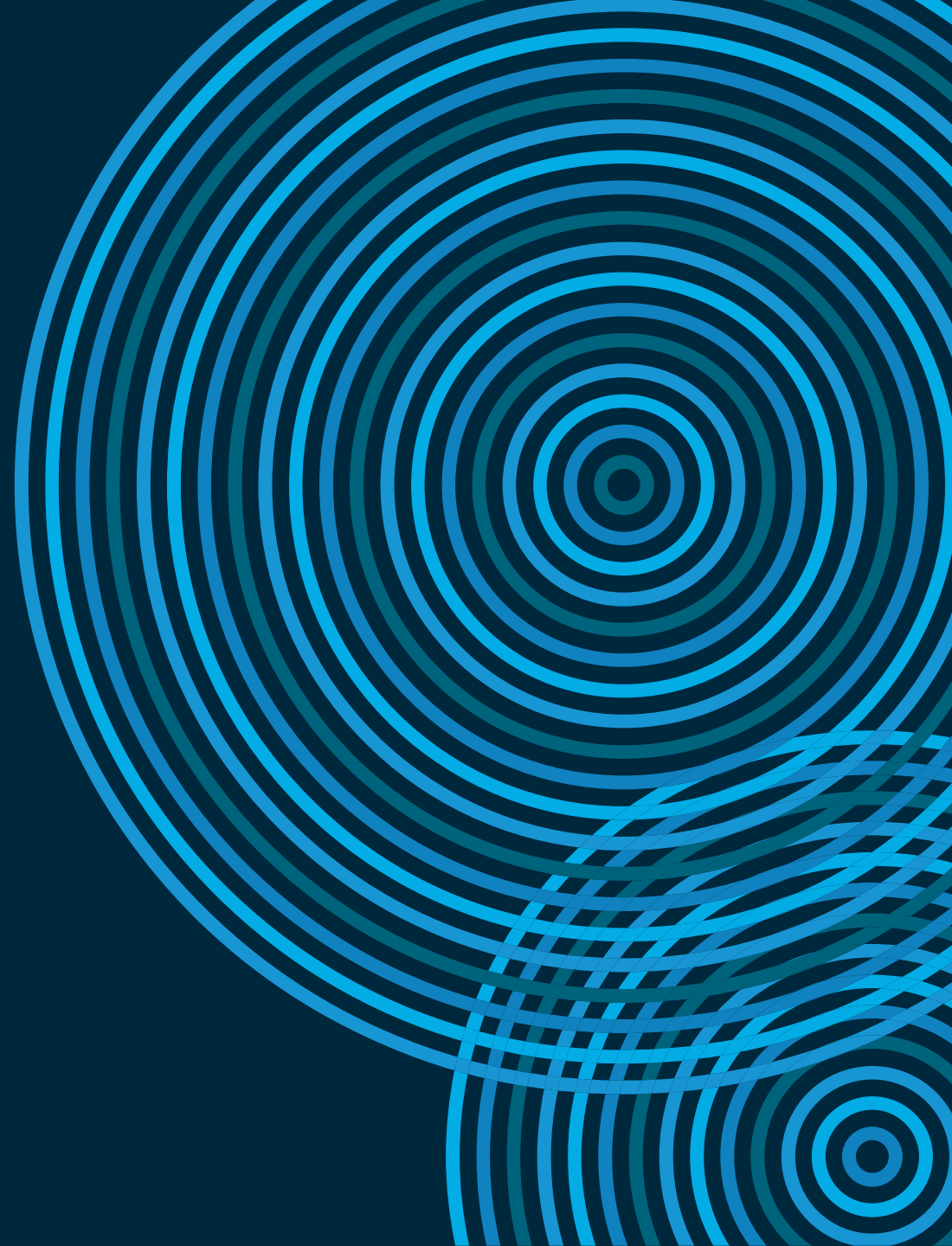


Wyniki finansowe 3Q'23

9 listopada 2023 r.



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.

Prelegenci



MIROSŁAW BŁASZCZYK
PREZES ZARZĄDU



MACIEJ STEC
WICEPREZES ZARZĄDU DS. STRATEGII



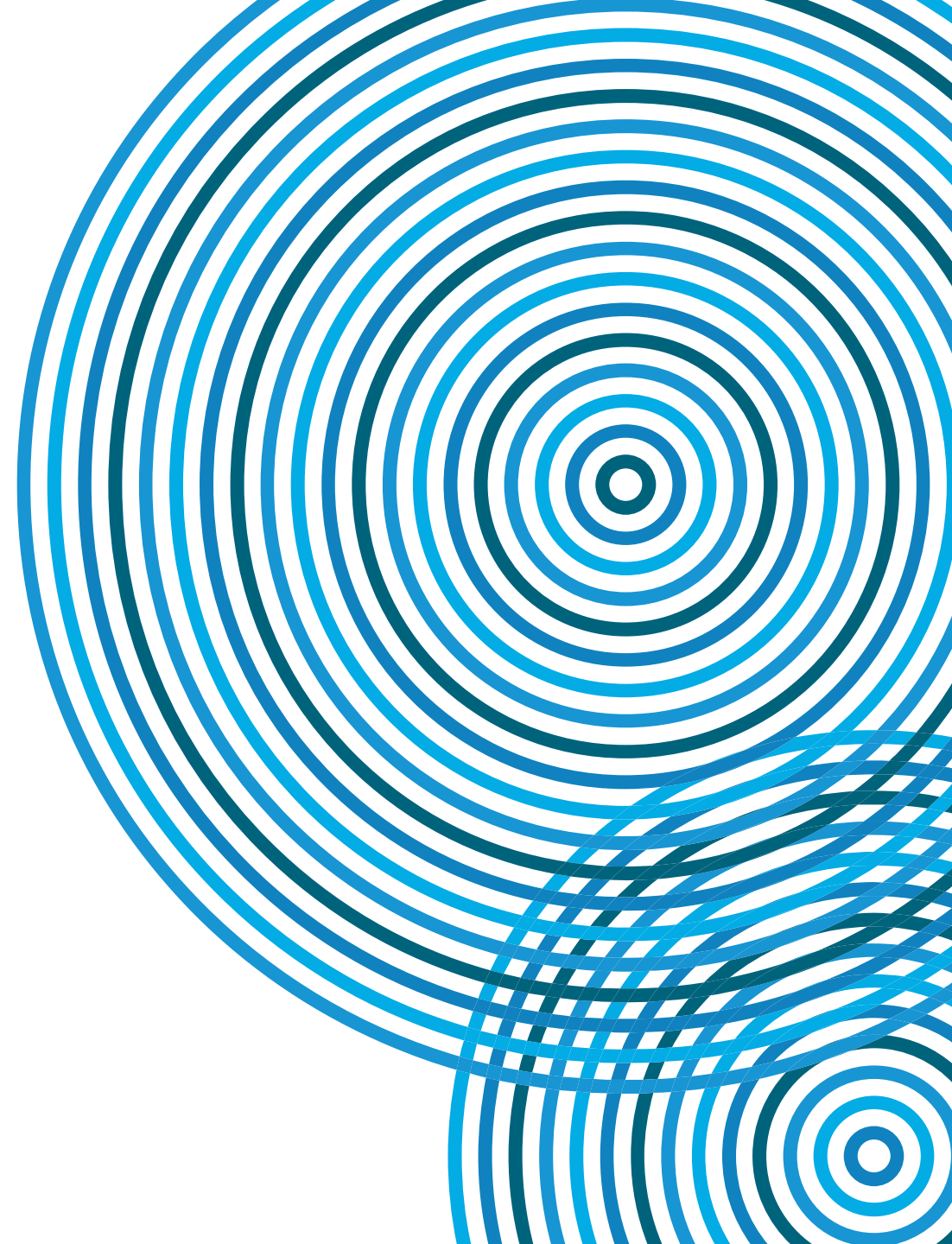
KATARZYNA OSTAP-TOMANN
CFO, CZŁONEK ZARZĄDU DS. ESG



STANISŁAW JANOWSKI
PREZES ZARZĄDU, TELEWIZJA POLSAT

Agenda

- 1. Najważniejsze wydarzenia 3Q'23**
- 2. Działalność operacyjna**
- 3. Wyniki finansowe**
- 4. Podsumowanie i Q&A**



Najważniejsze wydarzenia 3Q'23



Mirosław Błaszczuk
Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Najważniejsze wydarzenia 3Q'23

– Telekomunikacja i media

- Strategiczne partnerstwo z Google Cloud
 - Google podpisał 10-letnią umowę PPA na zakup zielonej energii z farmy wiatrowej Przyrów
 - Współpraca Grupy Polsat Plus i Google Cloud w oparciu o rozwiązania chmurowe
- Zakończenie aukcji 5G
 - Wygraliśmy blok A w paśmie 3,6 GHz za cenę wywoławczą 450m PLN
 - Dzięki nowej częstotliwości będziemy dalej rozwijać najszybszą w Polsce sieć 5G Plusa



Najważniejsze wydarzenia 3Q'23

– Zielona Energia

- Przejęliśmy kontrolę nad Grupą PAK-PCE
 - Już w Q3'23 nowy segment wygenerował 26m PLN zysku EBITDA
- Uruchomiliśmy 2 pierwsze farmy wiatrowe Kazimierz Biskupi i Miłosław o łącznej zainstalowanej mocy 27 MW i szacowanej rocznej produkcji 98 GWh
- Uruchomiliśmy dodatkowe 12,4 MW mocy na farmie fotowoltaicznej Brudzew
- Oddaliśmy do użytkowania pierwsze w Polsce, ogólnodostępne stacje tankowania wodorem – w Warszawie i w Rybniku



Najważniejsze wydarzenia 3Q'23

– Finanse

- Z sukcesem uplasowaliśmy emisję Obligacji Serii E powiązanych z celami zrównoważonego rozwoju o wartości 820m PLN
 - Jesteśmy największym prywatnym emitentem obligacji korporacyjnych na polskim rynku
 - Wartość nominalna obligacji powiązanych z celami zrównoważonego rozwoju Cyfrowego Polsatu w obrocie to 3.490 mln PLN
- Zbyliśmy pakiet ok. 13% akcji Asseco Poland za kwotę 851m PLN
- Zawarliśmy umowę finansowania bankowego dla projektu budowy farmy wiatrowej Przyrów



Działalność operacyjna



Segment mediowy: telewizja i online

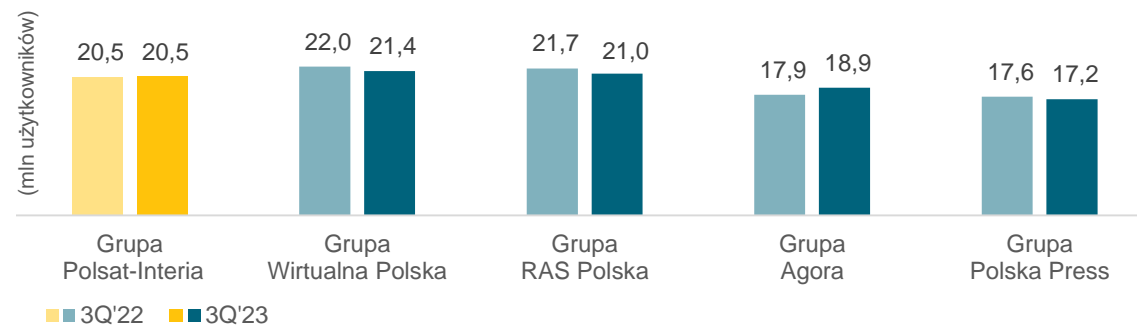


Stanisław Janowski
Prezes Zarządu, Telewizja Polsat

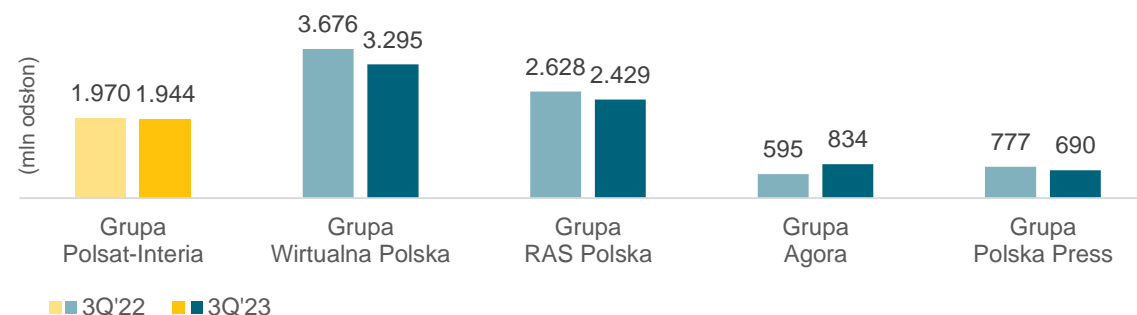
Skutecznie budujemy naszą pozycję na rynku portali internetowych

- Jesteśmy wiodącym wydawcą internetowym w Polsce dzięki Interia.pl
- Nasza wiodąca pozycja w mediach internetowych:
 - 20,5 mln użytkowników
 - 1,9 mld odsłon
- Podwoiliśmy i utrzymujemy wysoki wynik EBITDA, realizując zapowiadane synergie

Średniomiesięczna liczba użytkowników



Średniomiesięczna liczba odsłon

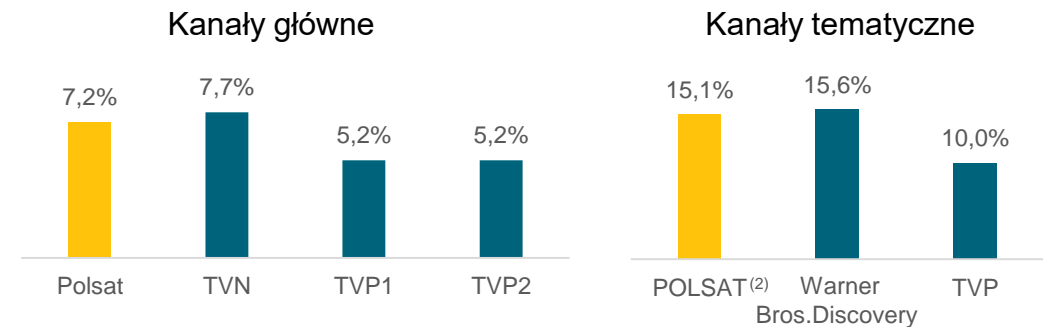


Źródło: Mediapanel, liczba użytkowników – wskaźnik real users, liczba odsłon – wskaźnik views

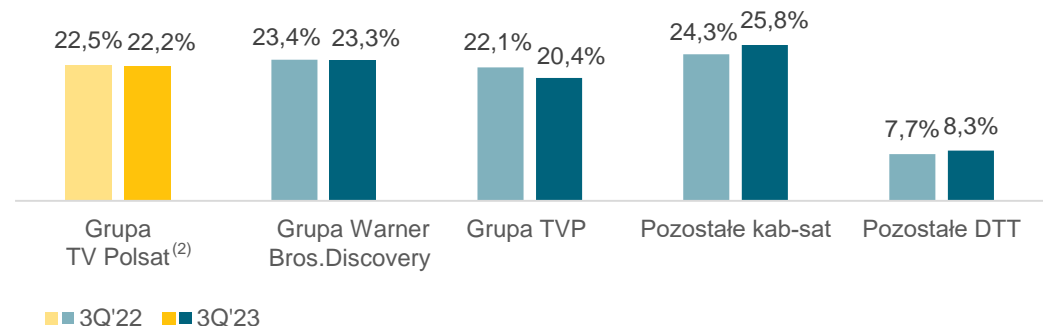
Oglądalność naszych kanałów w 3Q'23

- Wyniki oglądalności kanałów Grupy TV Polsat w 3Q'23 zgodne ze strategią pomimo niekorzystnego wpływu refarmingu do standardu DVB-T2

Udział w oglądalności



Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-59, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2⁽¹⁾, oraz oglądalność poza miejscem zamieszkania, (tzw. widownia OOH), analizy własne

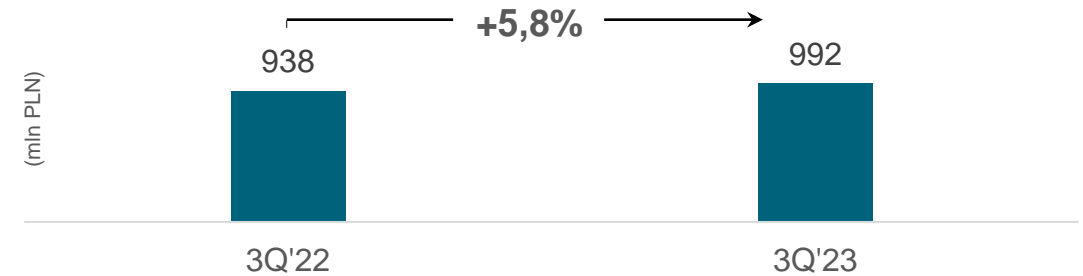
Nota: (1) oglądalność z dnia emisji i z 2 kolejnych dni (tzw. *Time Shifted Viewing*)

(2) z wyłączeniem kanałów partnerskich: Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat Nature, Polsat Viasat History, JimJam (3Q'22), CI Polsat, Polsat Comedy Central Extra

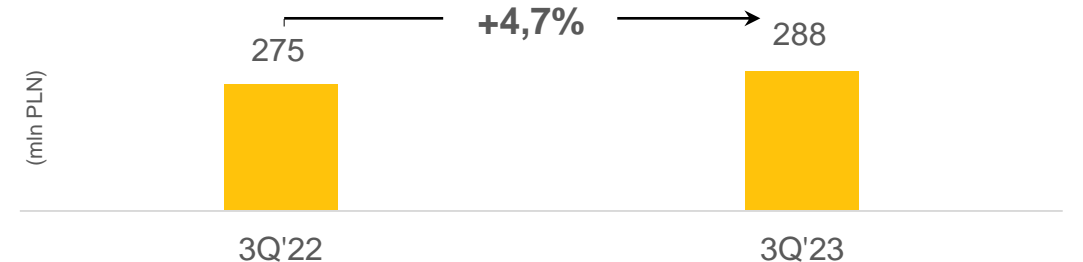
Pozycja na rynku reklamy w 3Q'23

- Wysoka dynamika wzrostu rynku reklamy TV i sponsoringu na poziomie 5,8% w 3Q'23
- Utrzymujemy wysoki udział w rosnącym rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu na poziomie 29%

Wydatki na reklamę TV i sponsoring



Przychody z reklamy TV i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



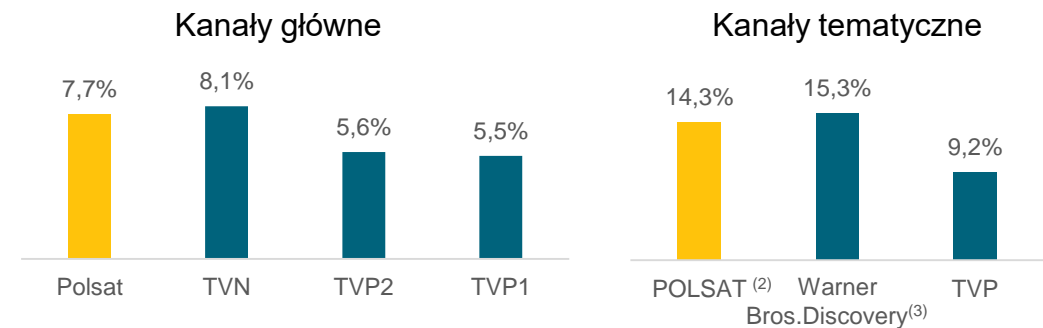
Źródło: rynek: Publicis Groupe, reklama spotowa i sponsoring; Grupa TV Polsat: dane własne

Nota: (1) Przychody z reklamy TV i sponsoringu kanałów wchodzących w skład Grupy Telewizji Polsat

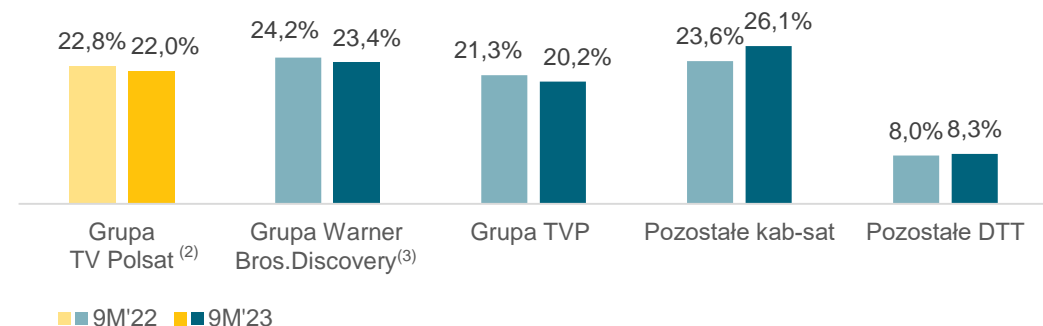
Oglądalność naszych kanałów w 9M'23

- Wyniki oglądalności kanałów Grupy TV Polsat w 9M'23 zgodne ze strategią pomimo niekorzystnego wpływu refarmingu do standardu DVB-T2

Udział w oglądalności



Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-59, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2⁽¹⁾, oraz oglądalność poza miejscem zamieszkania, (tzw. widownia OOH), analizy własne

Nota: (1) oglądalność z dnia emisji i z 2 kolejnych dni (tzw. *Time Shifted Viewing*)

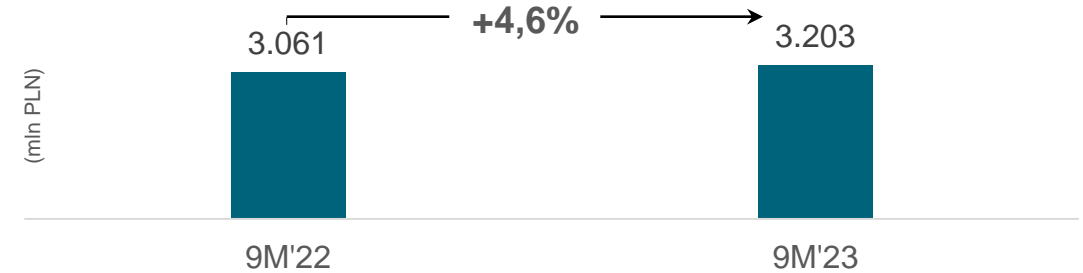
(2) z wyłączeniem kanałów partnerskich: Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat Nature, Polsat Viasat History, JimJam (do 14.02.23), CI Polsat, Polsat Comedy Central Extra

(3) Grupa powstała 8 kwietnia 2022 r. w wyniku fuzji spółek WarnerMedia i Discovery, dane sprzed tego okresu dotyczą kanałów należących do Grupy Discovery

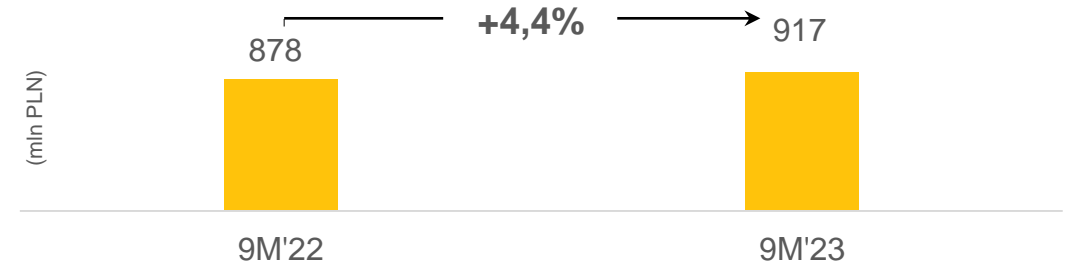
Pozycja na rynku reklamy w 9M'23

- Wysoka dynamika wzrostu rynku reklamy TV i sponsoringu na poziomie 4,6% pomimo niekorzystnych warunków rynkowych
- Wysoka dynamika naszych przychodów z reklamy i sponsoringu, zgodna z rynkiem
- W efekcie zanotowaliśmy wysoki udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu na poziomie 28,6%

Wydatki na reklamę TV i sponsoring



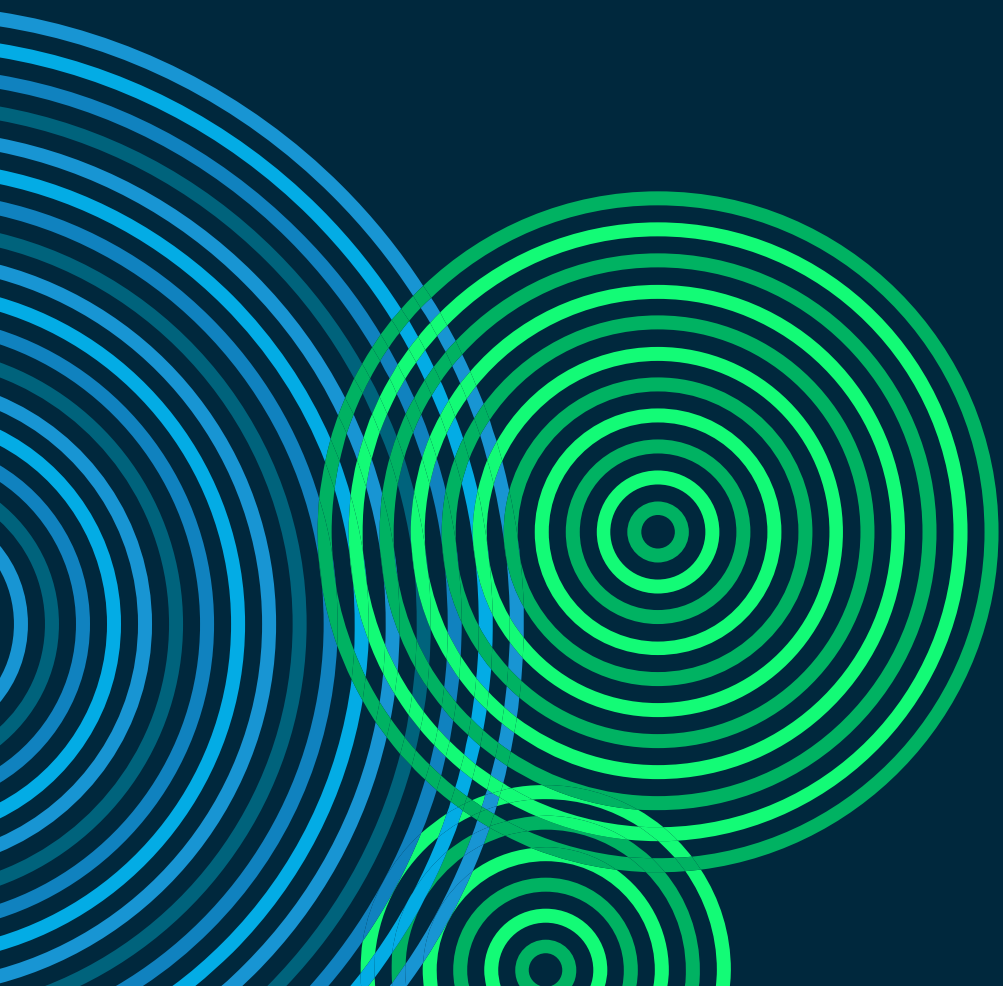
Przychody z reklamy TV i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



Źródło: rynek: Publicis Groupe, reklama spotowa i sponsoring; Grupa TV Polsat: dane własne

Nota: (1) Przychody z reklamy TV i sponsoringu kanałów wchodzących w skład Grupy Telewizji Polsat

Segment usług B2C i B2B

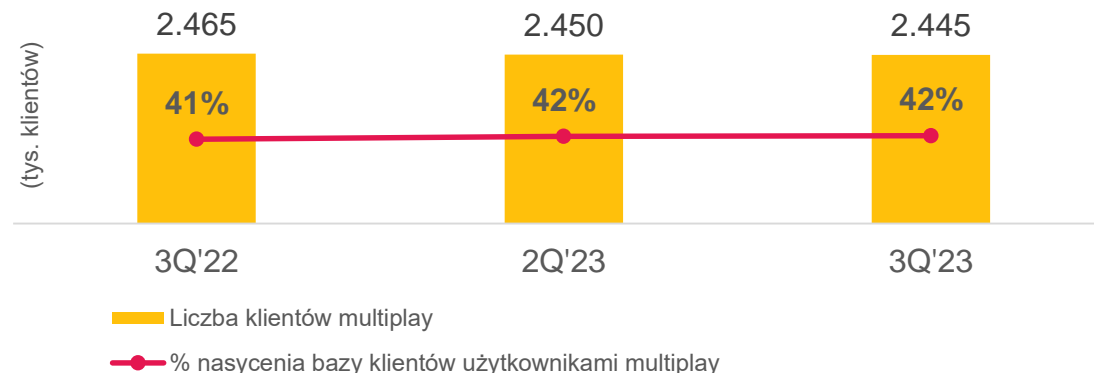


Maciej Stec
Wiceprezes Zarządu ds. Strategii, Cyfrowy Polsat

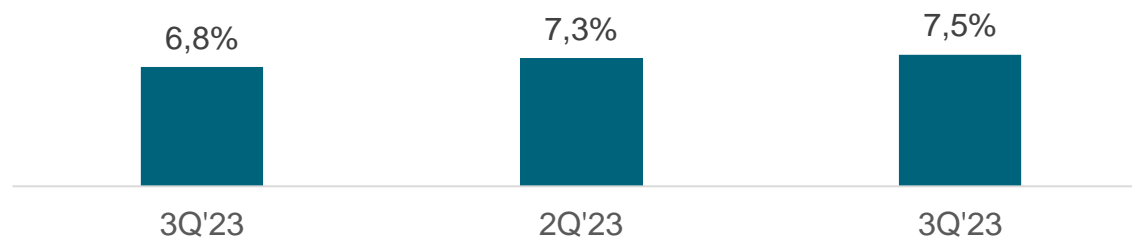
Utrzymujemy wysoką bazę klientów oferty multiplay

- Wysoka baza klientów multiplay pomimo niekorzystnych warunków rynkowych
- W efekcie konsekwentnej realizacji strategii multiplay 2,45 mln naszych klientów korzysta z oferty multiplay – to 42% naszej bazy klientów
- Liczba RGU posiadanych przez tych klientów wynosi 7,40 mln
- Niski poziom churn – głównie dzięki naszej strategii multiplay

Liczba klientów usług multiplay



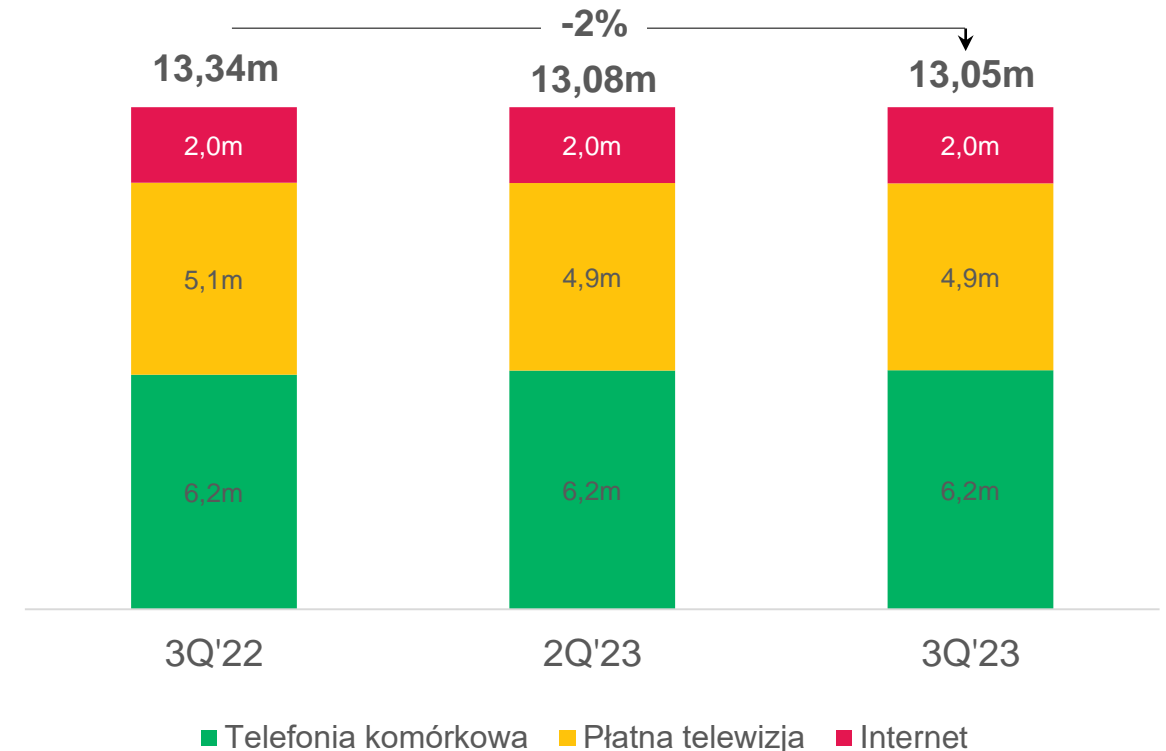
Churn



Świadczymy ponad 13 mln usług dla klientów kontraktowych B2C

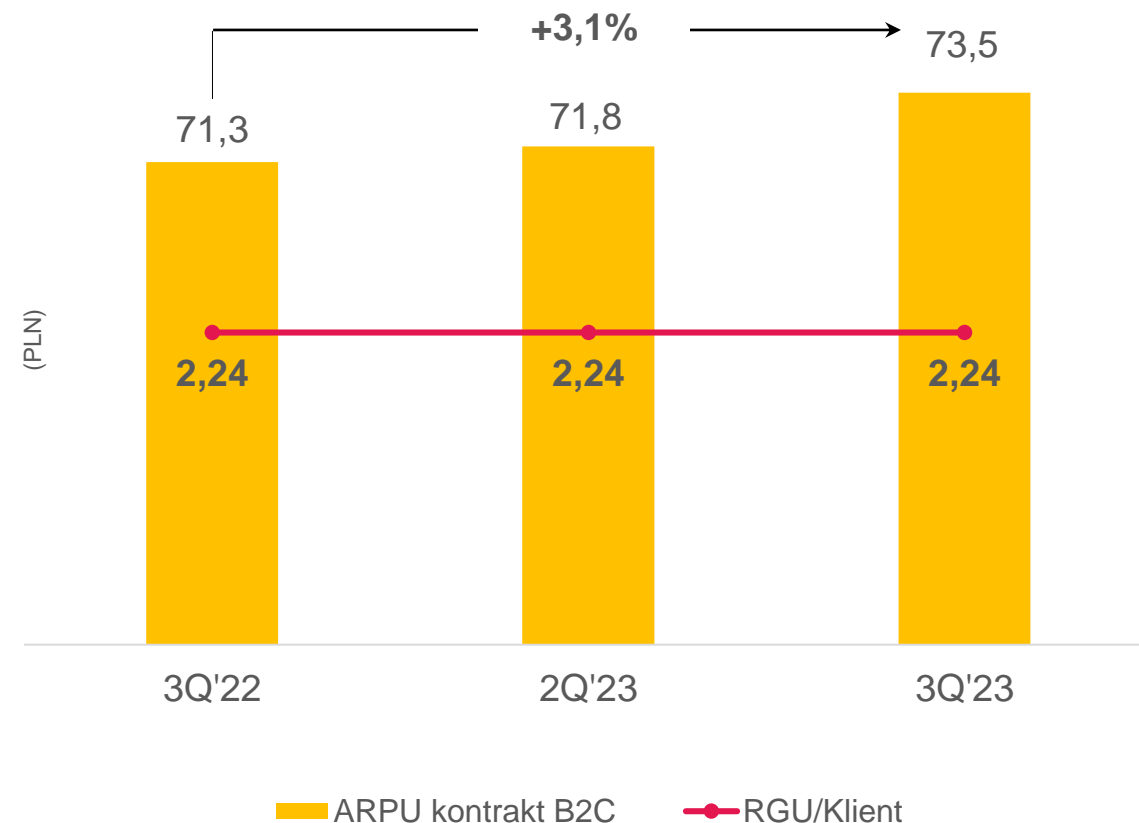
- Wysoka, stabilna baza usług telefonii komórkowej i Internetu
- Spadek bazy usług płatnej telewizji w efekcie repozycjonowania cenowego naszych serwisów wideo online jest częściowo kompensowany rosnącą liczbą usług telewizyjnych świadczonych w technologii internetowej (IPTV/OTT)

Liczba RGU w segmencie kontraktowym B2C



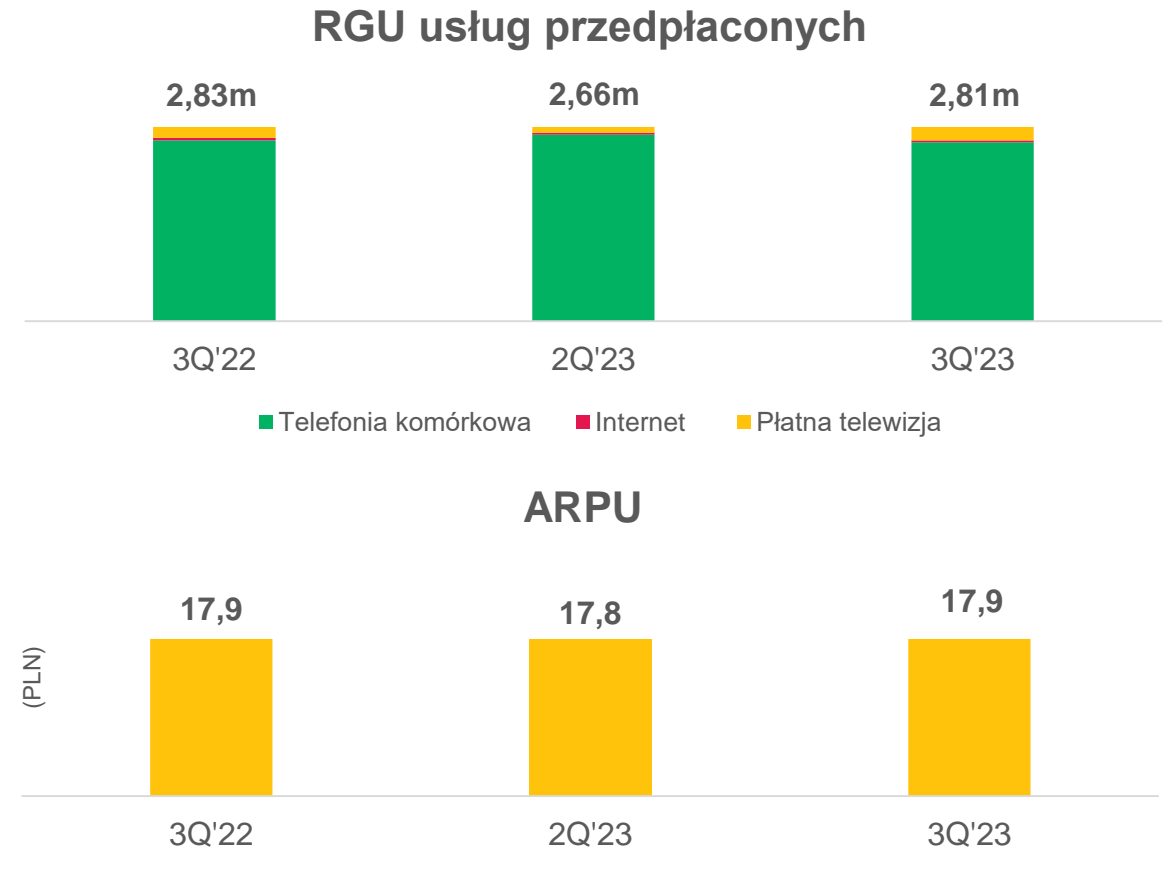
Wzrost ARPU w segmencie B2C dzięki konsekwentnej realizacji strategii multiplay i popularyzacji 5G

- Wzrost ARPU o 3,1% r/r wynikający z konsekwentnej budowy wartości istniejącej bazy klientów pomimo niekorzystnych warunków rynkowych
- Skuteczna dosprzedaż produktów w ramach strategii multiplay odzwierciedla się w wysokim poziomie wskaźnika saturacji RGU na klienta



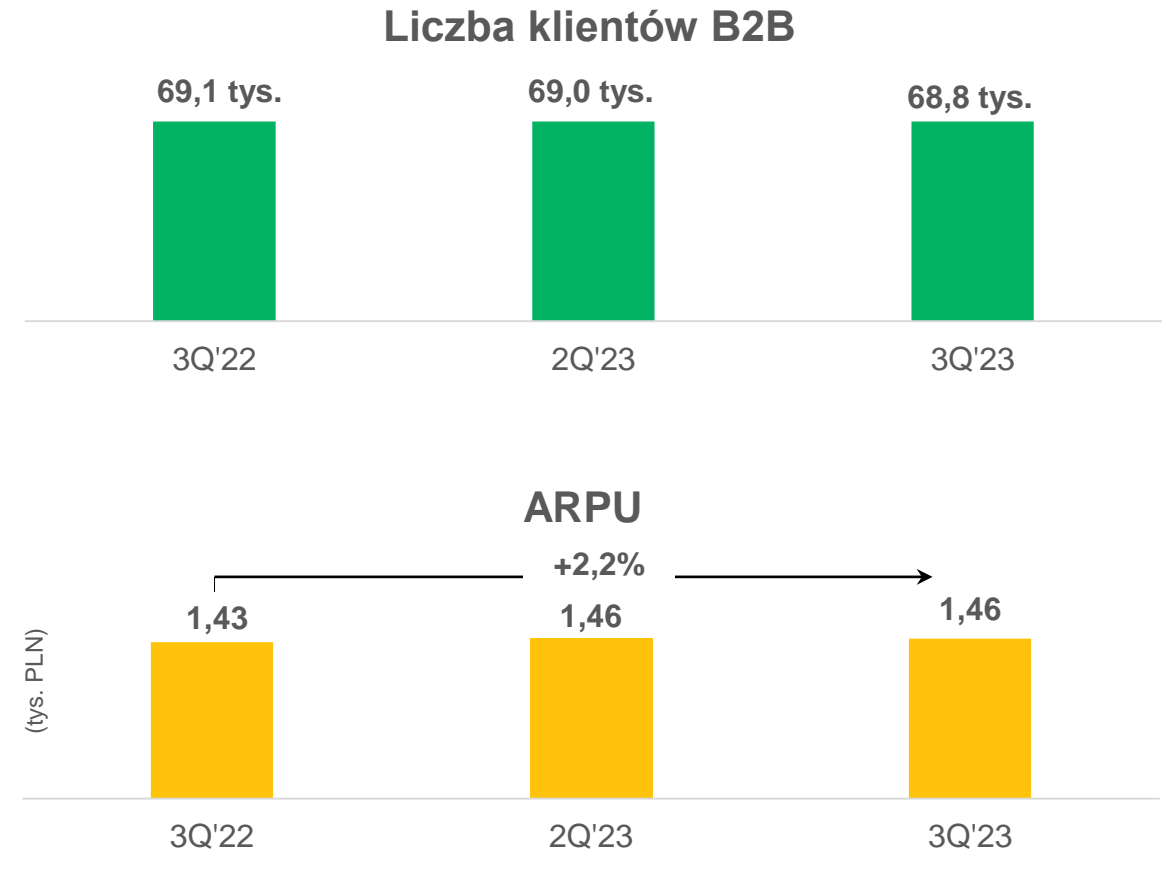
Wysoka, stabilna baza i ARPU usług przedpłaconych

- Wysoka, stabilna baza usług prepaid
- Spadek r/r liczby RGU telefonii mobilnej związany z efektem wysokiej bazy na skutek prowadzonej w 2022 r. akcji wsparcia dla uchodźców z Ukrainy, polegającej na dystrybucji darmowych starterów Plusa umożliwiających bezpłatną komunikację
- Wysoki, stabilny poziom ARPU

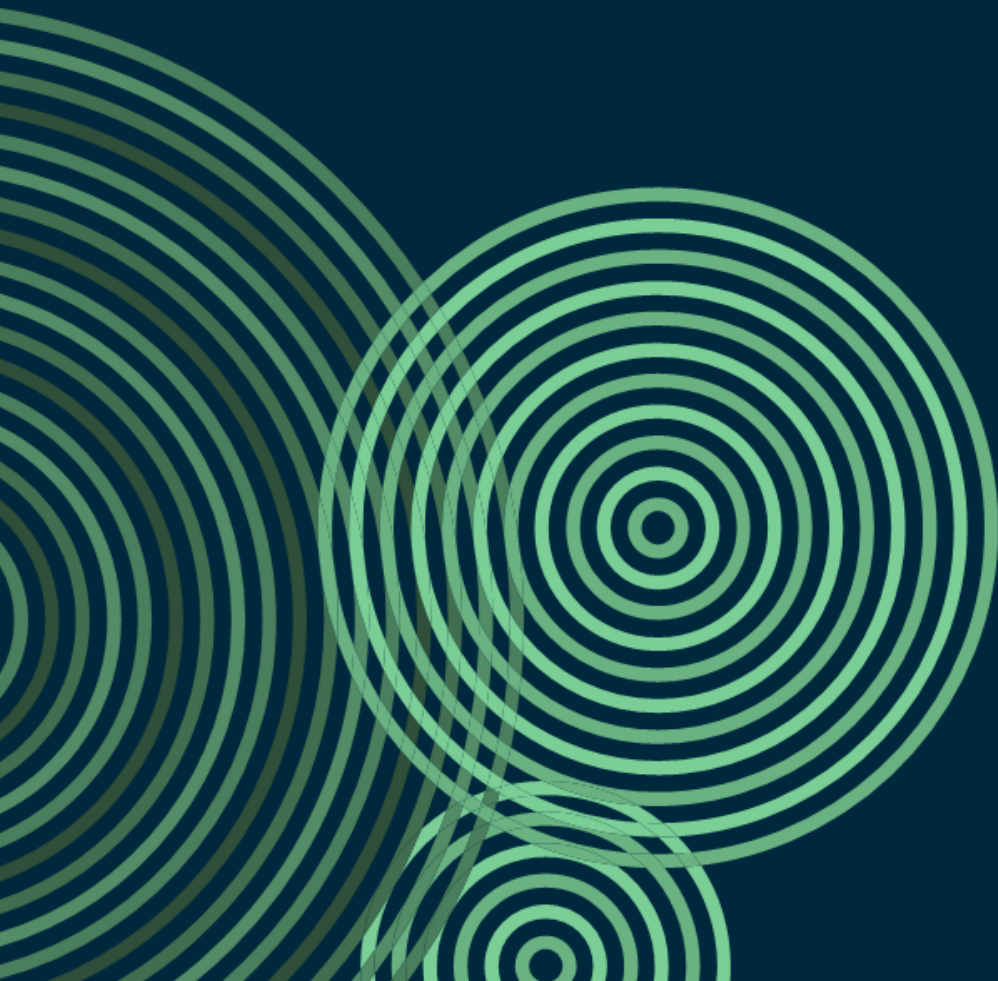


Stabilna baza i rosnące ARPU klientów B2B

- Obsługujemy 69 tys. klientów B2B skutecznie utrzymując skalę swojej bazy
- Sukcesywnie poszerzana oferta usług komunikacyjnych i teleinformatycznych pozwoliła zwiększyć ARPU klientów B2B do poziomu niemal 1,5 tys. PLN/m-c (+2,2% r/r)



Segment zielona energia



Maciej Stec

Wiceprezes Zarządu ds. Strategii, Cyfrowy Polsat

Chcemy stać się wiodącym producentem czystej zielonej energii i zielonego wodoru

Cel #1:
Chcemy stać się wiodącym
producentem czystej, zielonej energii



Cel #2:
Chcemy stać się wiodącym
producentem zielonego wodoru



Dynamicznie realizujemy strategiczne inicjatywy związane z produkcją czystej energii



ENERGIA Z BIOMASY 100 MW

→ blok #1

moc: 55 MW
Produkcja: 350-400 GWh



→ blok #2

moc: 50 MW
Produkcja: 350-400 GWh



ENERGIA ZE SŁOŃCA >340 MW

→ Brudzew

moc: 70 MWp
Produkcja: 78 GWh w 2022 r.



→ Cambria/Brudzew

moc: 12,4 MWp / prod.: 13 GWh
uruchomione



→ Przykona (współpraca z ZE PAK)

moc: ok. 260 MWp / prod.: ok. 250 GWh
uruchomienie: 15 mies. od zebrania pozwoleń



ENERGIA Z WIATRU ON-SHORE >296 MW

→ Miłosław

moc: 9,6 MW / prod.: 38 GWh
uruchomione



→ Kazimierz Biskupi

moc: 17,5 MW / prod.: 60 GWh
uruchomione



→ Człuchów

moc: 72,6 MW / prod.: 230 GWh
uruchomienie: 2Q'24



→ Przyrów

moc: 50,4 MW / prod.: 105 GWh
uruchomienie: 3Q'24



→ Drzeżewo

moc: 138,6 MW / prod.: 410 GWh
uruchomienie: 4Q'25



→ Dobra

moc: 7,8 MW / prod.: 24 GWh
uruchomienie: 4Q'25



ENERGIA Z ODPADÓW

→ Rybnik

podpisano list intencyjny
uruchomienie: 2026



% zaawansowania
wydatkowania Capexu
(wydano+zakontraktowano)

■ Wydano
▬ Zakontraktowano
■ Pozostało

Zainstalowana moc w zielonej energii: ok. 330 MW w 2024 r. i ok. 740 MW w 2025 r.

Budujemy pełen łańcuch wartości gospodarki opartej o zielony wodór



PRODUKCJA ZIELENEGO WODORU

→ Pierwszy elektrolizer 2,5 MW od Cummins

uruchomienie: **H1'2024**

produkcja: **1000 kg H₂ dziennie**

→ Zakup drugiego elektrolizera od Cummins

dostawa: **2024**

produkcja: **1000 kg H₂ dziennie**

→ Stworzyliśmy prototyp pierwszego polskiego elektrolizera 0,5 MW

realizacja: **H1'2024**

produkcja: **200 kg H₂ dziennie**



MAGAZYNOWANIE I TRANSPORT

→ Wodorowóz 371 kg w użyciu

→ 7 wodorowozów 1024 kg w użyciu

→ 2 wodorowozy 1024 kg

dostawa: **H1'2024**



DYSTRYBUCJA ZIELENEGO WODORU

→ Stacja H₂ w Warszawie uruchomione

→ Stacja H₂ w Rybniku uruchomione

→ Budowa stacji H₂ w Gdańsku i Gdyni

uruchomienie: **H1'2024**

→ 20 mln PLN dotacji NFOŚ na budowę stacji H₂ w Rybniku, Gdańsku, Gdynia, Wrocławiu i Lublinie



PRODUKTY DLA UŻYTKOWNIKÓW

→ Dostawa 20 NesoBusów do Rybnika

realizacja: **Q3/Q4'23**

→ Dostawa 10 NesoBusów do Gdańska

realizacja: **Q2/Q3'24**

→ Fabryka autobusów H₂ w Świdniku

uruchomiona

produkcja: **>100 autobusów rocznie**



→ 150 samochodów H₂ użytkowane we flocie Grupy Polsat Plus

Dynamicznie realizujemy *Strategię 2023+* w segmencie czystej energii i zielonego wodoru



Stacje wodorowe w Warszawie i w Rybniku

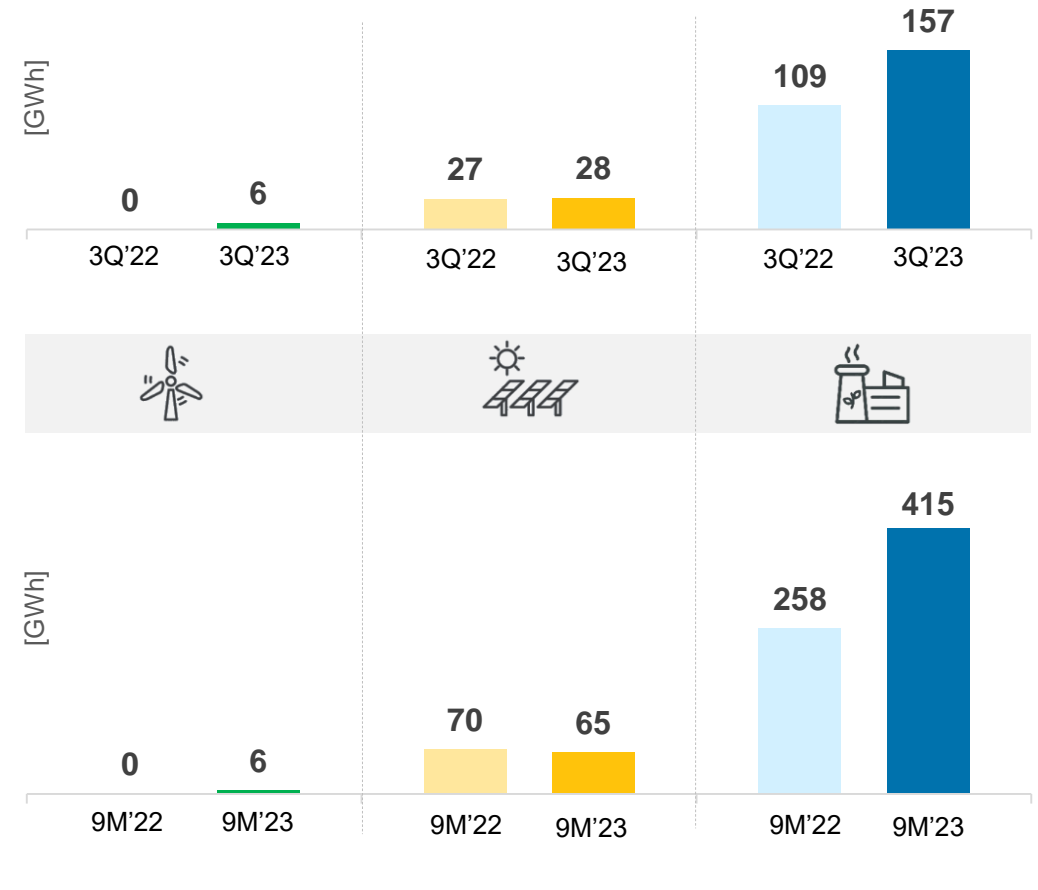


Fabryka autobusów | Elektrolizer alkaliczny 0,5 MW

Rozpoczęliśmy produkcję ze wszystkich źródeł energii w ramach *Strategii 2023+*

- W 3Q'23 wyprodukowaliśmy 191 GWh zielonej energii: 157 GWh z biomasy, 28 GWh ze słońca oraz pierwsze 6 GWh z wiatru
- Farmy wiatrowe Miłosław i Kazimierz Biskupi o łącznej mocy 27,1 MW rozpoczęły produkcję w połowie 3Q'23
- W 3Q'23 zwiększyliśmy moc zainstalowaną farmy fotowoltaicznej Brudzew o 12,4 MW, w sumie farma ma moc 82,4 MW
- Zainstalowaliśmy już 23 z 33 turbin na farmie wiatrowej Człuchów o mocy 72,6 MW

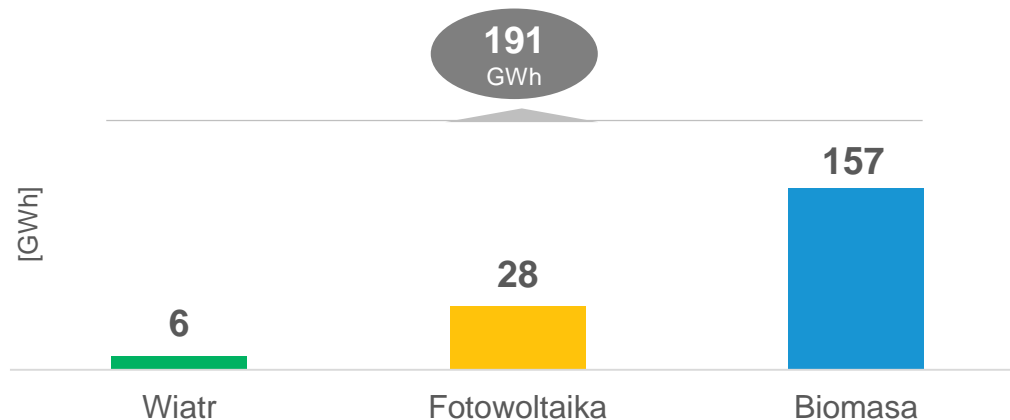
Produkcja energii z OZE



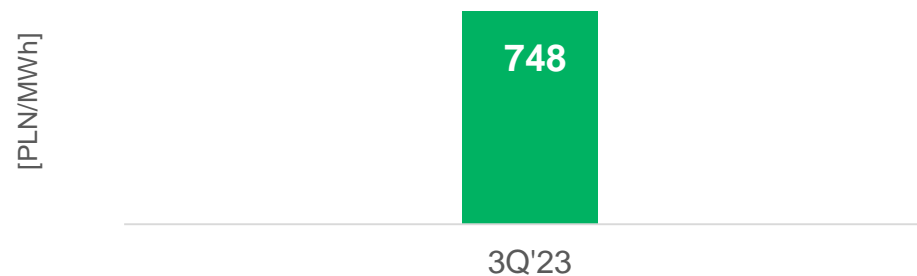
Wygenerowaliśmy pierwsze przychody ze sprzedaży wyprodukowanej zielonej energii

- W 3Q'23 sprzedaliśmy 191 GWh energii elektrycznej po średniej cenie 748 zł/MWh
- W 3Q'23 segment zielonej energii wygenerował 26m PLN dodatkowego zysku EBITDA

Produkcja energii elektrycznej w Q3'23



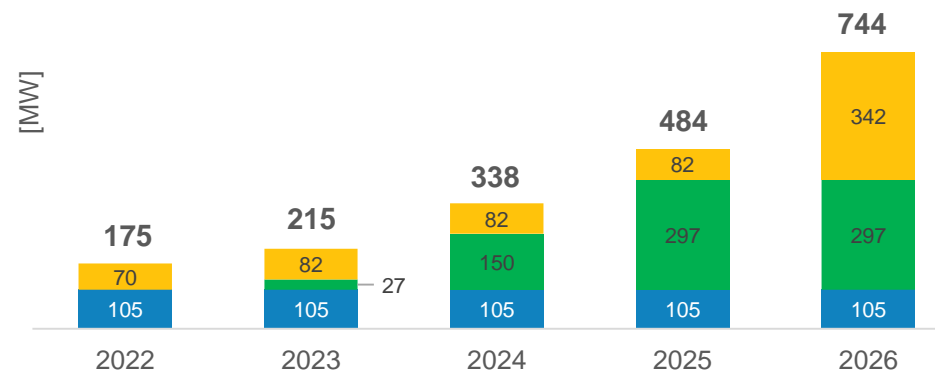
Średnia cena sprzedaży energii elektrycznej z produkcji własnej



Dynamicznie realizujemy *Strategię 2023+* uruchamiając kolejne moce w OZE zgodnie z planem

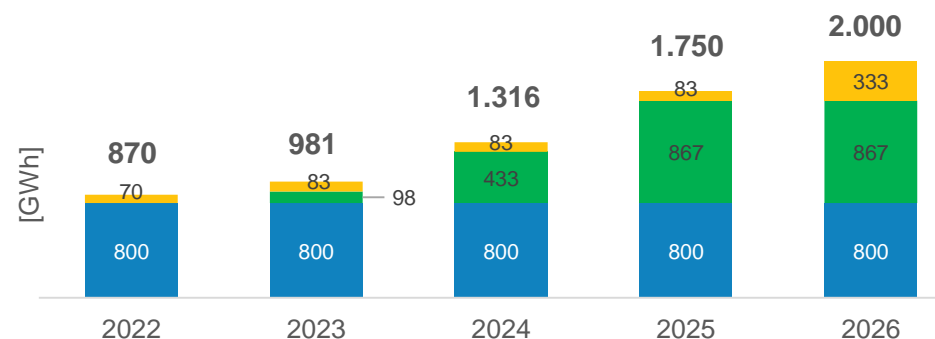
- Dzięki dynamicznej realizacji inwestycji do 2026 r. 2,5-krotnie zwiększymy moc zainstalowaną w OZE – z 215 MW w 2023 r. do 744 MW w 2026 r.
- W 2026 r. osiągniemy strategiczny cel możliwości produkcyjnych energii elektrycznej na poziomie do 2 TWh rocznie
- Realizacja *Strategii 2023+* w segmencie zielona energia zgodna z ogłoszonymi w grudniu 2021 r. założeniami

Zainstalowana moc w OZE



+2,5x
moc
zainstalowa
na w OZE

Potencjalne możliwości produkcji energii



100%
realizacja
Strategii
2023+

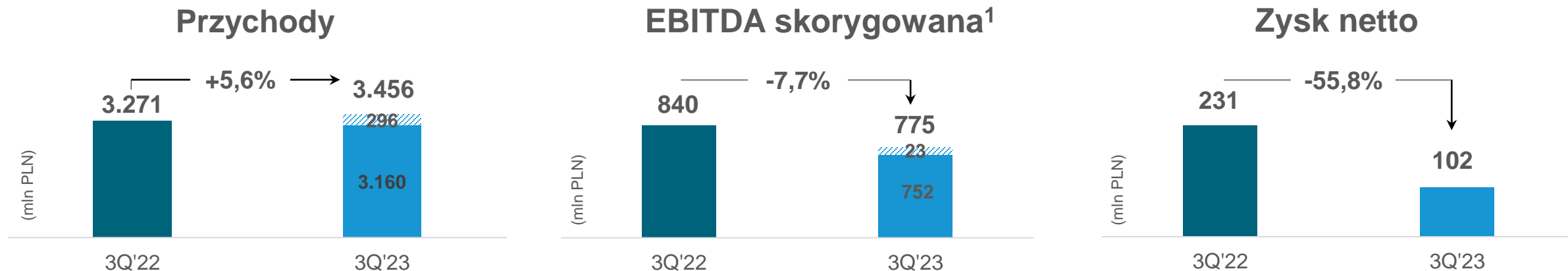
Wyniki finansowe



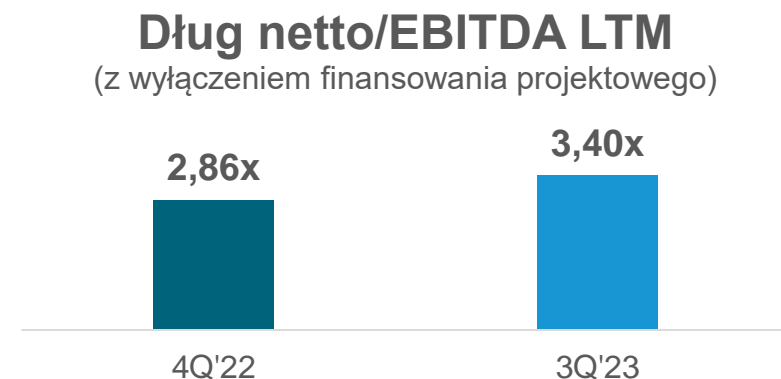
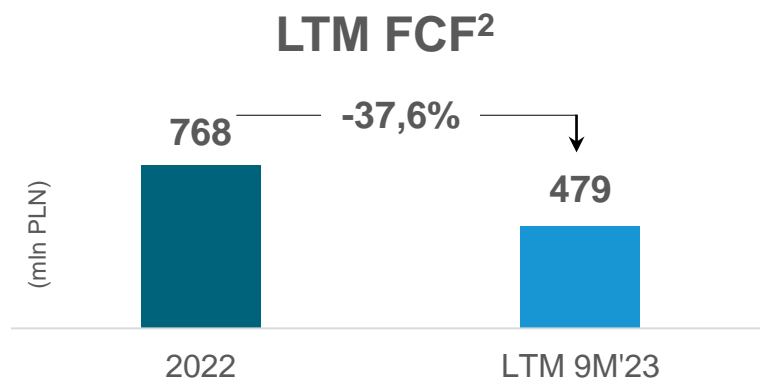
Katarzyna Ostap-Tomann

CFO, Członek Zarządu ds. ESG, Cyfrowy Polsat

Wyniki Grupy powiększonej o segment zielonej energii



▨ Wpływ ujęcia Grupy PAK-PCE na skonsolidowane dane



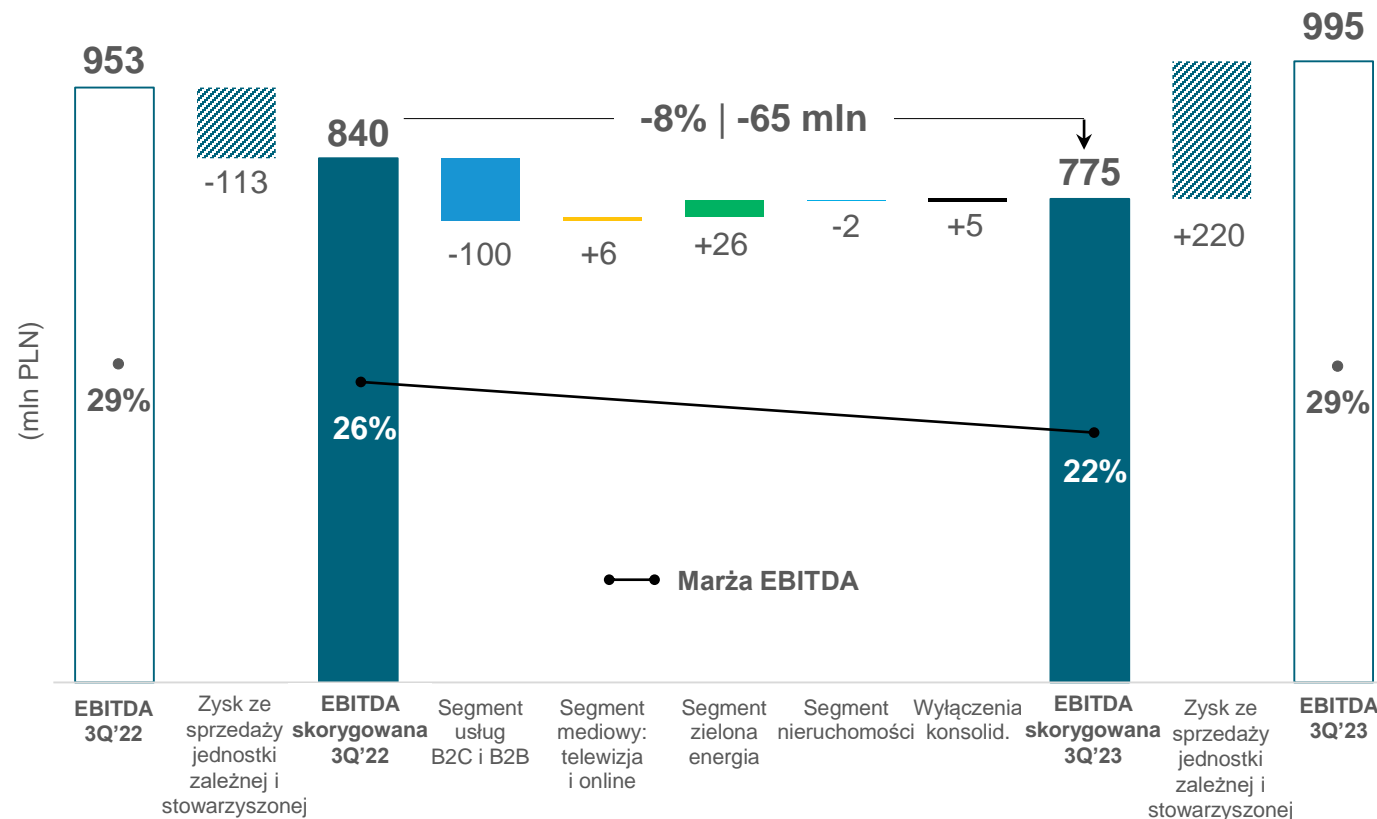
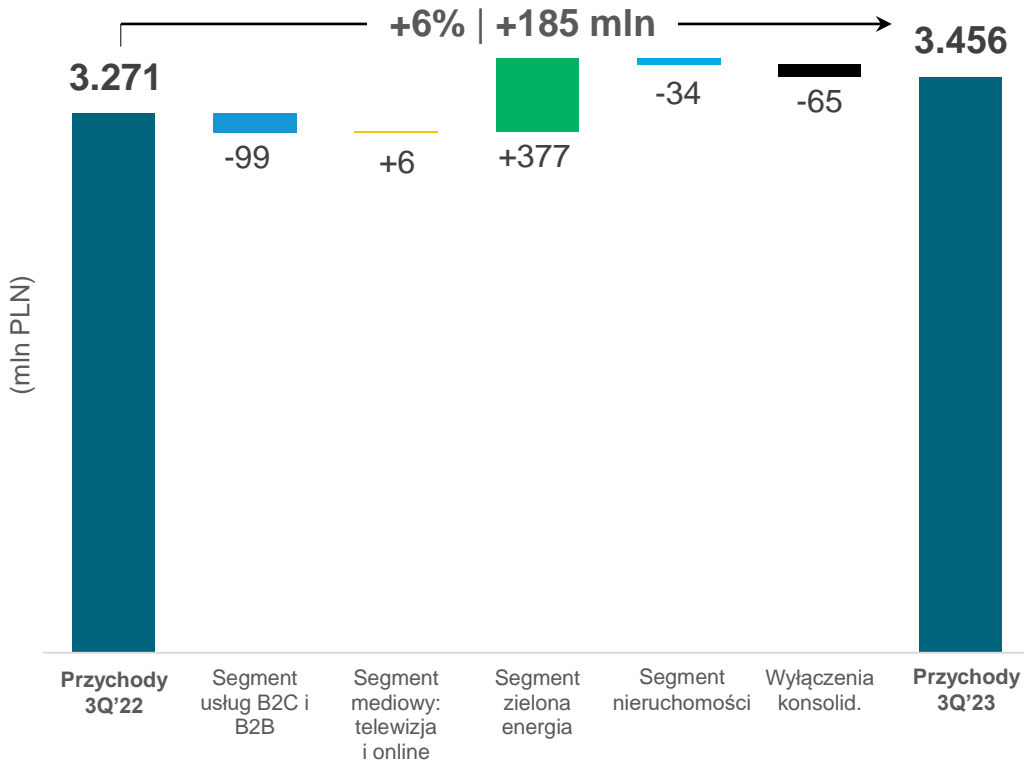
Nota: (1) EBITDA z wyłączeniem zysku ze sprzedaży jednostek zależnych i stowarzyszonych (PLN 113,4 mln PLN w 3Q'22 i 220,1 mln PLN w 3Q'23)

(2) Od 3Q'23 FCF korygowany dodatkowo o capex związany z rozwojem strategicznych projektów w segmencie zielonej energii

Przychody i EBITDA – czynniki zmian

Przychody ze sprzedaży

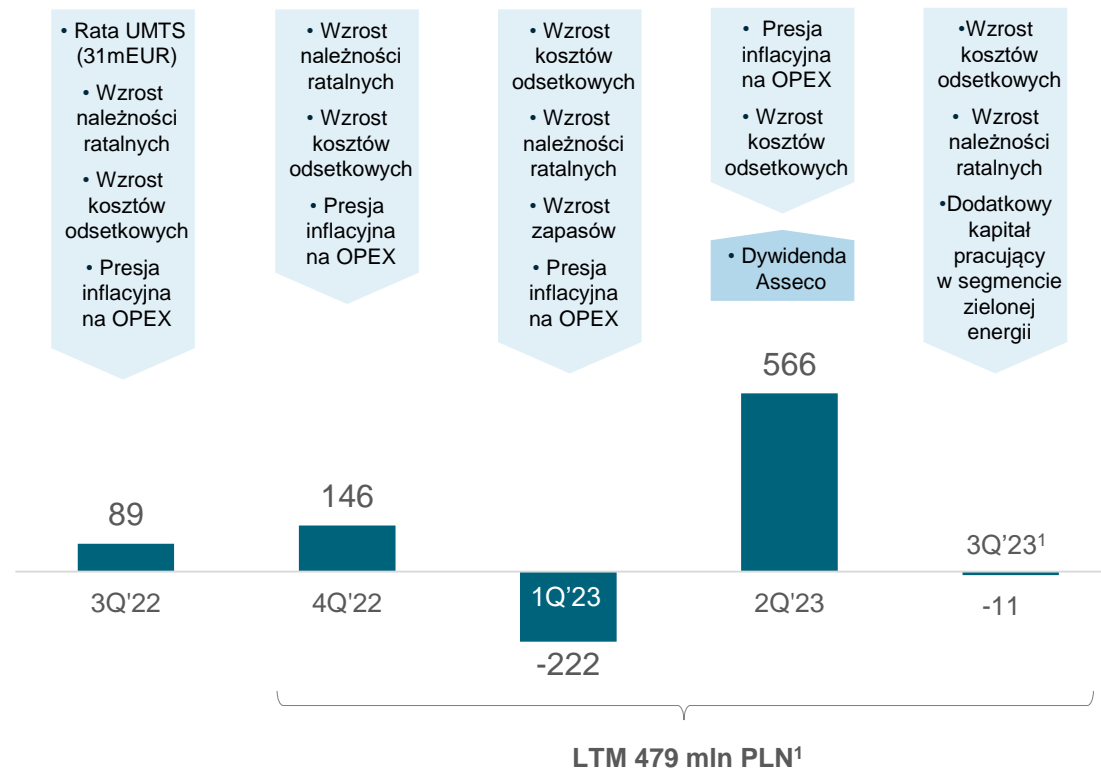
EBITDA



FCF LTM pod wpływem wysokich kosztów odsetkowych i presji inflacyjnej

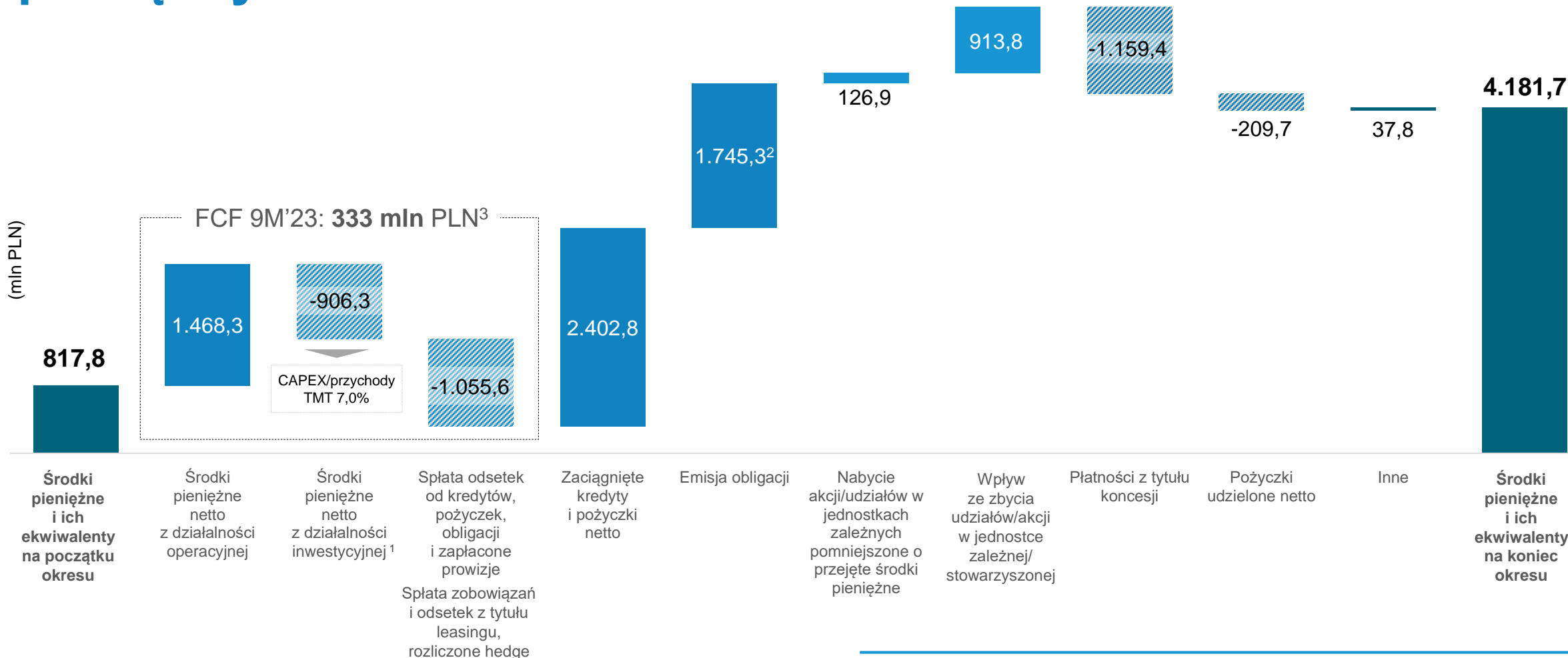
mIn PLN	3Q'23	9M'23
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	229	1,468
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	247	-1,235
Splata odsetek od kredytów, pożyczek, obligacji, rozliczenie instrumentów pochodnych	-433	-886
Splata zobowiązań i odsetek z tytułu leasingu	-52	-170
FCF po odsetkach	-9	-822
Akwizycje	127	127
Udzielone pożyczki netto	-	210
Jednorazowe płatności z tytułu koncesji telekomunikacyjnych	482	1,329
Wpływ wcześniejszego wykupu obligacji	-	10
Wpływ ze zbycia udziałów	-914	-914
Jednorazowe koszty refinansowania	-	91
FCF po odsetkach (skorygowany)	-313	31
Capex rozwojowy w segmencie zielonej energii	302	302
FCF po odsetkach, z wykluczeniem capexu rozwojowego (skorygowany)	-11	333

Skorygowany FCF po odsetkach, z wykluczeniem capexu rozwojowego



Nota: (1) Od 3Q'23 FCF korygowany dodatkowo o capex związany z rozwojem strategicznych projektów

Refinansowanie zadłużenia zapewnia wysoki poziom środków pieniężnych



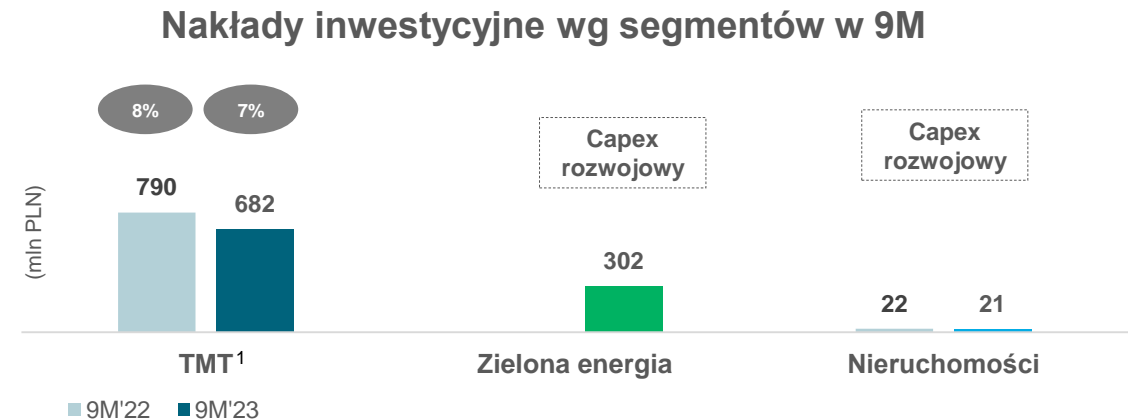
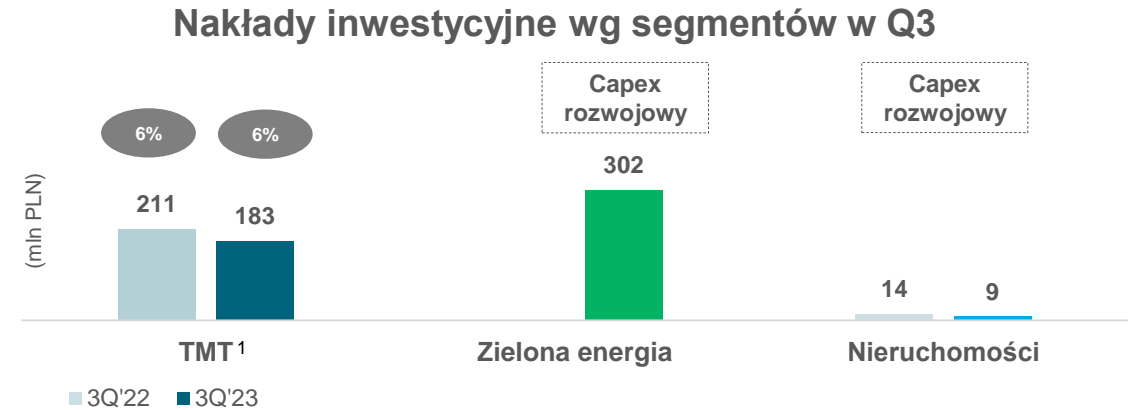
Nota: (1) Po wyłączeniu płatności z tytułu koncesji telekomunikacyjnych, udzielonych pożyczek netto, akwizycji oraz wpływu ze zbycia udziałów/akcji w jednostce zależnej/stowarzyszonej

(2) Wartość emisji obligacji pomniejszona o odsetki z tytułu obligacji oraz premię za wcześniejszy wykup rozliczone w ramach konwersji

(3) Od 3Q'23 FCF korygowany dodatkowo o capex związany z rozwojem strategicznych projektów w segmencie zielonej energii

Capex „pod kontrolą”: capex do przychodów w TMT tylko 7%, wysokie inwestycje w rentowny segment zielonej energii

- W obszarze TMT¹ wskaźnik capex do przychodów segmentu utrzymuje się na poziomie ok. 7%
- Wzrost łącznych nakładów inwestycyjnych Grupy wynika z ujęcia wydatków inwestycyjnych w segmencie zielonej energii
- Inwestycje w OZE wymagają wysokich nakładów inwestycyjnych w początkowym okresie projektu przy niskim poziomie capexu odtworzeniowego w długim horyzoncie czasowym



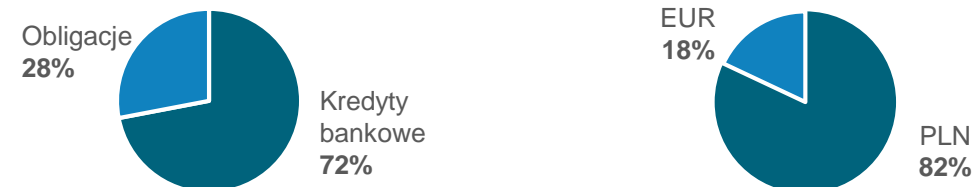
Nota: (1) obejmuje segment usług B2C i B2B oraz segment mediowy

x% capex/przychodów dla segmentu

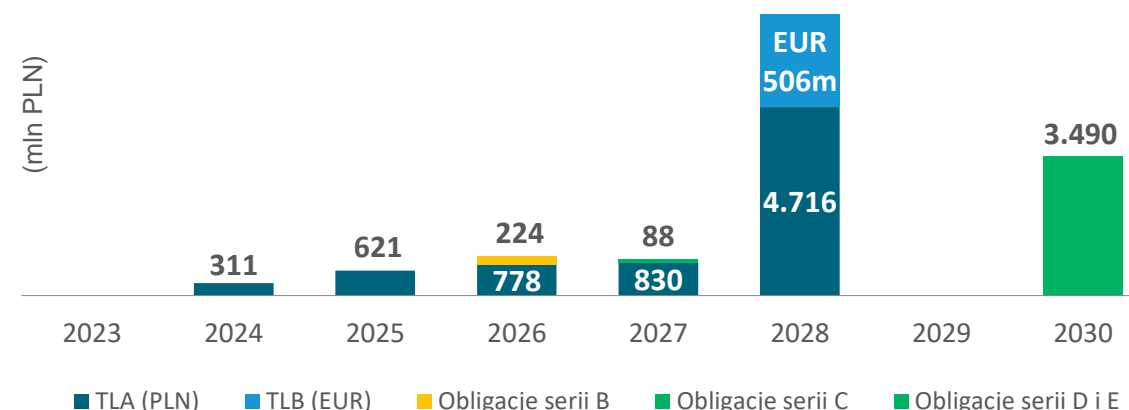
Zadłużenie Grupy

mIn PLN	Wartość bilansowa na dzień 30.09.2023
Zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek, w tym:	11.625
<i>Zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek z wyłączeniem finansowania projektowego¹</i>	10.097
<i>Zobowiązania z tytułu finansowania projektowego</i>	525
<i>Zobowiązania z tytułu kredytu rewolwingowego</i>	1.003
Zobowiązania z tytułu obligacji	3.865
Zobowiązania z tytułu leasingu i inne	565
Zadłużenie brutto	16.054
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	4.162
Zadłużenie netto	11.892
EBITDA LTM ²	3.381
Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM	3,52x
Wskaźnik zadłużenia netto / EBITDA LTM z wyłączeniem finansowania projektowego³	3,40x
Średni ważony koszt odsetek od kredytów i obligacji ⁴	8,7%

Struktura zadłużenia (z wyłączeniem finansowania projektowego) na dzień 30.09.2023



Zapadalność długu (z wyłączeniem finansowania projektowego) na dzień 30.09.2023



Podsumowanie i Q&A



Mirosław Błaszczuk
Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat

Podsumowanie

Telekomunikacja i media

- Wzrost ARPU w segmencie klientów B2C o 3,1% i w segmencie klientów B2B o 2,2% w efekcie skutecznej realizacji strategii multiplay
- Bardzo dobra pozycja na rynku reklamy TV – 29% udziału w rynku, oglądalność zgodna ze strategią, Interia w ścisłej czołówce portali internetowych
- Wygrany w aukcji 5G blok w paśmie 3,6 GHz idealnie uzupełnia naszą strategię budowy sieci 5G, realizowaną od 3 lat w paśmie 2,6 GHz TDD. Dziś w zasięgu sieci 5G Plusa jest już 20 mln ludzi
- Partnerstwo z Google Cloud to z jednej strony sprzedaż zielonej energii na 10 lat (PPA) a z drugiej – współpraca w oparciu o technologię chmurową Google. To szansa na rozwój naszego biznesu w ramach oferty wysokiej jakości rozwiązań chmurowych dla naszych klientów

Zielona energia i wodór

- Wyprodukowaliśmy 191 GWh zielonej energii, w tym 6 GWh z nowo uruchomionych farm wiatrowych Kazimierz Biskupi i Miłostów
- Rozwijamy łańcuch wartości oparty o zielony wodór – otwieramy kolejne stacje wodorowe, realizujemy dostawy NesoBusów produkowanych we własnej fabryce

Finanse

- Skutecznie zarządzamy finansami Grupy, by móc intensywnie realizować naszą *Strategię 2023+* i w przyszłości generować wysokie, stabilne i powtarzalne przepływy finansowe i budować trwałą, rosnącą wartość dla naszych Akcjonariuszy w długim terminie



Q&A

Dodatkowe informacje



Wyniki segmentu usług B2C i B2B

mIn PLN	3Q'23	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.645	-4%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	1.986	0%
EBITDA skorygowana ⁽²⁾	658	-13%
Marża EBITDA skorygowana ⁽²⁾	24,9%	-2,7pkt%
Wydatki inwestycyjne	152	-22%

- Przychody ze sprzedaży pod presją regulacyjnego, sukcesywnego obniżania stawek międzyoperatorskich MTR oraz niższych przychodów ze sprzedaży sprzętu
- Koszty operacyjne pod kontrolą w otoczeniu inflacyjnym

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

(2) EBITDA z wykluczeniem zysku ze sprzedaży jednostki zależnej i stowarzyszonej (PLN 113,4 mln PLN w 3Q'22 i 220,1 mln PLN w 3Q'23)

Wyniki finansowe segmentu mediowego: telewizja i online

mIn PLN	3Q'23	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	560	1%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	476	0%
EBITDA	83	8%
Marża EBITDA	14,8%	0,9pkt%
Wydatki inwestycyjne	31	93%

- Na przychody ze sprzedaży pozytywnie wpływają rosnące przychody z reklamy i sponsoringu
- Koszty operacyjne pod kontrolą w otoczeniu inflacyjnym

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

Wyniki finansowe segmentu zielona energia

mIn PLN	3Q'23
Przychody ze sprzedaży	377
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	351
EBITDA	26
Marża EBITDA	6,9%
Wydatki inwestycyjne	302

Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji (w tym kosztów amortyzacji ujętych w ramach kosztów produkcji energii i autobusów), utraty wartości i likwidacji

- Od 3 lipca 2023 r. konsolidujemy wyniki Grupy PAK-PCE
- Przychody segmentu obejmują głównie przychody ze sprzedaży: energii elektrycznej z produkcji oraz z obrotu, energii cieplnej, gazu, praw majątkowych, w szczególności świadectw pochodzenia oraz autobusów wodorowych
- Przychody ze sprzedaży energii elektrycznej z produkcji na poziomie 143m PLN w 3Q'23
- Przychody ze sprzedaży energii elektrycznej z obrotu na poziomie 191m PLN w 3Q'23

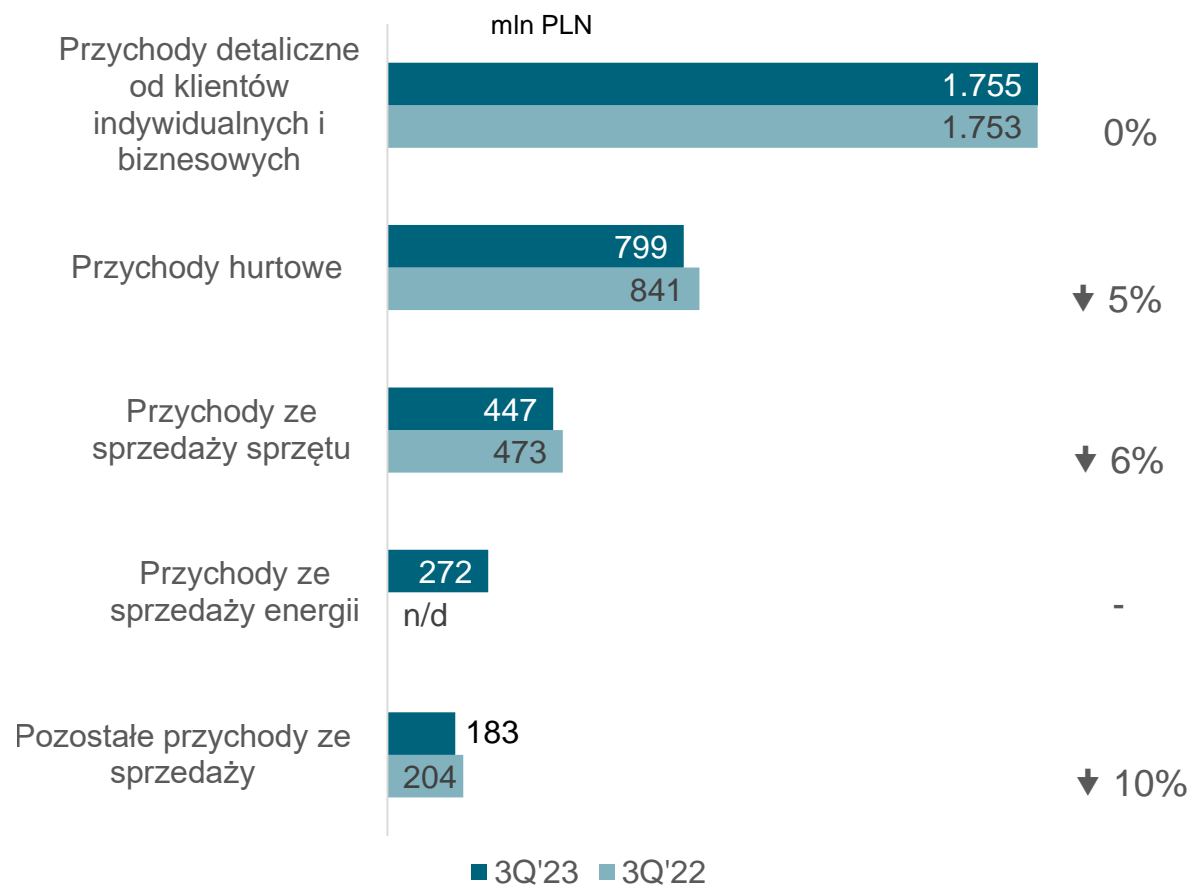
Wyniki finansowe segmentu nieruchomości

mIn PLN	3Q'23	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	40	-46%
Koszty operacyjne ⁽¹⁾	33	-49%
EBITDA	9	-16%
Marża EBITDA	21,7%	7,7pkt%
Wydatki inwestycyjne	9	-37%

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

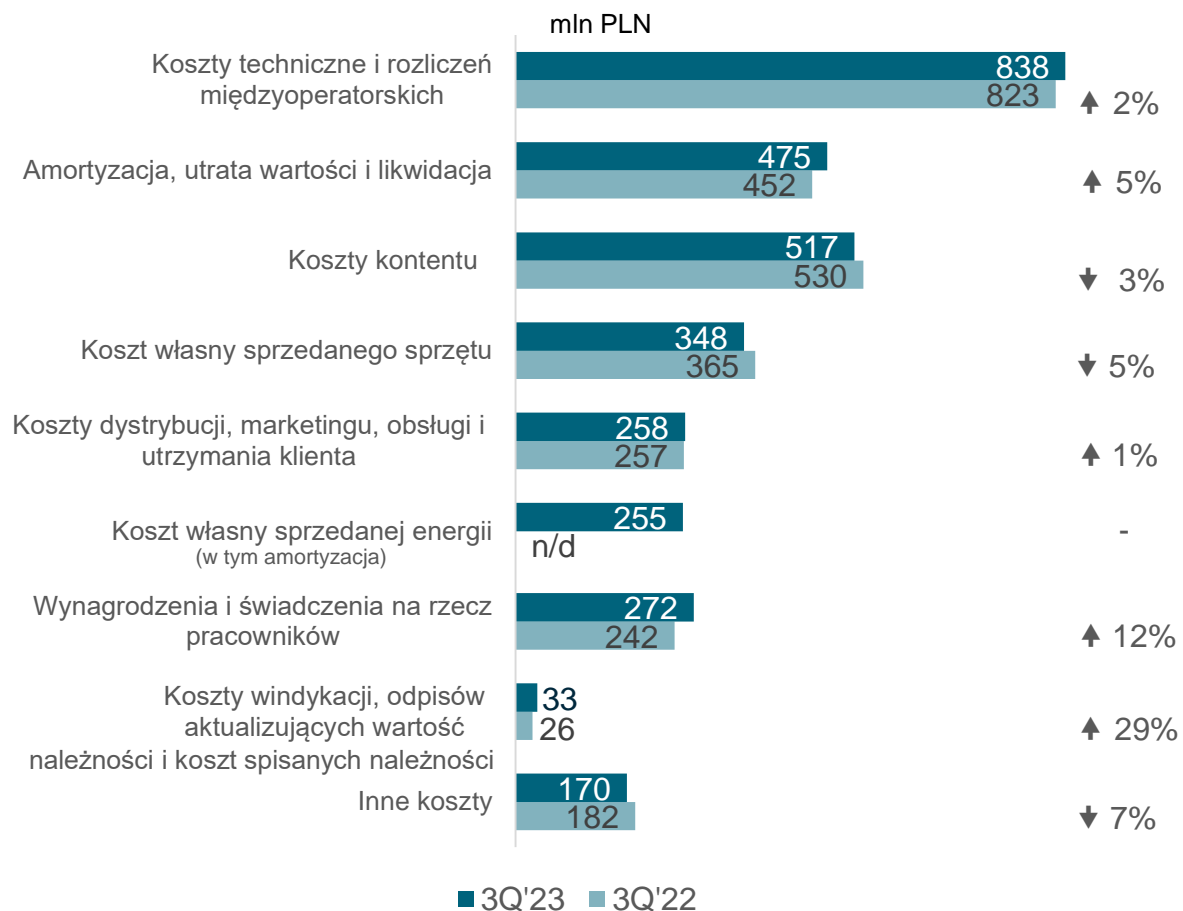
- Segment nieruchomości obejmuje głównie realizację projektów budowlanych, jak również sprzedaż, najem i zarządzanie nieruchomościami własnymi lub dzierżawionymi
- Niższe przychody ze sprzedaży gotowych mieszkań w już oddanych inwestycjach
- Trwa sprzedaż mieszkań w nowej inwestycji w Porcie Praskim przy ul. Sierakowskiego 1 i Sierakowskiego 3
- Kolejne projekty deweloperskie zaplanowane są w perspektywie średnioterminowej

Struktura przychodów ze sprzedaży



- Niższe **przychody hurtowe** na skutek ubytku przychodów z tytułu rozliczeń międzyoperatorskich, wynikających z regulacyjnego, sukcesywnego obniżania stawek międzyoperatorskich MTR oraz niższych przychodów ze sprzedaży sublicencji telewizyjnych. Ubytek ten został częściowo skompensowany wyższymi przychodami z tytułu reklamy i sponsoringu
- Niższe **przychody ze sprzedaży sprzętu** przede wszystkim w wyniku niższego wolumenu sprzedaży
- W związku z konsolidacją wyników Grupy PAK-PCE od 3 lipca 2023 r., Grupa rozpoznała **przychody ze sprzedaży energii**, które obejmują przychody ze sprzedaży energii elektrycznej z produkcji oraz z obrotu, przychody ze sprzedaży energii cieplnej oraz przychody ze sprzedaży praw majątkowych, w szczególności świadectw pochodzenia
- Niższe **pozostałe przychody ze sprzedaży** przede wszystkim w wyniku niższych przychodów z działalności na rynku fotowoltaicznym oraz przychodów ze sprzedaży mieszkań. Równolegle, w związku z konsolidacją wyników Grupy PAK-PCE, Grupa rozpoznaje niektóre przychody związane z działalnością w sektorze energetycznym, w szczególności przychody z sprzedaży autobusów wodorowych, wodoru oraz gazu

Struktura kosztów operacyjnych



- Wzrost **kosztów technicznych i rozliczeń międzyoperatorskich** spowodowany głównie przez wyższe koszty utrzymania sieci, został w znaczącej części skompensowany przez niższe koszty rozliczeń międzyoperatorskich w związku z regulacyjnym, sukcesywnym obniżaniem stawek międzyoperatorskich MTR
- Wyższe **koszty amortyzacji, utraty wartości i likwidacji** m.in. w wyniku naliczenia amortyzacji marek należących do Telewizji Polsat w związku ze zmianą okresu ich użytkowania z nieokreślonego na określony, a także konsolidacji Grupy PAK-PCE
- Spadek **kosztów własnych sprzedanego sprzętu** w wyniku niższego wolumenu sprzedaży sprzętu i koresponduje z niższymi przychodami ze sprzedaży sprzętu
- Niższe **koszty kontentu** m.in. na skutek niższych kosztów produkcji własnej, amortyzacji praw sportowych i amortyzacji licencji filmowych
- **Koszt własny sprzedanej energii** w związku z konsolidacją wyników Grupy PAK-PCE
- Wzrost **kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników** głównie w efekcie wzrostu zatrudnienia oraz utrzymującej się presji inflacyjnej
- Spadek **innych kosztów** m.in. w wyniku rozpoznania niższych kosztów sprzedanych mieszkań oraz związanych z działalnością na rynku fotowoltaicznym. Spadek ten został częściowo zniwelowany wpływem konsolidacji Grupy PAK-PCE

Definicje

RGU (Revenue Generating Unit)	Pojedyncza, aktywna, generująca przychód detaliczny usługa płatnej telewizji świadczonej w dowolnej technologii, dostępu do Internetu mobilnego lub przewodowego 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. Klient identyfikowany jest na poziomie unikalnego numeru PESEL, NIP lub REGON.
ARPU na klienta B2C/B2B	Średni miesięczny przychód detaliczny od Klienta wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym.
ARPU na RGU prepaid	Średni miesięczny przychód detaliczny wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym w przeliczeniu na jednostkę RGU prepaid.
Churn	<p>Rozwiązanie umowy z Klientem B2C 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.

Relacje Inwestorskie

Cyfrowy Polsat S.A.
ul. Konstruktorska 4
02-673 Warszawa

Email: ir@cyfrowypolsat.pl

<https://grupapolsatplus.pl>

