



Wyniki finansowe 3Q'2020 r.

10 listopada 2020 r.

Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat S.A.



N E T I 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.



Agenda



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



N E T I A



1. Najważniejsze wydarzenia 3Q'20



Mirosław Błaszczuk
Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Najważniejsze wydarzenia 3Q'20



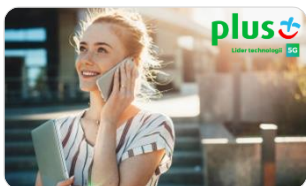
Przejęliśmy kontrolę i rozpoczęliśmy szybką integrację Interia.pl w ramach struktur Grupy Polsat



Przejęliśmy kontrolę i posiadamy 100% udziałów w spółce nadającej kanały Fokus TV i Nowa TV



Rozpoczęliśmy przegląd opcji strategicznych dotyczących potencjalnej sprzedaży naszej mobilnej infrastruktury telekomunikacyjnej



Podjęliśmy decyzję o przyspieszeniu tempa budowy sieci 5G Plusa o świetnych parametrach użytkowych – jedyna sieć oferująca nawet 600 Mb/s



N E T I A



2. Działalność operacyjna

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

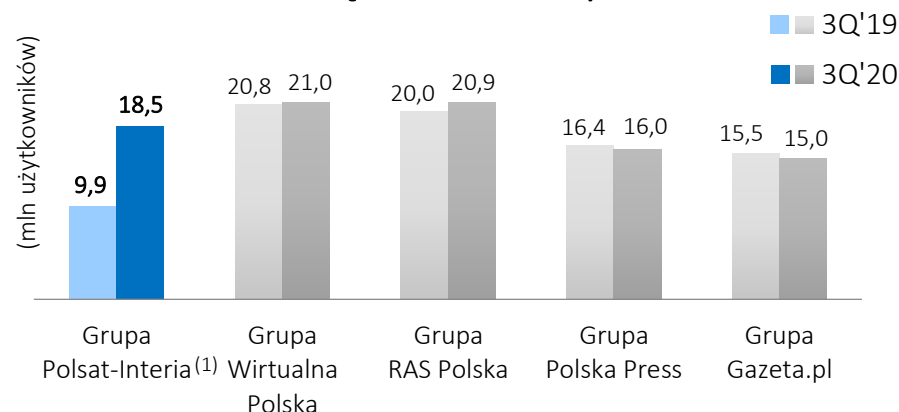
2.1 Segment mediowy: telewizja i online

Stanisław Janowski
Prezes Zarządu, Telewizja Polsat

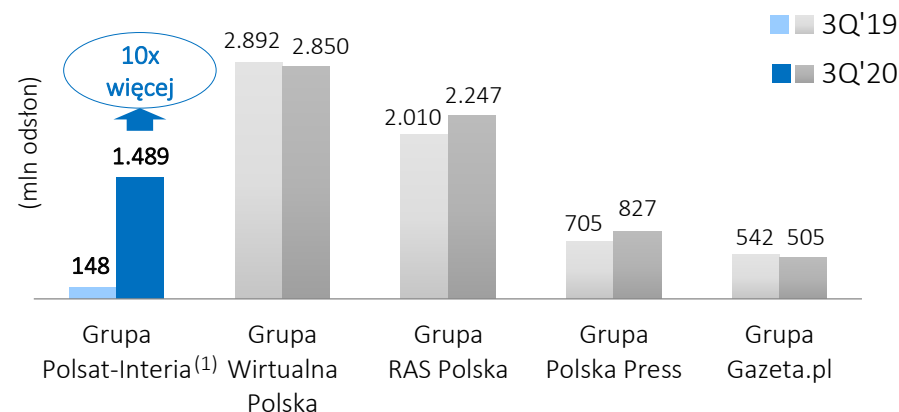
Silna pozycja w online w 3Q'20

- Jesteśmy wiodącym wydawcą internetowym w Polsce dzięki dokonanej akwizycji Interii
- Nasza wiodąca pozycja w mediach internetowych: 18,5 mln użytkowników oraz 1,5 mld odsłon pozwala nam skutecznie realizować zapowiadane synergie

Średniomiesięczna liczba użytkowników



Średniomiesięczna liczba odsłon

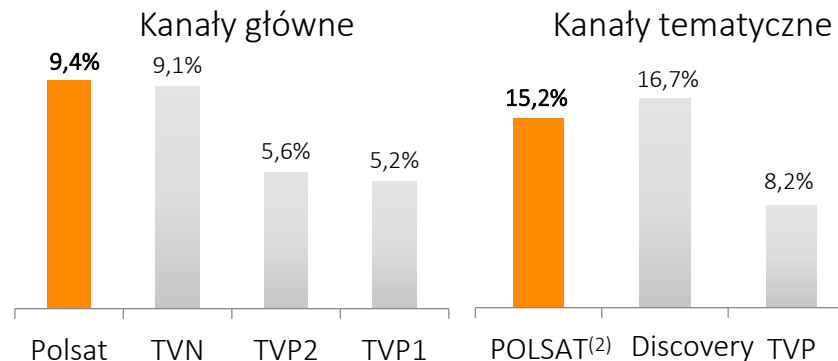


Oglądalność naszych kanałów w 3Q'20

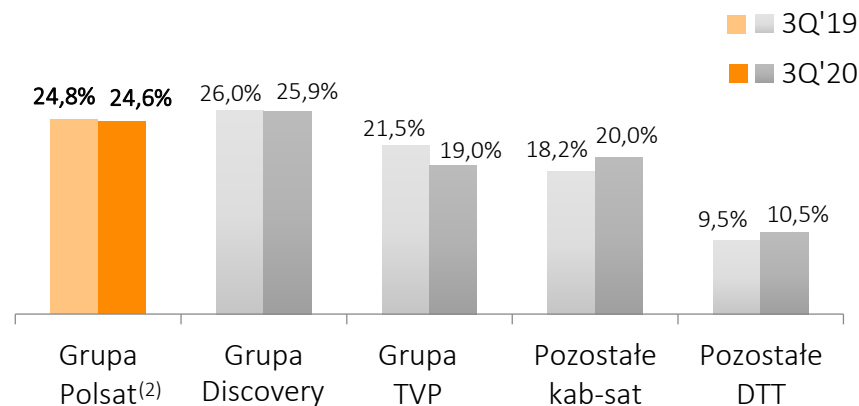


- Kanał główny liderem oglądalności w grupie komercyjnej

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 wyłączeniem kanałów partnerskich: Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat Nature, Polsat Viasat History, JimJam, CI Polsat, Polsat Comedy Central Extra

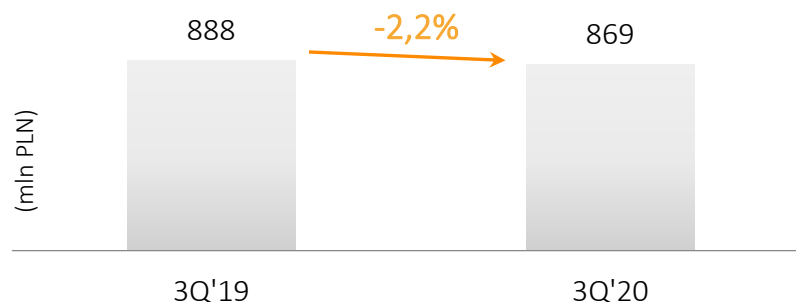


Pozycja na rynku reklamy w 3Q'20

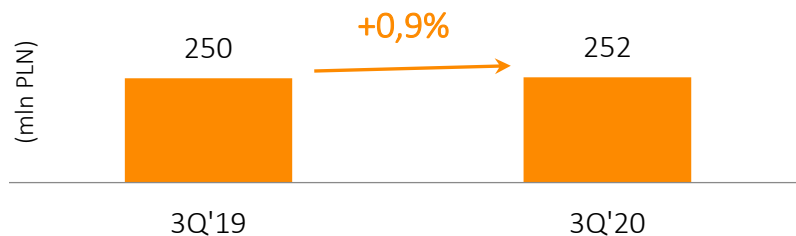


- Dynamika przychodów z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat powyżej dynamiki rynku
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrósł r/r do poziomu 29,0%

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾

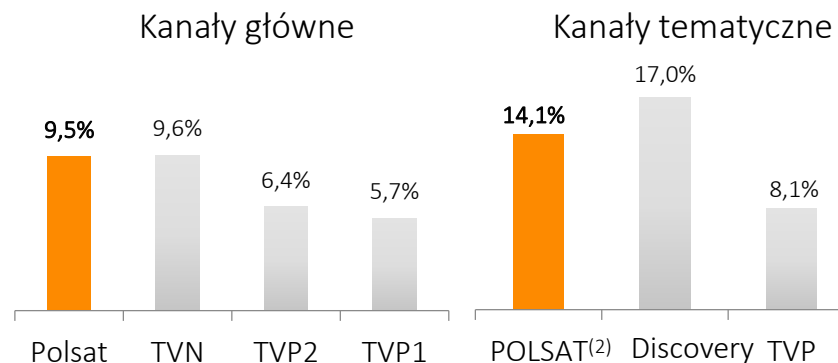


Oglądalność naszych kanałów w 9M'20

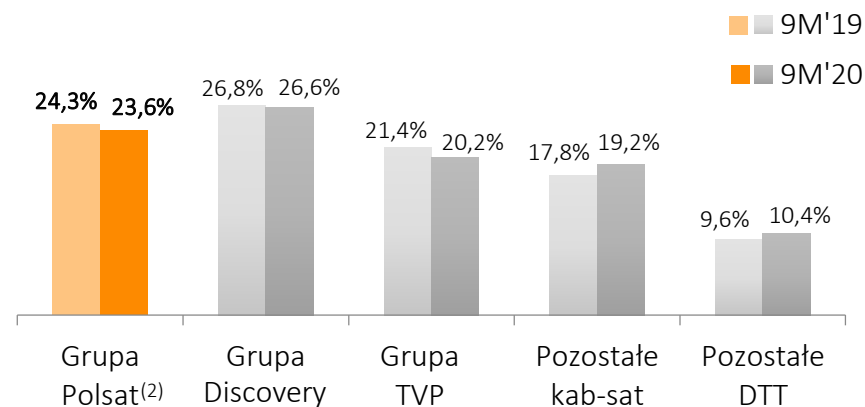


- Wyniki oglądalności kanałów Grupy Polsat zgodne ze strategią

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*)

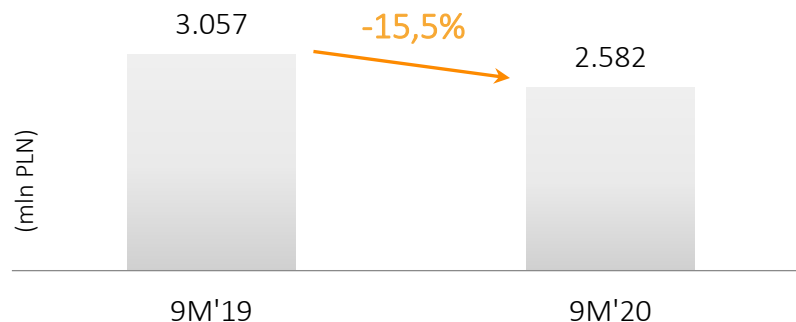
(2) z wyłączeniem kanałów partnerskich: Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat Nature, Polsat Viasat History, JimJam, CI Polsat, Polsat Comedy Central Extra



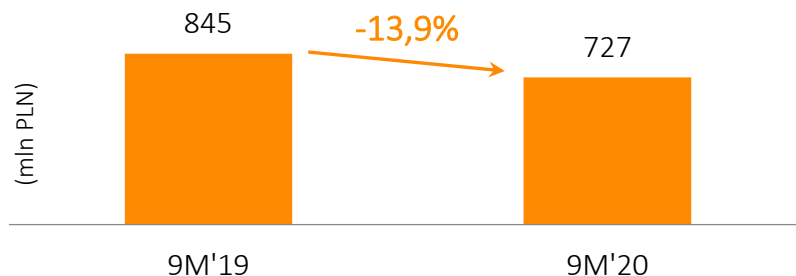
Pozycja na rynku reklamy w 9M'20

- Dynamika przychodów z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat zgodna z trendem rynkowym, odzwierciedlającym efekty wiosennego lockdownu
- W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wyniósł 28,2%

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



2.2 Segment usług B2C i B2B

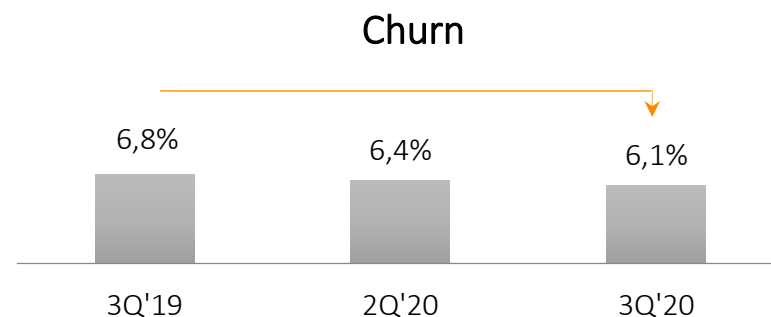
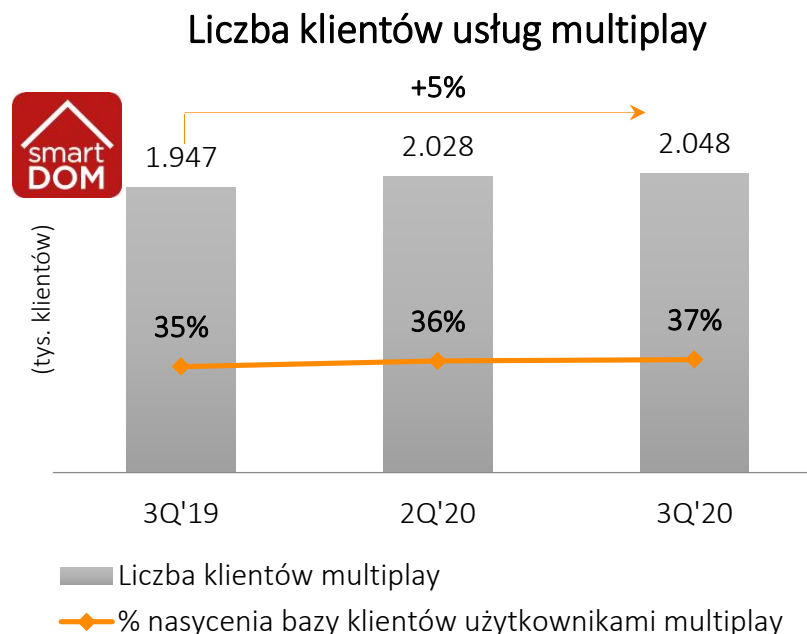
Maciej Stec

Wiceprezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Ponad 2 miliony klientów oferty multiplay



- Konsekwentna realizacja strategii multiplay skutkuje stabilnym wzrostem liczby klientów tych usług o 100 tys. r/r
- Liczba RGU posiadanych przez tych klientów rośnie do 6,28 mln
- Kolejny kwartał spadku poziomu churn – głównie dzięki naszej strategii multiplay



N

E

T

I

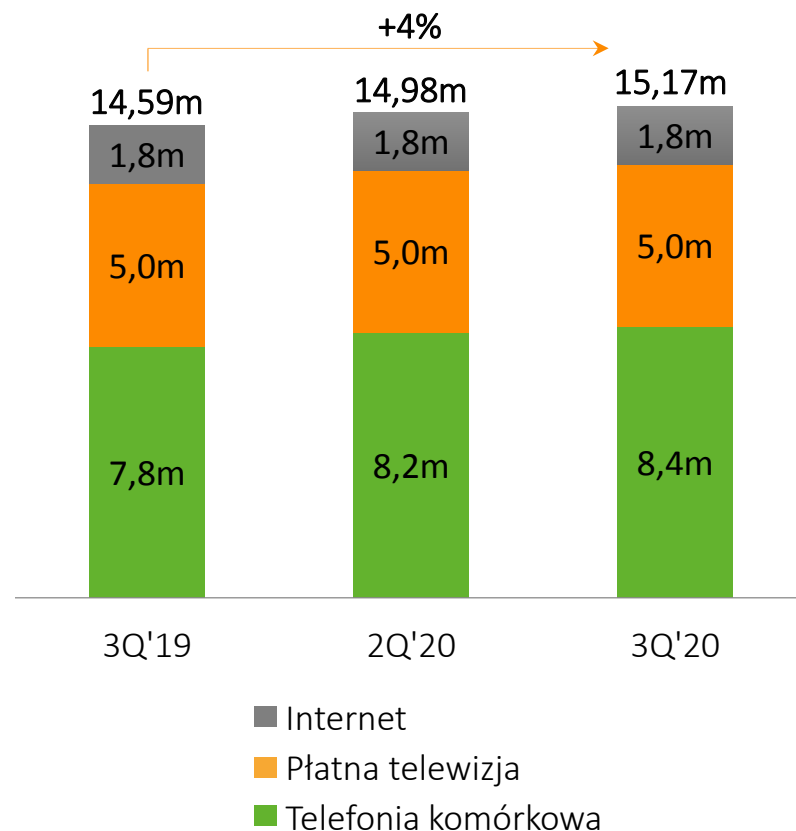
A



Ponad 15 milionów świadczonych usług kontraktowych



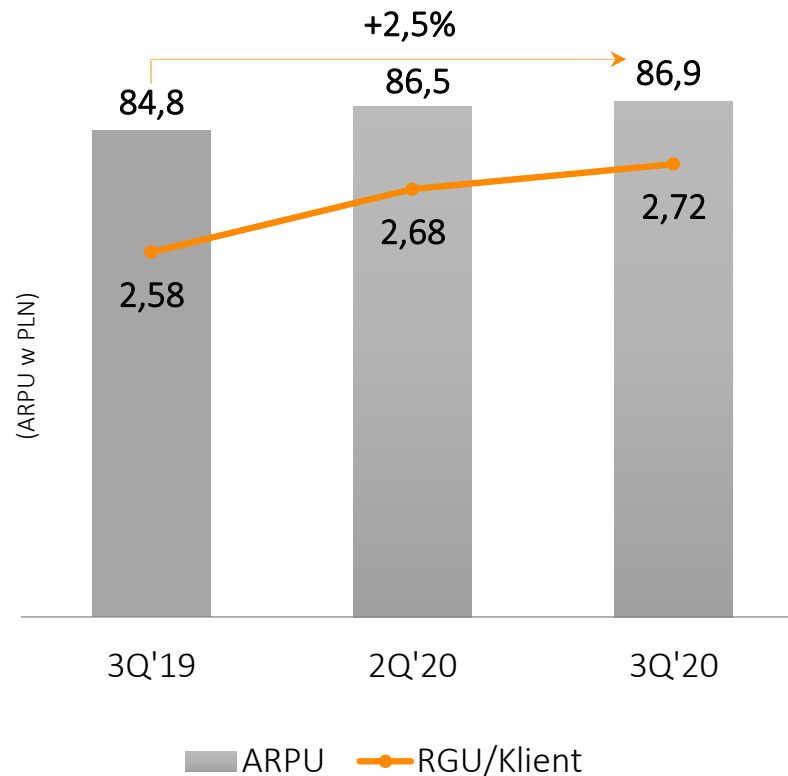
- Przyrost liczby usług kontraktowych o 581 tys. r/r
- Dynamiczny wzrost RGU telefonii komórkowej to efekt skutecznej realizacji strategii dosprzedaży usług do pojedynczego klienta, skutecznego dbania o satysfakcję klientów, jak również wysokiego popytu wśród klientów biznesowych na usługi m2m
- Stabilna baza usług płatnej telewizji i Internetu



Wzrost ARPU dzięki konsekwentnej realizacji strategii multiplay



- Wzrost ARPU o 2,5% r/r wynikający z konsekwentnej budowy wartości istniejącej bazy klienckiej oraz wzrostu przychodów z tytułu rozliczeń międzyoperatorskich
- Skuteczna dosprzedaż produktów w ramach strategii multiplay niezmiennie odzwierciedla się we wzroście wskaźnika saturacji RGU na klienta



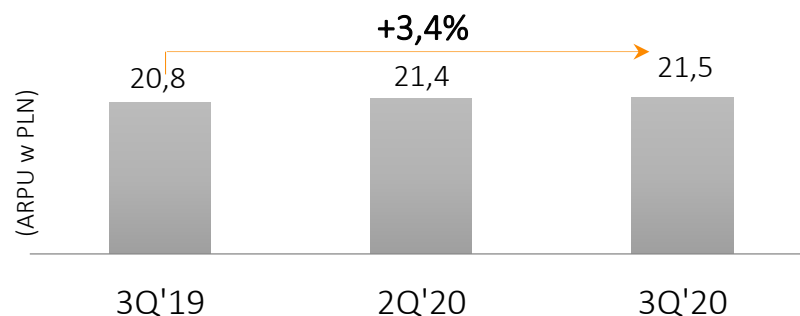
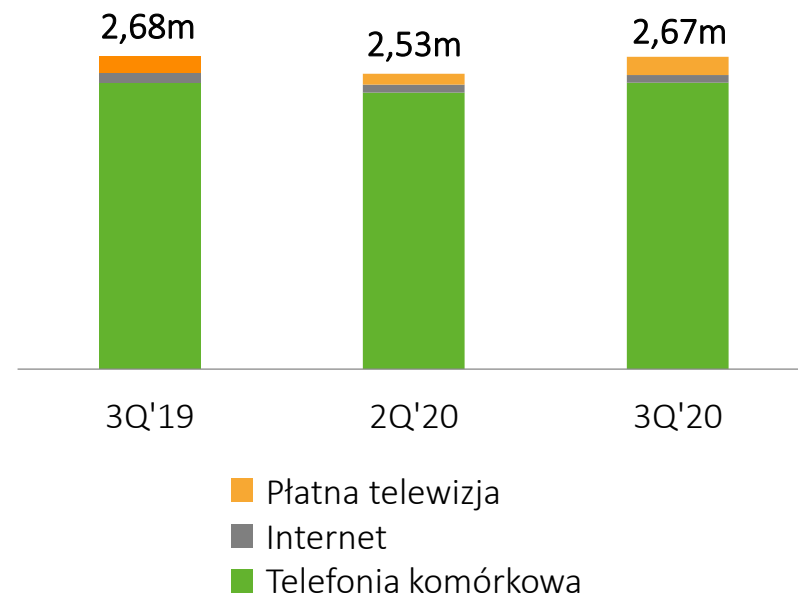
N E T I A



Szybka odbudowa skali świadczonych usług przedpłaconych



- Dobra sprzedaż usług telefonicznych po okresie lockdownu oraz wysokie zainteresowanie usługami VOD przekładają się na stabilizację bazy usług przedpłaconych
- Rosnący poziom ARPU wynika między innymi z wyższej liczby połączeń głosowych przekładającej się na wyższe rozliczenia międzyoperatorskie



N

E

T

I

A



3. Wyniki finansowe

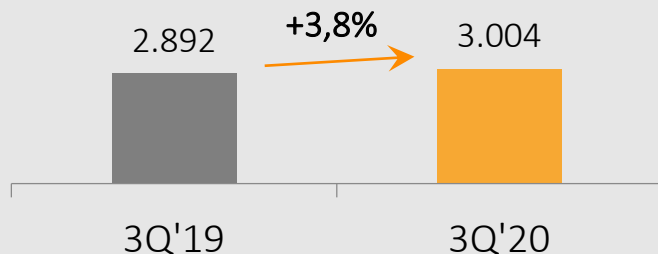


Katarzyna Ostap-Tomann
Członek Zarządu, Cyfrowy Polsat

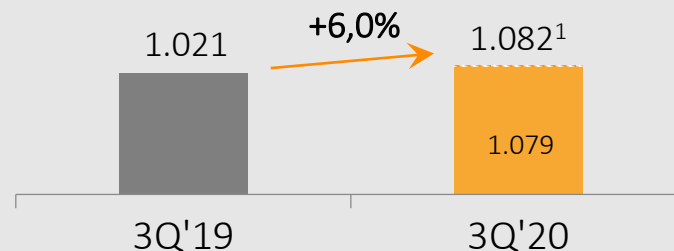
Wyniki Grupy w 3Q'20



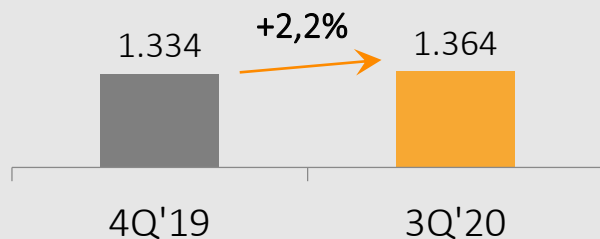
przychody



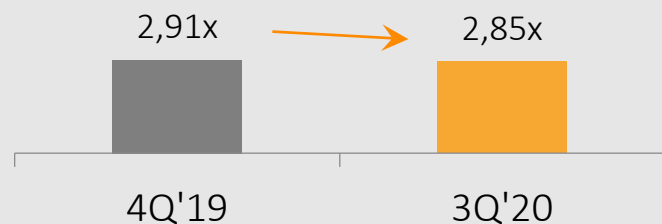
EBITDA i EBITDA skorygowana¹



LTM FCF



dług netto/EBITDA LTM



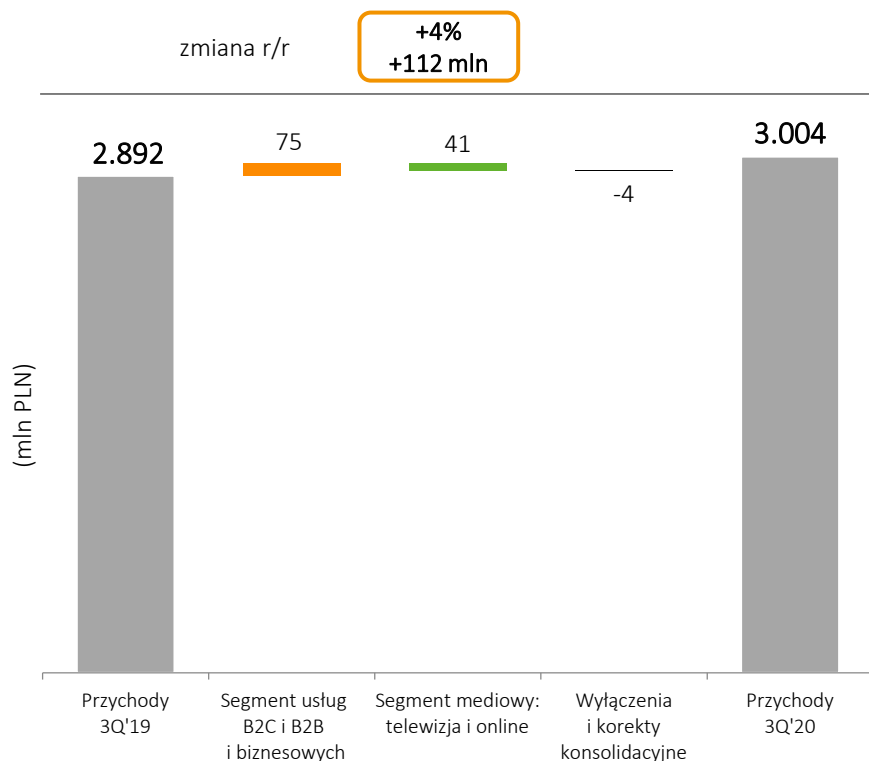
Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2020 r. oraz analizy własne

Nota: (1) EBITDA z pominięciem jednorazowych kosztów związanych z COVID-19 (w tym darowizn) w wysokości 3,3 mln zł

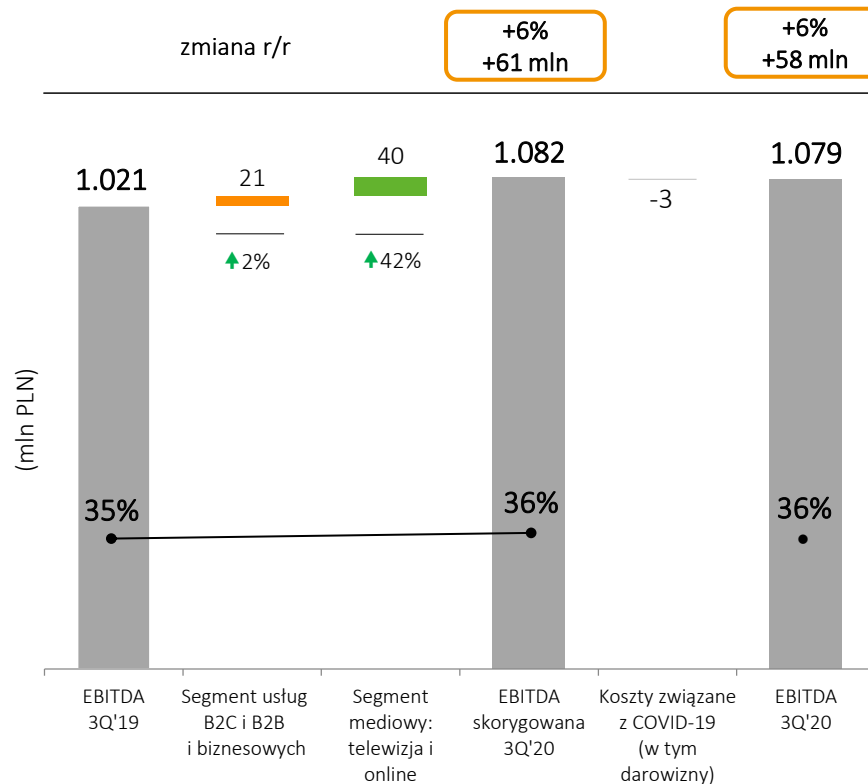


Przychody i EBITDA – czynniki zmian

Przychody ze sprzedaży



EBITDA skorygowana¹ i EBITDA



● — Marża EBITDA

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2020 r. oraz analizy własne

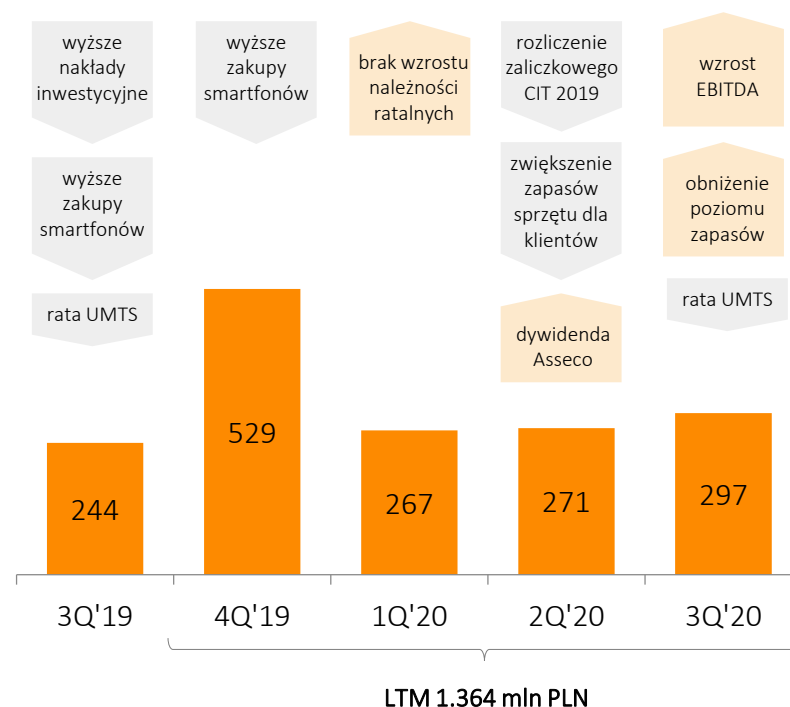
Nota: (1) EBITDA z pominięciem jednorazowych kosztów związanych z COVID-19 (w tym darowizn) w wysokości 3,3 mln zł

Stabilny strumień generowanej gotówki

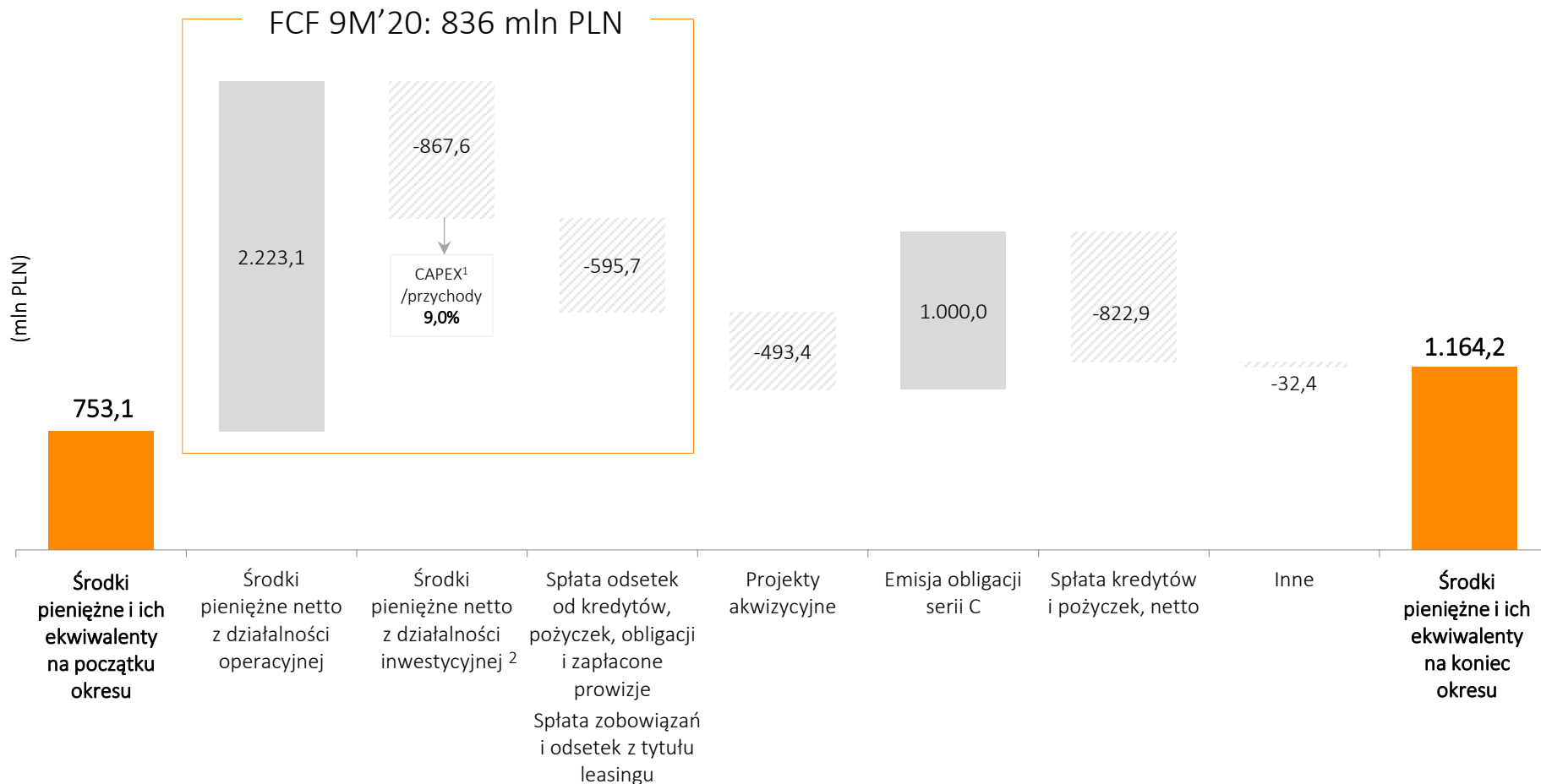


mln PLN	3Q'20	9M'20
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	870	2.223
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-817	-1.361
Splata odsetek od kredytów, pożyczek, obligacji, zapłacone prowizje	-63	-256
Splata zobowiązań i odsetek z tytułu leasingu	-133	-340
FCF po odsetkach	-143	266
Projekty akwizycyjne	437	493
Prowizje bankowe i inne koszty organizacji refinansowania	-	32
Koszty związane z COVID-19 (w tym darowizny)	3	45
Skorygowany FCF po odsetkach	297	836

Skorygowany FCF po odsetkach



Wysoki poziom własnych środków pieniężnych pozwalający na wypłatę dywidendy w kwocie 640 mln PLN



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2020 r. oraz analizy własne;

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

(2) Po wyłączeniu projektów akwizycyjnych



N

E

T

I

A

interia

Zadłużenie Grupy

mIn PLN	Wartość bilansowa na dzień 30.09.2020
Kredyt Terminowy (transza A i B)	9.291
Kredyt Rewolwingowy	335
Obligacje (seria B i C)	2.000
Leasing i inne	1.442
Zadłużenie brutto	13.068
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty ¹	(1.164)
Zadłużenie netto	11.903
EBITDA LTM ²	4.172
Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM	2,85x
Średni ważony koszt odsetek od kredytu i obligacji ³	1,8%

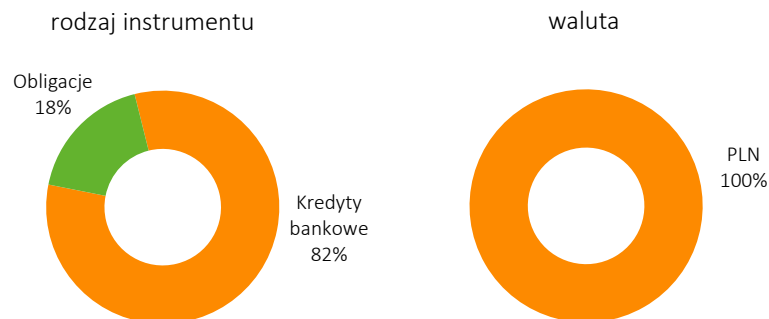
¹ Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, w tym środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania oraz lokat krótkoterminowych.

² Zgodnie z wymogami Umowy Kredytowej, kalkulacja EBITDA LTM obejmuje skorygowaną wartość EBITDA za drugi i trzeci kwartał 2020 r., tj. bez uwzględnienia kosztów związanych z epidemią COVID-19, w tym darowizn.

³ Prospektywny średni ważony koszt odsetkowy Kredytu Terminowego (wraz z Kredytem Rewolwingowym) oraz Obligacji Serii B i Obligacji Serii C, wg stanu na dzień 30 września 2020 r. przy WIBOR 1M na poziomie 0,20% i WIBOR 6M 0,26%, nie uwzględniając instrumentów zabezpieczających.

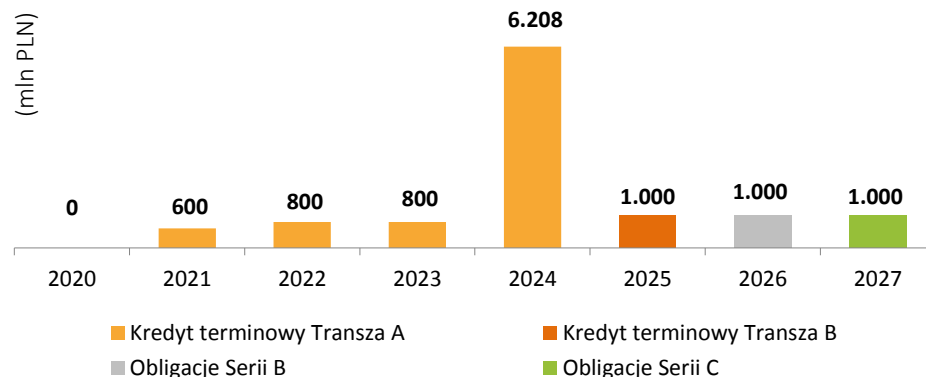
⁴ Wartość nominalna zadłużenia na dzień 30 września 2020 r. (z wyłączeniem Kredytu Rewolwingowego i leasingu).

Struktura zadłużenia⁴



Zapadalność długu⁴

na dzień 30.09.2020



4. Podsumowanie i Q&A

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

Mirosław Błaszczuk
Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat



Doskonałe wyniki strategii multiplay: ponad 2 mln klientów / 581 tys. nowych usług / wzrost ARPU do 86,9 zł / rekordowo niski churn 6,1%



Silne wyniki finansowe: ponad 3 mld PLN przychodów, wzrost EBITDA o 6% r/r, stabilne niskie zadłużenie (2,85x)



Rozpoczęliśmy wypłatę rekordowo wysokiej dywidendy w łącznej kwocie 640 mln zł



Dynamicznie inwestujemy w sieci 5G na unikalnym paśmie 2,6 GHz TDD – ponad 11 milionów Polaków w 150 miastach w zasięgu 5G już w 2021 r.

5. Dodatkowe informacje

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

5.1 Wpływ COVID-19 na działalność Grupy Polsat



Nasz biznes wykazał wysoką odporność na zakłócenia powodowane przez COVID-19



- Nasz **zdywersyfikowany i bazujący na subskrypcjach** model biznesowy zapewnia przewidywalne i **stabilne strumienie przychodów**
- Utrzymujący się **wysoki popyt na usługi łączności oraz rozrywkę domową** nie ucierpiał nawet pomimo przejściowego zamknięcia części sieci sprzedaży
- Ograniczenie mobilności transgranicznej wywiera **przejściową presję na przychody roamingowe**
- Telewizja i Internet to kanały reklamowe **najbardziej odporne na turbulencje wywołane COVID-19**, perspektywy czwartego kwartału są relatywnie stabilne
- Nieprzerwanie generujemy **wysoki poziom środków pieniężnych**, co zapewnia **bezpieczeństwo** pod względem bieżącej płynności

Stabilny i bezpieczny model biznesowy Grupy Polsat pozwala na komfortowe prowadzenie bieżącej działalności operacyjnej

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



czynniki presji pozytywnej

- popyt na większe pakiety danych spowodowany wyższym zużyciem GB z powodu pracy zdalnej i edukacji domowej, zarówno w segmencie B2C oraz B2B
- zwiększony popyt na treści premium (płatna telewizja / VOD), co znajduje odzwierciedlenie w przechodzeniu klientów na wyższe pakiety
- niski wskaźnik churn
- pozytywny wpływ na przychody detaliczne dzięki zmianom cen usług mobilnych w 2019/2020
- wyższe przychody i koszty IC z powodu wyższego ruchu głosowego
- mniej wymagający rynek pracy
- obniżka stóp procentowych o 140 pkt. bazowych prowadzi do obniżki kosztów obsługi długu

- niepewność, co do czasu trwania i ostatecznego wpływu koronawirusa na światową, europejską i polską gospodarkę
- niepewność co do średnioterminowych perspektyw rynku reklamy z powodu spowolnienia polskiej, europejskiej i światowej gospodarki
- niepewność związana z konsekwencjami przekładania ważnych wydarzeń sportowych
- wyraźnie niższy ruch roamingowy nawet pomimo otwarcia granic
- niższa sprzedaż starterów prepaid w okresie lockdownu oraz ograniczeń w zakresie możliwości przyjazdów klientów zagranicznych
- w przypadku dalszego pogorszenia sytuacji na rynku pracy potencjalny spadek sprzedaży telefonów / sprzętu z powodu niższej skłonności do zakupu drogich smartfonów
- potencjalne bankructwa w sektorach najsilniej dotkniętych efektami ograniczeń wywołanych efektami pandemii

czynniki presji negatywnej



N

E

T

I

A



5.2 Wyniki finansowe 3Q'20

Wyniki segmentu usług B2C i B2B



mln PLN	3Q'20	zmiana r/r	
Przychody ze sprzedaży	2.590	75	3%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	1.646	48	3%
EBITDA skorygowana ⁽²⁾	947	21	2%
Marża EBITDA skorygowana	36,6%	-0,2pkt%	

- Stabilizacja przychodów detalicznych, wysoki poziom rozliczeń międzyoperatorskich, dobra sprzedaż sprzętu oraz pierwsze wyniki sprzedaży fotowoltaiki powodują wyraźny wzrost przychodów, co przekłada się na wzrost wyniku EBITDA segmentu

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2020 r. oraz analizy własne

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

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



N

E

T

I

A



Wyniki finansowe segmentu mediowego



mln PLN	3Q'20	zmiana r/r	
Przychody ze sprzedaży	482	41	9%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	348	5	1%
EBITDA skorygowana ⁽²⁾	135	40	42%
Marża EBITDA skorygowana	28,0%	6,5pkt%	

- Wyraźne odbicie rynku reklamy telewizyjnej w połączeniu z konsolidacją wyników Interia.pl przekłada się dynamiczny wzrost przychodów segmentu
- Mniejsza ilość bieżących wydarzeń sportowych, zwłaszcza rozgrywek siatkarskich, oraz rozważne podejście do jesiennej oferty programowej przekładają się na ponad 40% wzrost wyniku EBITDA

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 czerwca 2020 r. oraz analizy własne

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

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



N

E

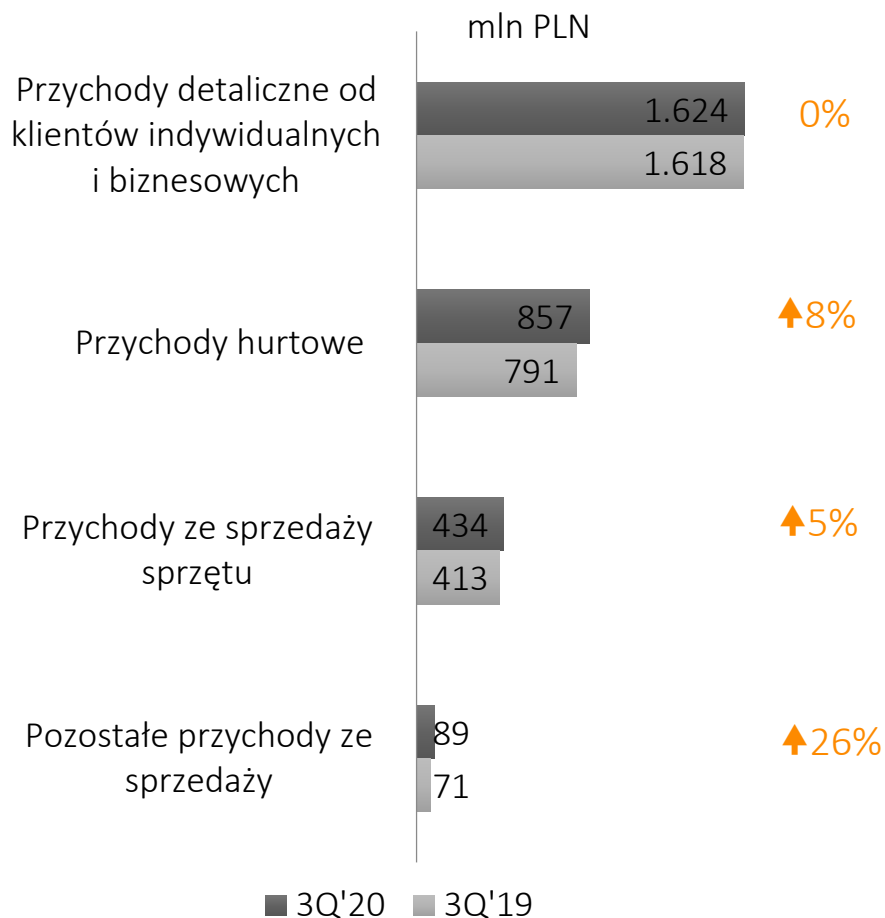
T

I

A

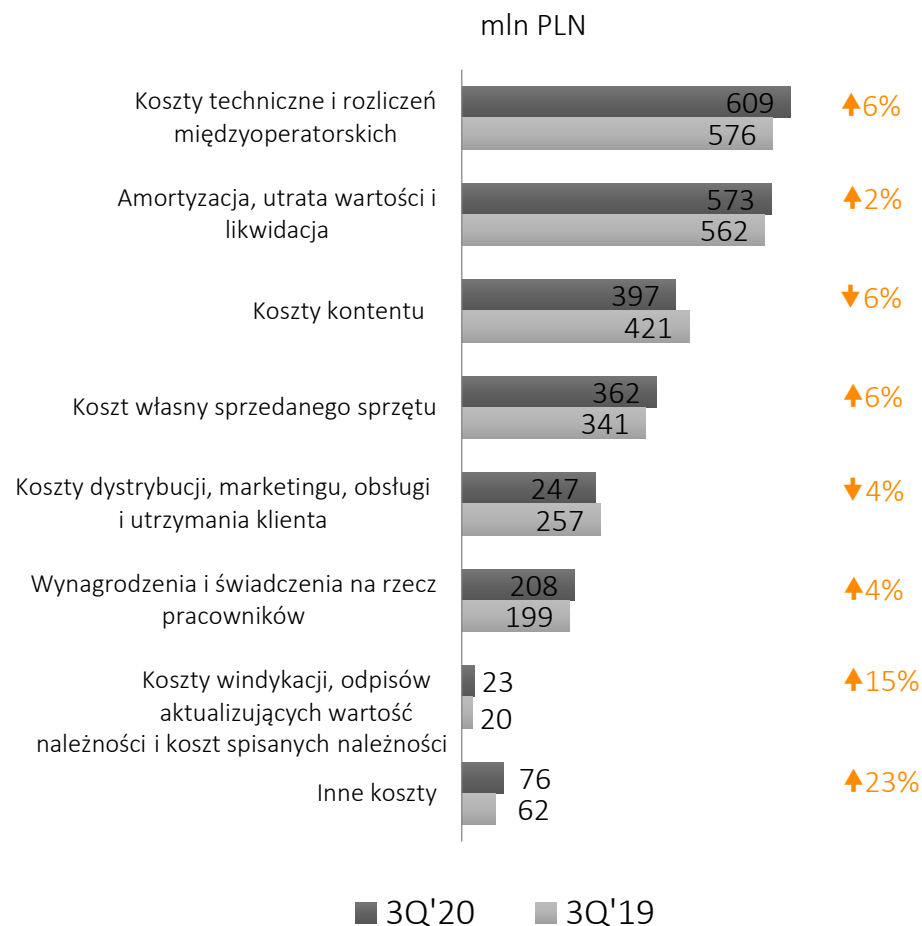


Struktura przychodów ze sprzedaży



- Wyższe **przychody hurtowe** w wyniku wzrostu przychodów z tytułu reklamy związanego głównie z konsolidowaniem wyników Grupy Interia od lipca 2020 r. dodatkowo wspartego przez istotny wzrost przychodów z rozliczeń międzyoperatorskich, będącego wynikiem wzrostu wolumenu połączeń głosowych wykonywanych w okresie epidemii COVID-19, oraz przez wyższe przychody ze sprzedaży kanałów do operatorów kablowych i satelitarnych
- Wzrost **przychodów ze sprzedaży sprzętu**. W 3Q'20 sprzedaż sprzętu utrzymała się na wysokim poziomie, m.in. dzięki podjętym przez nas podczas lockdownu wywołanego stanem epidemii COVID-19 wysiłkom, aby zastąpić bezpośrednią formę sprzedaży przez kanały zdalne oraz znaczącej intensyfikacji sprzedaży stacjonarnej po ponownym otwarciu od maja 2020 r. tej części naszej sieci, która była przejściowo niedostępna podczas lockdown'u
- Wzrost **pozostałych przychodów ze sprzedaży** spowodowany przede wszystkim konsolidacją przychodów spółki Esoleo, zajmującej się sprzedażą instalacji fotowoltaicznych oraz rosnącymi przychodami z odsetek od sprzedaży ratalnej sprzętu dla klientów detalicznych

Struktura kosztów operacyjnych



- Wyższe **koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich** głównie na skutek wyższych kosztów rozliczeń międzyoperatorskich wynikających ze wzrostu wolumenu ruchu wychodzącego, na co wpłynęła epidemia koronawirusa.
- Niższe **koszty kontentu** w wyniku ujęcia niższych kosztów produkcji własnej i amortyzacji praw sportowych, co było bezpośrednim następstwem ostrożnego zarządzania stroną kosztową w dobie niepewności wywołanej epidemią koronawirusa. Ponadto w trzecim kwartale 2019 roku pozycja ta obejmowała m.in. koszty dotyczące transmisji z szeregu najważniejszych turniejów siatkarskich.
- Wyższe **koszty własne sprzedanego sprzętu** korespondują z wyższymi przychodami uzyskanymi ze sprzedaży sprzętu.
- Wzrost **innych kosztów** głównie w związku z ujęciem kosztów związanych z nabyciem Grupy Interia, w szczególności podatku PCC, kosztów związanych z działalnością na rynku fotowoltaicznym oraz dodatkowych kosztów z tytułu dostosowania Grupy do działania w warunkach stanu epidemii.

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

