach Eleven Sports, Mistrzostwa Europy w Siatkówce 2019, eliminacje Mistrzostw Europy w piłce nożnej wraz z meczami reprezentacji Polski)



Świetne wyniki operacyjne: już 1,9 mln klientów multiplay / 522 tys. nowych usług / rekordowo niski churn 7,0% / wzrost ARPU do 83,4 zł



Stabilne wyniki finansowe pozwalają realizować politykę dywidendową przy jednoczesnym wzroście zaufania kredytodawców wyrażonym podwyższeniem ratingu (Ba1)

5. Dodatkowe informacje:

wyniki finansowe z wyłączeniem MSSF16



Wyniki segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym

Z wyłączeniem MSSF16



mln PLN	2Q'19	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.459	9%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	1.662	14%
EBITDA	804	1%
Marża EBITDA	32,7%	-2,7pkt%

- Wzrost głównych pozycji rachunku wyników spowodowany głównie konsolidacją wyników Grupy Netia, nad którą Grupa Cyfrowy Polsat zaczęła sprawować kontrolę z dniem 22 maja 2018 r.

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2019 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

Z wyłączeniem MSSF16



mln PLN	2Q'19	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	520	26%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	364	39%
EBITDA	156	3%
Marża EBITDA	30,0%	-6,6pkt%

- Wyniki segmentu pod wpływem włączenia do portfolio oferty hurtowej nowych kanałów telewizyjnych, w tym w szczególności pakietów Eleven Sports Network oraz Polsat Sport Premium

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2019 r. oraz analizy własne

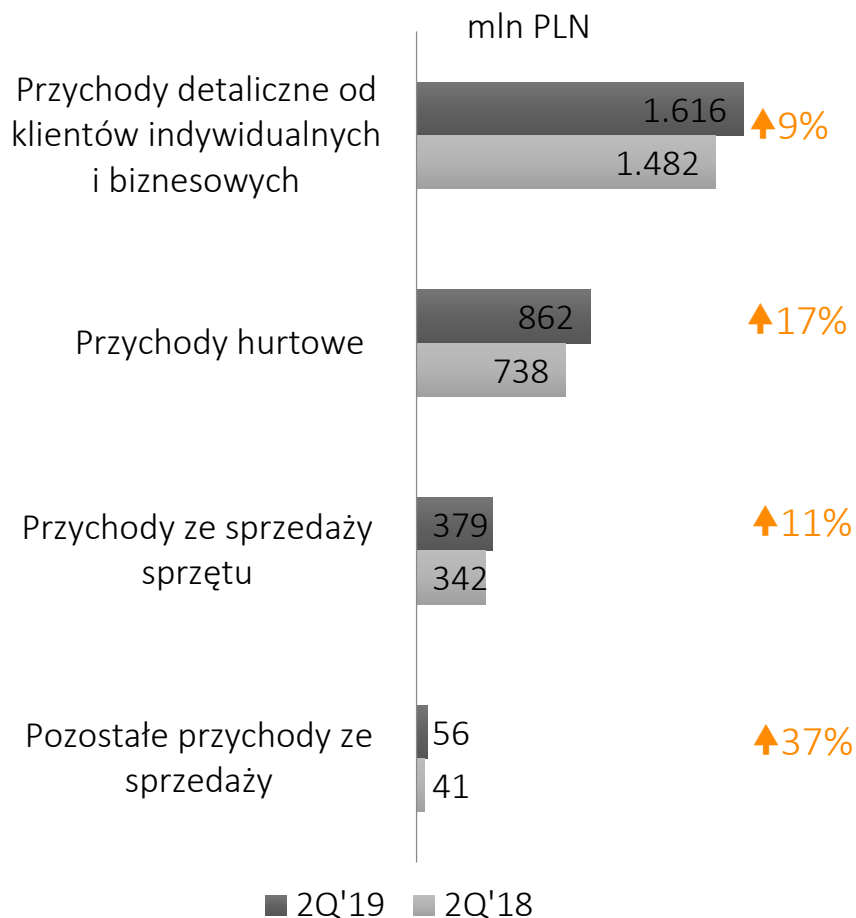
Nota: (1) koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



N E T I A

Struktura przychodów ze sprzedaży

Z wyłączeniem MSSF16



- Wzrost **przychodów detalicznych od klientów indywidualnych i biznesowych** głównie na skutek konsolidowania wyników Grupy Netia od 22 maja 2018 r. Po wykluczeniu tego czynnika przychody detaliczne zmniejszyły się o ok. 1% r/r, gdyż spadek przychodów z usług głosowych został częściowo skompensowany wyższymi przychodami z usług płatnej telewizji oraz wyższymi przychodami z tytułu transmisji danych.
- Wzrost **przychodów hurtowych** przede wszystkim w wyniku konsolidacji wyników Grupy Netia. Wyłączając ten czynnik, przychody hurtowe wzrosły o ok. 16%, a na wzrost tej pozycji miało przede wszystkim wpływ włączenie do portfolio oferty hurtowej nowych kanałów telewizyjnych, w tym w szczególności pakietów Eleven Sports Network oraz Polsat Sport Premium, co skutkowało wzrostem przychodów od operatorów kablowych i satelitarnych. Ponadto odnotowaliśmy wyższe przychody z tytułu sprzedaży sublicencji programowych, odsprzedaży pojemności naszej sieci mobilnej dla klientów MVNO oraz reklamy i sponsoringu. Z kolei niższe niż przed rokiem były nasze przychody z tytułu świadczenia usługi roamingu krajowego oraz na rzecz operatora P4.
- Wyższe **przychody ze sprzedaży sprzętu** głównie na skutek większego udziału droższych modeli wśród sprzedanych urządzeń końcowych, co znalazło swoje odzwierciedlenie również w wyższym koszcie własnym sprzedanego sprzętu, przy jednocześnie niższym roku do roku wolumenie sprzedanych urządzeń.

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2019 r. oraz analizy własne



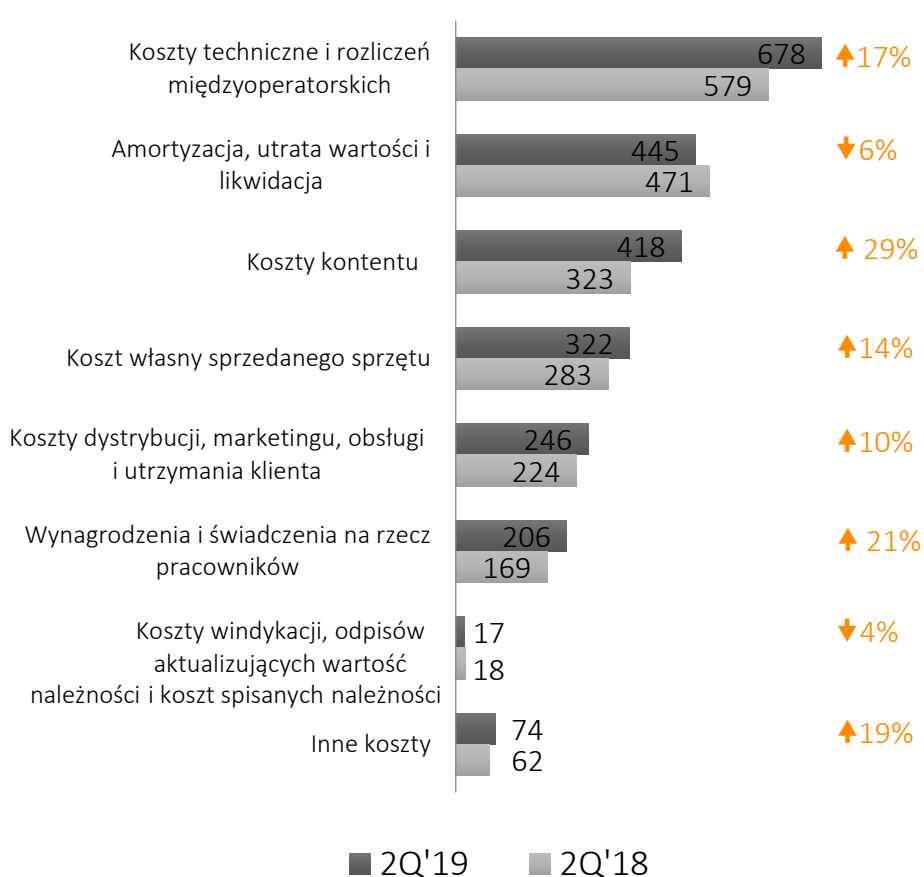
N E T I A

Struktura kosztów operacyjnych

Z wyłączeniem MSSF16



mln PLN



- Wzrost **kosztów technicznych** głównie z uwagi na skonsolidowanie wyników Grupy Netia. Po wykluczeniu tego czynnika koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich wzrosły o ok. 7%. Wzrost ten wynikał głównie z wyższych kosztów zakańczania połączeń i tranzytu ruchu, wyższych kosztów zakupu ruchu w roamingu międzynarodowym oraz zawiązania wyższych rezerw dotyczących kosztów energii elektrycznej.
- Wzrost **kosztów kontentu** spowodowany głównie ujęciem wyższych kosztów produkcji własnej i zewnętrznej oraz amortyzacji praw sportowych, w szczególności dotyczących uruchomionych w drugiej połowie 2018 roku kanałów Polsat Sport Premium, które transmitują m.in. piłkarskie rozgrywki Ligi Mistrzów UEFA i Ligi Europy UEFA oraz zakupionych w maju 2018 roku kanałów Eleven Sports Network.
- Wyższe **koszty własne sprzedanego sprzętu** na skutek większego udziału droższych modeli wśród sprzedanych urządzeń końcowych, przy jednocześnie niższym rok do roku wolumenie sprzedanych urządzeń.
- Wzrost kosztów **wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników** głównie w związku z konsolidowaniem wyników Grupy Netia, spółki Coltex oraz Eleven Sports Network, jak również w efekcie przeprowadzenia konwersji formy zatrudnienia części pracowników tymczasowych na etaty stałe.

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2019 r. oraz analizy własne



N E T I A

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

Olga Zomer

Rzecznik Prasowy

Telefon: +48 (22) 356 6035

Email: ozomer@cyfrowypolsat.pl

Grzegorz Para

Dyrektor Relacji Inwestorskich

Telefon: +48 (22) 426 8562

Email: gpara@cyfrowypolsat.pl

Lub odwiedź naszą stronę internetową:

www.grupapolsat.pl



N E T I A