

Wyniki finansowe Grupy Polsat Plus w 1Q'24

W związku z objęciem kontroli na spółką PAK-PCE i jej spółkami zależnymi 3 lipca 2023 r. Grupa rozpoczęła konsolidację wyników Grupy PAK-PCE metodą pełną. W efekcie Grupa rozpoznaje dodatkowe przychody i koszty, w szczególności związane z produkcją i sprzedażą energii elektrycznej.

w mln zł	1Q'24	Zmiana r/r	Konsensus rynkowy ¹⁾	Różnica
Przychody ze sprzedaży, w tym:	3.405	6%	3.434	-0,9%
- Przychody detaliczne	1.771	2%		
- Przychody hurtowe	750	-5%		
- Przychody ze sprzedaży sprzętu	426	-12%		
- Przychody ze sprzedaży energii	282	-		
- Pozostałe przychody	177	-6%		
Koszty operacyjne, w tym:	3.116	8%		
- Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich	803	-1%		
- Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja	481	4%		
- Koszt własny sprzedanego sprzętu	328	-17%		
- Koszty kontentu	513	0%		
- Koszt własny sprzedanej energii	242	n/d		
- w tym amortyzacja	12	n/d		
- Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta	269	10%		
- Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	304	10%		
- Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności	13	-55%		
- Inne koszty	164	0%		
- w tym amortyzacja	1	n/d		
EBITDA skorygowana, z wyłączeniem zbycia aktywów²⁾	772	2%	751	2,8%
<i>Marża EBITDA skorygowana, z wyłączeniem zbycia aktywów²⁾</i>	<i>22,7%</i>	<i>-1,1pkt%</i>	<i>21,9%</i>	<i>0,8 pkt%</i>
EBITDA	946	24%	916	3,3%
<i>Marża EBITDA</i>	<i>27,8%</i>	<i>4,0pkt%</i>	<i>26,7%</i>	<i>1,1 pkt%</i>
EBIT	453	52%	432	4,7%
Zysk netto	184	160%	165	11,9%

¹ W oparciu o prognozy: BM mBanku, BM BDM, DM BOŚ, DM PKO BP, ERSTE, Ipopema, Trigon, Pekao, Santander, Wood&Co

² EBITDA z wykluczeniem w 1Q'24: zysku ze sprzedaży udziałów w Muzo.fm Sp. z o.o. w wysokości 10 mln zł oraz z wyłączeniem przychodu z tytułu zbycia pierwszej części pakietu adresów IPv4 za 164 mln zł netto po potrąceniu kosztów transakcyjnych.

- **Przychody Grupy Polsat Plus wyniosły 3.405 mln zł (+6,4% r/r).** Wyłączając wpływ konsolidacji Grupy PAK-PCE, przychody Grupy wyniosły 3.103 mln zł (-3,0% r/r). Na poziom przychodów wpływ miały w głównej mierze:
 - Rozpoznane **przychody ze sprzedaży energii** w wysokości **282 mln zł**, obejmujące przychody ze sprzedaży energii elektrycznej z produkcji oraz z obrotu, przychody ze sprzedaży energii ciepłej oraz przychody ze sprzedaży świadectw pochodzenia. Skonsolidowane przychody ze sprzedaży własnej energii elektrycznej wyniosły 87 mln zł, a przychody z obrotu 168 mln zł;
 - Wyższe **przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych (+2% r/r)**, co wynikało ze wzrostu ARPU na klienta kontraktowego usług B2C i B2B, jak i ARPU usług przedpłaconych;
 - Niższe **przychody ze sprzedaży sprzętu (-12% r/r)**, co wynikało przede wszystkim z wysokiego wolumenu sprzedaży odnotowanego w okresie porównawczym;
 - Niższe **przychody hurtowe (-5% r/r)** na skutek niższych przychodów interkonektowych związanych z obniżaniem stawek MTR oraz niższych przychodów ze sprzedaży sublicencji telewizyjnych, częściowo kompensowanych wzrostem przychodów z tytułu reklamy i sponsoringu.
- **Koszty Grupy wyniosły 3.116 mln zł (+7,8% r/r).** Wyłączając wpływ konsolidacji wyników Grupy PAK-PCE, koszty operacyjne wyniosły 2.843 mln zł (-1,7% r/r). Na ich wysokość wpływ miały w głównej mierze:
 - Ujęcie **kosztu własnego sprzedanej energii** w wysokości **242 mln zł**.
 - Niższy **koszt własny sprzedanego sprzętu (-17% r/r)**, co wynikało z niższego wolumenu sprzedaży w raportowanym kwartale sprzętu i koresponduje z niższymi przychodami ze sprzedaży sprzętu.
 - Wzrost **kosztów wynagrodzeń (+10% r/r)** głównie w efekcie wzrostu zatrudnienia oraz utrzymującej się presji inflacyjnej.
 - Wzrost kosztów **dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta (+10% r/r)**, głównie w wyniku rozpoznania wyższych kosztów związanych z call center i działaniami marketingowymi realizowanymi w 1Q'24.
 - Wyższe **koszty amortyzacji, utraty wartości i likwidacji (+4% r/r)** m.in. konsolidacji wyników Grupy PAK-PCE.
 - Niższe **koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności (-55% r/r)**, przede wszystkim w wyniku jednorazowego przeszacowania całego pakietu wiarytelności wg wyższego wskaźnika niż w okresie porównawczym. Dodatkowo wpływ na niższy poziom złego długu ma lepsza spłacalność oraz niższa sprzedaż w modelu ratalnym niż w 1Q'23.
- **EBITDA skorygowana o zysk ze sprzedaży jednostki zależnej i stowarzyszonej oraz z wyłączeniem zysku ze sprzedaży aktywów³⁾, wyniosła 772 mln zł (+1,5% r/r)**, przy marży EBITDA na poziomie **22,7%**. Głównym motorem wzrostu była kontrybucja segmentu zielonej energii w następstwie konsolidacji Grupy PAK-PCE.
- **Raportowany zysk EBITDA wyniósł 946 mln zł (+24% r/r).**
- **EBIT wyniósł 453 mln zł.**
- Koszty **finansowe, netto** spadły r/r o **54 mln zł** głównie na skutek rozpoznania niegotówkowego, pozytywnego przeszacowania wartości transzy Kredytu Terminowego denominowanej w euro w wysokości 24 mln zł, w efekcie aprecjacji polskiej złotówki w 1Q'24. Ponadto, Grupa rozpoznała pozytywny wpływ z tytułu realizacji i wyceny instrumentów zabezpieczających w wysokości 45 mln zł.
- **Zysk netto** Grupy wyniósł **184 mln zł (+160% r/r).**
- **Skorygowany FCF po odsetkach, z wyłączeniem capexu na zieloną energię wyniósł** w LTM 1Q'24 **442 mln zł (+32% vs. FY'23)**. Wynik FCF LTM pozostaje pod wpływem wysokich kosztów odsetkowych.

³ EBITDA z wykluczeniem w 1Q'24: zysk ze sprzedaży udziałów w Muzo.fm Sp. z o.o. w wysokości 10 mln zł oraz z wyłączeniem przychodu z tytułu zbycia pierwszej części pakietu adresów IPv4 za 164 mln zł netto po potrąceniu kosztów transakcyjnych.

- W obszarze TMT⁴⁾ wskaźnik CAPEX/przychody na poziomie 7,7%.
- Główny kowenant – dług netto/EBITDA LTM (z wyłączeniem finansowania projektowego⁵⁾ na poziomie 3,40x.
- Dług netto/EBITDA LTM z uwzględnieniem finansowania projektowego na poziomie 3,70x.

⁴ Obejmuje segmenty usług B2C i B2B oraz mediowy

⁵ Zobowiązania z tytułu pożyczek i kredytów udzielonych PAK-PCE oraz kredytów inwestycyjnych udzielonych spółkom zależnym PAK-PCE (spółki projektowe) na realizację określonych projektów inwestycyjnych związanych z rozwojem nisko i zeroemisyjnych źródeł energii

Segment usług B2C i B2B

	1Q'24	1Q'23	Zmiana r/r
USŁUGI KONTRAKTOWE ŚWIADCZONE KLIENTOM B2C			
Łączna liczba RGU B2C (na koniec okresu) [tys.], w tym:	13.077	13.163	-0,7%
Płatna telewizja	4.804	4.951	-3,0%
Telefonia komórkowa	6.273	6.232	0,7%
Internet	2.000	1.980	1,0%
Liczba klientów B2C (na koniec okresu) [tys.]	5.772	5.887	-2,0%
ARPU na klienta B2C [PLN]	74,6	71,4	4,5%
Churn w segmencie B2C	7,6%	7,2%	0,4 p.p.
Wskaźnik nasycenia RGU na klienta B2C	2,27	2,24	1,3%
USŁUGI PRZEDPŁACONE			
Łączna liczba RGU (na koniec okresu), [tys.] w tym:	2.624	2.693	-2,6%
Płatna telewizja ¹⁾	123	121	1,7%
Telefonia komórkowa	2.476	2.542	-2,6%
Internet	25	30	-16,7%
ARPU na RGU prepaid [PLN]	17,3	17,1	1,2%
USŁUGI KONTRAKTOWE ŚWIADCZONE KLIENTOM B2B			
Łączna liczba klientów B2B (na koniec okresu) [tys.]	68,4	69,3	-1,3%
ARPU na klienta B2B [PLN]	1.490	1.434	3,9%
FINANSE [mln PLN]			
Przychody	2.576	2.675	-3,7%
EBITDA z wyłączeniem zysku ze sprzedaży aktywów²⁾	634	663	-4,4%
CAPEX	217	270	-19,4%

¹ RGU z wykluczeniem niskomarkowego pakietu Polsat Box Go Start

² EBITDA z wyłączeniem w 1Q'24 z wyłączeniem przychodu z tytułu zbycia pierwszej części pakietu adresów IPv4 za 164 mln zł netto po potrąceniu kosztów transakcyjnych.

Usługi kontraktowe świadczone klientom B2C:

- **Baza klientów kontraktowych B2C** na poziomie **5.772 tys. (-2,0% r/r)**, głównie w wyniku malejącej popularności technologii satelitarnej, jak również utrzymującego się procesu konsolidacji klientów kontraktowych pod jedną wspólną umową kontraktową w ramach gospodarstwa domowego.
- **Churn na niskim poziomie 7,6%** w skali roku, głównie w efekcie wysokiej lojalności naszych klientów usług łączonych, co z kolei wynika ze skutecznej realizacji strategii multiplay.
- **ARPU na klienta kontraktowego B2C na poziomie 74,6 zł (+4,5% r/r)**, dzięki dosprzedaży dodatkowych produktów i usług do bazy klientów w ramach oferty multiplay oraz oferowania bogatszych pakietów telewizyjnych i telekomunikacyjnych (strategia *more-for-more*).
- Spadek całkowitej **bazy usług kontraktowych B2C** o 86 tys. do **13.077 tys. (-0,7%) r/r**.
 - Stabilne bazy usług **telefonii komórkowej** na poziomie **6.273 tys.** oraz **Internetu** na poziomie **2.000 tys.**
 - Liczba usług **płatnej telewizji** wyniosła **4.804 tys.** i zanotowała spadek o 147 tys. **(-3,0% r/r)**, w wyniku mniejszej liczby świadczonych usług telewizji satelitarnej oraz repozycjonowania cenowego i zmiany strategii oferowania naszych serwisów wideo online, co jest częściowo kompensowane rosnącą popularnością telewizji internetowej (IPTV/OTT).

- **2,47 mln klientów**, czyli 43% całej bazy, korzystało z **oferty multiplay** i posiadało łącznie 7.468 tys. usług (+47 tys. r/r).

Usługi przedpłacone:

- **Baza RGU przedpłaconych⁶⁾** wyniosła **2.624 tys.**, notując spadek o 69 tys. **(-2,6%) r/r**. Główne przyczyny spadku to:
 - niższa o 66 tys. liczba przedpłaconych usług telefonii komórkowej wynikająca z nasilonej konkurencji w tym segmencie rynku;
 - rosnąca popularność transmisji danych w taryfach głosowych z uwagi na zanikające różnice w wielkości pakietów danych, co przekłada się na systematyczny spadek liczby usług dedykowanego mobilnego Internetu.
- **ARPU prepaid⁶⁾** wyniosło **17,3 zł** (+1,2% r/r).

Usługi kontraktowe świadczone klientom B2B:

- Baza **klientów kontraktowych B2B** na poziomie **68,4 tys.** (-1,3% r/r).
- **ARPU** na klienta B2B wzrosło do **1.490 zł** średniomiesięcznie **(+3,9% r/r)**.

⁶ z wykluczeniem niskomarżowego pakietu Polsat Box Go Start

Segment mediowy: telewizja i online

	1Q'24	1Q'23	Zmiana r/r
TELEWIZJA			
Udział w oglądalności¹⁾, w tym:	21,53%	21,85%	-0,32 p.p.
POLSAT (kanał główny)	7,10%	8,00%	-0,90 p.p.
Pozostałe kanały	14,43%	13,85%	0,58 p.p.
Udział w rynku reklamy TV²⁾	28,1%	28,4%	-0,3 p.p.
Wydatki na reklamę telewizyjną i sponsoring na całym rynku ³⁾ [mln PLN]	1.092	1.001	9,0%
Przychody z reklamy tv i sponsoringu Grupy TV Polsat⁴⁾ [mln PLN]	307	284	8,0%
ONLINE: GRUPA POLSAT-INTERIA⁵⁾			
Średniomiesięczna liczba użytkowników [mln]	21,0	21,2	-0,9%
Średniomiesięczna liczba odostęp [mln]	1.926	1.938	-0,6%
FINANSE [mln PLN]			
Przychody	585	568	3,1%
EBITDA skorygowana⁶⁾	91	93	-1,7%
CAPEX	26	22	17,9%

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

² Szacunki własne na podstawie danych Publicis Groupe

³ Publicis Groupe, dane wstępne, reklama spotowa i sponsoring,

⁴ Przychody z reklamy tv i sponsoringu kanałów wchodzących w skład Grupy Telewizji Polsat

⁵ Mediapanel Gemius/PBI, liczba użytkowników - wskaźnik real users, liczba odostęp - wskaźnik views

⁶ EBITDA z wykluczeniem w 1Q'24: zysku ze sprzedaży udziałów w Muzo.fm Sp. z o.o. w wysokości 10 mln zł

Telewizja

- **Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu** Grupy TV Polsat w 1Q'24 **wzrosły o 8,0% r/r** do poziomu 307 mln zł, podczas gdy rynek reklamy telewizyjnej zanotował wzrost o 9,0%.
- W efekcie udział Grupy TV Polsat w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu wyniósł **28,1%** w porównaniu do 28,4% w 1Q'23.
- Oczekujemy, że rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 2024 roku będzie rósł w niskim jednocyfrowym tempie.

Segment zielona energia

	1Q'24	1Q'23	Zmiana r/r
Łączna produkcja energii elektrycznej (MWh), w tym:	198,9	149,3	33,2%
Biomasa	135,1	140,0	-3,5%
Fotowoltaika	11,9	9,3	28,0%
Farmy wiatrowe na lądzie	51,9	-	n/d
Średnia cena sprzedaży wyprodukowanej energii¹⁾ [PLN/MWh]	650,8	-	-

FINANSE [mln PLN]			
Przychody, w tym:	354	n/d	n/d
sprzedaż własnej energii elektrycznej	129		
obrót	173	n/d	n/d
EBITDA	47	n/d	-
CAPEX	87	n/d	-

¹ Liczona jako iloraz wygenerowanych przez segment zielonej energii przychodów ze sprzedaży energii elektrycznej własnej i wolumenu produkcji

Produkcja energii

- Łączny **wolumen wyprodukowanej energii** elektrycznej na poziomie **198,9 GWh**, w tym: 135,1 GWh z biomasy;
 - 11,9 GWh z fotowoltaiki;
 - 51,9 GWh z farm wiatrowych.
- **Średnia cena sprzedaży** wyprodukowanej energii wyniosła **650,8 PLN/MWh** w 1Q'24.

ZAŁĄCZNIK

Wyniki finansowe segmentów działalności Grupy Polsat Plus

1Q'24 [mln PLN]	Usługi B2C i B2B	Mediowy: telewizja i online	Nierucho- mości	Zielona energia	Wyłączenia i korekty konsolidacyjne	Razem
Przychody ze sprzedaży	2.576	585	40	354	-150	3.405
<i>zmiana r/r</i>	<i>-4%</i>	<i>3%</i>	<i>-10%</i>	<i>n/d</i>	<i>-</i>	<i>6%</i>
Koszty operacyjne¹⁾	1.948	485	35	307	341	3.116
<i>zmiana r/r</i>	<i>-3%</i>	<i>2%</i>	<i>-10%</i>	<i>n/d</i>	<i>-</i>	<i>8%</i>
EBITDA skorygowana, z wyłączeniem zysku ze sprzedaży aktywów²⁾	634	91	0,3	47	-	772
<i>zmiana r/r</i>	<i>-4%</i>	<i>-2%</i>	<i>-96%</i>	<i>n/d</i>	<i>-</i>	<i>2%</i>
Marża EBITDA skorygowana, z wyłączeniem zysku ze sprzedaży aktywów ²⁾	24,6%	15,5%	0,7%	13,4%	-	22,7%
<i>zmiana r/r</i>	<i>-0,2pkt%</i>	<i>-0,8pkt%</i>	<i>-14,9pkt%</i>	<i>n/d</i>	<i>-</i>	<i>-1,1%</i>
EBITDA	798	101	0,3	47	-	946
<i>zmiana r/r</i>	<i>20%</i>	<i>9%</i>	<i>-96%</i>	<i>n/d</i>	<i>-</i>	<i>24%</i>
Marża EBITDA	31,0%	17,2%	0,7%	13,4%	-	27,8%
<i>zmiana r/r</i>	<i>6,2pkt%</i>	<i>1,0pkt%</i>	<i>-14,9pkt%</i>	<i>n/d</i>	<i>-</i>	<i>4,0pkt%</i>
CAPEX	217	26	5	87	-	336

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

² EBITDA z wyłączeniem w 1Q'24: zysku ze sprzedaży udziałów w Muzo.fm Sp. z o.o. w wysokości 10 mln zł oraz z wyłączeniem przychodu z tytułu zbycia pierwszej części pakietu adresów IPv4 za 164 mln zł netto po potrąceniu kosztów transakcyjnych.