



Wyniki finansowe 1Q'2018

10 maja 2018 r.

Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat S.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
2. Działalność operacyjna
3. Wyniki finansowe
4. Podsumowanie i Q&A

1. Najważniejsze wydarzenia



Najważniejsze wydarzenia



Bardzo dobre wyniki kanałów telewizyjnych Grupy Polsat



Wyjątkowa propozycja dla fanów Ligi Mistrzów – wszystkie mecze na żywo i dwa dedykowane kanały sportowe Polsat Sport Premium



Bardzo dobre wyniki operacyjne – dobre przyjęcie nowej oferty



2. Działalność operacyjna



2.1 Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

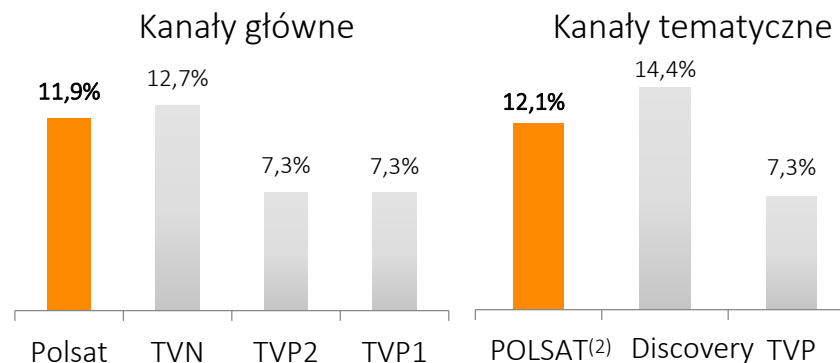


Oglądalność naszych kanałów w 1Q'18

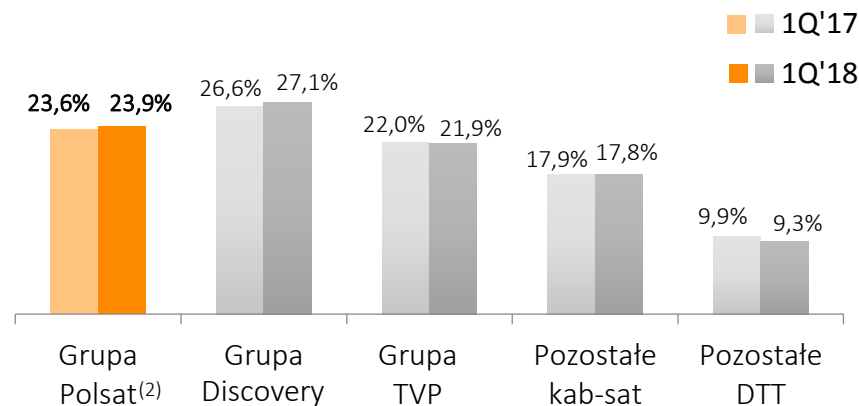


- Wyniki oglądalności kanałów Grupy Polsat zgodne ze strategią
- Oglądalność Grupy Discovery uwzględnia kanały TVN

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*)

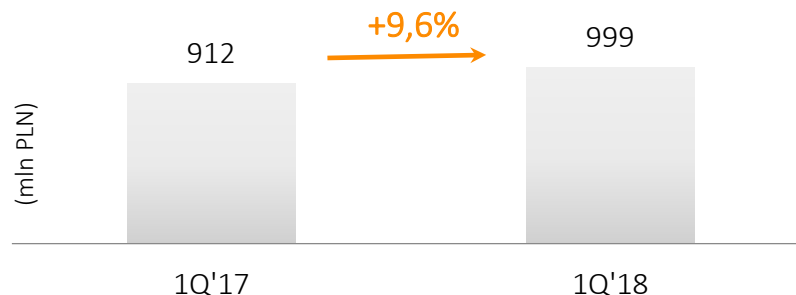
(2) z wyłączeniem kanałów partnerskich: Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat Nature, Polsat Viasat History, JimJam, CI Polsat



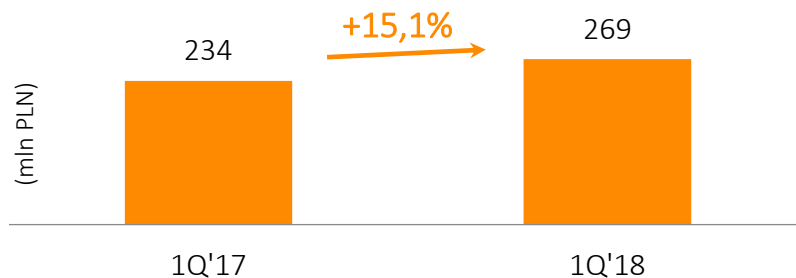
Pozycja na rynku reklamy w 1Q'18

- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Polsat rosły o 15,1% r/r, w tym samym czasie rynek rósł o 9,6% r/r
- Dynamiczny wzrost przychodów z kanałów TV Polsat wsparty został szybką realizacją synergii zapowiedzianych w momencie nabycia nowych kanałów TV
- W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrósł do 26,9%

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



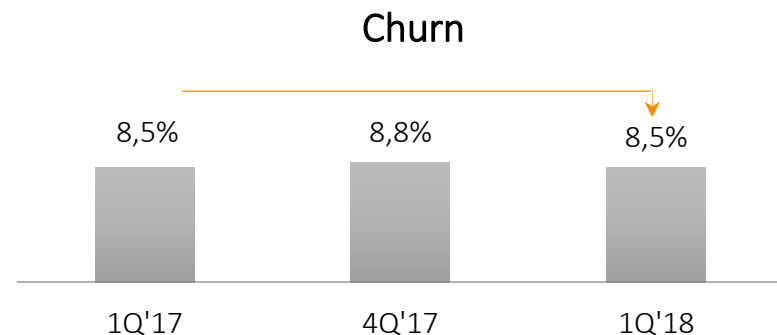
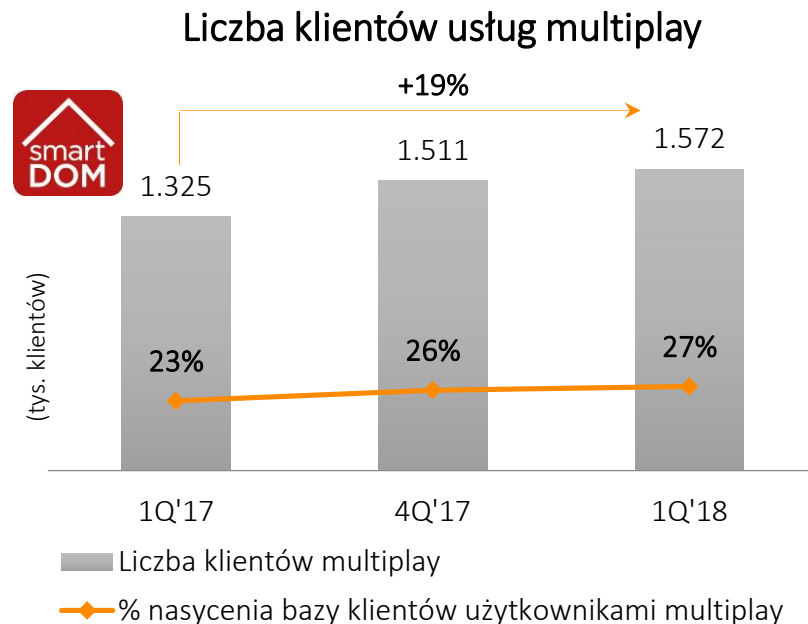
2.2 Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym



Już blisko 1,6 miliona naszych klientów korzysta z ofert multiplay



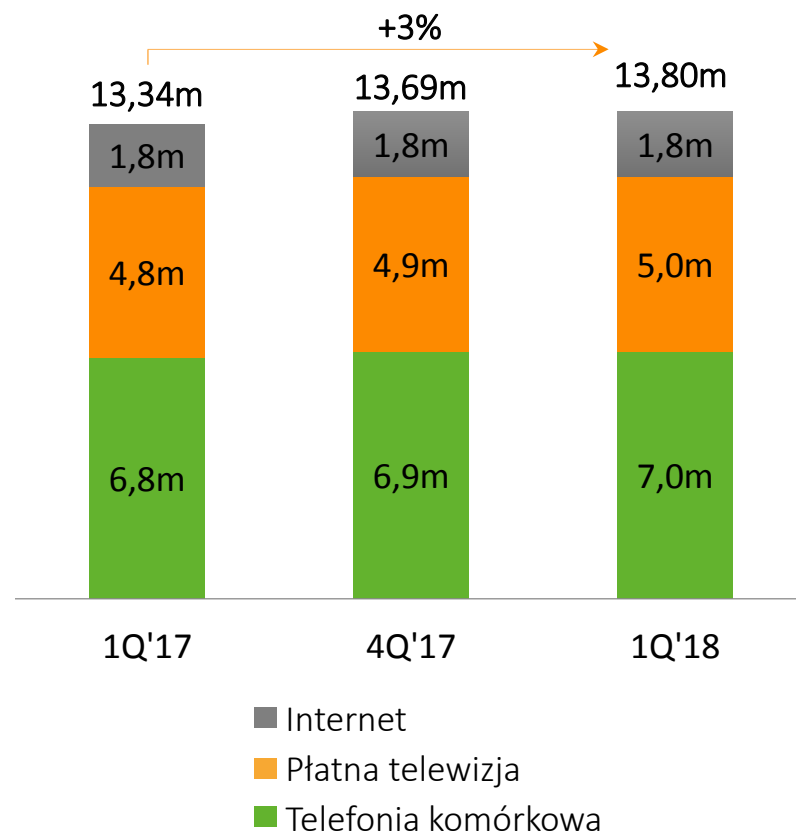
- Konsekwentna realizacja strategii multiplay skutkuje stabilnym wzrostem liczby klientów tych usług o 247 tys. r/r
- Liczba RGU posiadanych przez tych klientów rośnie do 4,70 mln
- Stabilny, niski poziom churn – głównie dzięki naszej strategii multiplay



Stabilny wzrost usług kontraktowych

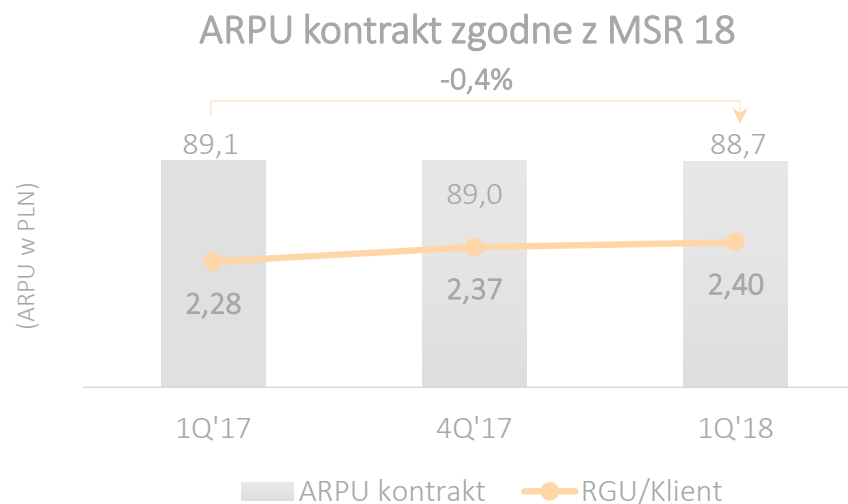
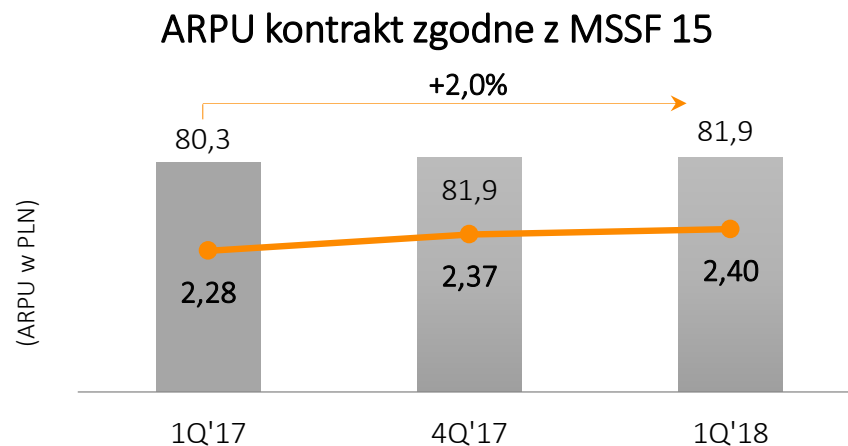


- Przyrost liczby usług kontraktowych o 459 tys. r/r
- 213 tys. r/r dodatkowych RGU telefonii to efekt korzystnego wpływu strategii multiplay oraz nowych prostych taryf Plusa wprowadzonych w lutym 2018 r.
- RGU płatnej telewizji rośnie o 198 tys. r/r (efekt multiroom i płatnego OTT)
- Dalszy wzrost bazy Internetu o 48 tys. r/r



Wzrost ARPU pomimo regulacji RLAH

- Wzrost ARPU o 2,0% r/r⁽¹⁾ pomimo negatywnego wpływu regulacji RLAH
- Skuteczna dosprzedaż produktów w ramach strategii multiplay niezmiennie odzwierciedla się we wzroście wskaźnika saturacji RGU na klienta

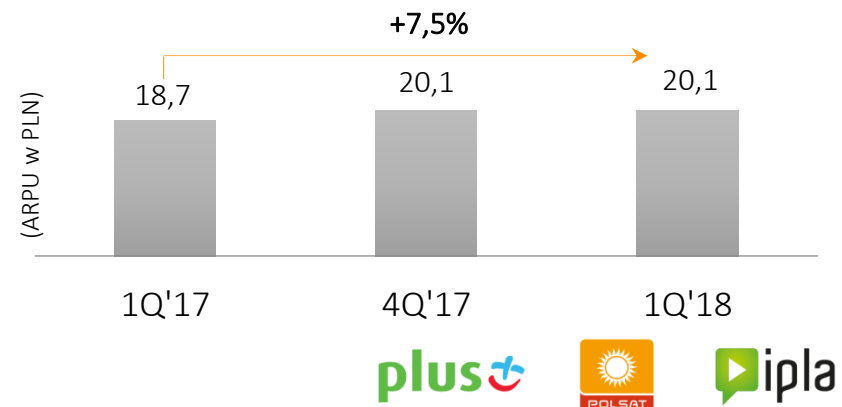
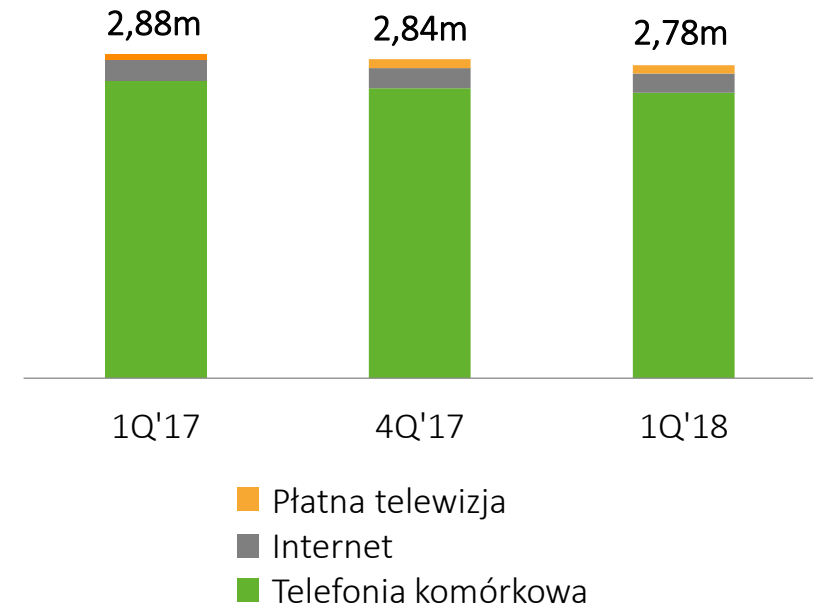


Nota: (1) ARPU skalkulowane zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem MSSF 15

Rosnące ARPU, stabilna baza prepaid



- Stabilna baza na poziomie 2,8 mln usług, odzwierciedlająca rzeczywistą liczbę użytkowników usług przedpłaconych
- Dynamiczny wzrost ARPU, wynikający w dużej mierze z wygaśnięcia efektu promocji rejestracyjnych



3. Wyniki finansowe

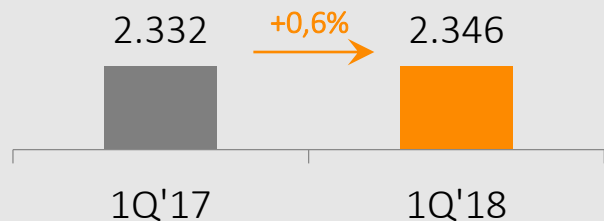


Wyniki Grupy w 1Q'18

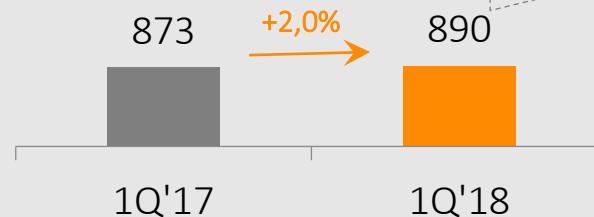
Zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem MSSF 15



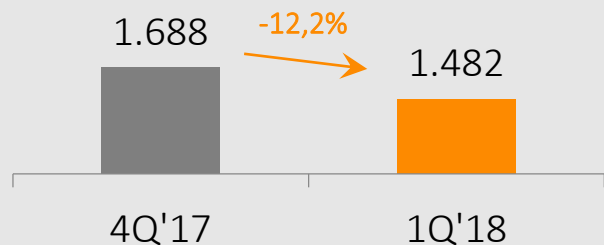
przychody



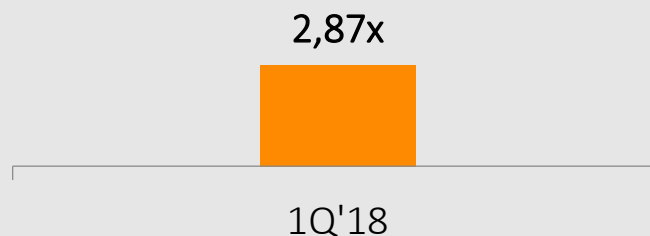
EBITDA



LTM FCF



dług netto/EBITDA LTM



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2018 r. oraz szacunki własne w odniesieniu do 1Q'17

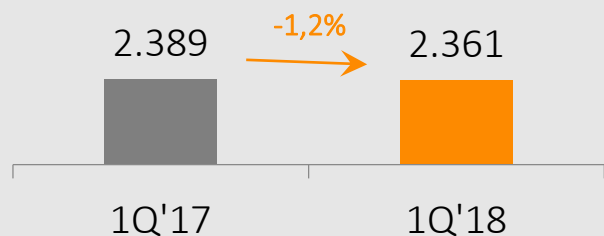


Wyniki Grupy w 1Q'18

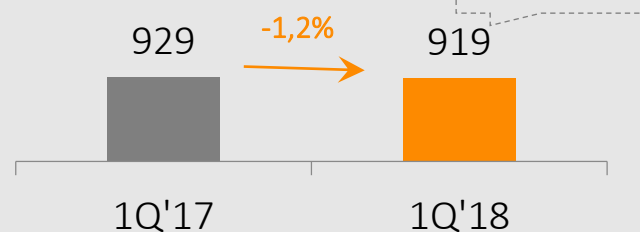
Zgodnie z poprzednim standardem MSR 18



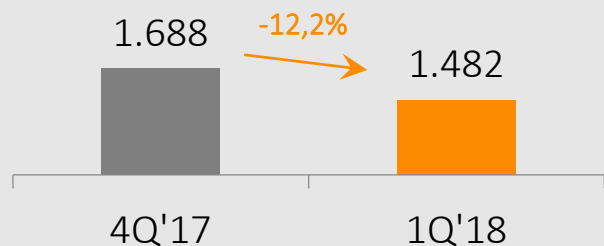
przychody



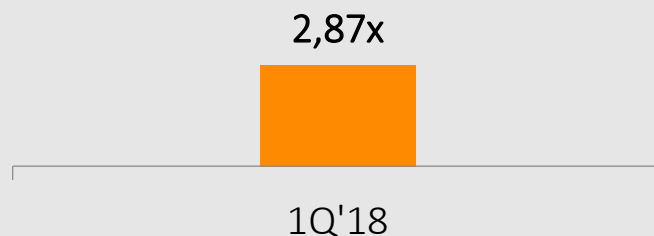
EBITDA



LTM FCF



dług netto/EBITDA LTM



Przychody i EBITDA – czynniki zmian

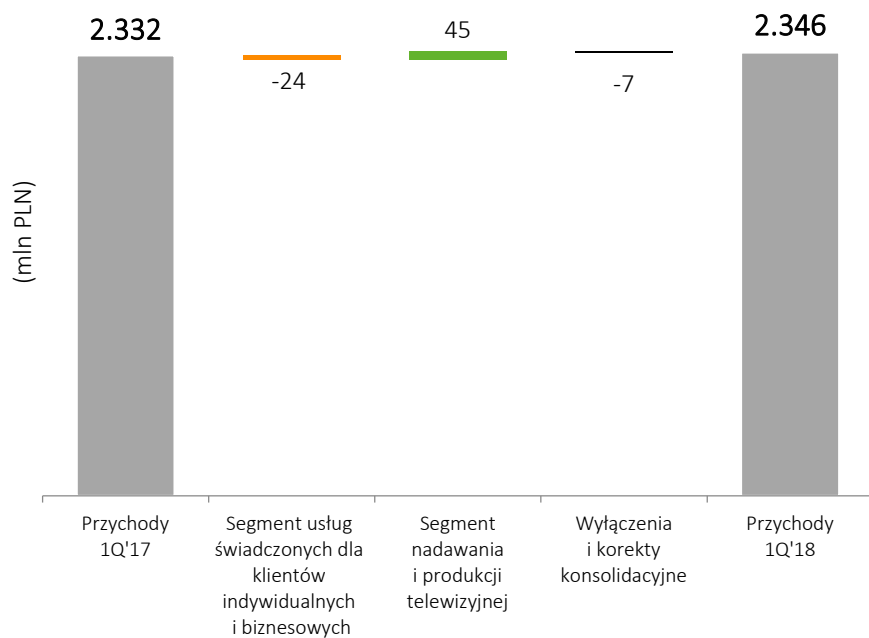
Zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem MSSF 15



Przychody ze sprzedaży

zmiana r/r

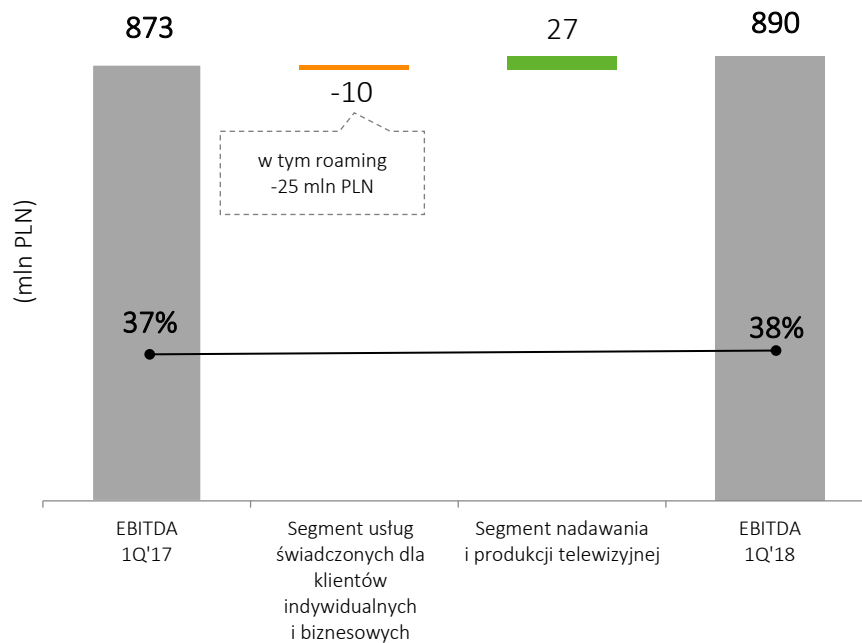
+1%
+14 mln



EBITDA

zmiana r/r

+2%
+17 mln



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2018 r. oraz szacunki własne w odniesieniu do 1Q'17

●—● Marża EBITDA



Przychody i EBITDA – czynniki zmian

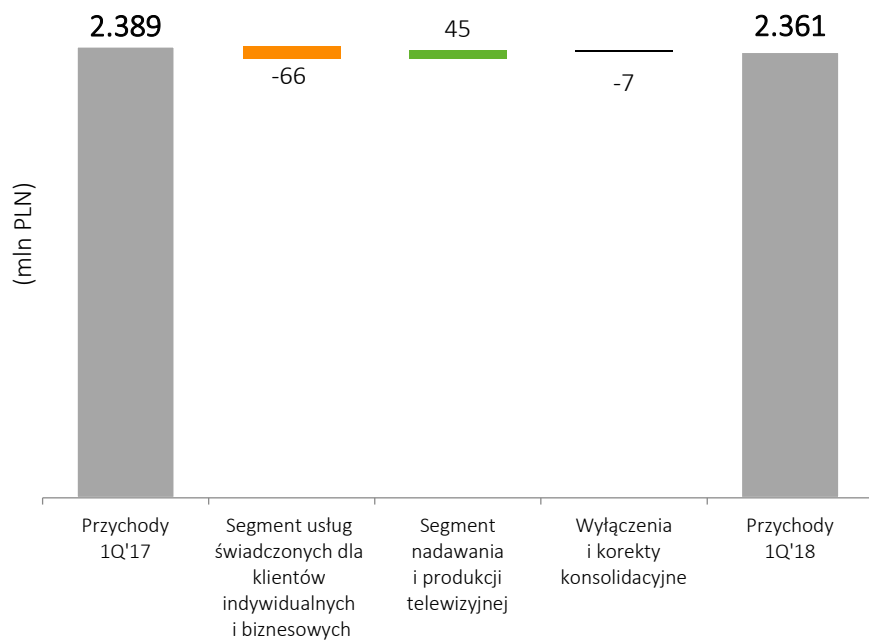
Zgodnie z poprzednim standardem MSR 18



Przychody ze sprzedaży

zmiana r/r

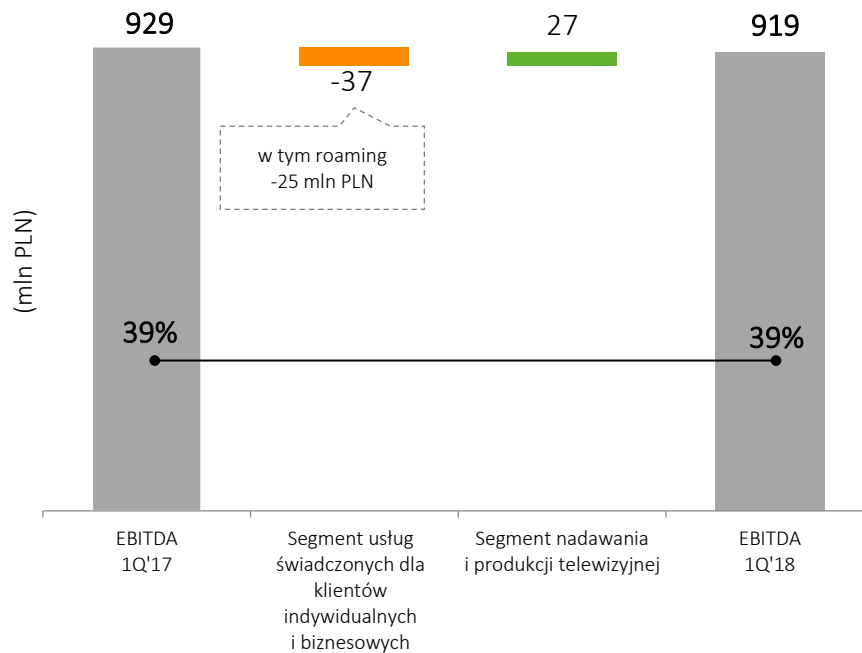
-1%
-28 mln



EBITDA

zmiana r/r

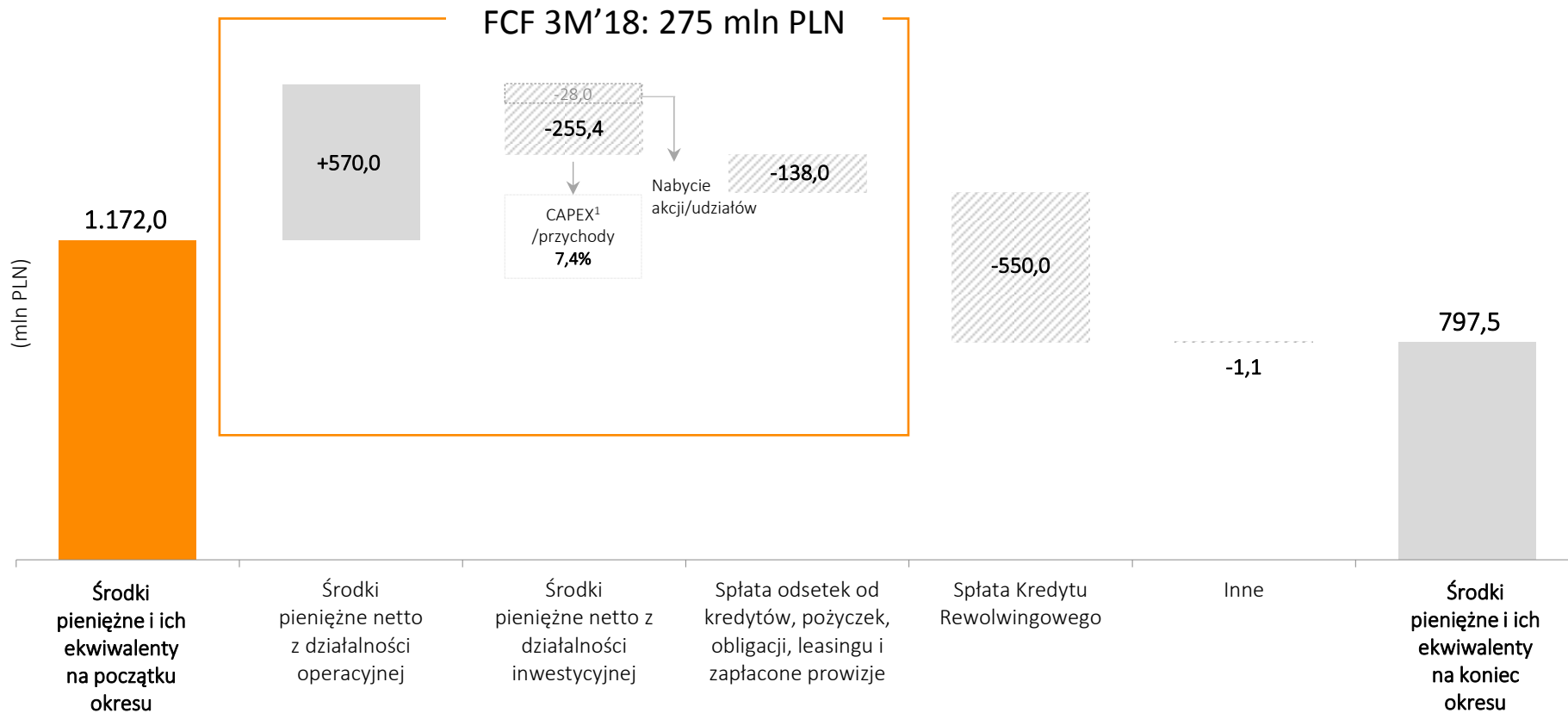
-1%
-10 mln



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2018 r. oraz analizy własne



Rachunek przepływów pieniężnych w 1Q'17



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2018 r. oraz analizy własne

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

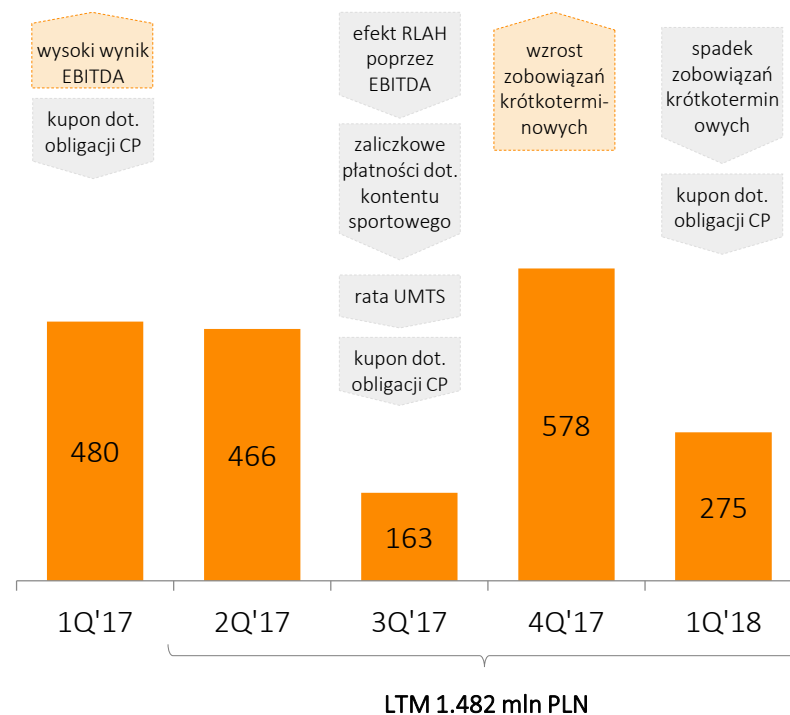


FCF – wynik zgodny z oczekiwaniami



mln PLN	1Q'18
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	570
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-255
Splata odsetek od kredytów, pożyczek, obligacji, leasingu i zapłacone prowizje	-138
FCF po odsetkach	177
Nabycia akcji/udziałów	28
Wpływy z tytułu inwestycji w fundusze	45
Jednorazowe koszty dot. finansowania	26
Skorygowany FCF po odsetkach	275

Skorygowany FCF po odsetkach



Zadłużenie Grupy

mln PLN	Wartość bilansowa na dzień 31 marca 2018 r.
Połączony Kredyt Terminowy	9.578
Kredyt Rewolwingowy	450
Obligacje serii A	1.007
Leasing i inne	28
Zadłużenie brutto	11.062
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty ¹	(797)
Zadłużenie netto	10.265
EBITDA LTM ²	3.578
Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM	2,87x
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.

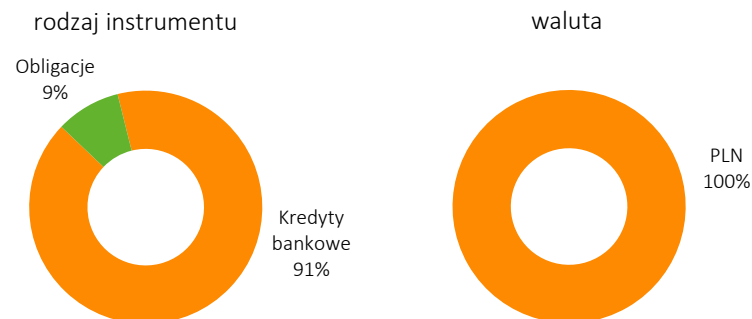
² Zgodnie z wymogami Połączonej Umowy Kredytowej EBITDA LTM uwzględnia wartości EBITDA za drugi, trzeci i czwarty kwartał 2017 roku obliczone w oparciu o standard MSR 18 (obowiązujący do 31 grudnia 2017 r.) oraz wartość EBITDA za pierwszy kwartał 2018 roku obliczoną w oparciu o standard MSSF 15 (obowiązujący od 1 stycznia 2018 r.).

³ Prospektywny średni ważony koszt odsetkowy Połączonego Kredytu Terminowego (wraz z Kredytem Rewolwingowym) oraz Obligacji Serii A, wg stanu na dzień 31 marca 2018 r. przy WIBOR 1M na poziomie 1,64% i WIBOR 6M 1,78%, nie uwzględniając instrumentów zabezpieczających.

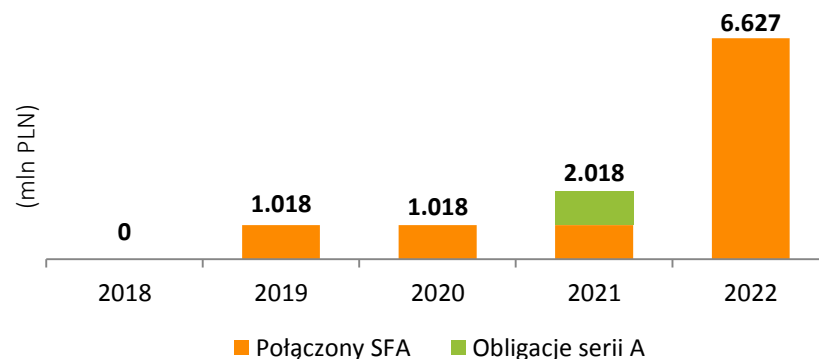
⁴ Wartość nominalna zadłużenia na dzień 31 marca 2018 r. (z wyłączeniem Kredytu Rewolwingowego i leasingu).

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2018 r. oraz analizy własne

Struktura zadłużenia⁴



Zapadalność długu⁴



4. Podsumowanie i Q&A



Podsumowanie



Bardzo dobre wyniki operacyjne i sprzedażowe obu segmentów naszej działalności biznesowej



Bardzo dobre wyniki finansowe wsparte szybko uzyskanymi synergiami z nowo zakupionych kanałów telewizyjnych



Liga Mistrzów i Liga Europy w kanałach Polsat Sport Premium już w sierpniu 2018



10 lat Cyfrowego Polsatu na GPW:
4,5-krotny wzrost kapitalizacji, 9x wzrost skali przychodów
i 10x wzrost wyniku EBITDA



5. Dodatkowe informacje



Wyniki segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym

Zgodnie z poprzednim standardem MSR 18



mln PLN	1Q'18 ⁽¹⁾	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.064	-3%
Koszty operacyjne ⁽²⁾	1.287	-2%
EBITDA	784	-5%
Marża EBITDA	38,0%	-0,6pkt%

- Poziom przychodów odzwierciedla niższe przychody detaliczne i niższą sprzedaż sprzętu, przy jednoczesnym wzroście przychodów hurtowych
- Poziom kosztów głównie pod wpływem niższych kosztów własnych sprzedanego sprzętu oraz wyższych kosztów technicznych i rozliczeń międzyoperatorskich (IC), a także kosztów wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2018 r. oraz analizy własne

Nota: (1) na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości

(2) koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej

Zgodnie z poprzednim standardem MSR 18



mln PLN	1Q'18 ⁽¹⁾	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	350	15%
Koszty operacyjne ⁽²⁾	215	6%
EBITDA	135	25%
Marża EBITDA	38,6%	3,2pkt%

- Wyniki segmentu pod wpływem dynamicznego wzrostu przychodów z reklamy i sponsoringu na skutek organicznego wzrostu wspartego korzystną kontrybucją ze strony nowo nabytych kanałów TV i szybką realizacją zapowiedzianych w momencie nabycia synergii

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2018 r. oraz analizy własne

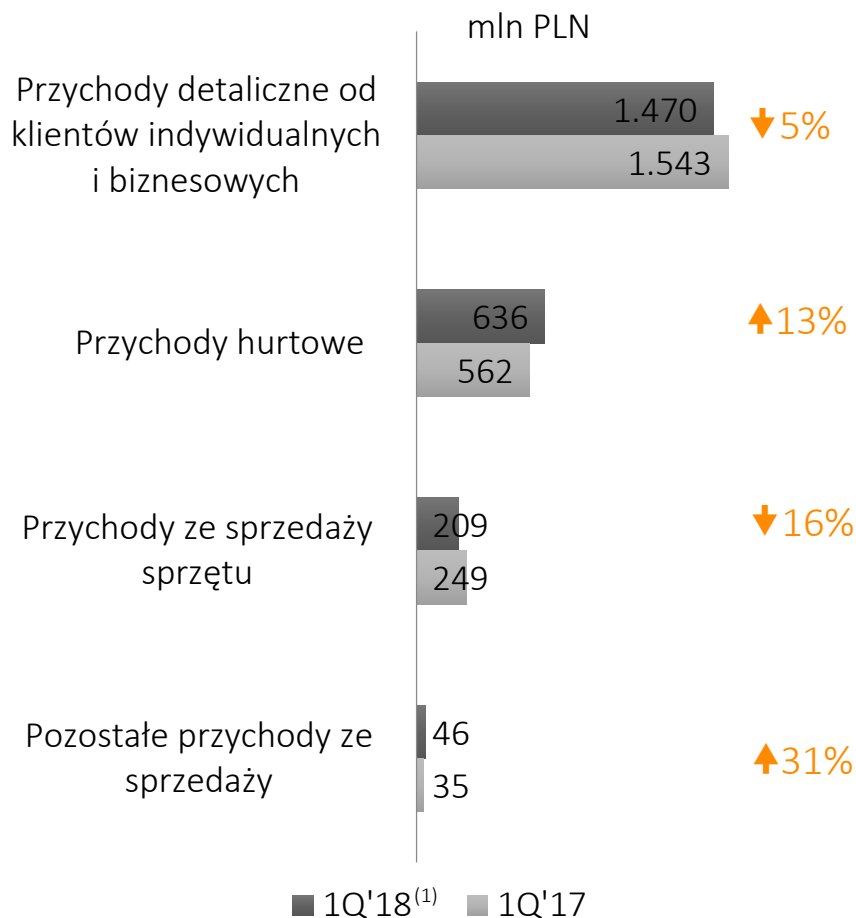
Nota: (1) na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości

(2) koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



Struktura przychodów ze sprzedaży

Zgodnie z poprzednim standardem MSR 18



- Spadek **przychodów detalicznych od klientów indywidualnych i biznesowych** spowodowany przede wszystkim niższymi przychodami z usług głosowych. Na erozję przychodów z usług głosowych wpłynęła w szczególności pełna implementacja regulacji *Roam Like at Home*, zgodnie z którą detaliczne stawki roamingowe zostały zrównane ze stawkami krajowymi począwszy od czerwca 2017 r. oraz zmiana sposobu oferowania sprzętu dla klientów detalicznych. Spadek ten został częściowo skompensowany wyższymi przychodami z usług płatnej telewizji.
- Wzrost **przychodów hurtowych** przede wszystkim w wyniku wyższych przychodów z reklamy, wynikających z obserwowanego na rynku w 1Q'18 wzrostu cen reklamy telewizyjnej przy jednoczesnym włączeniu do portfolio Grupy nowych kanałów telewizyjnych oraz wyższych przychodów z tytułu połączeń międzyoperatorskich (interconnect), wynikających ze wzrostu wolumenu ruchu wymienianego z innymi sieciami.
- Niższe **przychody ze sprzedaży sprzętu** głównie na skutek niższego wolumenu sprzedaży urządzeń końcowych, co znalazło swoje odzwierciedlenie również w niższym koszcie własnym sprzedanego sprzętu.

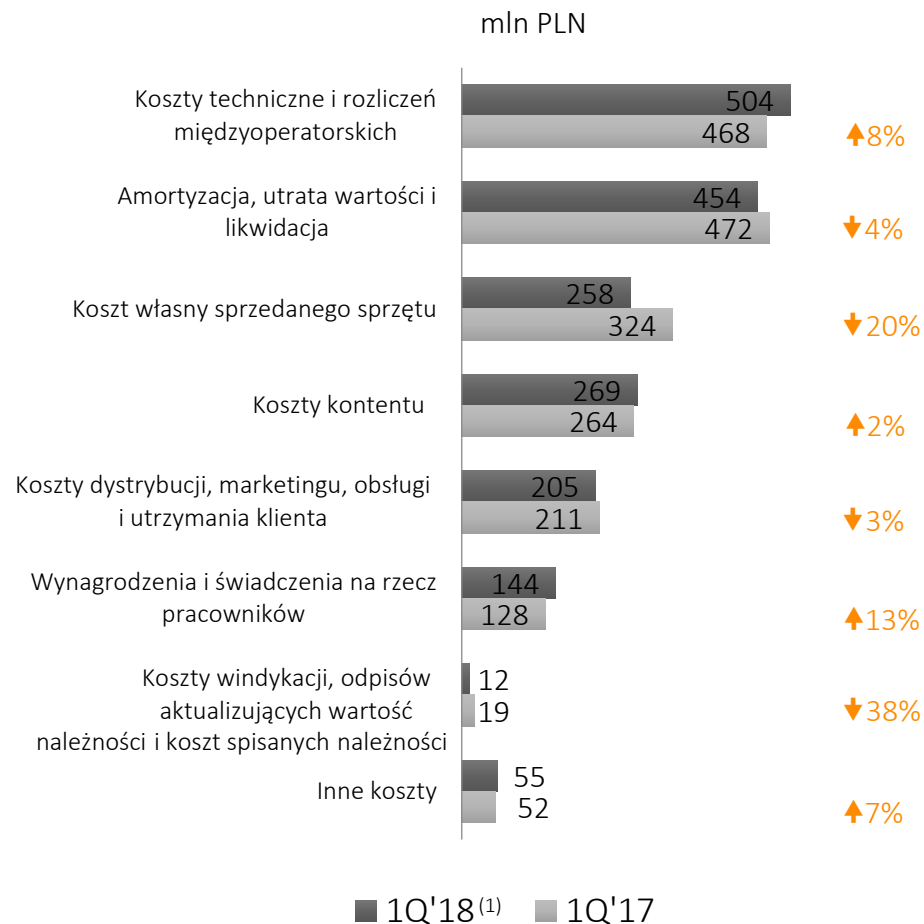
Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2018 r. oraz analizy własne

Nota: (1) na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości



Struktura kosztów operacyjnych

Zgodnie z poprzednim standardem MSR 18



- Wzrost **kosztów technicznych** głównie w wyniku wyższych kosztów zakupu ruchu w roamingu międzynarodowym związanych z istotnym wzrostem wolumenu ruchu generowanego przez Polaków w ramach roamingu międzynarodowego (efekt regulacji *Roam Like at Home*), jak również z rosnących kosztów Interconnect wynikających z wyższego wolumenu połączeń zakańczanych przez naszych klientów w sieciach innych operatorów.
- Spadek **amortyzacji** m.in. w wyniku zakończenia okresu amortyzacji części wartości niematerialnych rozpoznanych podczas transakcji zakupu Polkomtelu w 2014 r., co zostało częściowo zniwelowane skróceniem okresu amortyzacji wybranych środków trwałych.
- Spadek **kosztu własnego sprzedanego sprzętu** na skutek niższego wolumenu sprzedanych urządzeń końcowych.
- Wzrost **wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników** m.in. w wyniku dokonanych akwizycji i wiążącego się z tym wzrostu zatrudnienia na poziomie Grupy oraz wzrostu średniego wynagrodzenia w przeliczeniu na etat (wraz z rezerwą na premie).
- Niższe **koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności** głównie w wyniku ujęcia niższego odpisu na należności pozabillingowe.

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2018 r. oraz analizy własne

Nota: (1) na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości



Implementacja MSSF15 – wpływ na ARPU kontraktowe



PLN	1Q'17	2Q'17	3Q'17	4Q'17	1Q'18
ARPU kontrakt wg dotychczasowych standardów rachunkowych	89,1	89,6	88,4	89,0	88,7
ARPU kontrakt po implementacji MSSF15	80,3	81,2	80,5	81,9	81,9

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

Relacje Inwestorskie

Łubinowa 4A
03-878 Warszawa

Tel.: +48 (22) 356 60 04 / +48 (22) 426 85 62 / +48 (22) 356 65 20
Email: ir@cyfrowypolsat.pl

www.grupapolsat.pl

