



Wyniki finansowe 3Q'2019

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



N E T I A

1. Najważniejsze wydarzenia 3Q'19



Najważniejsze wydarzenia 3Q'19



Rozpoczęcie sprzedaży Telewizji Internetowej OTT wraz z dekoderm EVOBOX STREAM



Włączenie kanałów Canal+3 i 4 z PKO BP Ekstraklasą do oferty Cyfrowego Polsatu jako kolejne uatrakcyjnienie naszej oferty



Świetne wyniki sprzedaży telefonii komórkowej oraz smartfonów



Umowa JV z Discovery oraz TVN dotycząca uruchomienia wspólnej platformy streamingowej OTT



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 nadawania i produkcji telewizyjnej

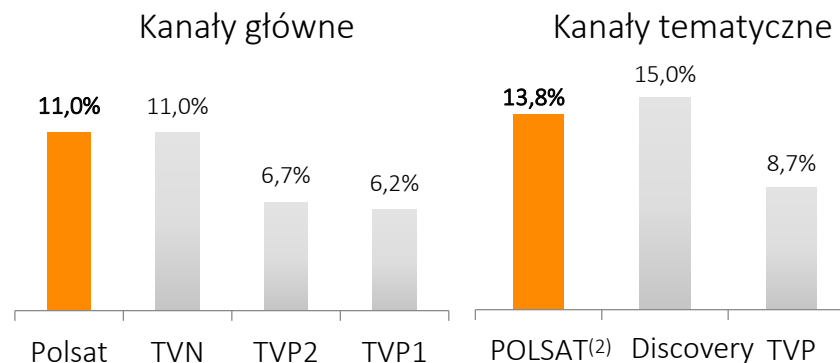
A horizontal bar with a gradient from orange on the left to green on the right, positioned below the section header.

Oglądalność naszych kanałów w 3Q'19

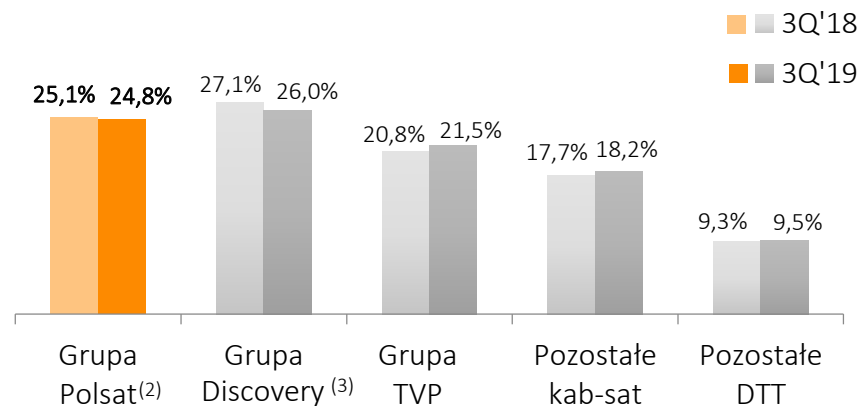


- Grupa Polsat i kanał główny w czołówce oglądalności w grupie komercyjnej

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

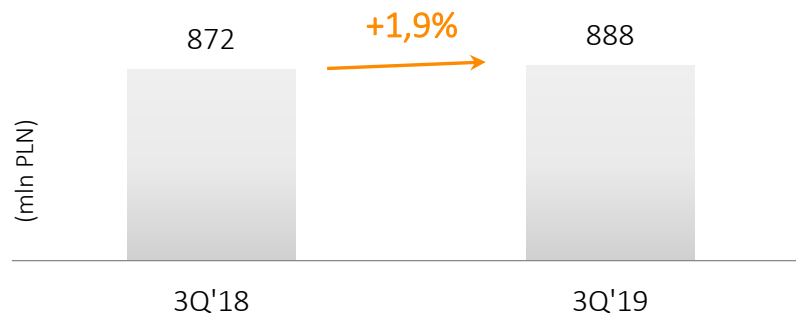


Pozycja na rynku reklamy w 3Q'19

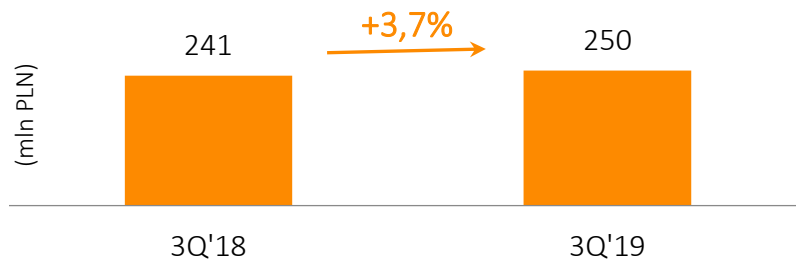


- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Polsat rosły szybciej niż rynek, czyli o 3,7% r/r
- W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrósł do 28,1%

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾

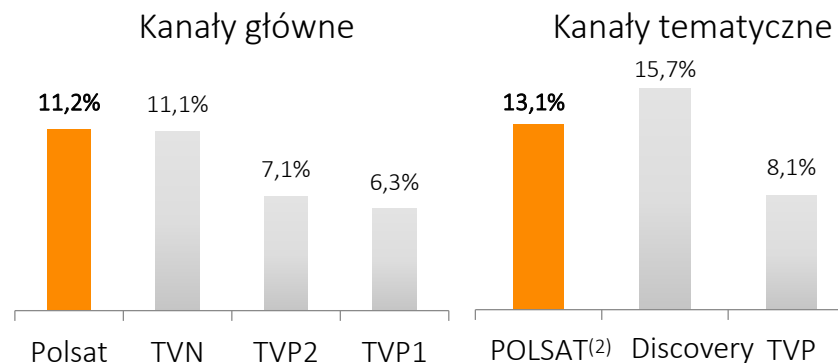


Oglądalność naszych kanałów w 9M'19

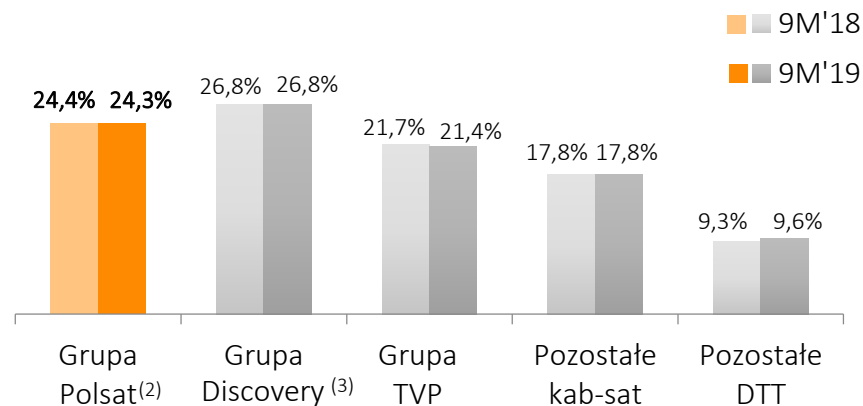


- Wyniki oglądalności kanałów Grupy Polsat zgodne ze strategią

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

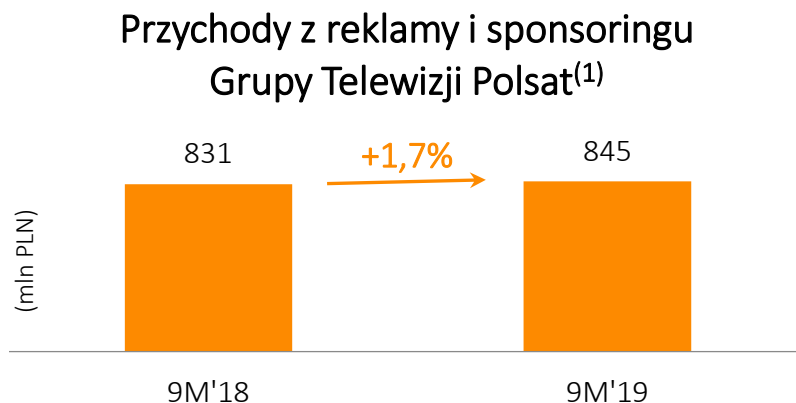
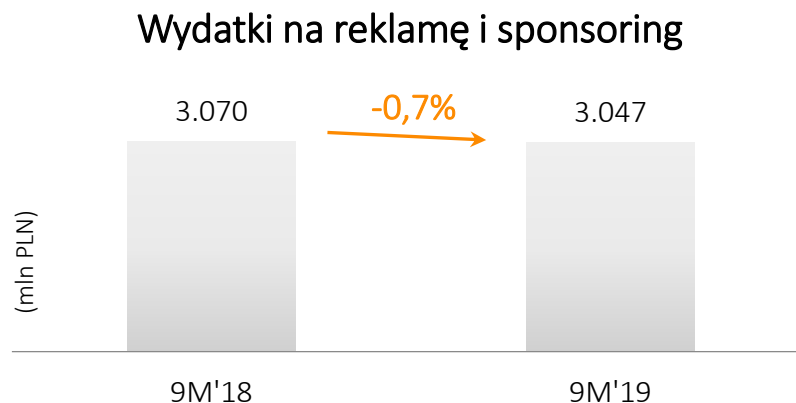
(3) Pro forma, łącznie kanały Grupy TVN oraz Discovery Networks Europe



N E T I A

Pozycja na rynku reklamy w 9M'19

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



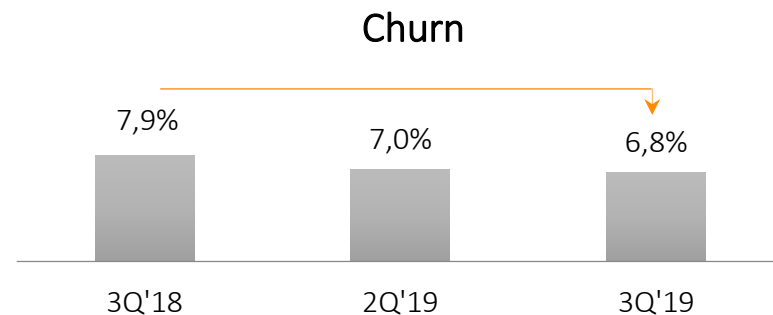
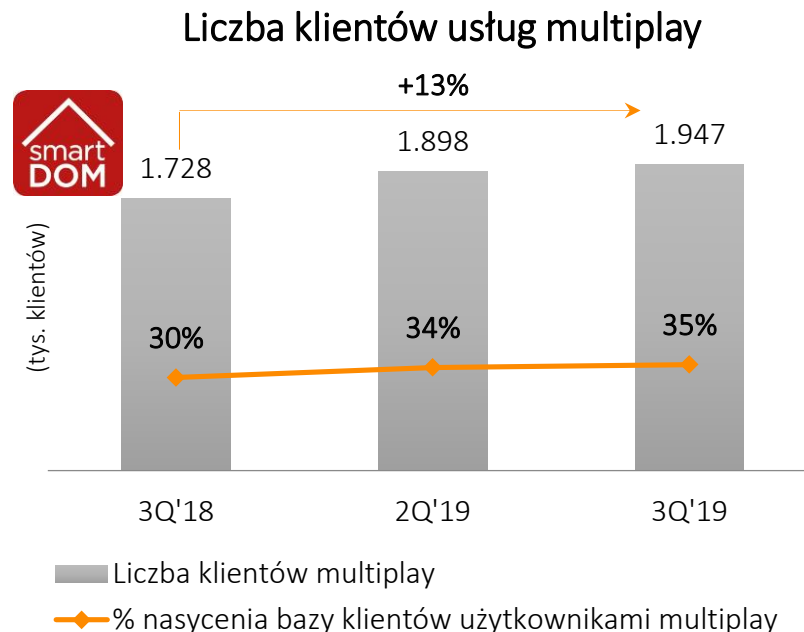
2.2 Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym



Prawie 2 miliony klientów multiplay



- Konsekwentna realizacja strategii multiplay skutkuje stabilnym wzrostem liczby klientów tych usług o 220 tys. r/r
- Liczba RGU posiadanych przez tych klientów rośnie do 5,89 mln
- Kolejny kwartał rekordowo niskiego poziomu churn – głównie dzięki naszej strategii multiplay

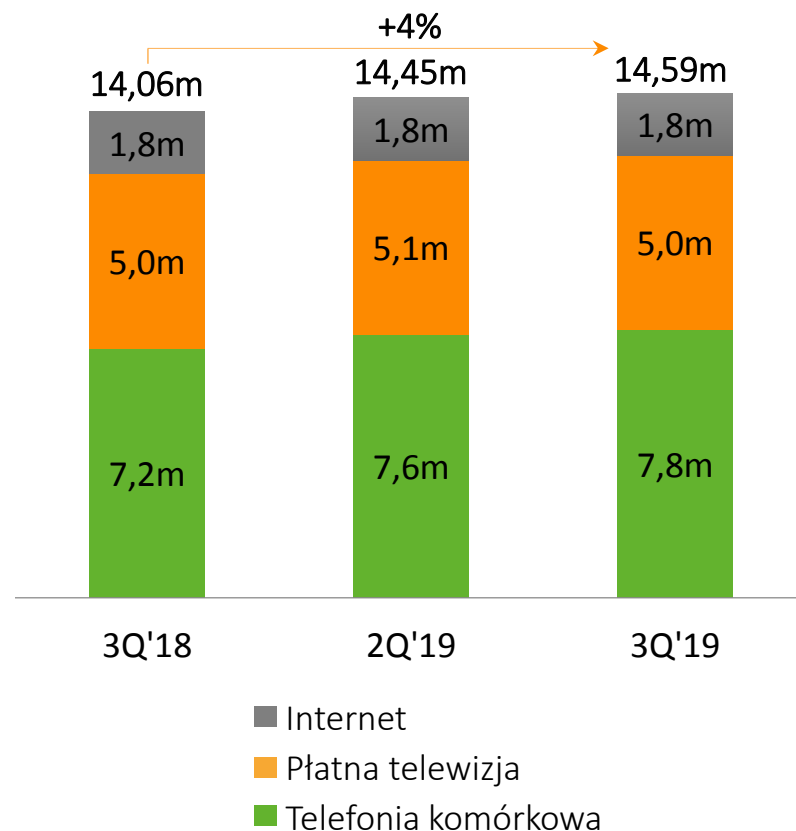


N E T I A

Sprzedaliśmy ponad pół miliona dodatkowych usług



- Przyrost liczby usług kontraktowych o 531 tys. r/r
- Dynamiczny wzrost RGU telefonii komórkowej to efekt korzystnego wpływu strategii multiplay oraz nowych prostych taryf Plusa wprowadzonych w lutym 2018 r., wspartych dobrą sprzedażą w segmencie B2B (m2m)
- Stabilna baza usług płatnej telewizji i Internetu

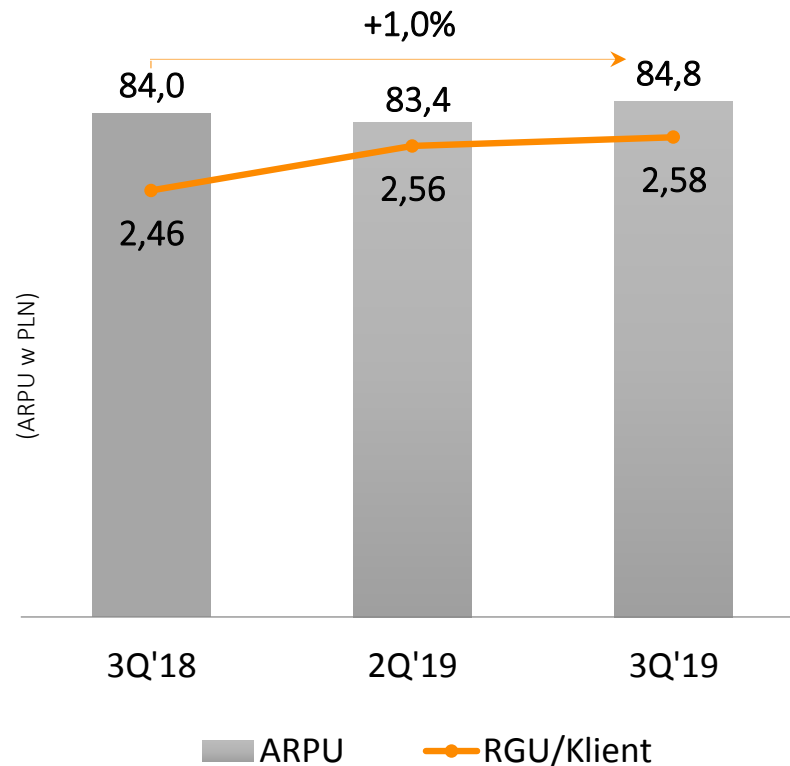


N E T I A

Wzrost ARPU dzięki konsekwentnej realizacji strategii multiplay



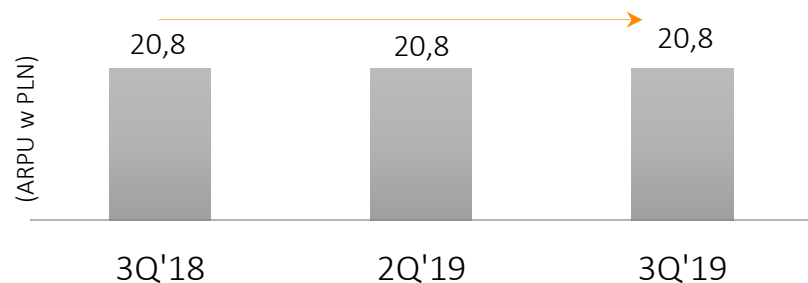
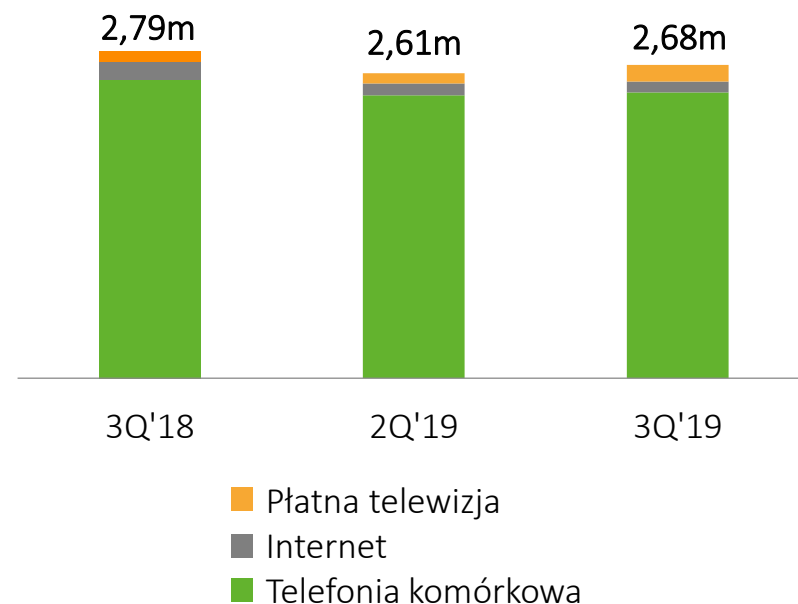
- Wzrost ARPU o 1,0% r/r
- Skuteczna dosprzedaż produktów w ramach strategii multiplay niezmiennie odzwierciedla się we wzroście wskaźnika saturacji RGU na klienta



Wysokie ARPU, rosnąca baza prepaid



- Wzrost q/q liczby świadczonych usług prepaid głównie dzięki wysokiej sprzedaży pakietów IPLA
- Wysoki i stabilny poziom ARPU



N E T I A

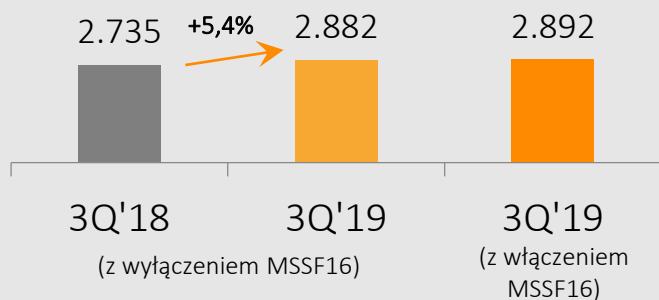
3. Wyniki finansowe



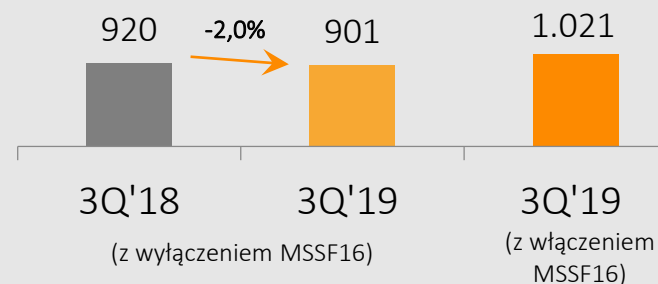
Wyniki Grupy w 3Q'19



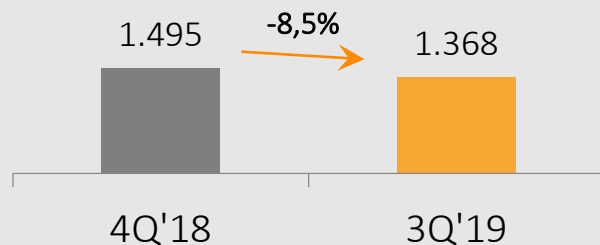
przychody



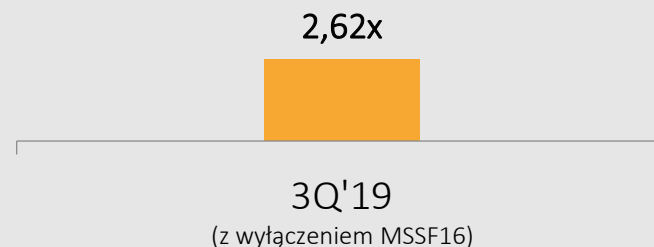
EBITDA



LTM FCF



dług netto/EBITDA LTM

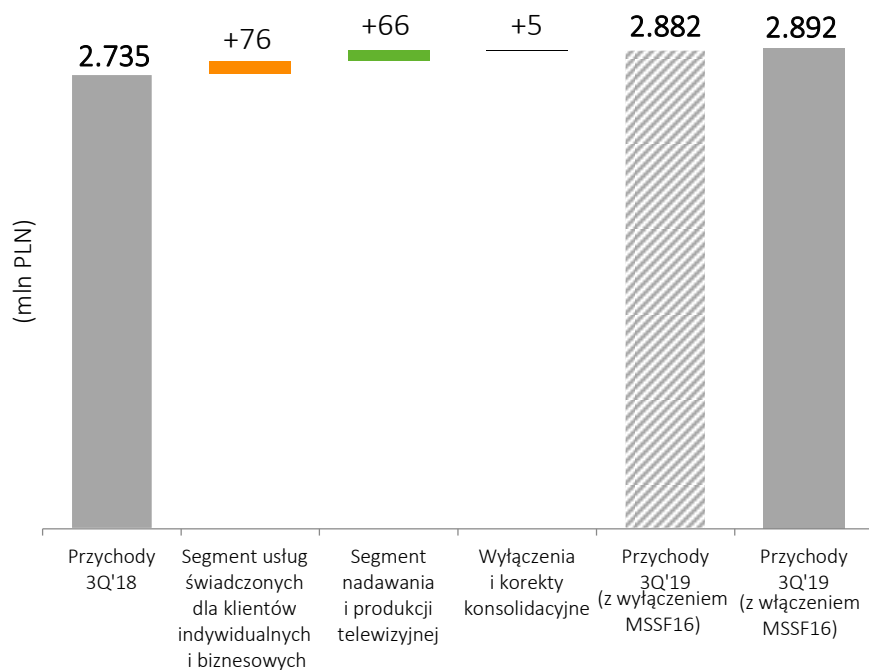


Przychody i EBITDA – czynniki zmian

Przychody ze sprzedaży

zmiana r/r

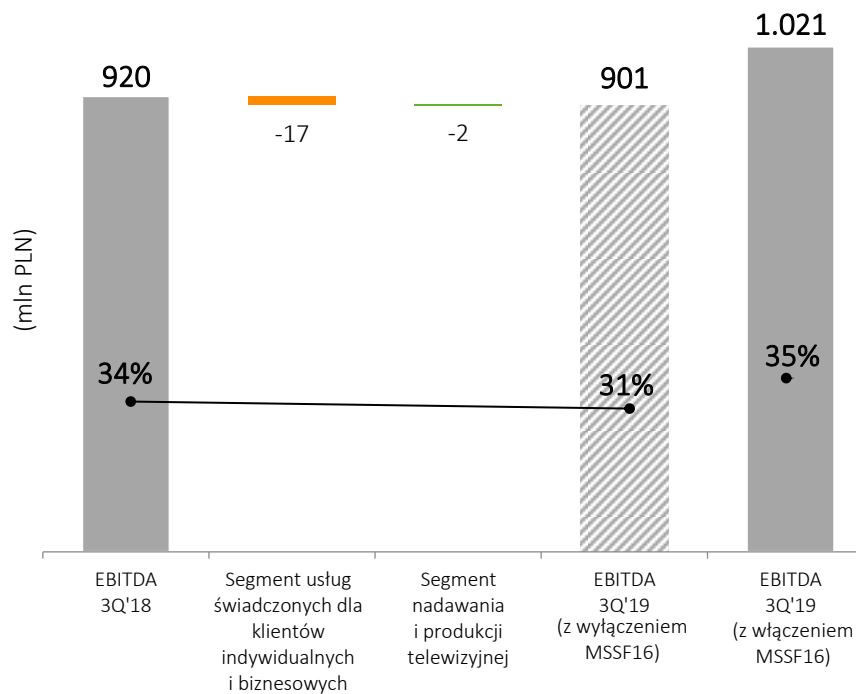
+5%
+147 mln



EBITDA

zmiana r/r

-2%
-19 mln

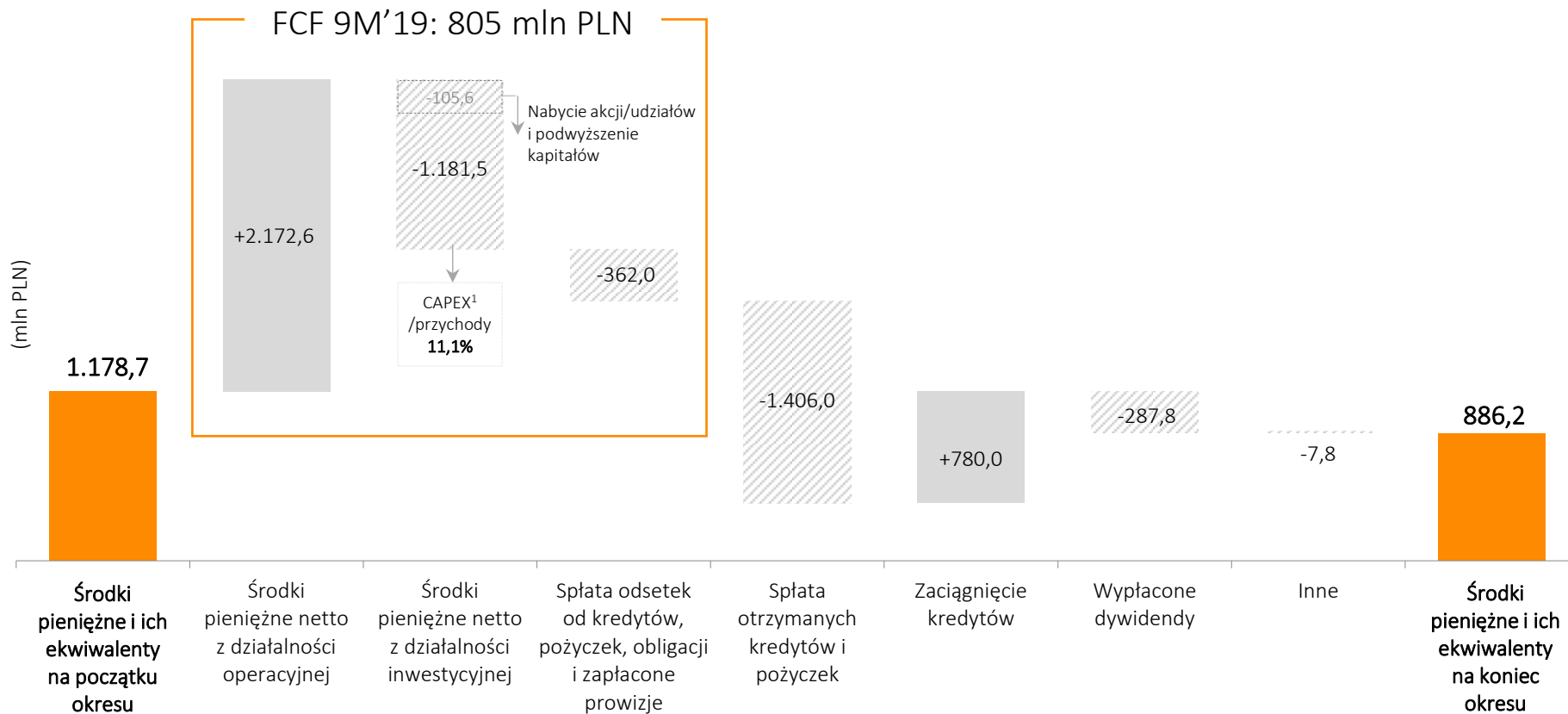


● — ● Marża EBITDA

Skorygowany FCF po odsetkach



Rachunek przepływów pieniężnych w 9M'19



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2019 r. oraz analizy własne; wariant CF z wyłączeniem MSSF16

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



N E T I A

Zadłużenie Grupy

mln PLN	Wartość bilansowa na dzień 30.09.2019 bez uwzględnienia MSSF16, zgodnie z wymogami Połączonej Umowy Kredytowej	Wartość bilansowa na dzień 30.09.2019 z uwzględnieniem MSSF16
Połączony Kredyt Terminowy	8.854	8.854
Kredyt Rewolwingowy	750	750
Obligacje serii B	1.013	1.013
Leasing i inne	29	1.364
Zadłużenie brutto	10.646	11.981
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty ¹	(886)	(886)
Zadłużenie netto	9.760	11.095
EBITDA LTM	3.724 ²	4.076
Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM	2,62x	2,72x
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.

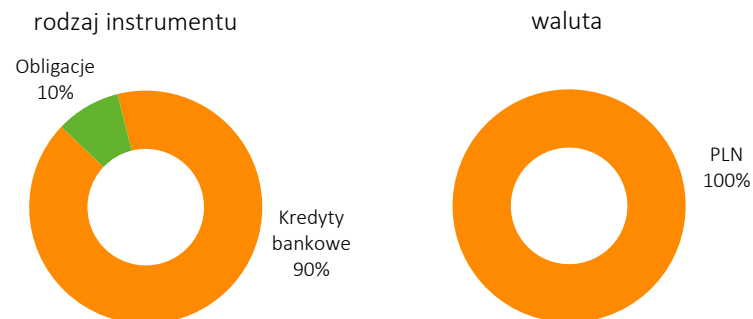
² Zgodnie z wymogami Połączonej Umowy Kredytowej, kalkulacja wyłącza efekty wprowadzenia standardu MSSF 16, który obowiązuje od 1 stycznia 2019 r. Wykluczenie dotyczy zarówno kalkulacji EBITDA LTM, jak również kalkulacji wartości długu.

³ Prospektywny średni ważony koszt odsetkowy Połączonego Kredytu Terminowego (wraz z Kredytem Rewolwingowym) oraz Obligacji Serii B, wg stanu na dzień 30 września 2019 roku przy WIBOR 1M na poziomie 1,63% i WIBOR 6M 1,79%, nie uwzględniając instrumentów zabezpieczających.

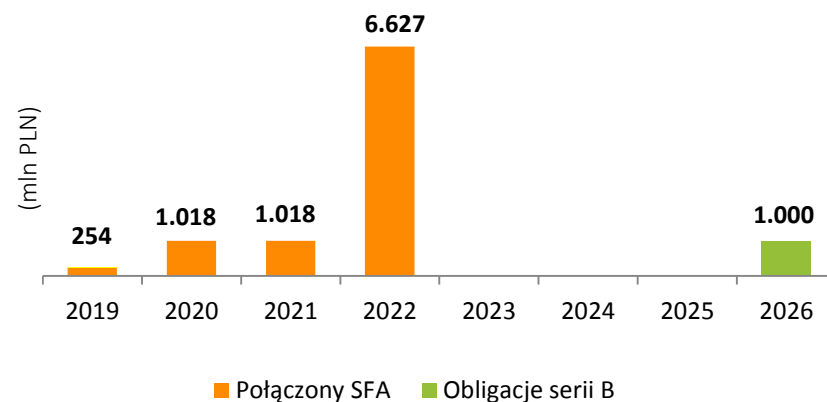
⁴ Wartość nominalna zadłużenia na dzień 30 września 2019 r. (z wyłączeniem Kredytu Rewolwingowego i leasingu).

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2019 r. oraz analizy własne

Struktura zadłużenia⁴

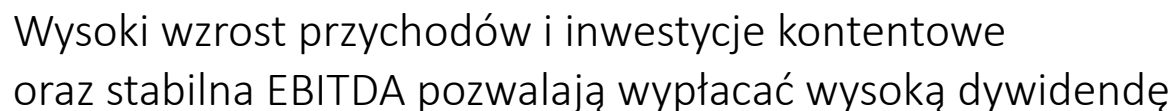
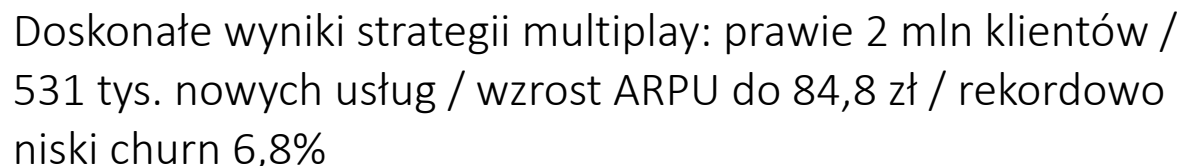
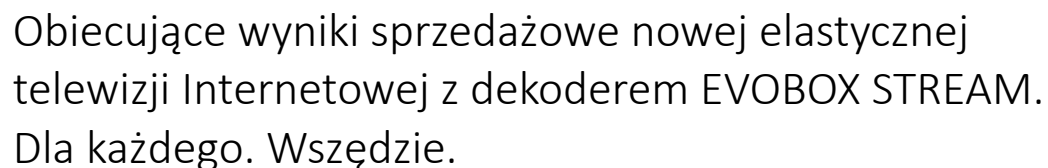


Zapadalność długu⁴



4. Podsumowanie i Q&A





5. Dodatkowe informacje:

wyniki finansowe z wyłączeniem MSSF16



Wyniki segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym

Z wyłączeniem MSSF16



mln PLN	3Q'19	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.505	3%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	1.700	5%
EBITDA	809	-2%
Marża EBITDA	32,3%	-1,7pkt%

- Wyniki segmentu pod wpływem wzrostu przychodów wynikających z wysokiej sprzedaży smartfonów do klientów Plusa, stabilizacji wyniku EBITDA w Netii oraz inwestycji w zakup dostępu do kanałów emitujących rozgrywki PKO BP Ekstraklasy

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 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	3Q'19	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	441	17%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	348	24%
EBITDA	92	-2%
Marża EBITDA	20,9%	-4,2pkt%

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

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2019 r. oraz analizy własne

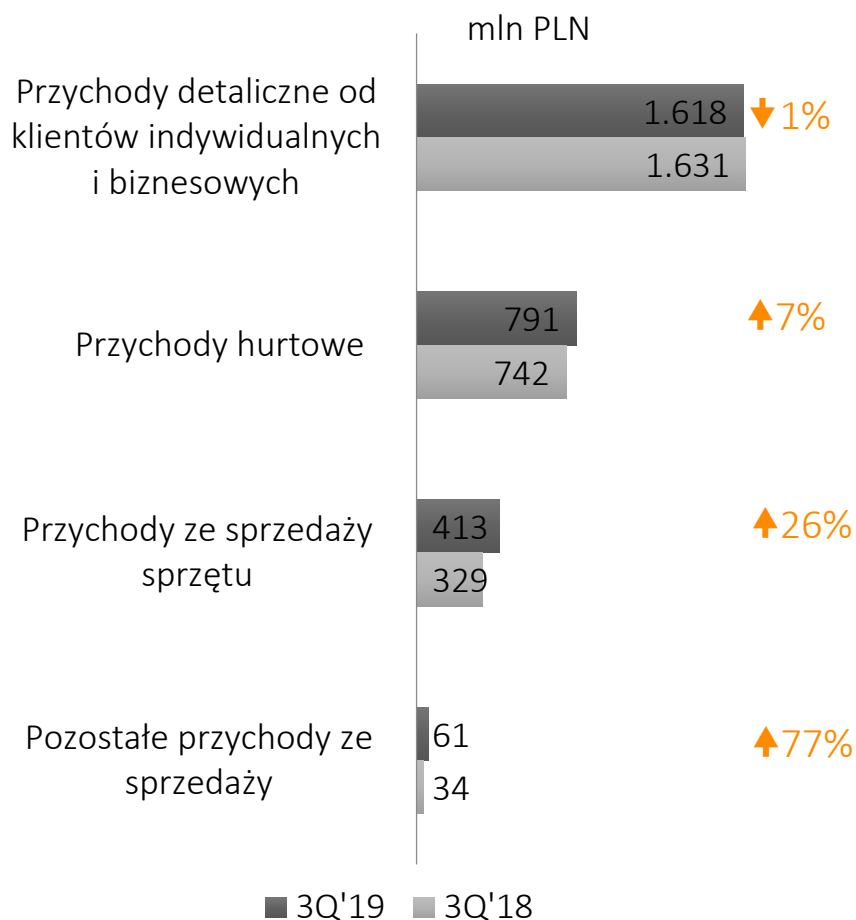
Nota: (1) koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



N E T I A

Struktura przychodów ze sprzedaży

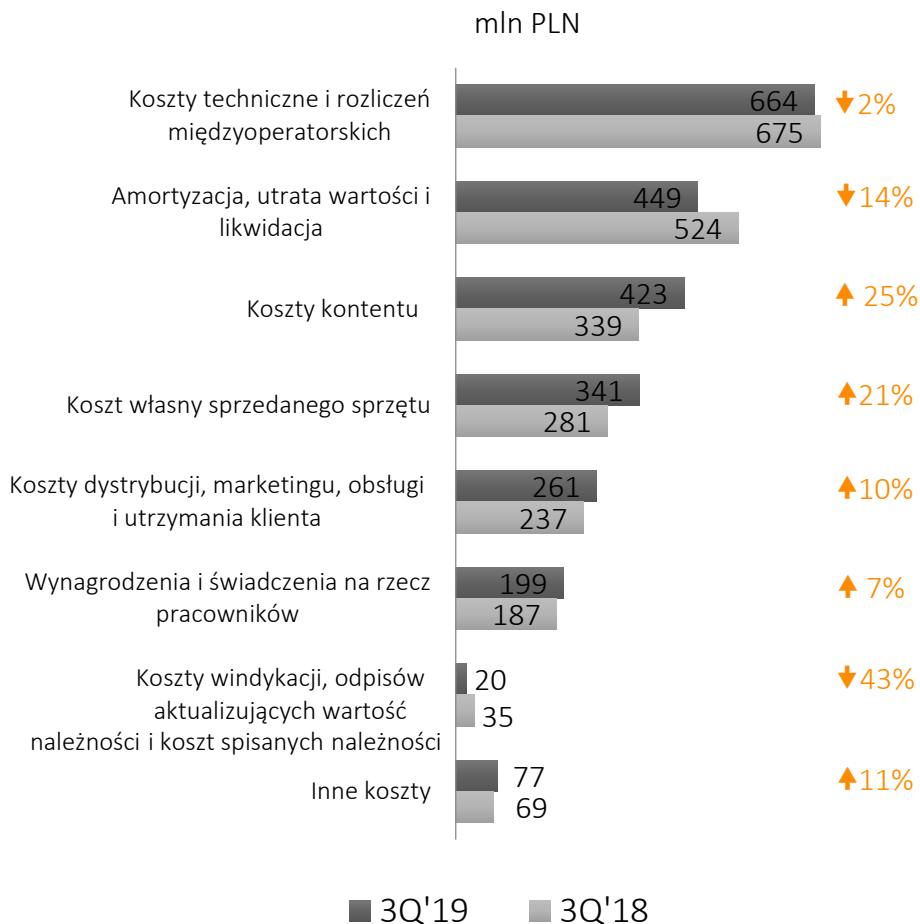
Z wyłączeniem MSSF16



- Spadek **przychodów detalicznych od klientów indywidualnych i biznesowych** głównie w wyniku spadku przychodów z usług głosowych, który został częściowo skompensowany wyższymi przychodami z usług płatnej telewizji oraz wyższymi przychodami z tytułu transmisji danych.
- Na wzrost **przychodów hurtowych** miało przede wszystkim wpływ włączenie do portfolio oferty hurtowej nowych kanałów telewizyjnych, w tym w szczególności pakietów Polsat Sport Premium, co skutkowało wzrostem przychodów od operatorów kablowych i satelitarnych. Ponadto odnotowaliśmy wyższe przychody z tytułu reklamy i sponsoringu oraz sprzedaży sublicencji programowych dotyczących wydarzeń sportowych. Z kolei niższe niż przed rokiem były nasze przychody z tytułu świadczenia usługi roamingu krajowego na rzecz operatora sieci Play.
- Wyższe **przychody ze sprzedaży sprzętu** głównie na skutek wyższego r/r wolumenu sprzedanych urządzeń przy rosnącym udziale droższych modeli wśród sprzedanych urządzeń końcowych, co znalazło swoje odzwierciedlenie również w wyższym koszcie własnym sprzedanego sprzętu.

Struktura kosztów operacyjnych

Z wyłączeniem MSSF16



- Niższe koszty **amortyzacji, utraty wartości i likwidacji** m.in. w wyniku zakończenia okresu amortyzacji koncesji dotyczącej pasma 800 MHz oraz wydłużenia okresów amortyzacji wybranych elementów sieci mobilnej.
- Wzrost **kosztów kontentu** spowodowany głównie ujęciem wyższych kosztów produkcji własnej i zewnętrznej, związanych ze wzbogaceniem jesiennej ramówki kanału głównego oraz wyższych kosztów amortyzacji praw sportowych, w szczególności uruchomionych w sierpniu 2018 r. kanałów Polsat Sport Premium, które transmitują m.in. piłkarskie rozgrywki Ligi Mistrzów UEFA i Ligi Europy UEFA. Dodatkowo na wyższe koszty kontentu wpłynął wzrost kosztów licencji programowych, m.in. na skutek decyzji o zakupie praw do emisji kanałów Canal+ Sport 3 i Canal+ Sport 4, transmitujących rozgrywki piłkarskie PKO BP Ekstraklasa oraz kosztów amortyzacji licencji filmowych, jak również kumulacja wydarzeń siatkarskich w 3Q'19.
- Wyższe **koszty własne sprzedanego sprzętu** na skutek wyższego wolumenu sprzedanych urządzeń i większego udziału droższych modeli wśród sprzedanych urządzeń końcowych.
- Wyższe koszty **dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta** związane głównie z wyższymi kosztami marketingu oraz wyższymi kosztami prowizji sprzedażowych.

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

Konstruktorska 4
02-673 Warszawa

Tel.: +48 (22) 426 85 62 / +48 (22) 356 65 20/ +48 (22) 337 93 14
Email: ir@cyfrowypolsat.pl

www.grupapolsat.pl



N E T I A