



Wyniki finansowe 3Q'2017

9 listopada 2017 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.



Agenda



1. Najważniejsze wydarzenia 3Q'17
2. Działalność operacyjna
3. Wyniki finansowe
4. Podsumowanie i Q&A



1. Najważniejsze wydarzenia 3Q'17

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

Najważniejsze wydarzenia



Moody's Investors Service podwyższa perspektywę ratingu dla Grupy Cyfrowego Polsatu do pozytywnej



Bardzo dobre wyniki operacyjne wynikające z sukcesu strategii multiplay

2. Działalność operacyjna

A horizontal decorative 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

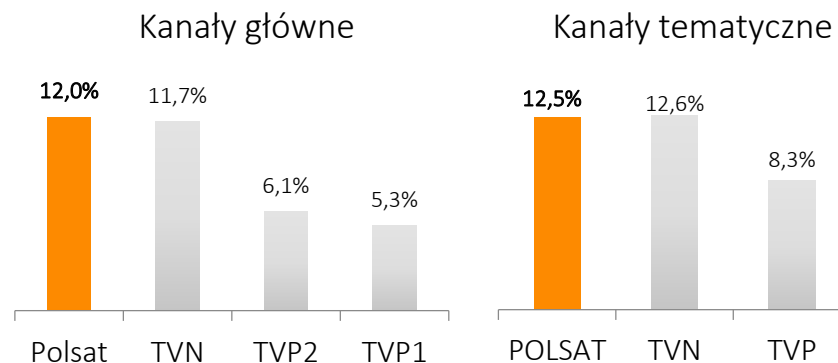


Oglądalność naszych kanałów w 3Q'17

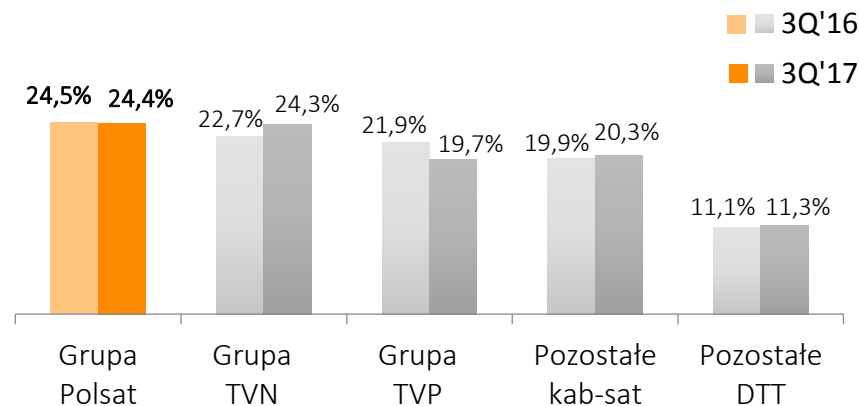


- Grupa Polsat i kanał główny liderami oglądalności w grupie komercyjnej
- Dobry start jesiennej ramówki

Udział w oglądalności



Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2⁽¹⁾, analizy własne

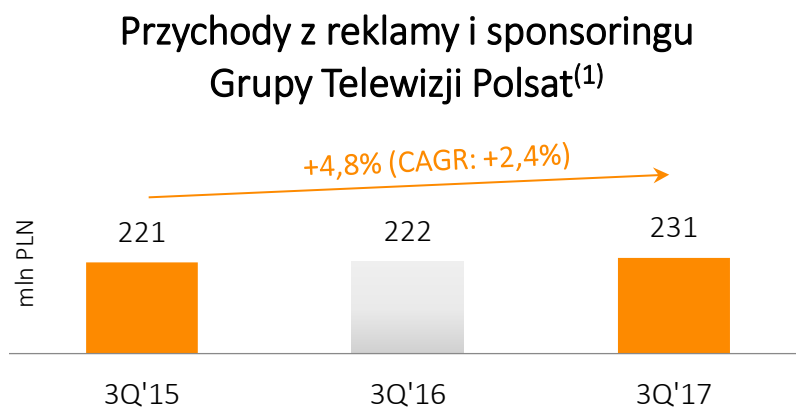
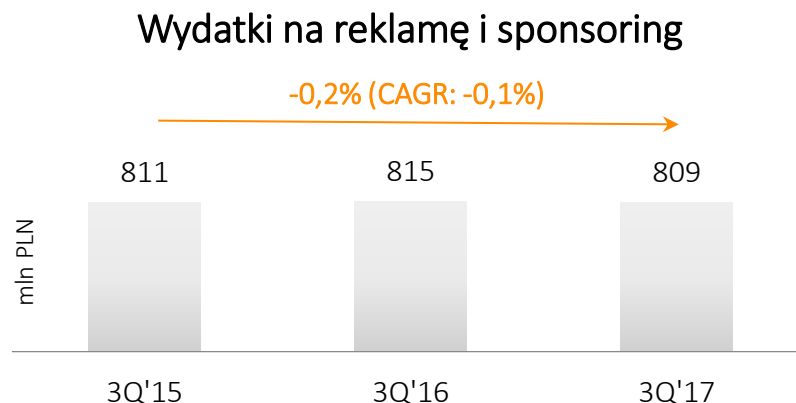
Nota 1: oglądalność z dnia emisji i z 2 kolejnych dni (tzw. *Time Shift Viewing* - przesunięcie w czasie konsumpcji treści telewizyjnych nadawanych w czasie rzeczywistym poprzez zapis programów na nośniku pamięci (np. cyfrowym dekodерze) i późniejsze ich odtwarzanie)



Pozycja na rynku reklamy w 3Q'17



- Nieznaczny spadek wydatków reklamy telewizyjnej i sponsoringu
- Dynamiczny wzrost przychodów z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat na tle płaskiego rynku reklamy
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrósł do 28,6%

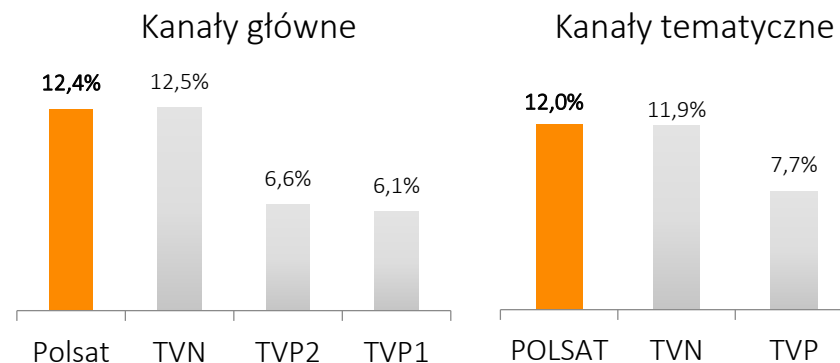


Oglądalność naszych kanałów w 9M'17

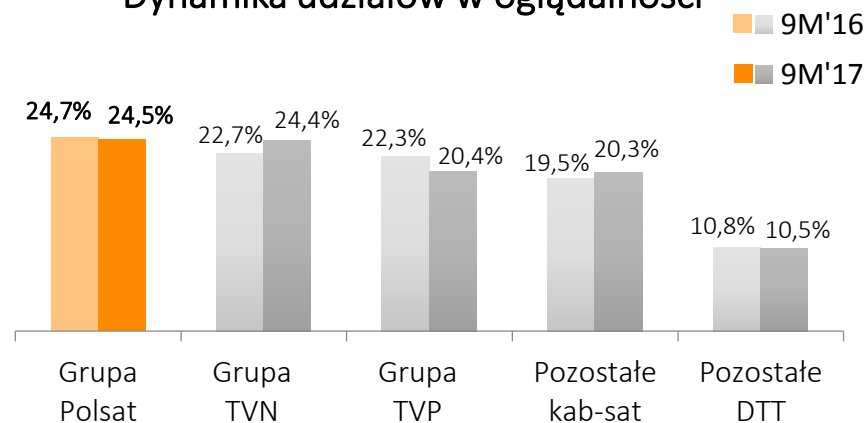


- Wyniki oglądalności zgodne z długoterminową strategią Grupy Polsat

Udział w oglądalności



Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2⁽¹⁾, analizy własne

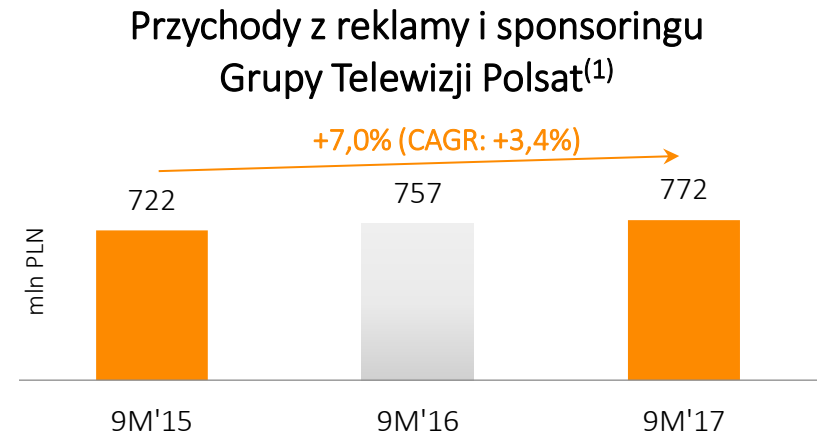
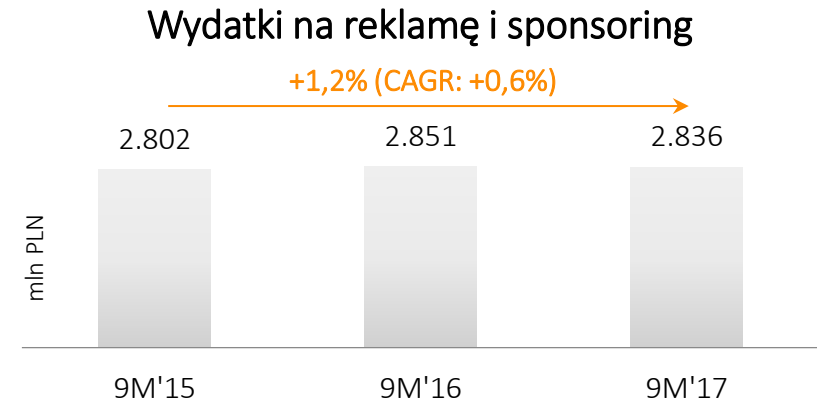
Nota 1: oglądalność z dnia emisji i z 2 kolejnych dni (tzw. *Time Shift Viewing* - przesunięcie w czasie konsumpcji treści telewizyjnych nadawanych w czasie rzeczywistym poprzez zapis programów na nośniku pamięci (np. cyfrowym dekodерze) i późniejsze ich odtwarzanie)



Pozycja na rynku reklamy w 9M'17



- Stabilny rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat rosną szybciej niż rynek
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrósł do 27,2%



Źródło: Starcom, dane wstępne, reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy własne
Nota: (1) Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Starcom



Wyniki finansowe segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej



mln PLN	3Q'15	3Q'16	3Q'17	zmiana r/r	3Q'17vs 3Q'15
Przychody ze sprzedaży	283	321	306	-5%	8%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	198	195	215	10%	9%
EBITDA	86	128	91	-29%	6%
Marża EBITDA	30,4%	39,9%	29,9%	-10,0pkt%	-0,5pkt%

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2017 r. oraz analizy własne

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



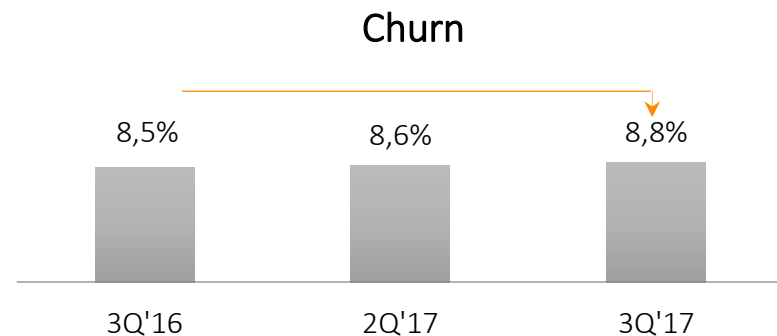
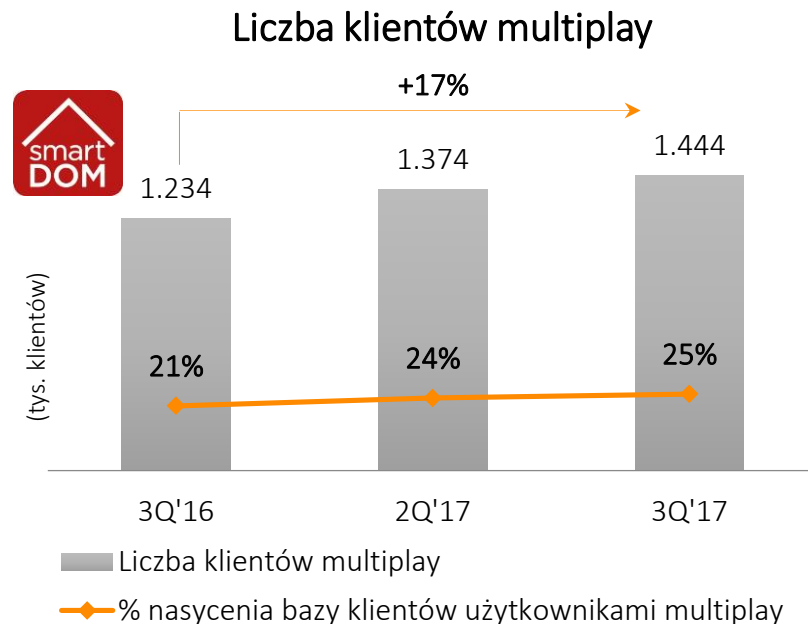
2.2 Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym



Kontynuacja strategii multiplay



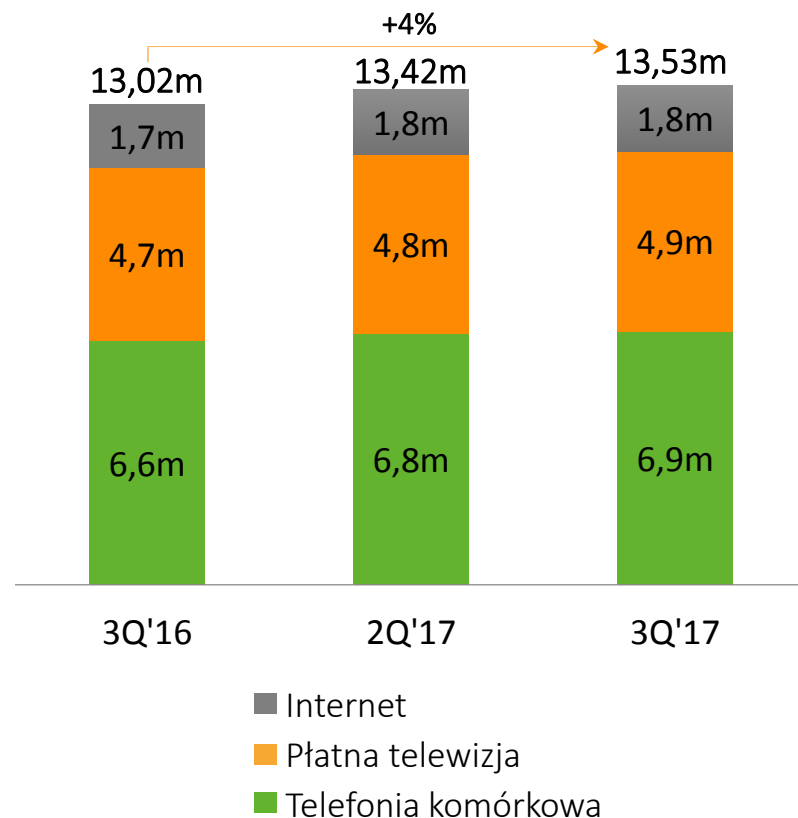
- Skuteczna strategia skutkuje przyśpieszeniem sprzedaży i stabilnym wzrostem liczby klientów multiplay o 210 tys. r/r
- Liczba RGU posiadanych przez klientów multiplay rośnie do 4,31 mln
- Niski poziom churn, głównie dzięki naszej strategii multiplay



Stabilny wzrost usług kontraktowych



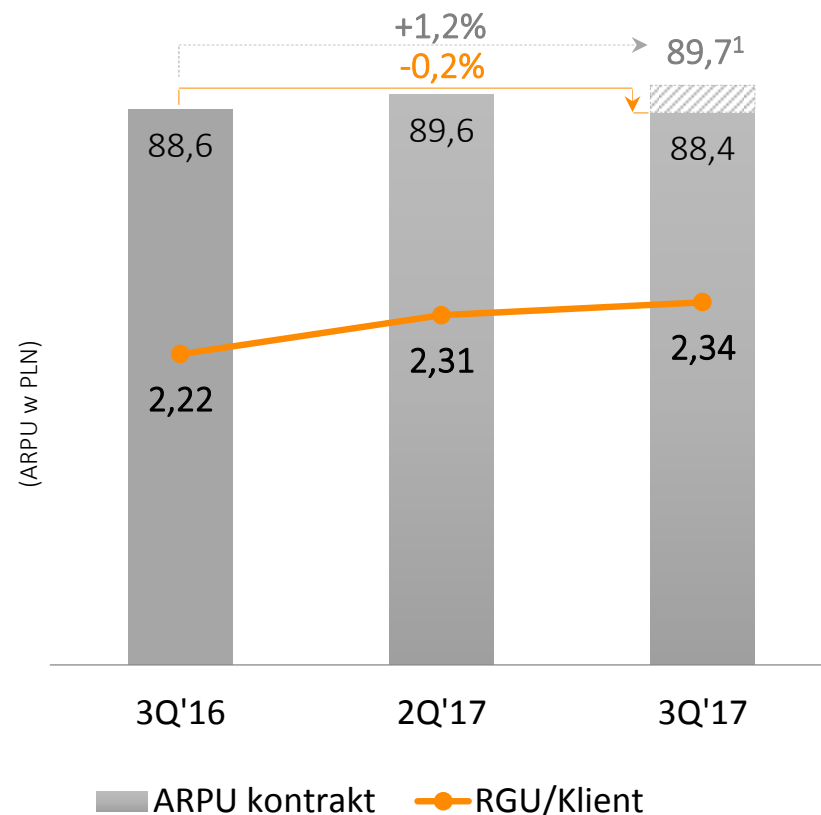
- Przyrost liczby usług kontraktowych o 512 tys. r/r
- 248 tys. r/r dodatkowych RGU telefonii to efekt korzystnego wpływu strategii multiplay, wspartego przejściowo zintensyfikowaną migracją klientów segmentu prepaid
- RGU płatnej telewizji rośnie o 203 tys. r/r (efekt multiroom i płatnego OTT)
- Dalszy wzrost bazy Internetu o 61 tys. r/r



Dynamika ARPU kontraktowego przejściowo pod wpływem regulacji RLAH



- Przy założeniu stabilnych przychodów roamingowych ARPU kontraktowe rosły w Q3'17 o 1,2% r/r
- Historycznie ok. 30% detalicznych przychodów roamingowych przypadało na Q3 – wpływ RLAH na ARPU w kolejnych kwartałach powinien się zmniejszyć
- Skuteczna dosprzedaż produktów w ramach strategii multiplay niezmiennie odzwierciedla się we wzroście wskaźnika saturacji RGU na klienta



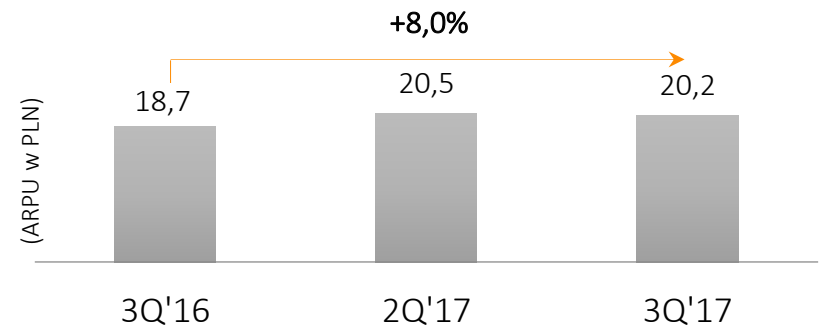
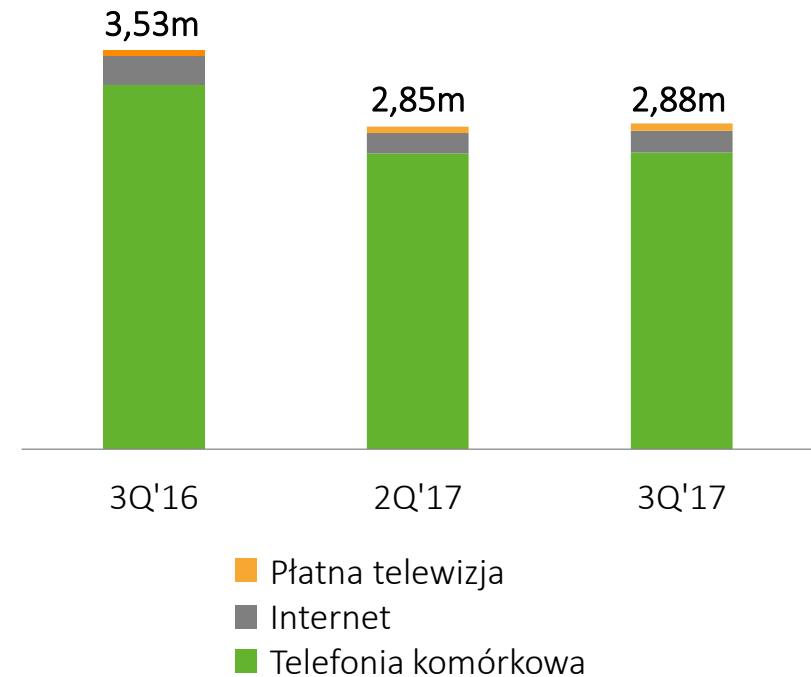
Nota: (1) przy założeniu stabilnych przychodów roamingowych



Rosnące ARPU, stabilna baza prepaid



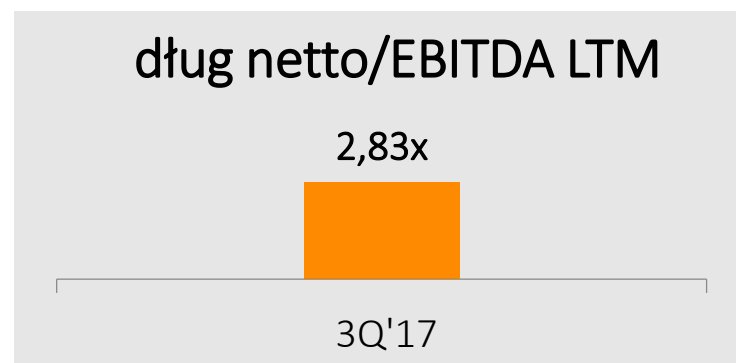
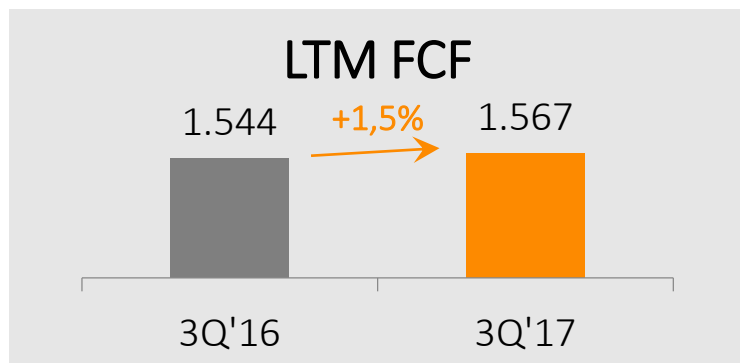
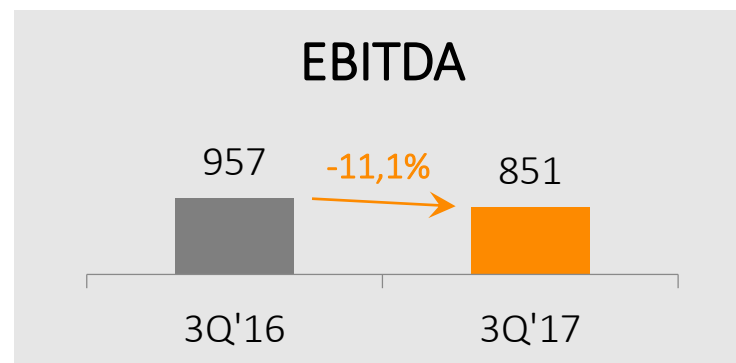
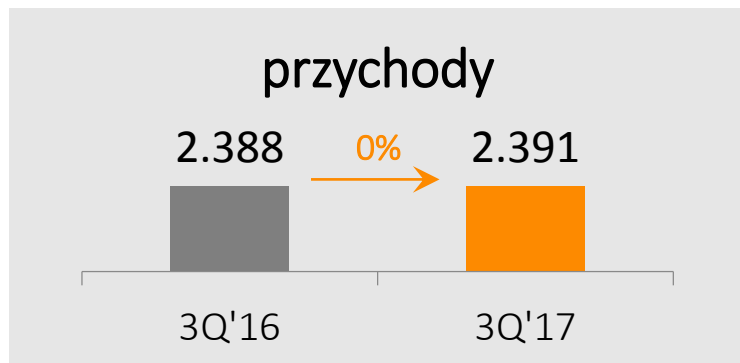
- Stabilna baza na poziomie 2,9 mln usług, odzwierciedlająca rzeczywistą liczbę użytkowników
- Dynamicznie rosnące ARPU, wynikające z oczyszczenia bazy o tzw. *one time user'ów* oraz wygaśnięcia promocji rejestracyjnych



3. Wyniki finansowe

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

Wyniki Grupy

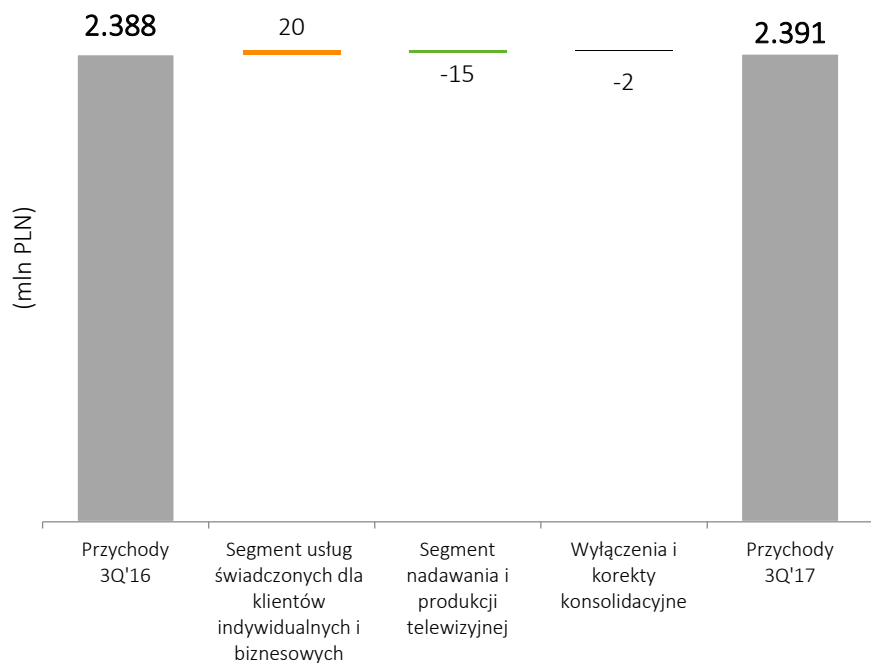


Przychody i EBITDA – czynniki zmian



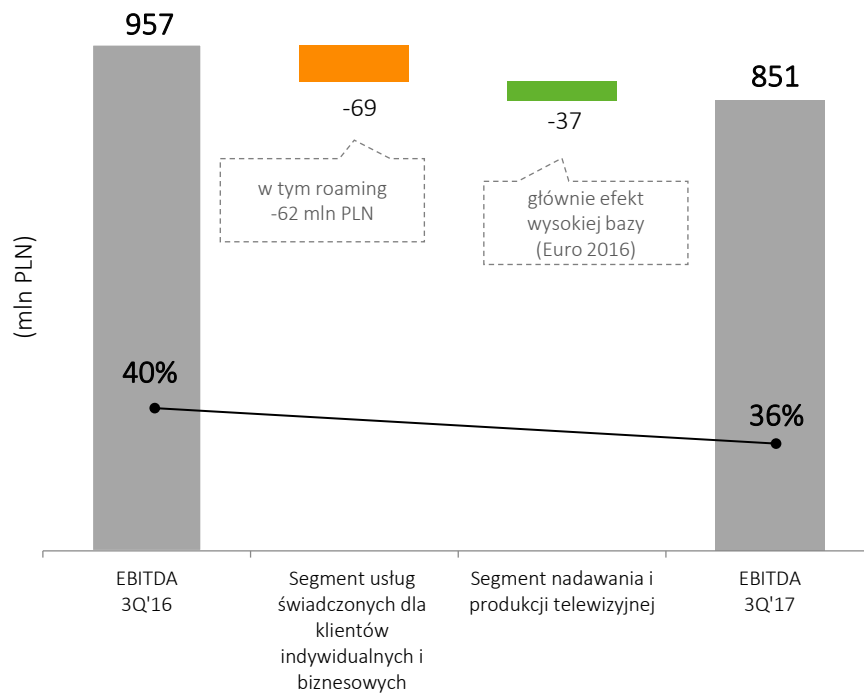
Przychody ze sprzedaży

zmiana r/r **0%
+3 mln**



EBITDA

zmiana r/r **-11%
-106 mln**

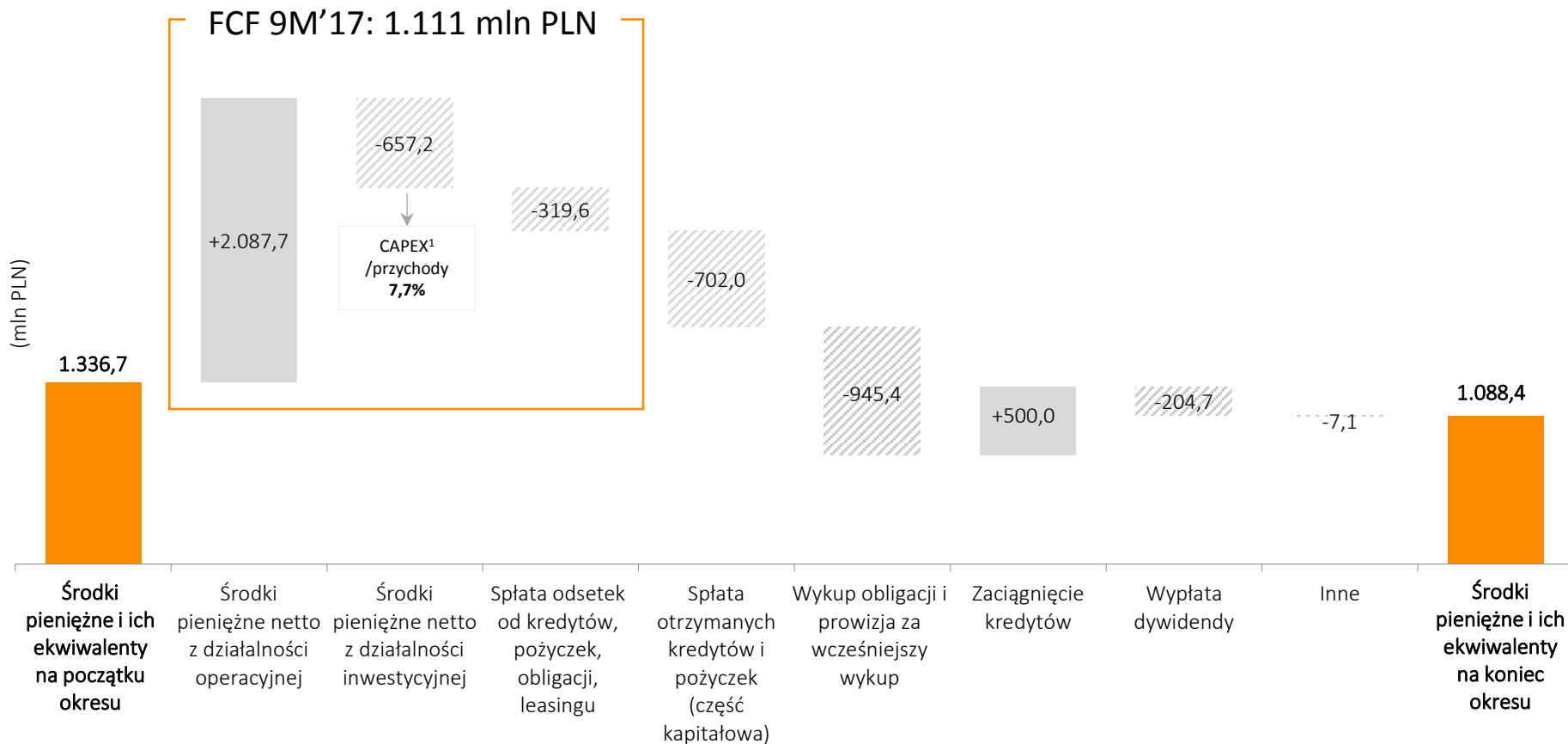


●—● Marża EBITDA

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2017 r. oraz analizy własne



Rachunek przepływów pieniężnych w 9M'17



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2017 r. oraz analizy własne
 Nota: (1) Wydatki na nabycie rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych

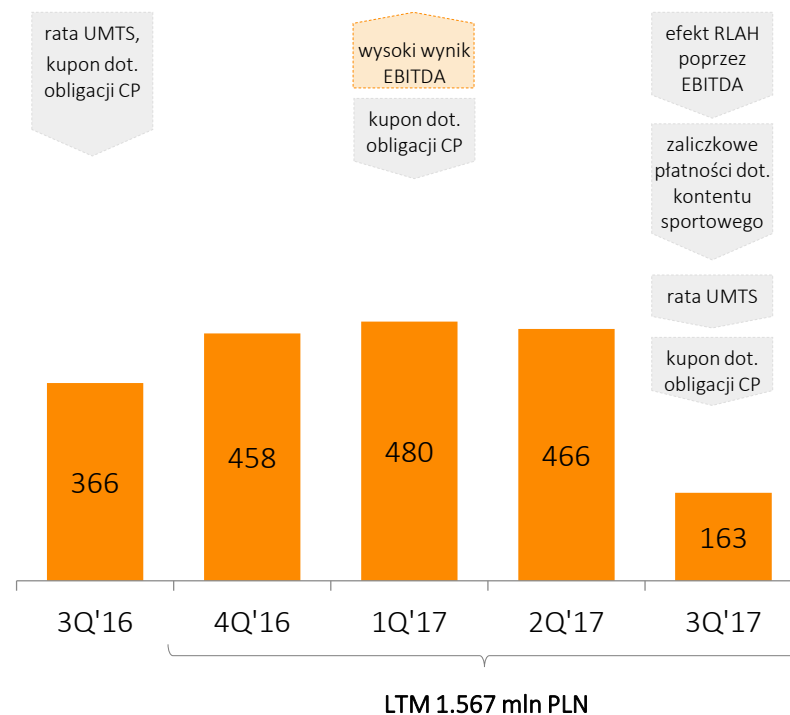


FCF - kumulacja płatności w 3Q'17



mln PLN	3Q'17	9M'17
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	568	2.088
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-290	-657
Splata odsetek od kredytów, pożyczek, obligacji, leasingu	-114	-320
FCF po odsetkach	165	1.111
Nabycie spółki zależnej	-2	-2
Skorygowany FCF po odsetkach	163	1.109

Skorygowany FCF po odsetkach



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2017 r. oraz analizy własne



Zadłużenie Grupy



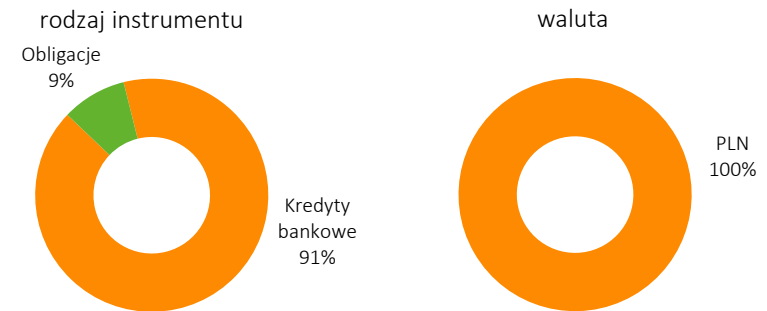
mIn PLN	Wartość bilansowa na dzień 30 września 2017 r.
Połączony Kredyt Terminowy	9.887
Kredyt Rewolwingowy	500
Obligacje serii A	1.007
Leasing i inne	26
Zadłużenie brutto	11.420
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty ¹	(1.088)
Zadłużenie netto	10.332
EBITDA LTM	3.647
Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM	2,83
Średni ważony koszt odsetek ²	3,4%

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

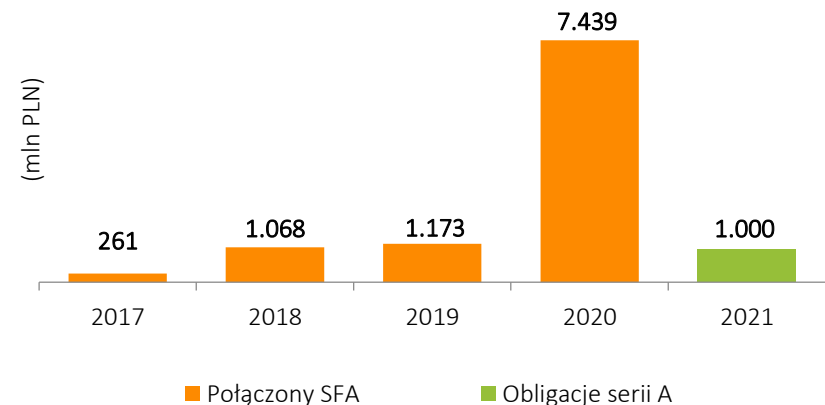
² Prospektywny średni ważony koszt odsetkowy Połączonego Kredytu Terminowego (wraz z Kredytem Rewolwingowym) oraz Obligacji Serii A, wg stanu na dzień 30 września 2017 roku przy WIBOR 1M na poziomie 1,66% i WIBOR 6M 1,81%, nie uwzględniając instrumentów zabezpieczających.

³ Wartość nominalna zadłużenia na dzień 30 września 2017 r. (z wyłączeniem Kredytu Rewolwingowego i leasingu)

Struktura zadłużenia³



Zapadalność długu³



4. Podsumowanie i Q&A

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

Podsumowanie



Bardzo dobre wyniki operacyjne i sprzedażowe w obu segmentach biznesowych



Konsekwentna realizacja polityki finansowej znajduje swoje odzwierciedlenie w pozytywnej ocenie ratingowej agencji Moody's



Przygotowanie szeregu nowych ofert świątecznych w celu kontynuacji realizacji skutecznej strategii multiplay



5. Dodatkowe informacje

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

Wyniki segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym



mln PLN	3Q'17	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.140	1%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	1.387	8%
EBITDA	760	-8%
Marża EBITDA	35,5%	-3,6pkt%

- Pomimo niekorzystnego wpływu regulacji *Roam Like At Home*, całkowite przychody rosną, wsparte wyższymi przychodami ze sprzedaży sprzętu oraz rosnącymi przychodami hurtowymi.
- Wzrost zużycia ruchu w roamingu przekłada się równolegle na istotnie wyższe koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich (IC). Rosną również koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta.

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2017 r. oraz analizy własne

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



Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej



mln PLN	3Q'17	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	306	-5%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	215	10%
EBITDA	91	-29%
Marża EBITDA	29,9%	-10,0pkt%

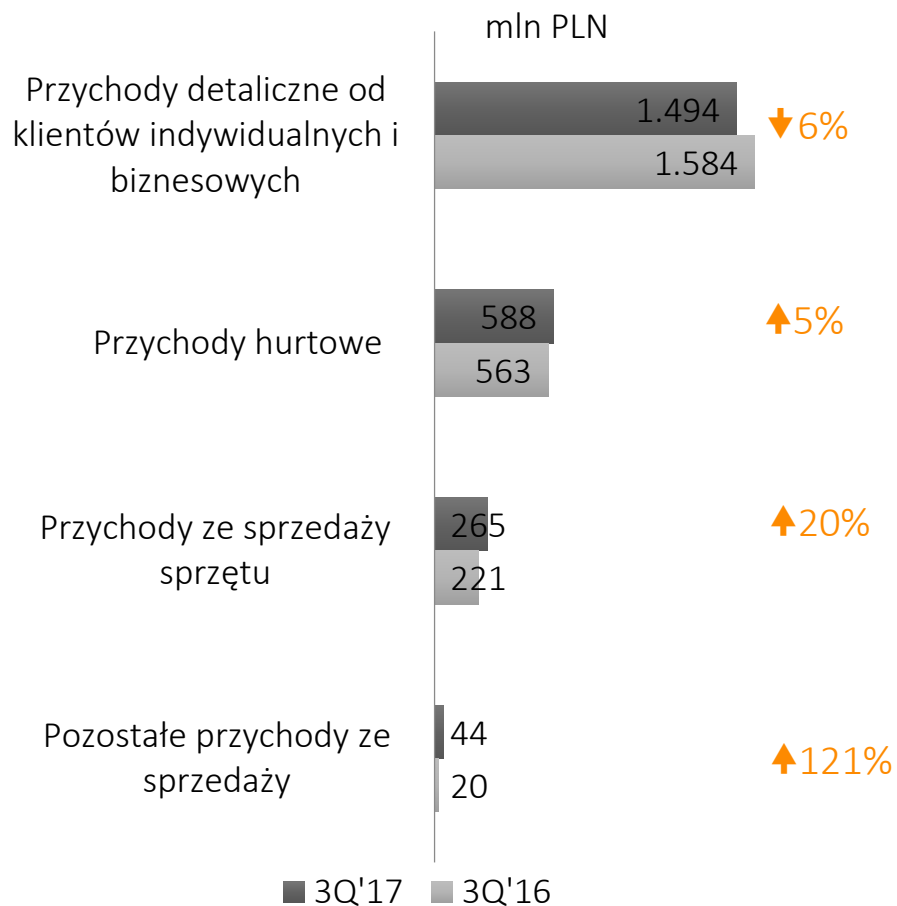
- Wyniki segmentu pod wpływem efektu wysokiej bazy wynikającej z sukcesu finansowego UEFA EURO 2016 transmitowanego na antenach TV Polsat w 2Q'16 i 3Q'16.

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2017 r. oraz analizy własne

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

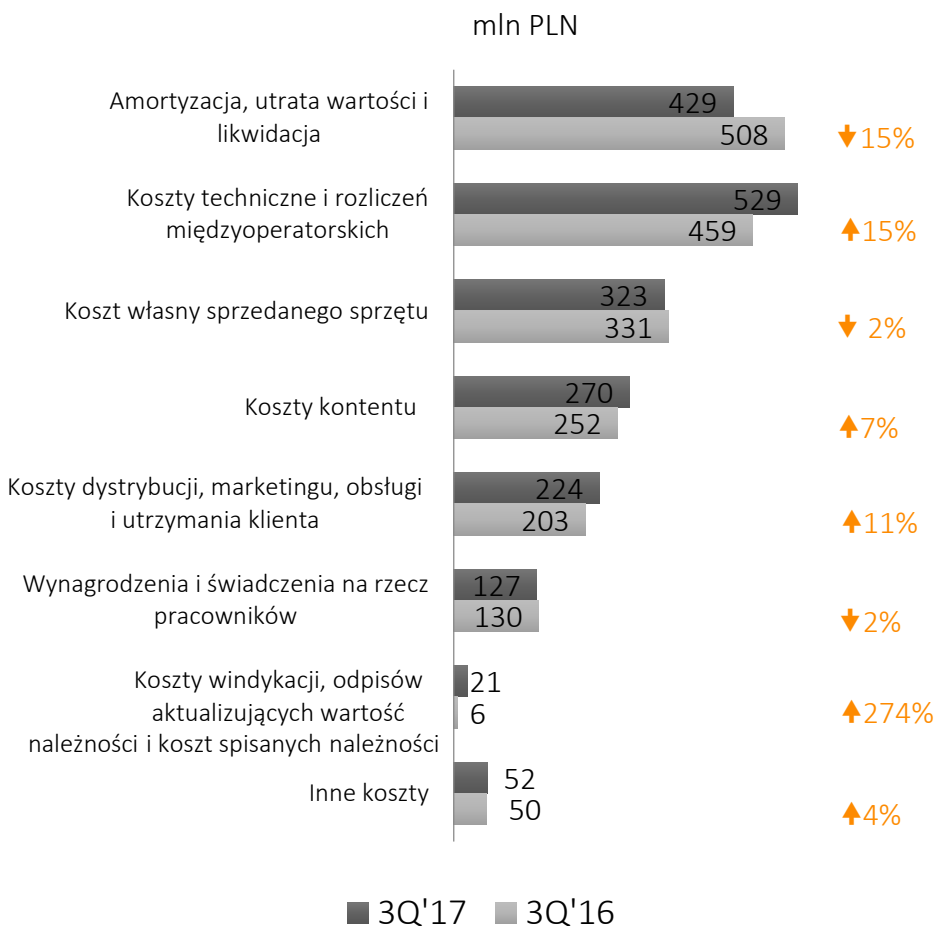


Struktura przychodów ze sprzedaży



- Spadek przychodów detalicznych od klientów indywidualnych i biznesowych spowodowany przede wszystkim niższymi przychodami z usług głosowych. Na erozję przychodów z usług głosowych złożyło się kilka czynników, w szczególności pełna implementacja regulacji *Roam Like at Home*, zmiana sposobu oferowania sprzętu dla klientów detalicznych, niższa liczba aktywacji prepaid, co związane jest z wymogiem rejestracji kart przedpłaconych. Spadek ten został częściowo skompensowany wyższymi przychodami z usług płatnej telewizji oraz wyższymi przychodami z tytułu usług dostępu do mobilnego Internetu.
- Wzrost przychodów hurtowych przede wszystkim w wyniku rosnących przychodów z rozliczeń IC. Dynamika wzrostu została w znacznym stopniu zniekształcona na skutek efektu wysokiej bazy wynikającej z ujęcia w tej pozycji w 3Q'16 dodatkowych przychodów związanych z wielokanałową monetyzacją praw do rozgrywek Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2016.
- Wyższe przychody ze sprzedaży sprzętu przede wszystkim w wyniku wyższych przychodów ze sprzedaży ratalnej sprzętu w związku z rosnącym udziałem sprzedaży sprzętu w tym modelu, jak również z wyższym popytem ze strony klientów na bardziej zaawansowane i droższe urządzenia końcowe.

Struktura kosztów operacyjnych



- Spadek amortyzacji m.in. w wyniku zakończenia okresu amortyzacji części wartości niematerialnych i prawnych nabytych podczas transakcji zakupu Polkomtelu w 2014 r. oraz niższych kosztów amortyzacji infrastruktury telekomunikacyjnej w związku z zakończeniem okresu amortyzacji wybranych elementów tej infrastruktury.
- Wzrost kosztów technicznych w wyniku wyższych kosztów zakupu ruchu w roamingu międzynarodowym związanych z istotnym wzrostem wolumenu ruchu w ramach roamingu międzynarodowego (efekt regulacji *Roam Like at Home*), jak również wyższych kosztów interconnect związanych z popularyzacją taryf umożliwiających wykonywanie nielimitowanych połączeń do obcych sieci telekomunikacyjnych.
- Wzrost kosztów kontentu przede wszystkim w wyniku wyższych kosztów licencji sportowych, co związane było z emisją Mistrzostw Europy w Piłce Siatkowej Kobiet i Mężczyzn 2017 oraz wielkoszlemowego turnieju tenisowego US Open, jak również wyższych kosztów licencji programowych, związanych z rosnącą popularnością pakietów programowych typu „premium” wśród naszych klientów płatnej telewizji.
- Wyższe koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta m.in. w wyniku intensyfikacji działań marketingowych oraz ujęcia wyższych kosztów dystrybucji, co znalazło odzwierciedlenie w bardzo dobrych wynikach sprzedażowych.

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2017 r. oraz analizy własne



W efekcie RLAH krajowi operatorzy notują istotny wzrost kosztów w 3Q'17



- Regulacja *Roam Like At Home* odzwierciedliła się w ubytku przychodów przy jednoczesnym istotnym wzroście kosztów hurtowych płatnych na rzecz sieci zagranicznych
- W efekcie marża roamingowa zmniejszyła się o 62 mln PLN r/r
- Spadek przychodów detalicznych jedynie w niewielkim stopniu zrekompensowany został wyższymi przychodami hurtowymi. W efekcie przychody detalicznie zmniejszyły się o 21 mln PLN
- Wzrost kosztów technicznych o 41 mln PLN w wyniku większego ruchu generowanego przez Polaków za granicą

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	<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)	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

