



Wyniki finansowe 1H'2015

26 sierpnia 2015 r.

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 Polkomtelu, 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. Najważniejsze wydarzenia
2. Działalność operacyjna
3. Wyniki finansowe
4. Q&A



1. Najważniejsze wydarzenia

Tomasz Gillner-Gorywoda

Prezes Zarządu

Główne fakty – 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



Główne fakty – 2Q'15



2.469 mln PLN
przychody

977 mln PLN
EBITDA
39,6% marża EBITDA

680/1.491 mln PLN
FCF (2Q'15/LTM)

3,0x
dług netto/EBITDA



Najważniejsze wydarzenia



Korporacyjne


- Emisja obligacji niezabezpieczonych o wartości 1 mld zł i oprocentowaniu WIBOR 6M+250bps. Obligacje notowane są w alternatywnym systemie obrotu na Catalyst
- Przedterminowa spłata 1 mld zł w ramach SFA CP
- Kontynuacja procesu refinansowania kredytów SFA CP i PLK

Produkty i usługi

- Nowa odsłona programu smartDOM. Odświeżona oferta pozwala na zakup nawet 6 usług, z czego 5 jest rabatowanych
- Przełączenie (od października 2015 r.) usług telewizyjnych CP na system kompresji MPEG-4



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 usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym

Tomasz Gillner-Gorywoda

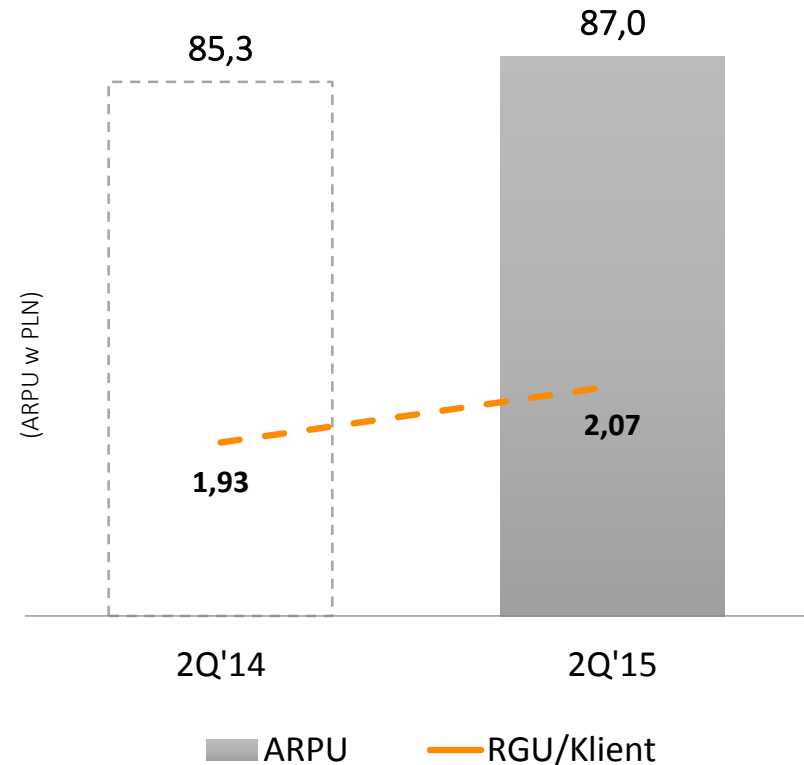
Prezes Zarządu



Skuteczna realizacja strategii



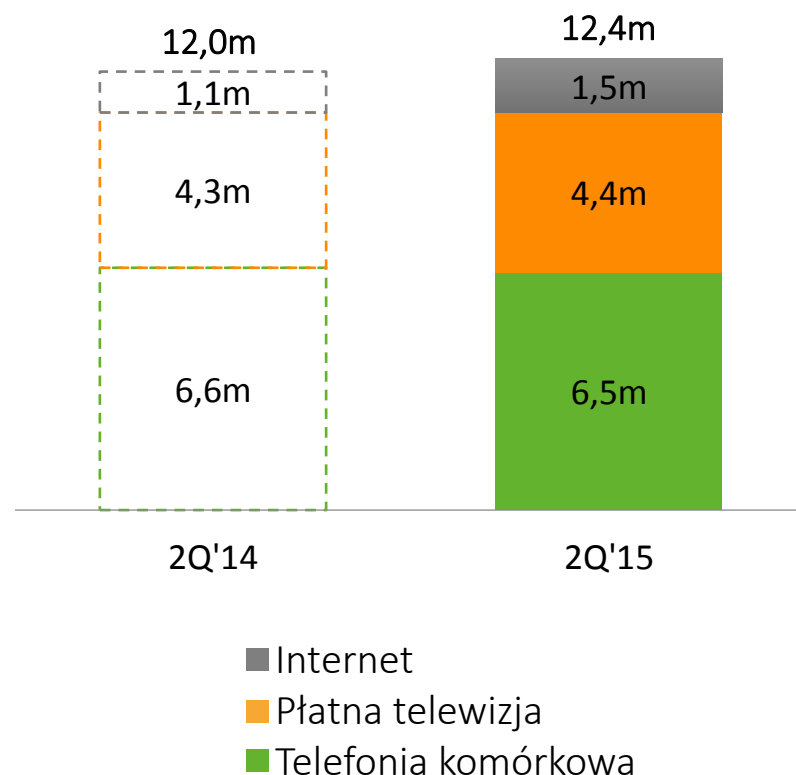
- Baza klientów kontraktowych wynosząca 6,0 mln
- Wskaźnik churn na poziomie 10,1% w efekcie kumulacji kończących się kontraktów płatnej telewizji w 1H'15
- Konsekwentna realizacja strategii, skutkująca wzrostem nasycenia bazy usługami kontraktowymi
- Wyraźny wzrost ARPU na klienta o 2,0% r/r



Stabilny wzrost usług kontraktowych

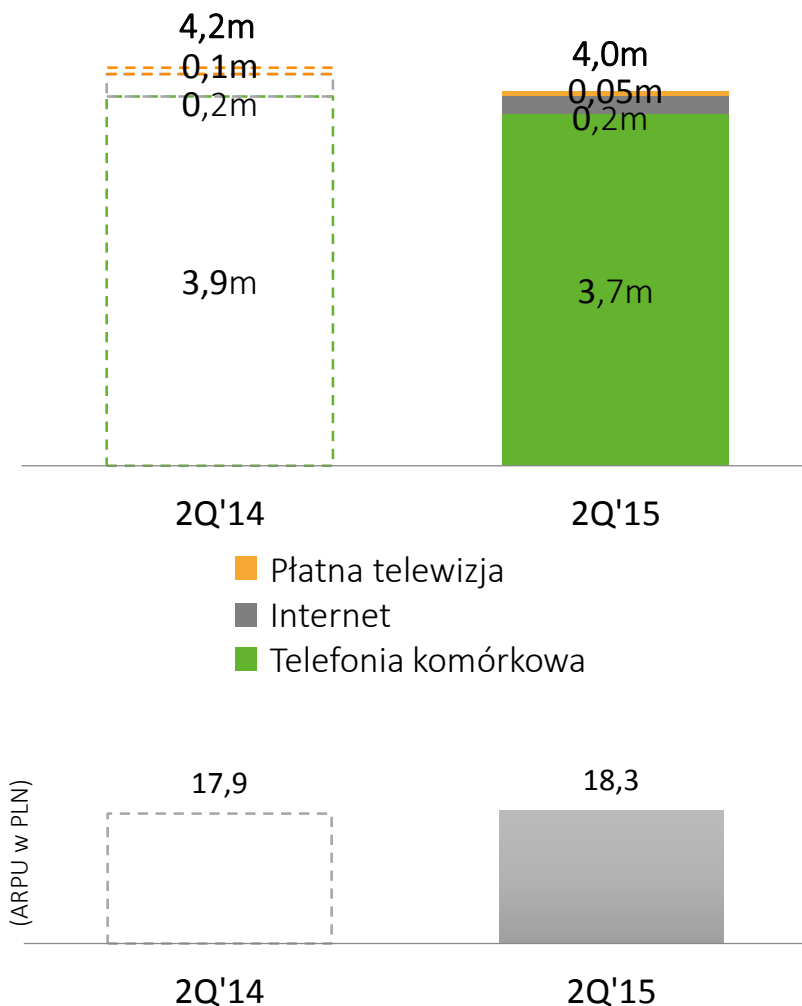


- Wzrost całkowitej bazy usług kontraktowych o 2,9%
- Liczba klientów kontraktowego Internetu zbliża się do 1,5 mln, co jest efektem skutecznego nasycania bazy klientów usługami zintegrowanymi
- 2,8% wzrost RGU płatnej telewizji dzięki utrzymującemu się popytowi na usługę Multiroom
- Lekki spadek RGU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



Usługi przedpłacone

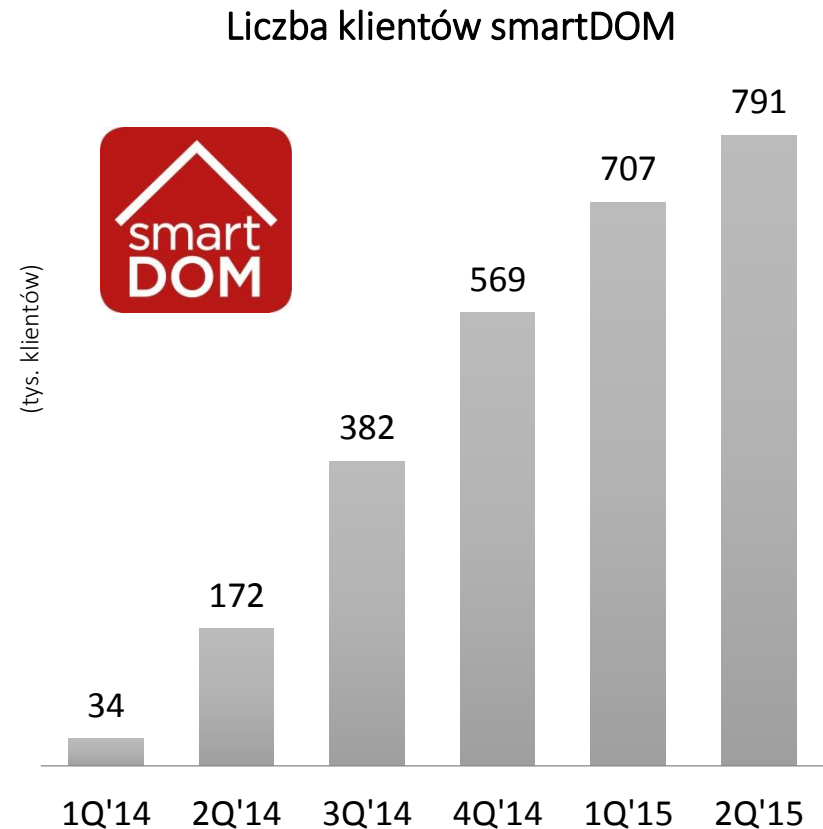
- Baza RGU usług przedpłaconych głównie pod wpływem obserwowanej na całym rynku stopniowej migracji klientów prepaid do rozwiązań kontraktowych
- ARPU rośnie w tempie 2,6% r/r: przy stabilnym poziomie cenowym w tym segmencie
- Wzrost konsumpcji danych przez smartfony oraz wyższe wolumeny wymienianego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



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

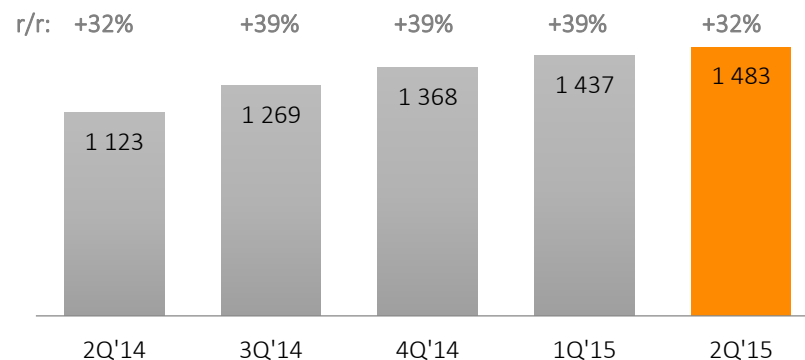


Dynamicznie rosnąca baza użytkowników Internetu mobilnego i smartfonów

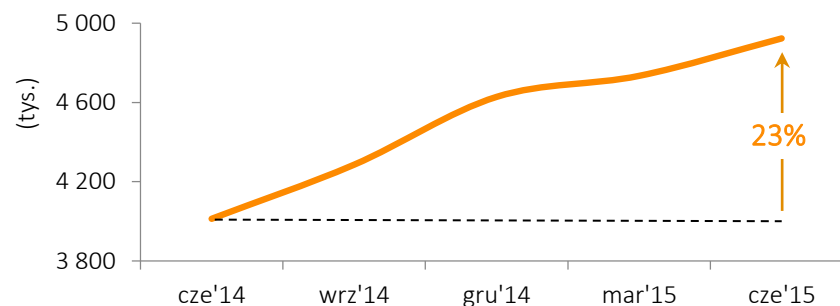


- Sukcesywnie zwiększany zasięg, jak również skuteczna strategia multiplay pozwala utrzymać tempo pozyskania nowych RGU Internetu mobilnego
- Już ponad 2300 stacji bazowych działa w technologii LTE800, przez co klienci Plusa i Cyfrowego Polsatu korzystają z największego zasięgu LTE
- Ciągły wzrost liczby użytkowników smartfonów – w 2Q'15 stanowiły one ok. 90% całkowitej sprzedaży telefonów
- W efekcie, w czerwcu 2015 r. 4,9m kart zalogowanych w naszej sieci aktywnie korzystało z transmisji danych

Wzrost bazy kontraktowych RGU Internetu



Liczba aktywnych użytkowników transmisji danych⁽¹⁾



Nota: (1) Zawiera kontraktowe RGU Internetu, jak również pozostałe karty SIM, których transfer danych przekraczał 1MB w danym miesiącu





2.2 Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

Maciej Stec
Członek Zarządu

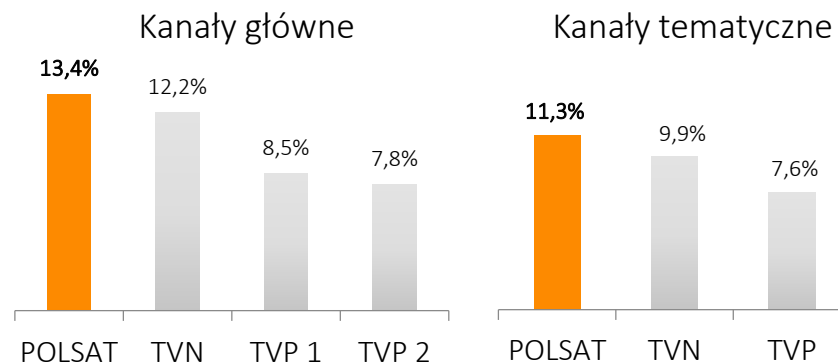


Oglądalność naszych kanałów w 2Q'15

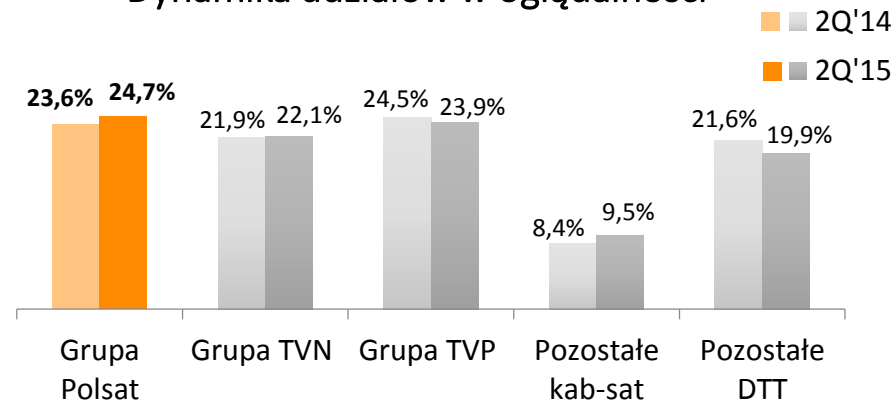


- Kanał główny oraz Grupa Polsat liderami oglądalności w grupie komercyjnej
- Bardzo pozytywny efekt poczynionych inwestycji programowych w kanały TV4 i TV6

Udział w oglądalności



Dynamika udziałów w oglądalności



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

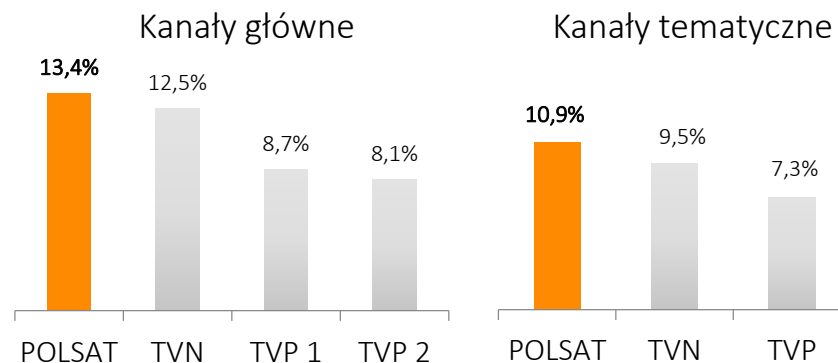


Oglądalność naszych kanałów w 1H'15

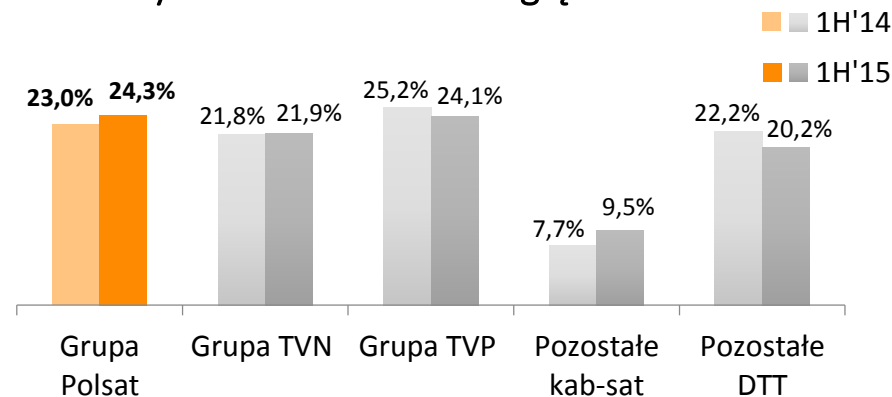


- Ponownie kanał główny Polsatu oraz grupy kanałów tematycznych Polsatu liderami oglądalności w grupie komercyjnej
- Wyniki oglądalności Grupy Polsat zgodne ze strategią

Udział w oglądalności



Dynamika udziałów w oglądalności



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

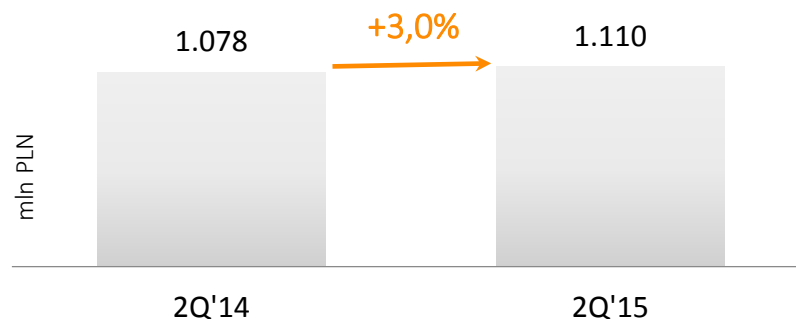


Pozycja na rynku reklamy w 2Q'15

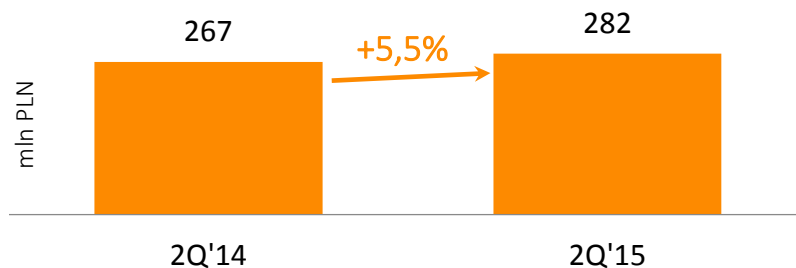


- Rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 2Q'15 wzrósł r/r o 3,0%
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat rosną szybciej niż rynek
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł do 25,4%

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



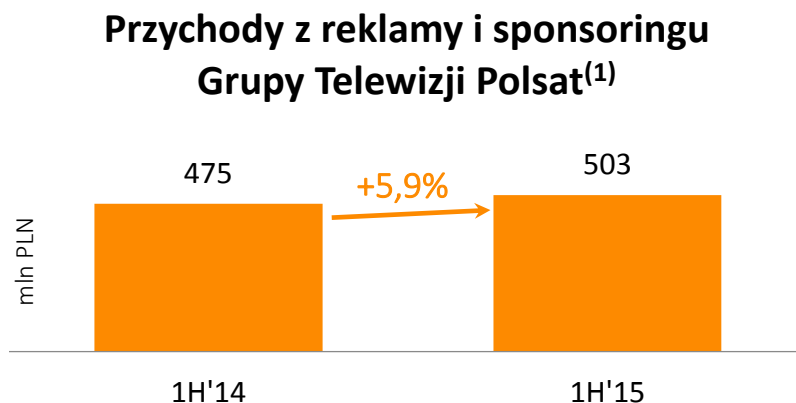
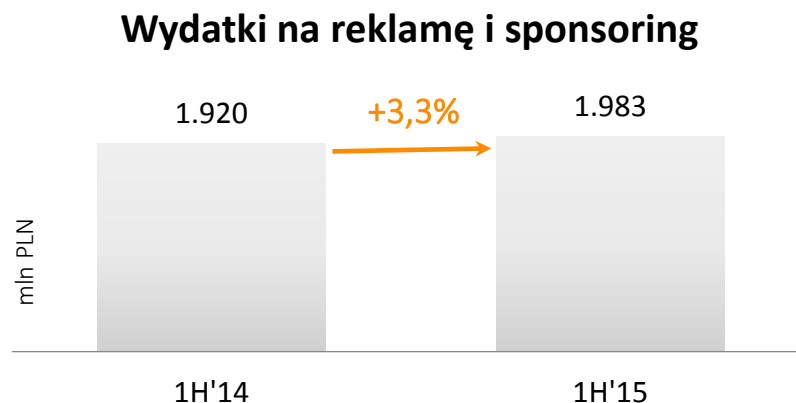
Źródło: Starlink, reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy wewnętrzne
Nota: (1) Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Starlink



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%



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



3. Wyniki finansowe

Tomasz Szelaąg

Członek Zarządu, CFO

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



| mIn 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



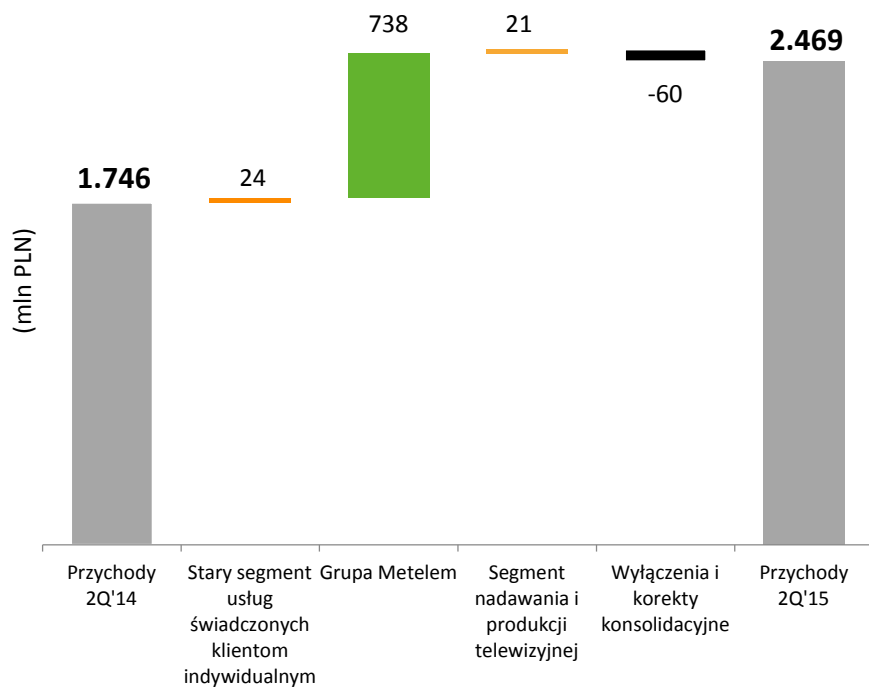
Przychody i koszty – czynniki zmian 2Q'15



Przychody ze sprzedaży

zmiana r/r

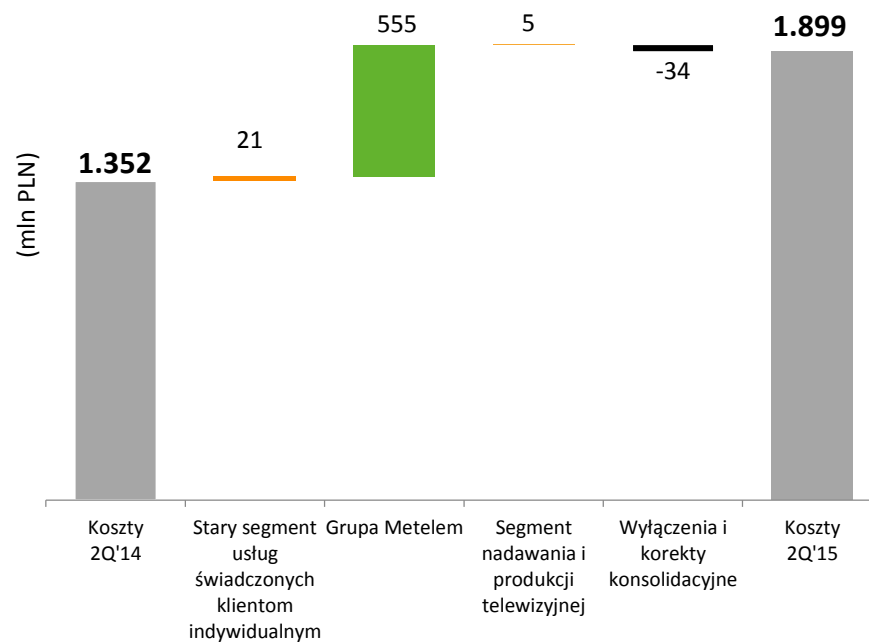
+41%
+723 mln



Koszty operacyjne

zmiana r/r

+41%
+548 mln



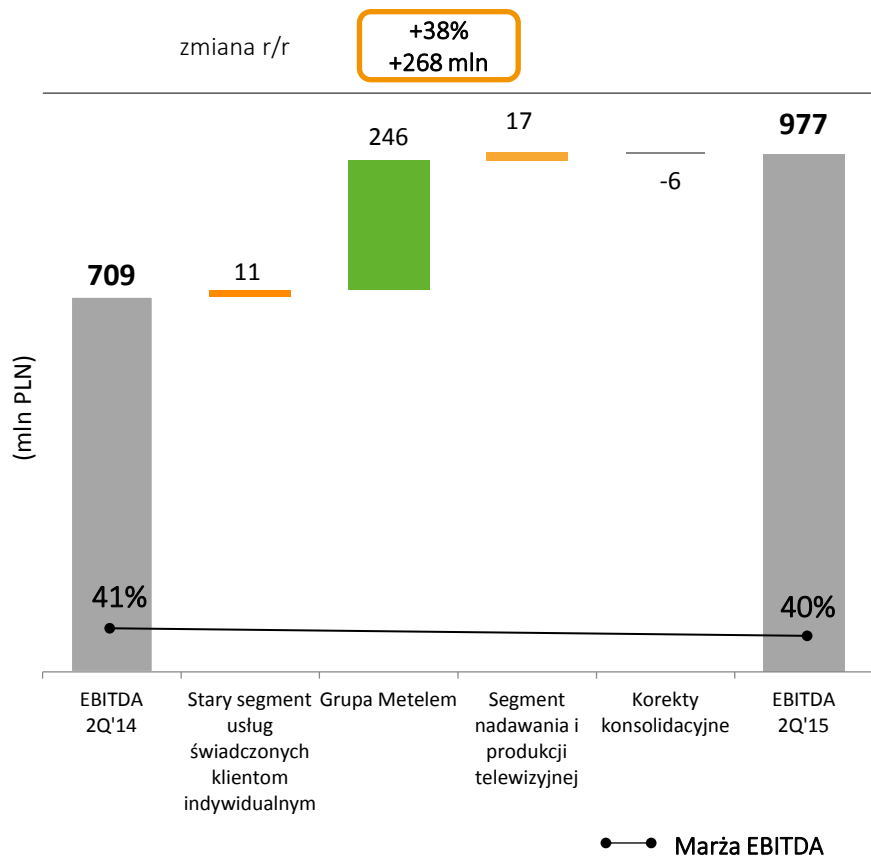
Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne



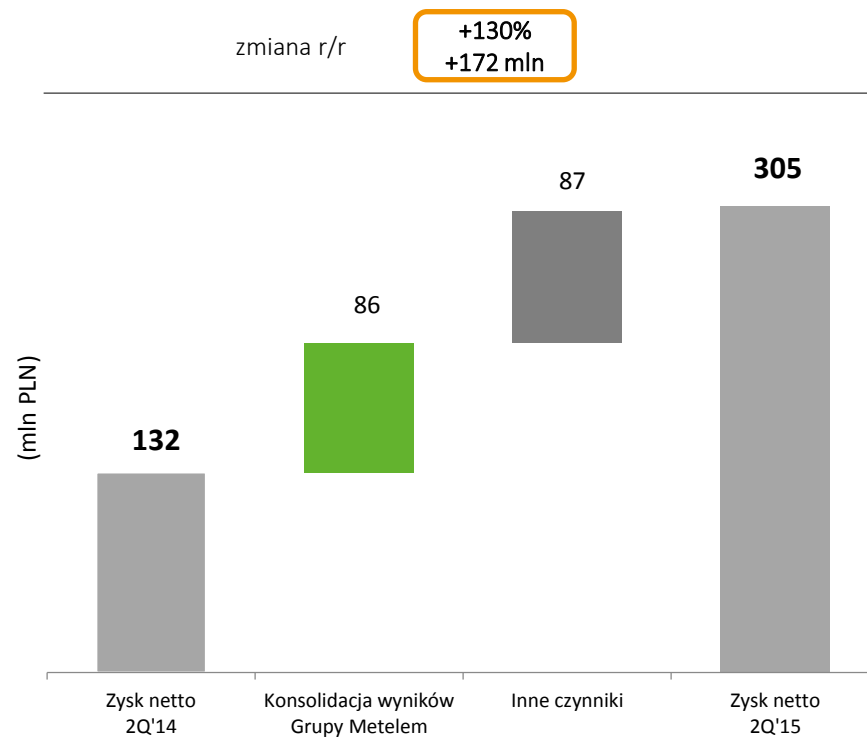
EBITDA i zysk netto – czynniki zmian 2Q'15



EBITDA



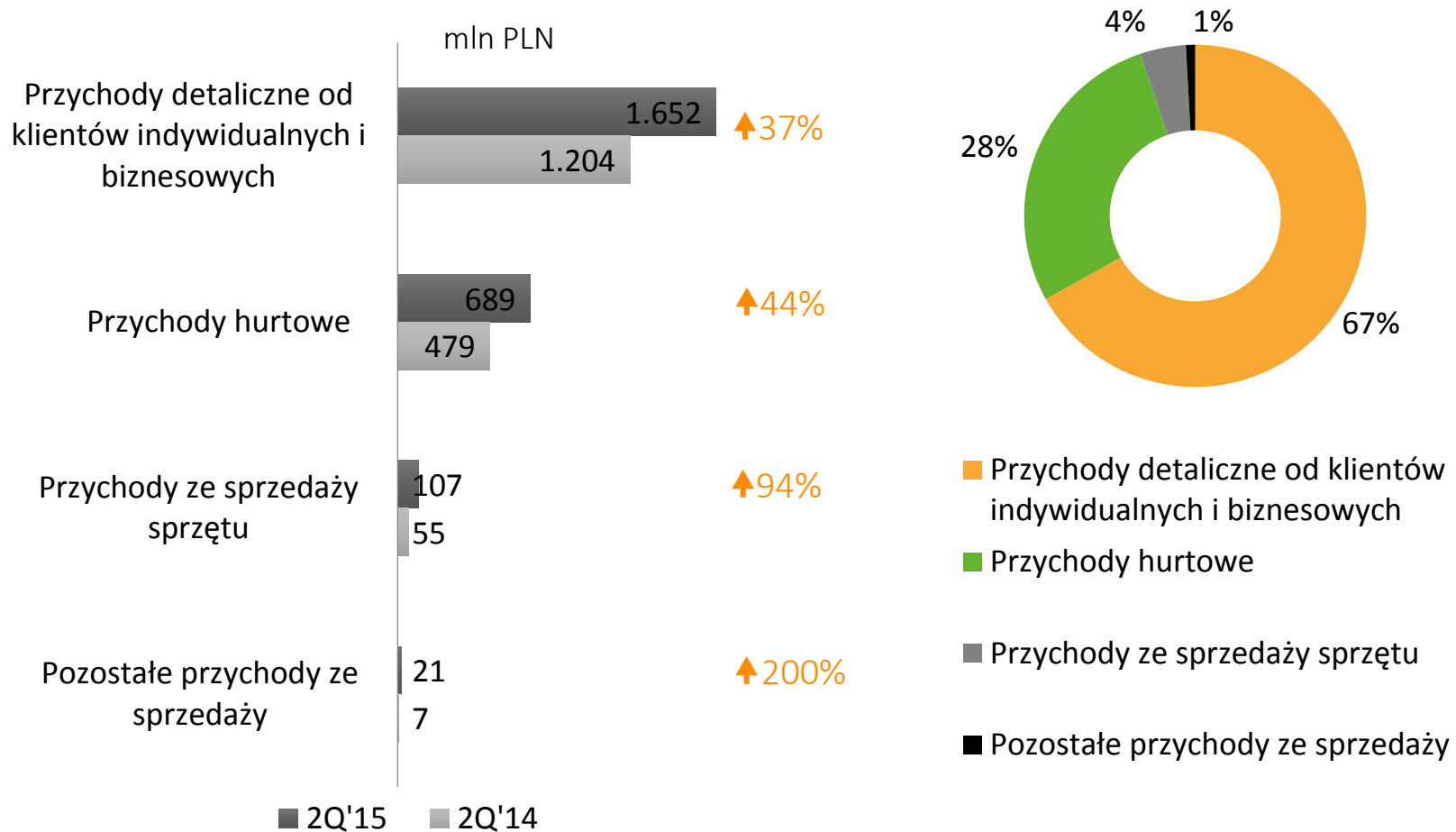
Zysk netto



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



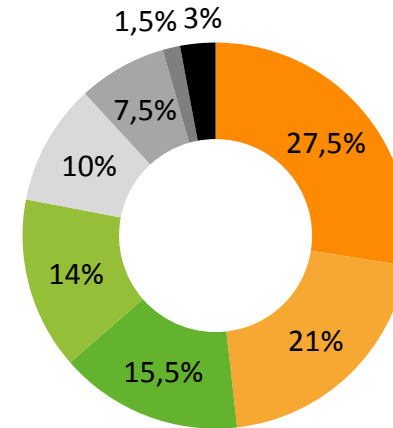
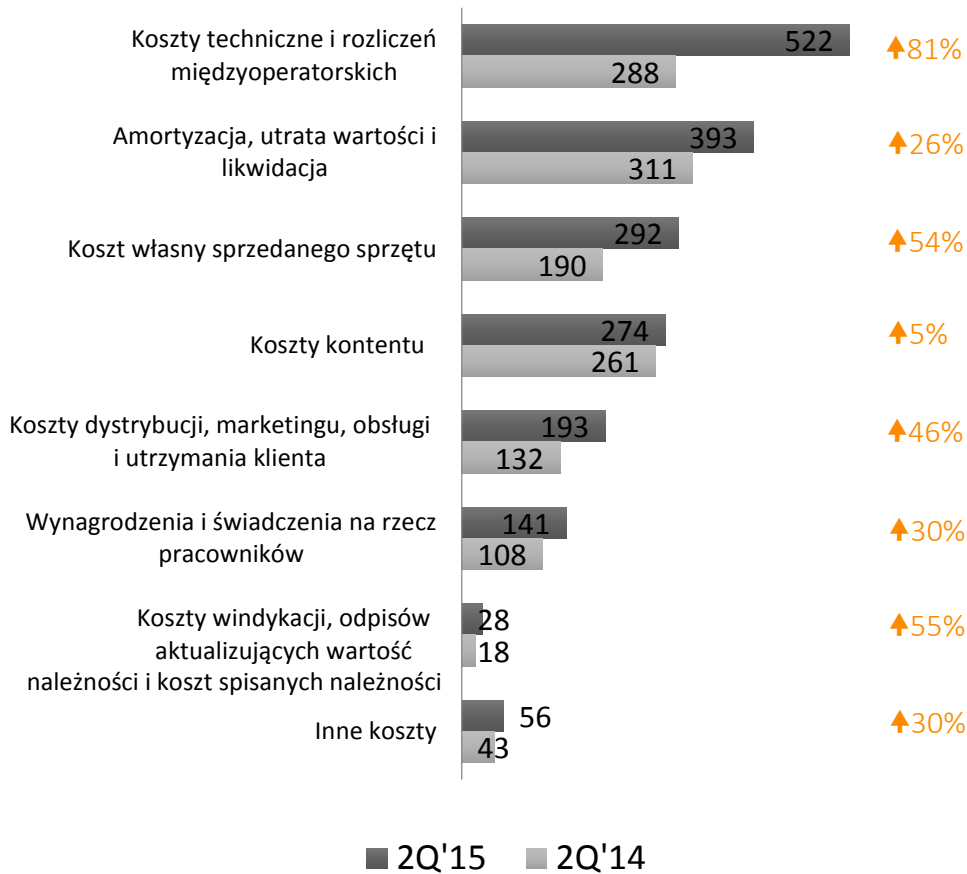
Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne



Struktura kosztów operacyjnych w 2Q'15



mln PLN

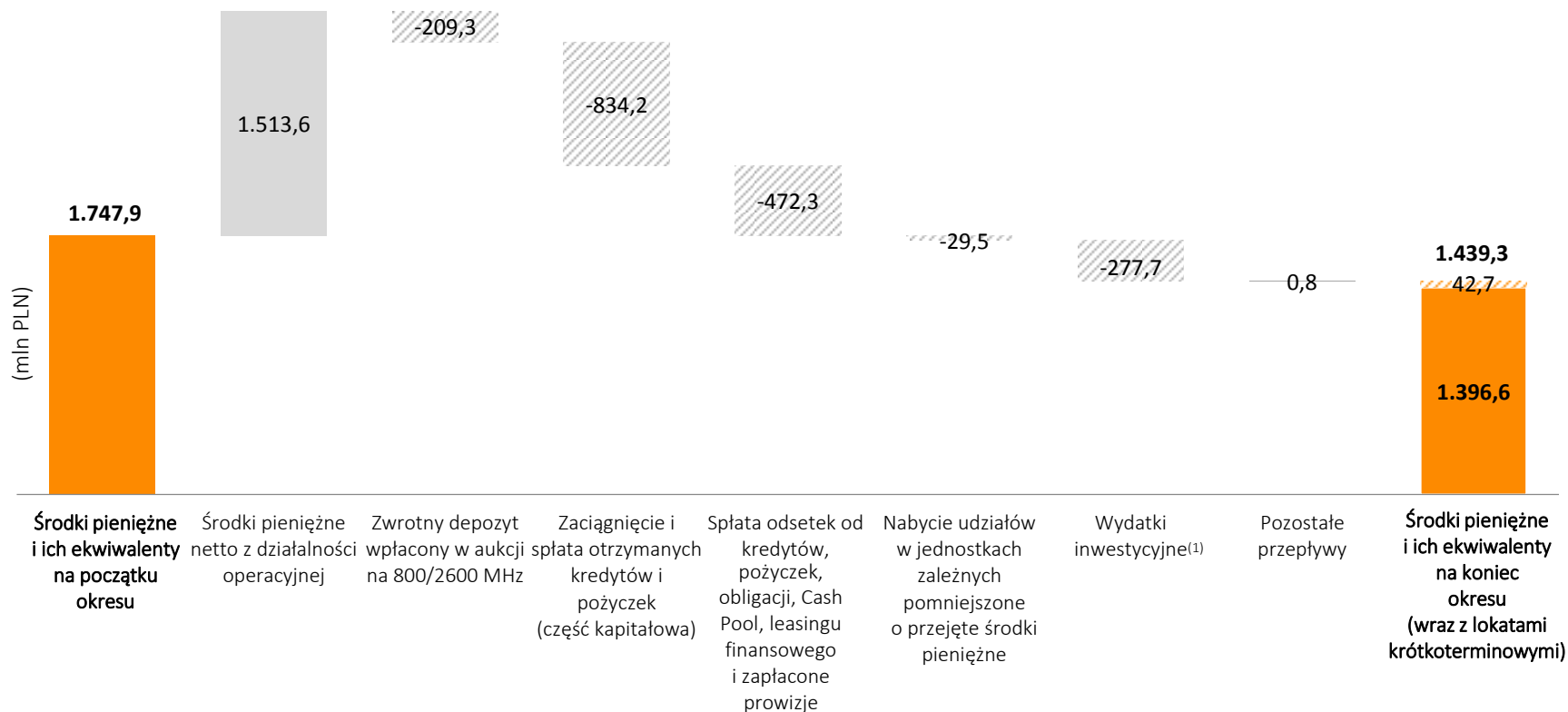


- Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich
- Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja
- Koszt własny sprzedanego sprzętu
- Koszty kontentu
- Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta
- Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników
- Koszty windykacji, odpisów aktualizujących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

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



Rachunek przepływów pieniężnych w 1H'15



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

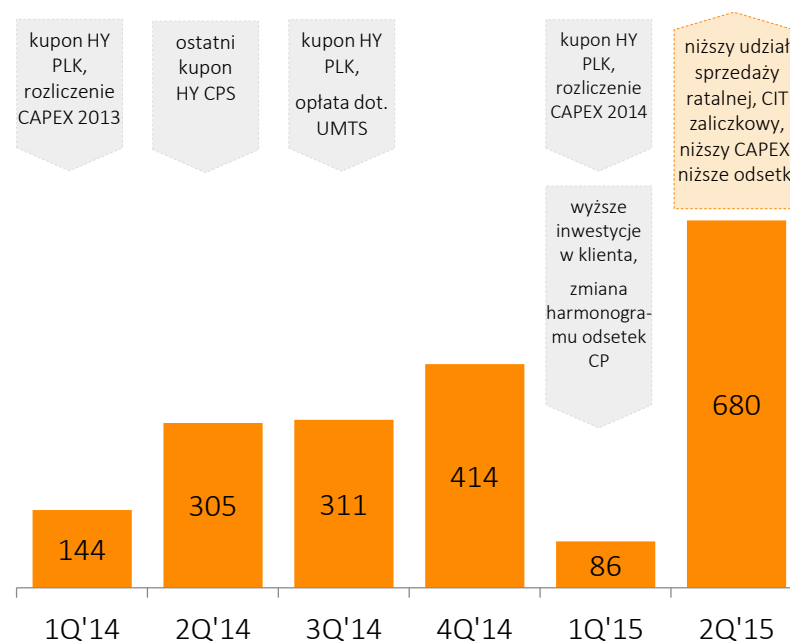
Nota: (1) Nie zawierają wydatków na udostępnione klientom zestawy odbiorcze



Uzgodnienie FCF po odsetkach

| mIn 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

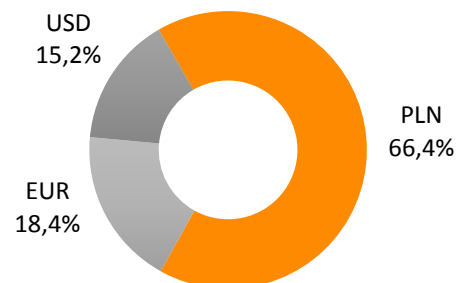
Nota: (1) Obejmują wpływ instrumentów IRS/CIRS/forward, nie zawiera pozycji jednorazowych (premia za wcześniejszą spłatę obligacji oraz zapłaty za koszty związane z pozyskaniem finansowania); (2) Uwzględnia korektę dotyczącą przejściowych rozliczeń VAT

Zadłużenie grupy na 30 czerwca 2015 r.

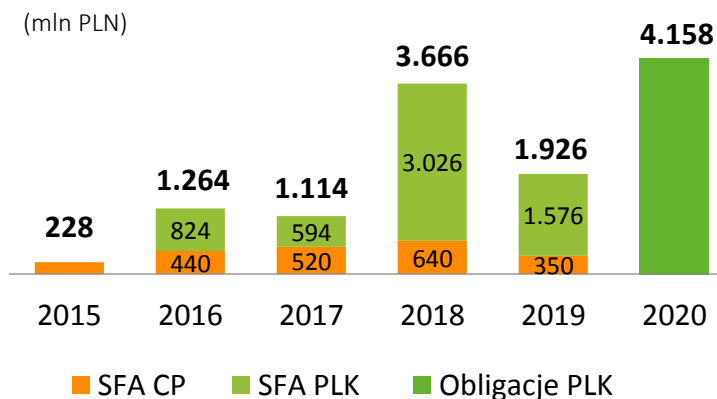


| mln PLN | Wartość bilansowa | Wartość nominalna |
|---|-------------------|-------------------|
| Kredyt Terminowy (PLN) | 2.145 | 2.178 |
| Kredyt Rewolwingowy | 70 | 70 |
| Kredyt PLK – Transza A (PLN) | 1.414 | 1.418 |
| Kredyt PLK – Transza B (PLN) | 3.010 | 3.026 |
| Kredyt PLK – Transza C (PLN) | 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 |

Struktura walutowa zadłużenia⁴



Zapadalność długu⁴



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.

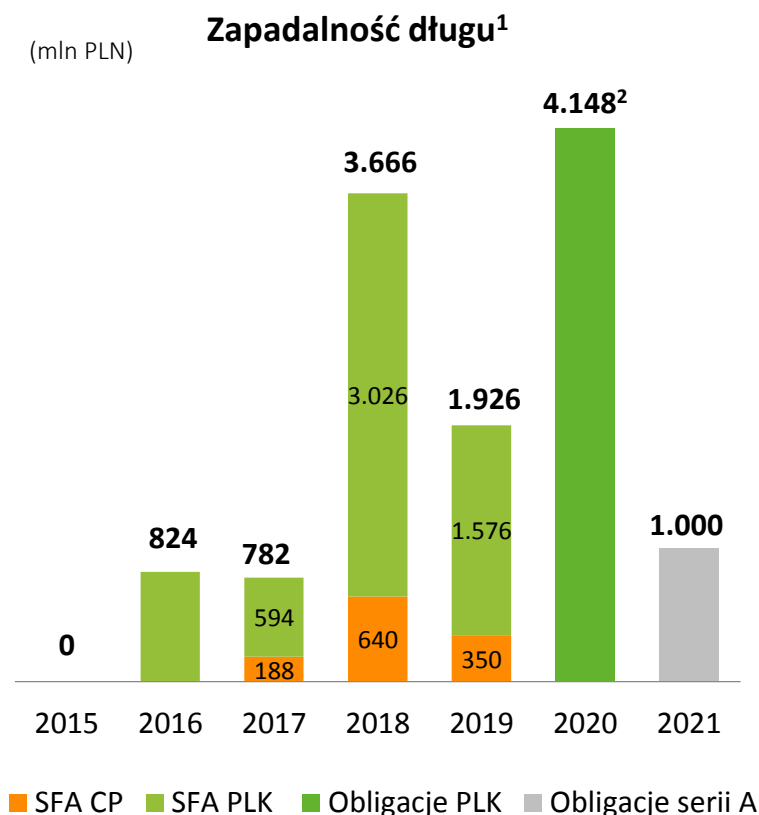
³ Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, w tym środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania oraz lokat krótkoterminowych

⁴ Nominalna wartość długu, bez RCF

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





4. Q&A



| | |
|---|--|
| 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 | <p>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.</p> <p>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.</p> |
| Definicja użyciowa (90-dni dla RGU pre-paid) | <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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).</p> |



Kontakt

Olga Zomer

Rzecznik Prasowy

Telefon: +48 (22) 356 6035

Faks: +48 (22) 356 6003

Email: ozomer@cyfrowypolsat.pl

Bartłomiej Drywa

Dyrektor Relacji Inwestorskich

Telefon: +48 (22) 356 6004

Faks: +48 (22) 356 6003

Email: bdrywa@cyfrowypolsat.pl

Lub odwiedź naszą stronę internetową:

www.grupapolsat.pl

