



TELEWIZJA INTERNET TELEFON

Wyniki za 2Q'11

31 sierpnia 2011 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.

1

Wprowadzenie

Najważniejsze wydarzenia



- Zamknięcie transakcji nabycia Telewizji Polsat
- Emisja niepodporządkowanych obligacji zabezpieczonych z oprocentowaniem na poziomie 7,125%
- Przedłużenie umowy z TVN dotyczącej dystrybucji kanałów Grupy TVN na platformie Cyfrowego Polsatu
- Zawarcie umowy z ITI dotyczącej dystrybucji kanałów Telewizji Polsat na platformie „n”
- Zawarcie umowy licencyjnej z Sony Pictures Entertainment
- Nabycie praw do transmisji T-Mobile Ekstraklasy
- Testy konsumenckie LTE

Podsumowanie wyników operacyjnych



- Liczba abonentów DTH wzrosła r/r o 209 tys. do 3.472.757
- Liczba użytkowników usług MVNO wzrosła r/r o 89 tys. do 130 tys. (z czego 98% stanowili klienci post-paid)
- Liczba użytkowników usług dostępu do Internetu wzrosła r/r o 32 tys. do 43 tys.
- ARPU Pakietu Familijnego w 2Q'11 wyniosło 43,2 PLN, zaś ARPU Pakietu Mini 11,6 PLN
- Stabilny i niski poziom wskaźnika odpływu klientów (churn) wynoszący 9,1%

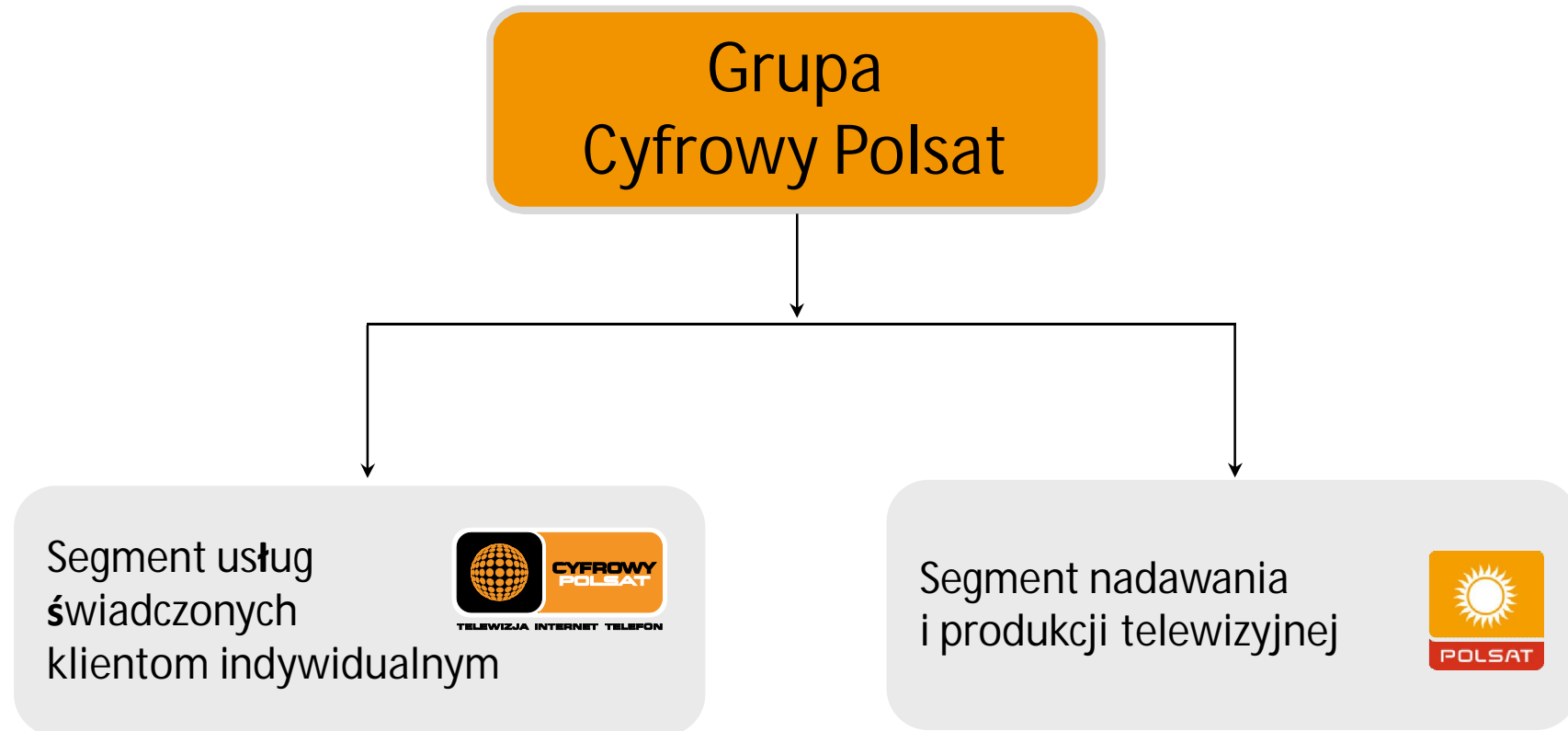


- Udział w oglądalności w 2Q'11 wzrósł r/r o 12,9% do poziomu 21,2%
- Udział w rynku reklamy telewizyjnej w 2Q'11 na poziomie 23%

2

Wyniki operacyjne

Zmiany w strukturze raportowania grupy



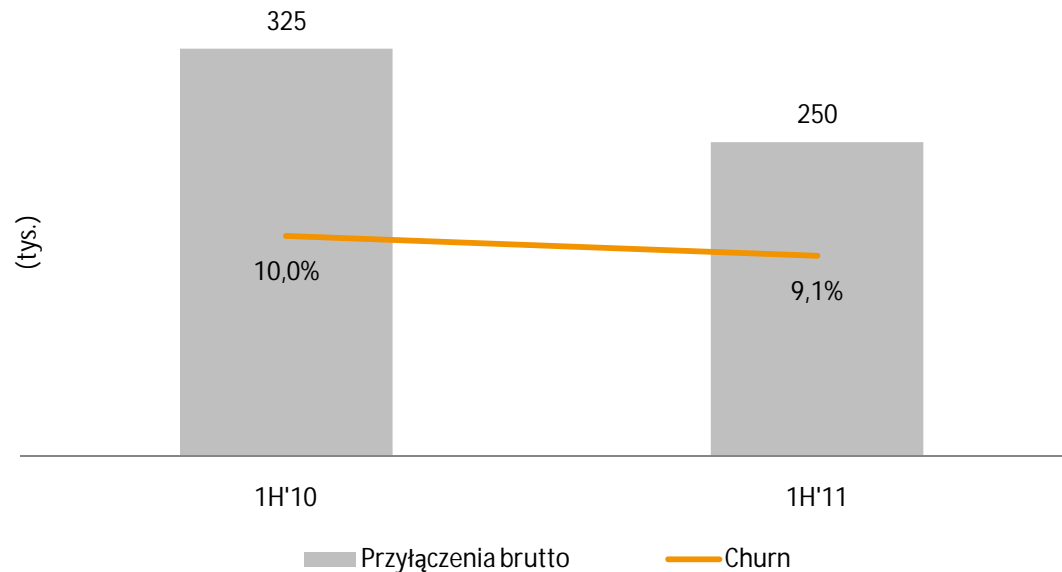
Segment usług świadczonych klientom indywidualnym

Wysoka sprzedaż i stabilny churn



- 250 tys. pozyskań brutto w 1H'11
- Obniżenie wskaźnika churn w rezultacie:
 - Wysokiego poziomu satysfakcji klientów
 - Skutecznych programów utrzymaniowych

Przyłączenia brutto i wskaźnik churn



Nota: Wskaźnik odpływu abonentów (churn) definiujemy jako stosunek liczby umów rozwiązanych w okresie 12 miesięcy do średniorocznej liczby umów w tym 12 miesięcznym okresie. Liczba rozwiązanych umów jest pomniejszona o liczbę abonentów, którzy zawarli z nami ponownie umowę nie później niż z końcem tego 12 miesięcznego okresu.

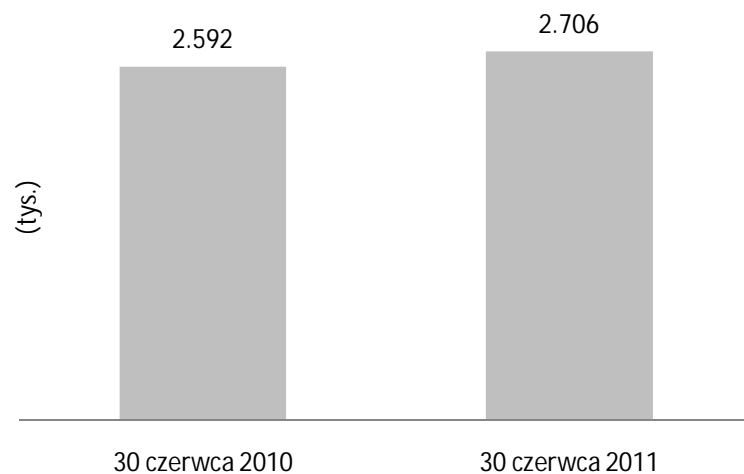
Segment usług świadczonych klientom indywidualnym

Wzrost bazy abonentów

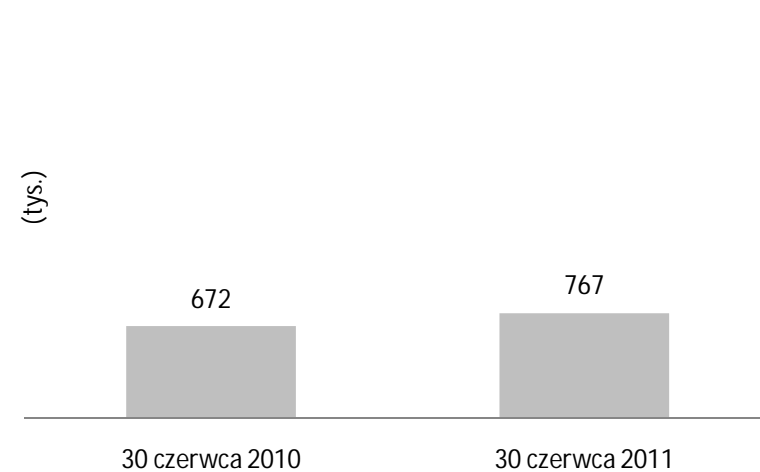


- W ujęciu rocznym nasza baza abonentów na koniec 2Q'11 wzrosła o 209 tys. do poziomu 3,47 mln

Abonenci — Pakiet Familijny/Premium



Abonenci — Pakiet Mini



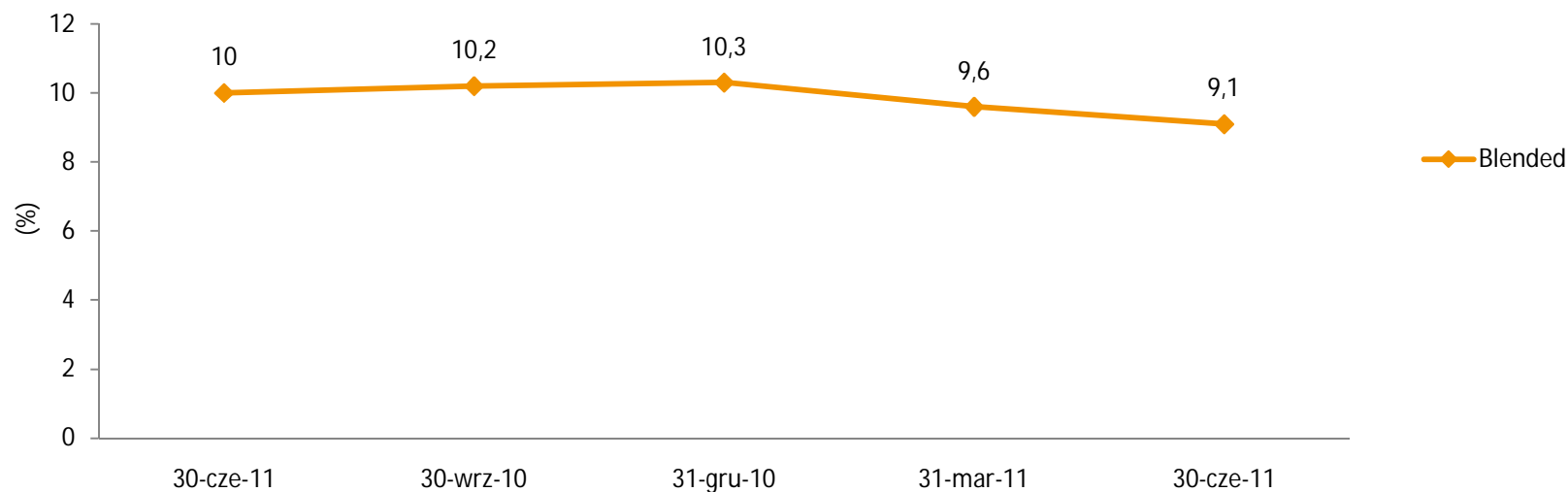
Segment usług świadczonych klientom indywidualnym

Niski churn dowodem wysokiej satysfakcji klientów



- Wskaźnik churn (blended) spadł do poziomu 9,1%

Churn (12 miesięcy)



Nota: Wskaźnik odpływu abonentów (churn) definiujemy jako stosunek liczby umów rozwiązanych w okresie 12 miesięcy do średniorocznej liczby umów w tym 12 miesięcznym okresie. Liczba rozwiązanych umów jest pomniejszona o liczbę abonentów, którzy zawarli z nami ponownie umowę nie później niż z końcem tego 12 miesięcznego okresu.

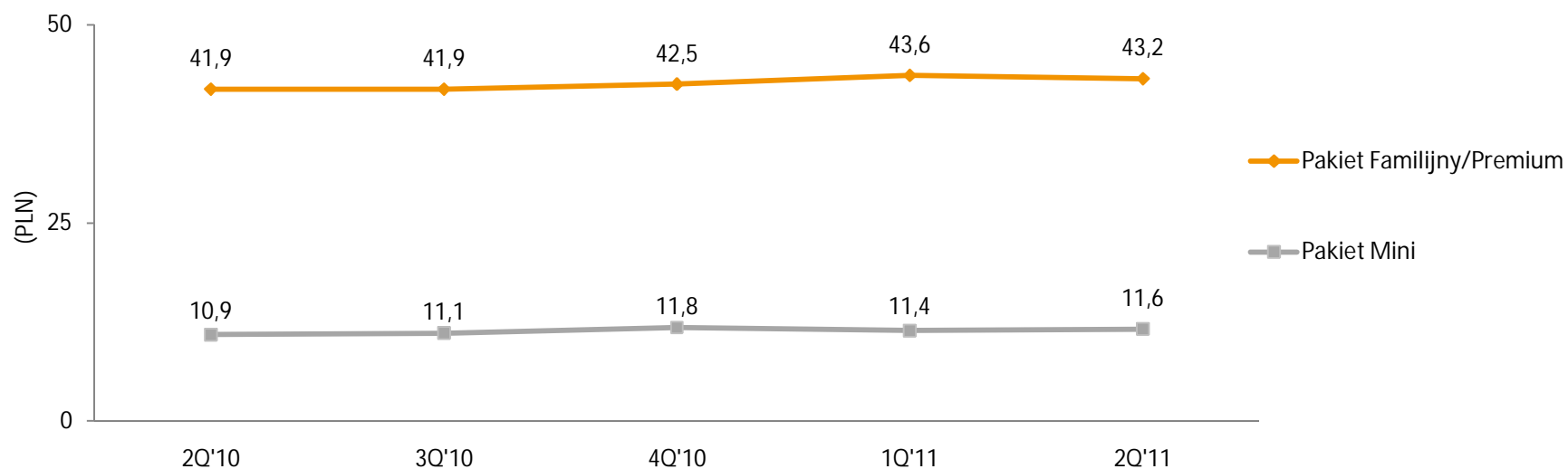
Segment usług świadczonych klientom indywidualnym

Stabilny wzrost ARPU



- Wskaźnik ARPU Pakietu Familijnego w 2Q'11 wyniósł 43,2 PLN
- Wskaźnik ARPU Pakietu Mini w 2Q'11 wyniósł 11,6 PLN

ARPU



Nota: ARPU definiujemy jako średni przychód netto na abonenta, któremu świadczyliśmy usługi, liczony jako suma opłat za nasze usługi płaconych przez naszych abonentów podzielona przez średnią liczbę abonentów, którym świadczyliśmy usługi w raportowanym okresie

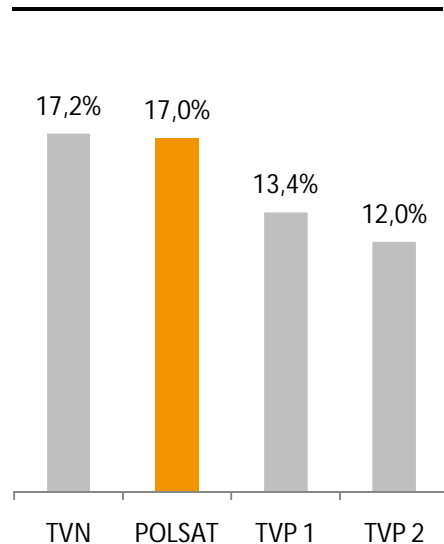
Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

Wzrost udziału w oglądalności (2Q'11)

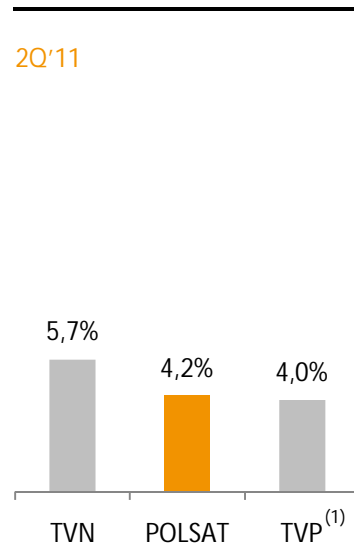


- Grupa Telewizji Polsat jako jedyna zwiększyła swój udział w oglądalności
 - W 2Q'11 udział w oglądalności wzrósł r/r o 12,9% do 21,2%
 - Udział w oglądalności kanału głównego Polsatu wzrósł r/r o 9,5% do 17,0%
 - Udział w widowni kanałów tematycznych Polsatu wzrósł r/r w 2Q11 o 29,3%

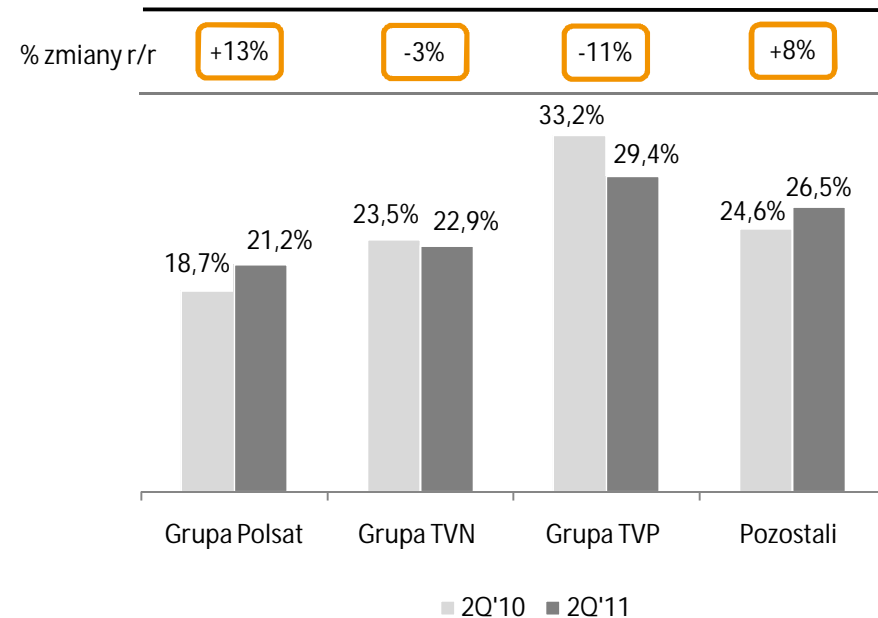
Udział w oglądalności głównych kanałów



Udział w oglądalności kanałów tematycznych



Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, analizy wewnętrzne
 Nota:(1) Zawiera ogólnopolski kanał naziemny TVP Info, którego udział w oglądalności wynosi 2,4%

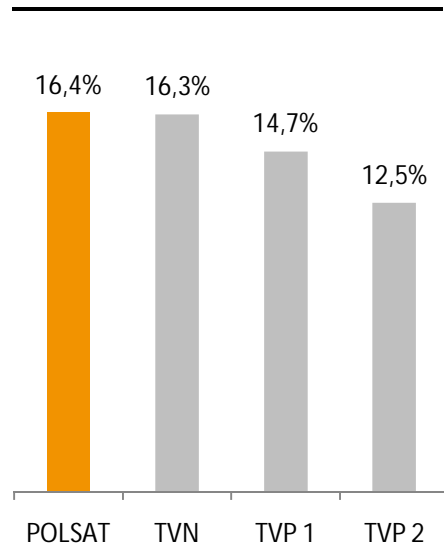
Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

Wzrost udziału w oglądalności (1H'11)

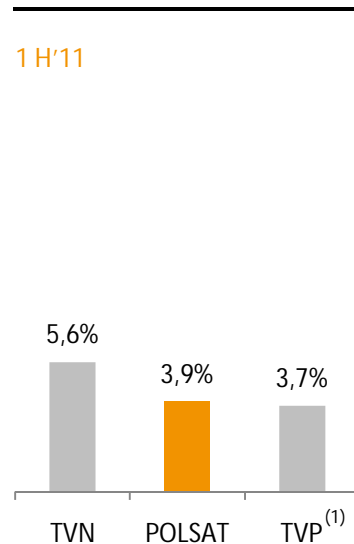


- Grupa Telewizji Polsat jako jedyna zwiększyła swój udział w oglądalności
 - W 1H'11 udział w oglądalności wzrósł r/r o 8,3% do 20,3%
 - Kanał główny Polsatu był liderem z 16,4% udziałem w oglądalności
 - Udział w widowni kanałów tematycznych Polsatu wzrósł w 1H'11 r/r o 30,9%

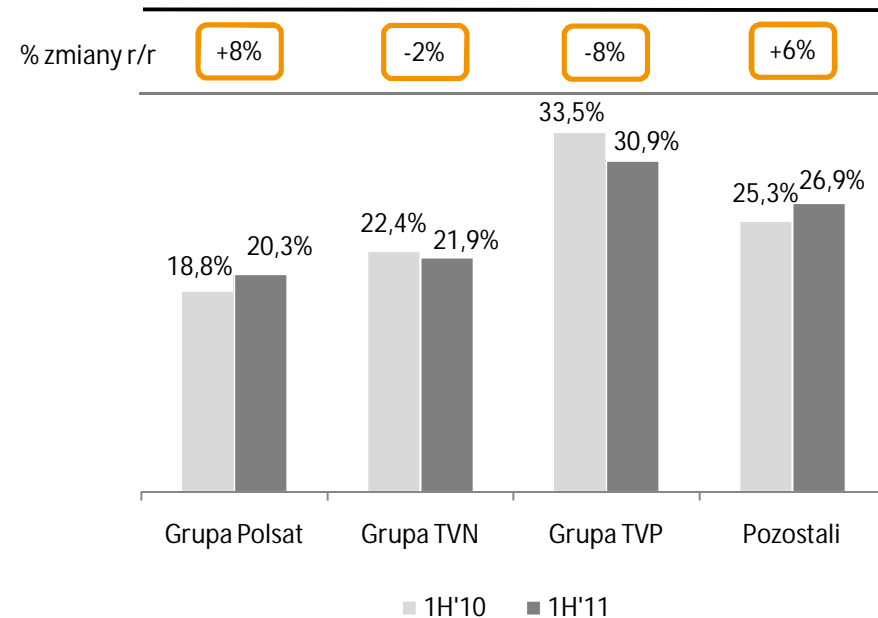
Udział w oglądalności głównych kanałów



Udział w oglądalności kanałów tematycznych



Dynamika udziałów w oglądalności



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

Nota: (1) Zawiera ogólnopolski kanał naziemny TVP Info, którego udział w oglądalności wynosi 2,2%

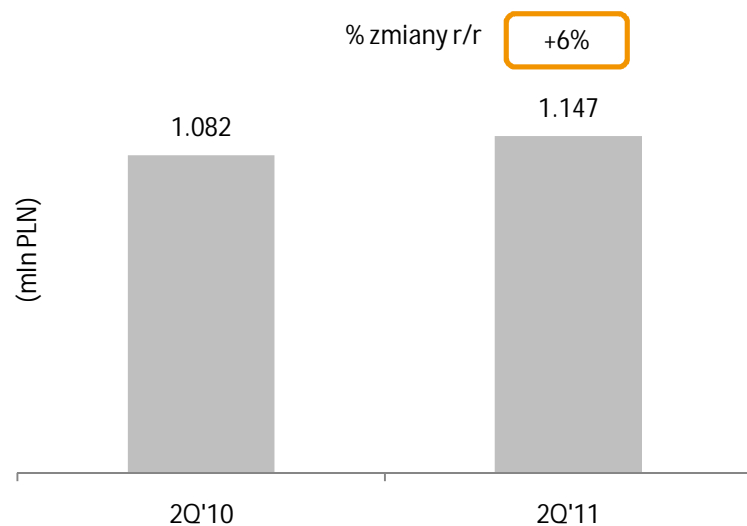
Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

Wzrost udziału w rynku reklamy telewizyjnej (2Q'11)

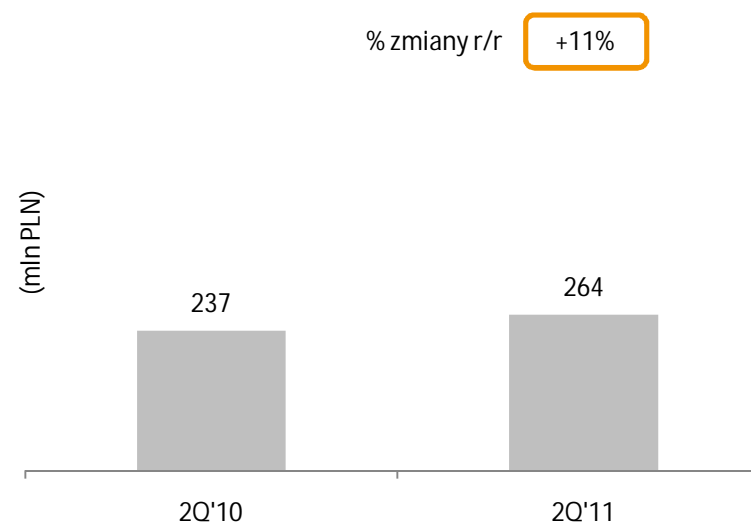


- Rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 2Q'11 wzrósł r/r o 6%
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat rosły niemal 2x szybciej niż rynek, a ich udział w 2Q'11 wyniósł 23%

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



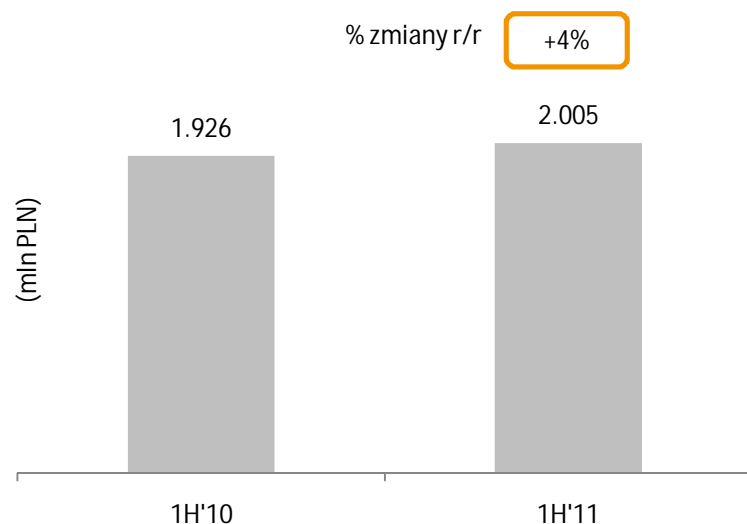
Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

Wzrost udziału w rynku reklamy telewizyjnej (1H'11)

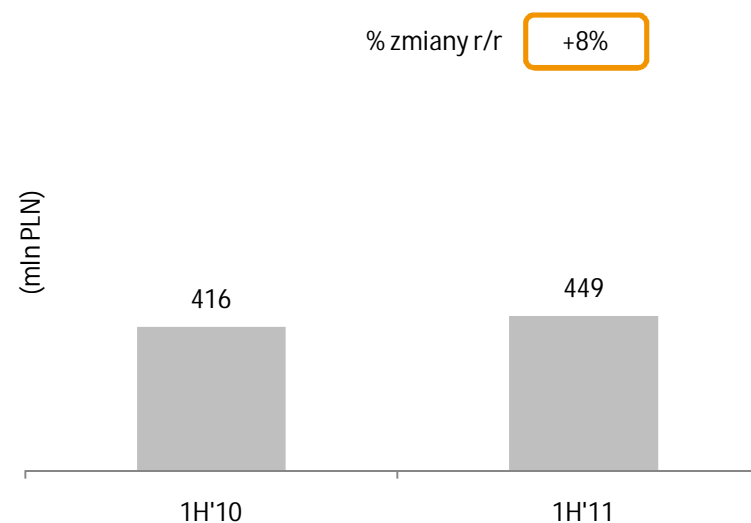


- Rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 1H'11 wzrósł r/r o 4%
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat rosły 2x szybciej niż rynek, a ich udział w 1H'11 wyniósł ponad 22%

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾

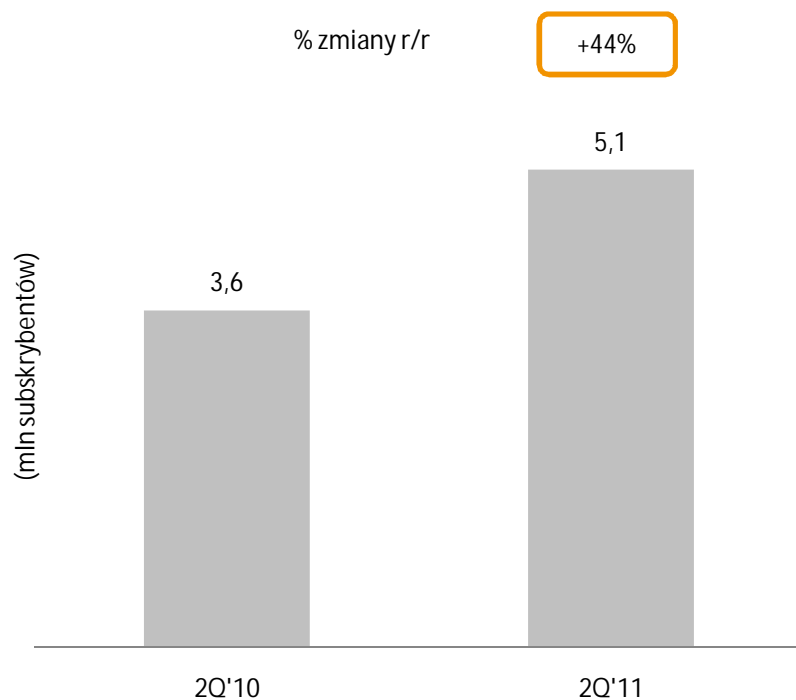


Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

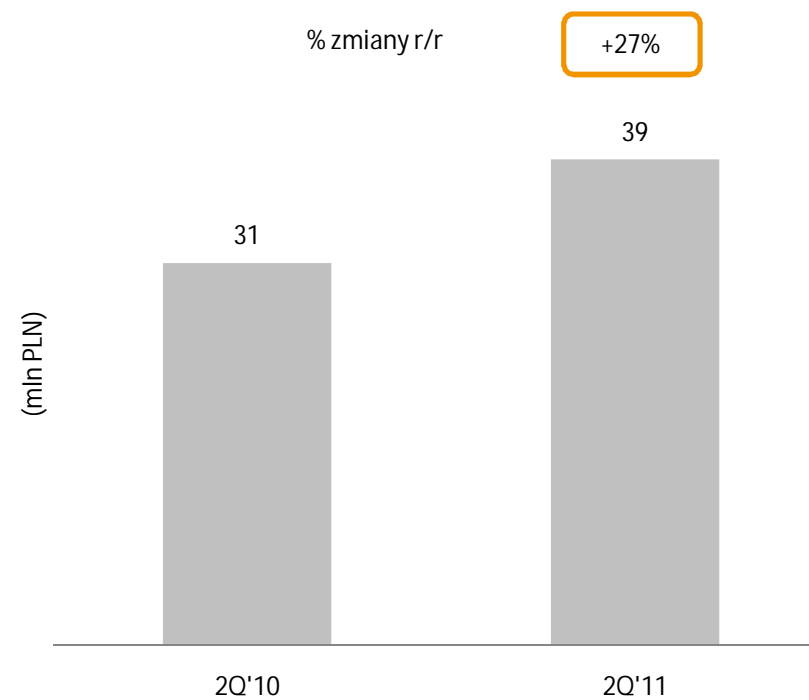
Wzrost dystrybucji kanałów tematycznych



Dystrybucja kanałów tematycznych ⁽¹⁾



Przychody od operatorów kablowych i satelitarnych ⁽²⁾



● Co oznacza dystrybucję na poziomie ok. 60% szacowanego potencjalnego zasięgu

Źródło: Cyfrowy Polsat

Noty: (1) uwzględnia: Polsat Play, Polsat Café, Polsat Sport, Polsat Sport Extra, Polsat Film, Polsat News

(2) uwzględnia: Polsat Play, Polsat Café, Polsat Sport, Polsat Sport Extra, Polsat Film, Polsat News, Polsat Sport HD, Polsat Futbol, Polsat 2; uwzględnia przychody od Cyfrowego Polsatu

Bardzo dobre wyniki finansowe Grupy...



w mln PLN	2Q 2011	zmiana r/r
Przychody	629	↑ 67%
EBITDA	218	↑ 100%
Marża EBITDA	34,6%	↑ 5,1pkt%
Zysk netto	69	↑ 4%

- Konsolidacja przychodów Grupy Telewizji Polsat
 - Przychody z reklamy i sponsoringu
 - Przychody od operatorów kablowych i satelitarnych
 - Przychody z tytułu sprzedaży licencji, sublicencji oraz praw programowych
- EBITDA i marża EBITDA odzwierciedlają koszty Grupy Telewizji Polsat
- Marża EBITDA oddaje częściowe efekty zrealizowanych synergii
- Poziom zysk netto obciążony kosztami finansowymi związanymi z finansowaniem zakupu Telewizji Polsat

...osiągnięte również dzięki dynamicznie rozwijającej się „starej” Grupie CP



w mln PLN	2Q 2011	zmiana r/r
Przychody	397	↑ 5%
EBITDA	120	↑ 11%
Marża EBITDA	30,3%	↑ 0,8pkt%
Zysk netto	193	↑ >100%

- Wzrost przychodów w oparciu o organiczny wzrost biznesu
- Dzięki efektywnej polityce zarządzania kosztami EBITDA rośnie szybciej niż przychody
- Wzrost zysku netto w efekcie otrzymania dywidendy od Telewizji Polsat przy jednoczesnych kosztach obsługi długu

3

Wyniki finansowe

Rachunek zysków i strat w 2Q'11



w mln PLN	2Q'11	2Q'10	zmiana r/r	Przyczyny
Przychody	629	377	252	<ul style="list-style-type: none"> — Konsolidacja Grupy Telewizji Polsat, w tym przede wszystkim <ul style="list-style-type: none"> ● Przychody z reklamy i sponsoringu ● Przychody od operatorów kablowych i satelitarnych — 7,5% wzrost średniej liczby abonentów — 3,1% wzrost ARPU Pakietu Familijnego — 6,4% wzrost ARPU Pakietu Mini — Wzrost przychodów telekomunikacyjnych
Koszty ⁽¹⁾	412	268	143	<ul style="list-style-type: none"> — Konsolidacja Grupy Telewizji Polsat <ul style="list-style-type: none"> ● Nowe pozycje kosztowe: <ul style="list-style-type: none"> - Koszty produkcji TV własnej i zewnętrznej oraz amortyzacja praw sportowych - Amortyzacja licencji filmowych — Wzrosty w pozycjach: <ul style="list-style-type: none"> - Amortyzacja i utrata wartości - Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników - Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta - Koszty przesyłu sygnału <p>Wszystkie związane z konsolidacją Telewizji Polsat bądź rozwojem biznesu</p>
EBITDA	218	109	109	
Marża %	34,6%	29,5%	5,1pkt%	
Zysk netto	69	67	2	
Marża %	11,1%	18,2%	-7,1pkt%	

Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2011 r. oraz analizy wewnętrzne
 Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji i utraty wartości

Rachunek zysków i strat w 1H'11



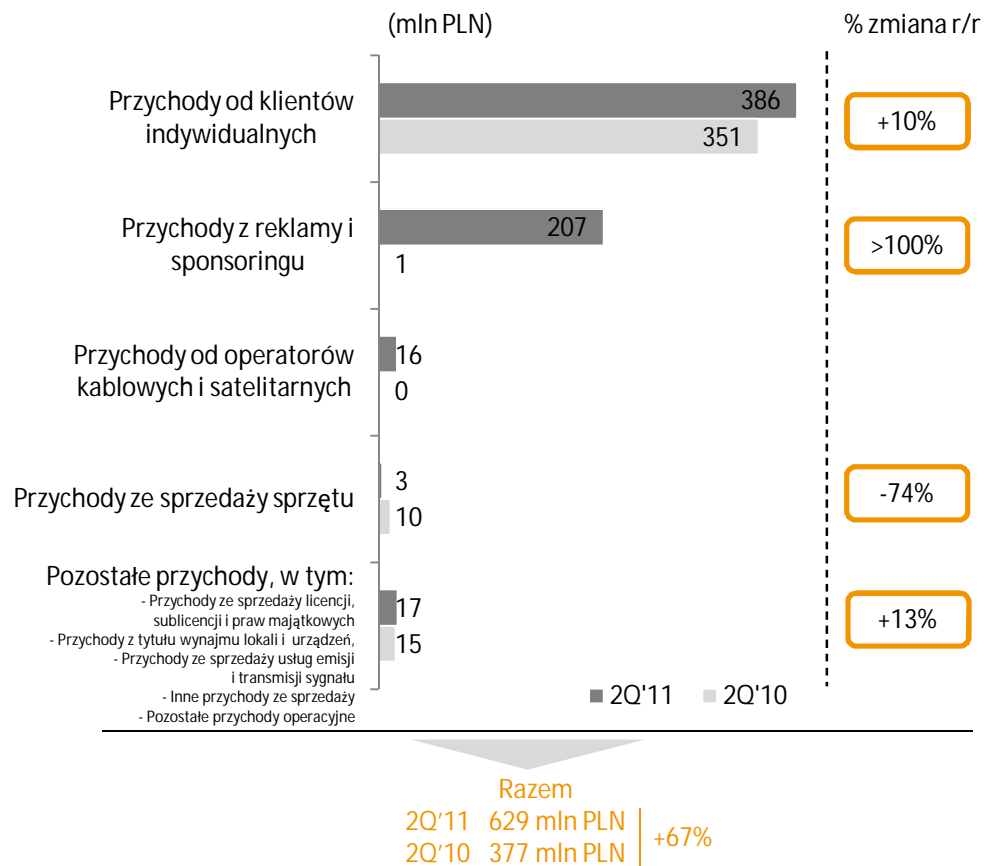
w mln PLN	1H'11	1H'10	zmiana r/r	Przyczyny
Przychody	1.040	752	288	<ul style="list-style-type: none"> — Konsolidacja Grupy Telewizji Polsat, w tym przede wszystkim <ul style="list-style-type: none"> ● Przychody z reklamy i sponsoringu ● Przychody od operatorów kablowych i satelitarnych — 7,1% wzrost średniej liczby abonentów — 3,6% wzrost ARPU Pakietu Familijnego — 7,5% wzrost ARPU Pakietu Mini — Wzrost przychodów telekomunikacyjnych
Koszty ⁽¹⁾	698	520	178	<ul style="list-style-type: none"> — Konsolidacja Grupy Telewizji Polsat <ul style="list-style-type: none"> ● Nowe pozycje kosztowe: <ul style="list-style-type: none"> - Koszty wewnętrznej i zewnętrznej produkcji TV oraz amortyzacja praw sportowych - Amortyzacja zakupionych licencji filmowych — Wzrosty w pozycjach: <ul style="list-style-type: none"> - Amortyzacja i utrata wartości - Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników - Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta - Koszty odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności - Koszty przesyłu sygnału
EBITDA	342	232	110	
Marża %	33,2%	31,2%	2,0 pkt%	
Zysk netto	146	153	-7	
Marża %	14,1%	20,6%	-6,5 pkt%	Wszystkie związane z konsolidacją Telewizji Polsat bądź rozwojem biznesu

Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2011 r. oraz analizy wewnętrzne
 Note: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji i utraty wartości

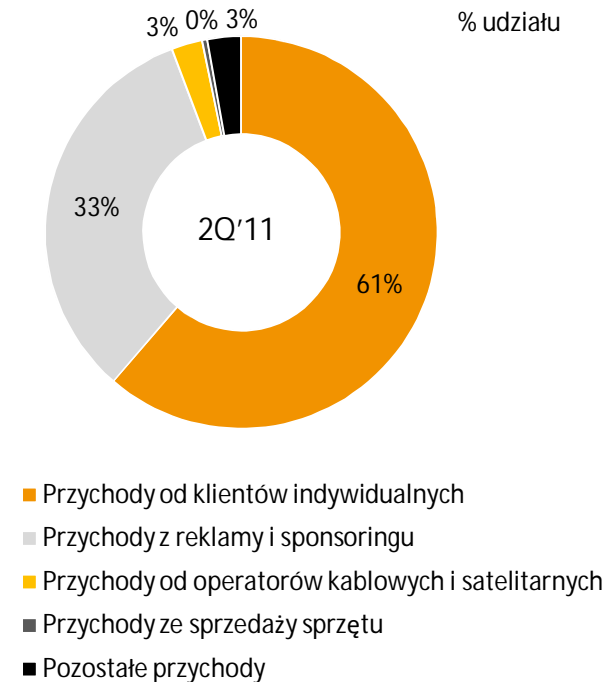
Struktura przychodów w 2Q'11



Przychody w 2Q'11 vs 2Q'10



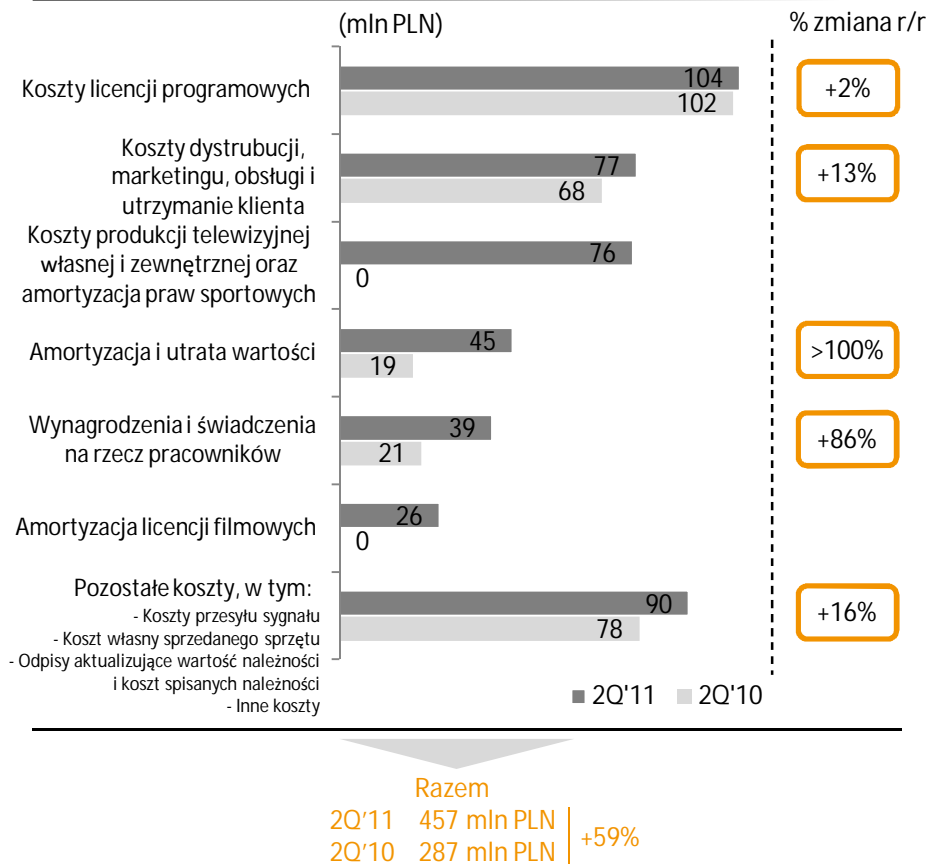
Struktura przychodów



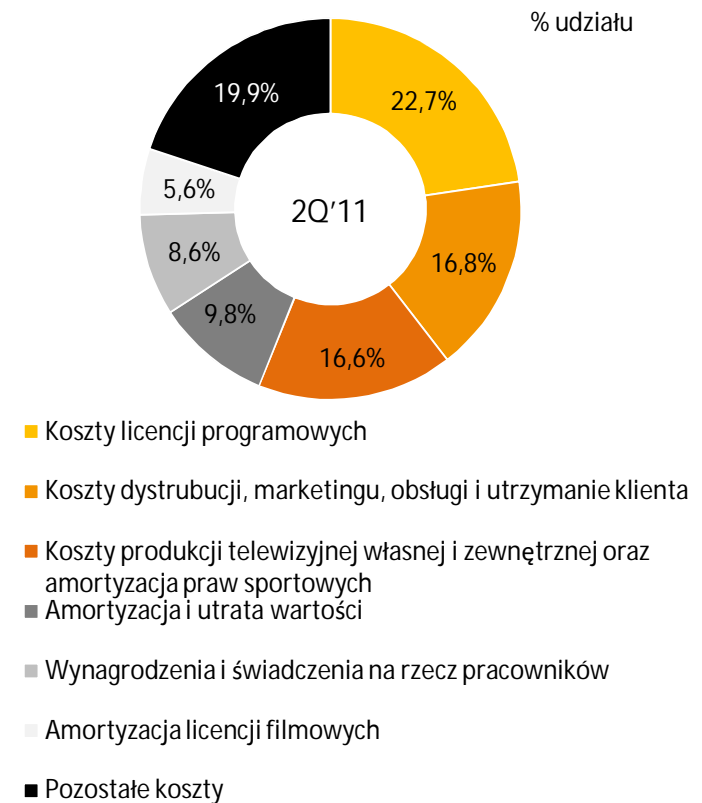
Struktura kosztów w 2Q'11



Koszty w 2Q'11 vs 2Q'10



Struktura kosztów

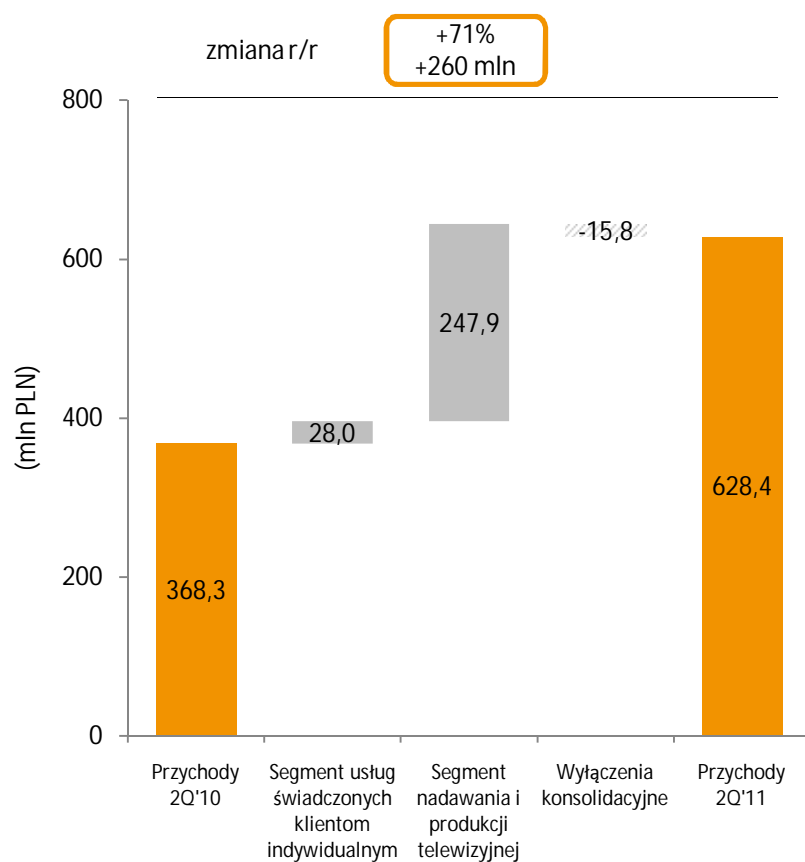


Przychody i EBITDA

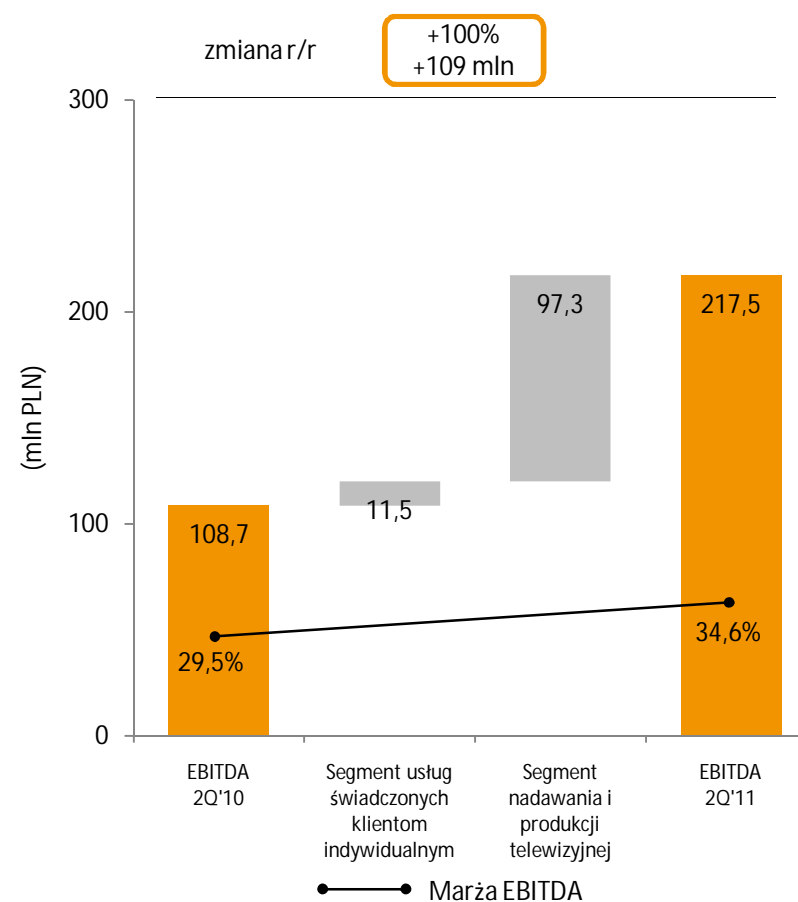
Czynniki wzrostu (2Q'11)



Przychody⁽¹⁾



EBITDA



Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2011 r. oraz analizy wewnętrzne
 Nota: (1) Przychody ze sprzedaży (nie zawierają „Pozostałych przychodów operacyjnych”)

Telewizja Polsat

Skonsolidowany rachunek zysków i strat (2Q'11)



w mln PLN	2Q'11	2Q'10	zmiana r/r	Przyczyny
Przychody	317	270	47	— Wzrost przychodów z opłat subskrypcyjnych — Wzrost przychodów z reklamy i sponsoringu
Koszty ⁽¹⁾	198	181	17	— Koszty pod kontrolą
EBITDA Marża %	115 36,3%	88 32,9%	27 3,4 pkt%	
Zysk netto Marża %	90 28,3%	89 33,2%	1 -4,9 pkt%	— Dodatnie różnice kursowe naliczone w 2Q'10

Telewizja Polsat

Skonsolidowany rachunek zysków i strat (1H'11)



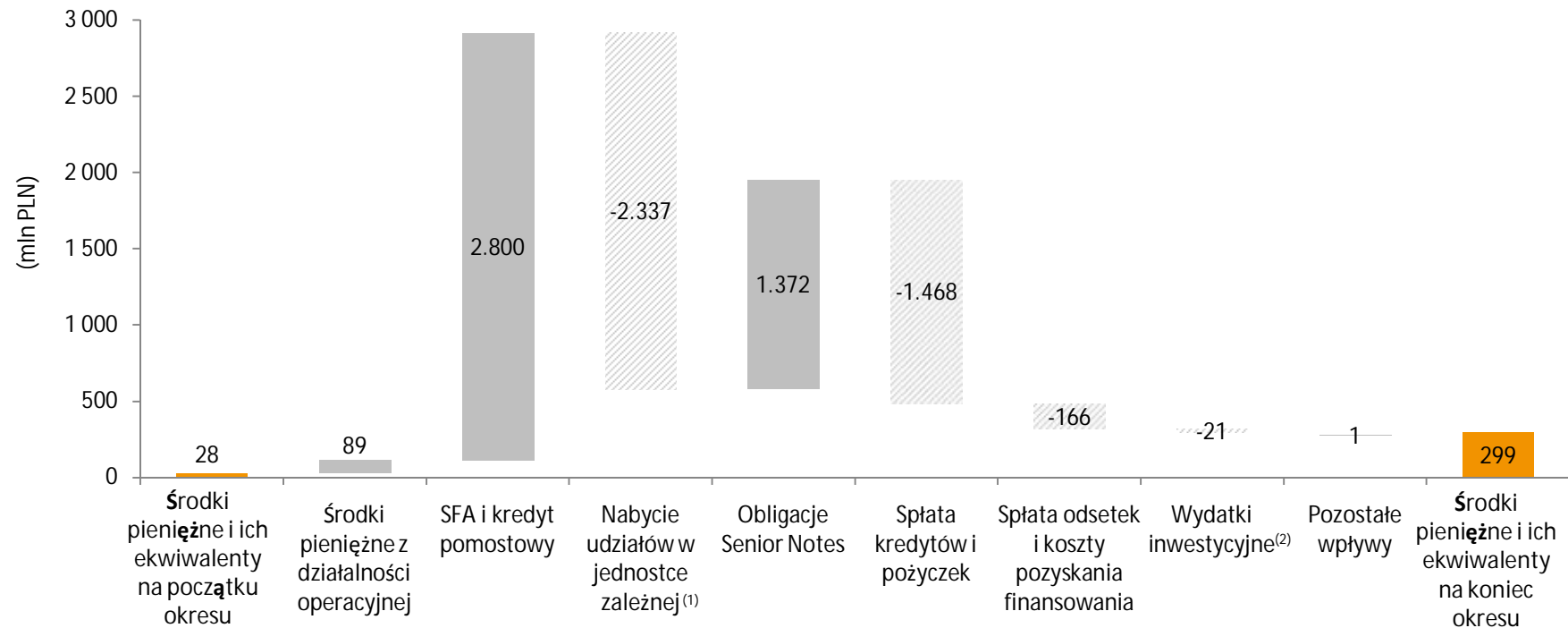
w mln PLN	1H'11	1H'10	zmiana r/r	Przyczyny
Przychody	553	471	82	<ul style="list-style-type: none">— Wzrost przychodów z opłat subskrypcyjnych— Wzrost przychodów z reklamy i sponsoringu
Koszty ⁽¹⁾	364	322	42	<ul style="list-style-type: none">— Koszty pod kontrolą— Niewielki wzrost kosztów programowych związanych głównie z amortyzacją licencji filmowych
EBITDA Marża %	184 33,3%	154 32,5%	30 0,8 pkt%	
Zysk netto Marża %	135 24,5%	143 30,3%	-8 -5,8 pkt%	<ul style="list-style-type: none">— Dodatnie różnice kursowe naliczone w 1H'10

Źródło: Telewizja Polsat Sp. z o.o. oraz analizy wewnętrzne
Note: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji i odpisu aktualizacyjnego

Przepływy pieniężne w 1H'11



Przepływy pieniężne netto, środki pieniężne oraz saldo zadłużenia – 1H'11



Całkowite zadłużenie na koniec okresu wynosiło 2,659 mln PLN (pożyczka terminowa/obligacje Senior Notes)

Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2011 r. oraz analizy wewnętrzne
Nota: (1) Kwota nabycia udziałów w TV Polsat w wysokości 2.600 mln PLN została pomniejszona o wysokość przejętych środków pieniężnych
(2) Nie zawierają wydatków obejmujących produkcję dekoderek

Zadłużenie finansowe



w mln PLN	30.06.2011	Zapadalność
Kredyt niepodporządkowany ⁽¹⁾	1.287	2015
Obligacje ⁽¹⁾	1.372	2018
Leasing	1	2016
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	299	-
Dług netto	2.362	
Porównywalne EBITDA za 12M ⁽²⁾	769	
Zadłużenie netto/ 12M EBITDA	3,07	

Struktura walutowa zadłużenia



Ratingi euro obligacji

Standard & Poor's BB-, perspektywa stabilna

Moody's Ba3, perspektywa stabilna

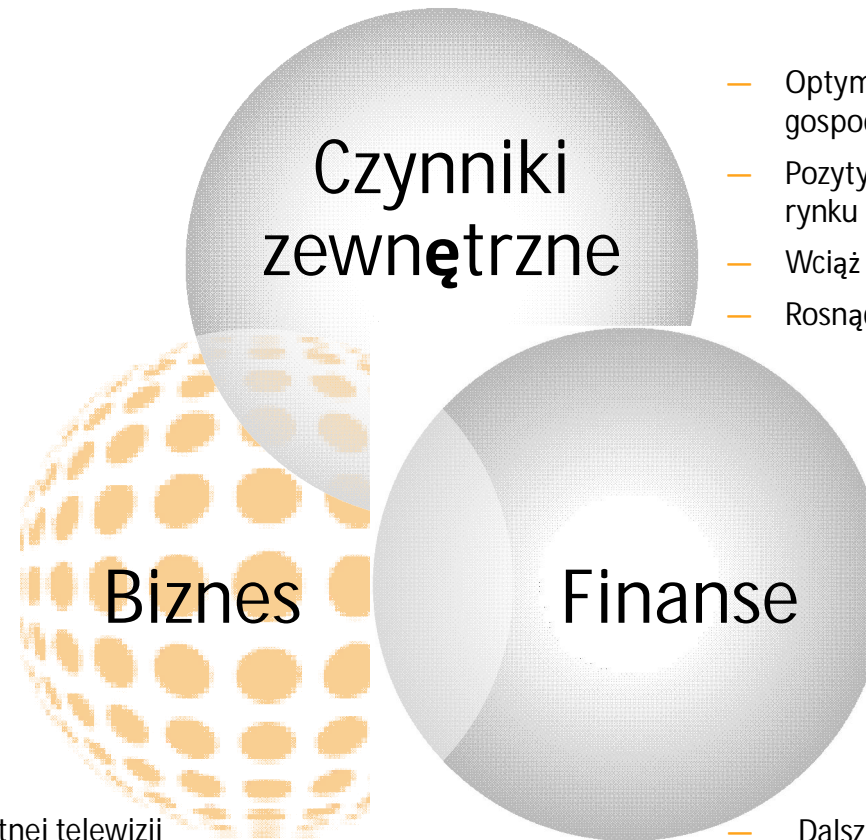
Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2011 r. oraz analizy wewnętrzne

Note: (1) Wartość bilansowa niespłaconego zadłużenia

(2) Włączając wynik EBITDA Telewizji Polsat

5

Perspektywy



- Optymistyczne prognozy dla polskiej gospodarki
- Pozytywny sentyment co do wzrostu rynku reklamowego
- Wciąż rosnący rynek płatnej telewizji
- Rosnący popyt na usługi zintegrowane
- Utrzymanie pozycji lidera płatnej telewizji
- Wzrost penetracji usług zintegrowanych
- Wzrost ARPU
- Utrzymanie udziałów w oglądalności
- Efektywna konkurencja na rynku reklamowym
- Zwiększanie przychodów od operatorów kablowych i satelitarnych
- Dalszy wzrost przychodów
- Wzrost zysków i wysokie marże
- Zmniejszenie zadłużenia

Rozumiemy potrzeby konsumentów



- Nowe technologie
- Zmiana preferencji konsumentów
- Usługi zintegrowane

Zabezpieczenie kluczowych treści

Efektywna dystrybucja

ZWYCIĘSKA STRATEGIA

Nasza wizja



Będziemy tworzyć i dostarczać najatrakcyjniejszy контент...



... przy użyciu najlepszych i najnowocześniejszych technologii, w celu świadczenia wysokiej jakości usług zintegrowanych, przy jednoczesnym wysokim poziomie satysfakcji naszych klientów.



Chcemy być liderem rynku rozrywki w Polsce.

6

Q&A

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.cyfrowypolsat.pl/inwestor