

Grupa Cyfrowy Polsat: bardzo dobre wyniki operacyjno-finansowe w III kwartale 2014 r.

W III kw. br. Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat, m.in. dzięki doskonałym wynikom programu smartDOM, opublikowała bardzo dobre i perspektywiczne wyniki operacyjne – zanotowała wzrost liczby usług kontraktowych i ARPU oraz utrzymała stabilny churn. Telewizja Polsat zwiększyła udziały zarówno w oglądalności, jak i rynku reklamy. Wyniki te mają odzwierciedlenie w solidnych wynikach finansowych z przychodami 2,4 mld zł, EBITDĄ 910 mln zł i marżą EBITDA 37,6%.

Kluczowe dane operacyjne i finansowe Grupy

W III kw. br. Grupa Cyfrowy Polsat:

- posiadała stabilną bazę klientów kontraktowych, wynoszącą 6,2 mln:
 - liczba usług (RGU) kontraktowych wzrosła do 12,2 mln,
 - ARPU klienta wzrosło do 86,5 zł,
 - systematycznie rosnący wskaźnik nasycenia aktywnymi usługami generującymi przychód (RGU) na klienta wzrósł do 1,98x,
 - stabilny churn wyniósł 8,8%,
- odnotowała doskonałe wyniki sprzedaży w ramach programu smartDOM:
 - z oferty skorzystało już ponad 380 tys. klientów,
 - liczba aktywnych usług (RGU) posiadanych przez tę grupę klientów to ponad 1,2 mln,
 - w III kw. br. klienci programu smartDOM dokupili 460 tys. dodatkowych usług,
 - komunikacja programu ma pozytywny wpływ na sprzedaż pojedynczych usług w standardowych ofertach,
 - program ma pozytywny wpływ na ARPU klienta kontraktowego,
- zanotowała wiodące udziały Telewizji Polsat w oglądalności, wynoszące 24,1% oraz rosnący do poziomu 26,3% udział w rynku reklamy telewizyjnej,
- wypracowała solidne wyniki finansowe:
 - przychody: 2,4 mld zł,
 - EBITDA: 910 mln zł,
 - marża EBITDA: 37,6%.

- W trzecim kwartale tego roku kontynuowaliśmy realizację naszej strategii. W oparciu o stabilną bazę klientów kontraktowych z sukcesem zwiększaliśmy nasycenie usługami zintegrowanymi, sprzedając 460 tys. dodatkowych usług w programie smartDOM. Wdrażaliśmy kolejne etapy procesu integracji operacyjnej Cyfrowego Polsatu i Polkomtela, którego celem jest wygenerowanie zapowiadanych synergii przychodowych i kosztowych. Realizowane projekty oraz bieżąca kontrola kosztów pozwoliły nam osiągnąć solidne wyniki finansowe, co warte podkreślenia - przy wyraźnie rosnących przychodach. Po raz kolejny, jako lider technologiczny rynku, zaprezentowaliśmy nowe rozwiązania – testy technologii LTE Broadcast, usługę wielokamerową w IPLI oraz testową transmisję



Internetu LTE Advanced o szybkości do 300 Mb/s na zagregowanych pasmach 1800 MHz i 2600 MHz – mówi **Tomasz Gillner-Gorywoda**, Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat S.A. i Dyrektor Generalny, Polkomtel Sp. z o.o.

Wyniki finansowe Grupy Cyfrowy Polsat za III kw. 2014 r.

mln PLN	III kw. 2014	zmiana r/r
Przychody	2,425	239%
Koszty*	1,515	238%
EBITDA	910	239%
Marża EBITDA	37,6%	(2 p.p.)
Zysk netto	48	(73%)

* Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji

- To kolejny kwartał bardzo dobrych wyników finansowych. Wzrost przychodów wynika nie tylko z konsolidacji wyników grupy Metelem, ale również ze stabilnego wzrostu organicznego naszego biznesu. Mimo inwestycji w program smartDOM i prawa do FIVB Mistrzostw świata w piłce siatkowej mężczyzn Polska 2014 oraz wyższych kosztów transmisji danych w związku z przyrostem liczby użytkowników Internetu mobilnego, wypracowaliśmy bardzo satysfakcjonujący wynik i marżę EBITDA. Zgodnie z planem realizujemy zapowiedziane synergije przychodowe, kosztowe i finansowe – komentuje **Tomasz Szeląg**, Członek Zarządu ds. Finansowych, Cyfrowy Polsat S.A. i Polkomtel Sp. z o.o.

Segment usług świadczonych dla klientów indywidualnych i biznesowych

- W segmencie usług dla klientów indywidualnych i biznesowych kontynuowaliśmy strategię maksymalizacji sprzedaży naszych podstawowych usług – telewizja, Internet, telefon – jednemu klientowi, czego efektem jest wzrost wskaźnika nasycenia usługami do 1,98 oraz wzrost ARPU do 86,5 zł. Istotny udział we wzroście liczby usług kontraktowych miała dynamicznie rosnąca rola Internetu mobilnego i wzmożone zainteresowanie usługą Multiroom. Nie bez znaczenia dla wyników naszej Grupy wciąż pozostaje stabilny wskaźnik churn – podsumowuje **Tobias Solorz**, Prezes Zarządu, Polkomtel Sp. z o.o. i Członek Zarządu, Cyfrowy Polsat S.A.

W III kw. br. Grupa Cyfrowy Polsat:

- posiadała stabilną bazę klientów kontraktowych, wynoszącą 6,2 mln:
 - ARPU klienta wzrosło 86,5 zł,

- stabilnie rosnący wskaźnik nasycenia aktywnymi usługami generującymi przychód na klienta wzrósł 1,98x,
- stabilny churn wyniósł 8,8%,
- łączna liczba aktywnych usług generujących przychód wyniosła 16,4 mln, z czego:
 - 10,5 mln usług telefonicznych,
 - 4,4 mln usług telewizyjnych,
 - 1,5 mln usług Internetowych,
- liczba usług kontraktowych wzrosła do 12,2 mln, z czego:
 - 6,6 mln usług telefonicznych,
 - 4,3 mln usług telewizyjnych,
 - 1,3 mln usług Internetowych,
- baza aktywnych usług przedpłaconych wyniosła 4,2 mln:
 - ARPU klienta usług przedpłaconych wyniosło 18,3 zł,
- Power LTE – więcej niż mobilny Internet:
 - według niezależnego rankingu magazynu Komputer Świat, zrealizowanego z wykorzystaniem Speed Test, Grupa posiada najszybszy Internet mobilny spośród wszystkich operatorów komórkowych w Polsce,
 - w III kw. br. Cyfrowy Polsat pozyskał 145 tys. dodatkowych RGU Internetu mobilnego w modelu kontraktowym i 29 tys. RGU w modelu przedpłaconym, co w sumie przyniosło wzrost na poziomie 174 tys. RGU,
 - łącznie Grupa posiada już ponad 1,5 mln RGU Internetu mobilnego, stając się tym samym niekwestionowanym liderem rynku,
 - Power LTE coraz częściej stanowi alternatywę dla Internetu domowego,
- Średniomiesięczna liczba użytkowników największej polskiej telewizji internetowej IPLA wyniosła w III kw. br. około 3,6 mln, a we wrześniu br. wzrosła do 5,1 mln,
- Polkomtel uruchomił nową markę Plush w opcji na kartę i mix z nielimitowanymi rozmowami i SMS-ami, kierowaną do młodych odbiorców,
- Uruchomiony został nowy program smartFIRMA, który pozwala na łączenie usług telefonii komórkowej, Internetu LTE i telefonii stacjonarnej, przynosząc wymierne oszczędności dla klientów biznesowych. W programie znajdują się także produkty PlusBanku i energia elektryczna od Plusa oraz szerokie portfolio usług dodatkowych wspierających biznes.

- Na wzrost przychodów, kosztów i EBITDA całego segmentu miała wpływ konsolidacja wyników grupy Metelem, jednak, co ważne, w sposób organiczny rosły także przychody od klientów detalicznych – z opłat za usługi płatnej telewizji, usługi telekomunikacyjne oraz zrealizowany ruch w ramach usługi dostępu do szerokopasmowego Internetu, co przy jednoczesnej efektywnej kontroli kosztów zapewniło nam utrzymanie wysokiej rentowności – komentuje **Tomasz Szelağ**.

**Wyniki finansowe segmentu usług świadczonych dla klientów indywidualnych i biznesowych
za III kw. 2014 r.**

mln PLN	III kw. 2014	zmiana r/r
Przychody	2,164	347%
Koszty*	1,327	341%
EBITDA	837	357%
Marża EBITDA	38,7%	0,8 p.p.
Zysk netto	1	(99%)

* Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji

Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

- W trzecim kwartale stacja POLSAT pozostawała liderem oglądalności w grupie komercyjnej, mimo postępującego procesu fragmentaryzacji rynku, a Grupa Polsat, dzięki sukcesowi jesiennej ramówki, bardzo dobrym wynikom kanałów Polsat Volleyball oraz dołączeniu stacji TV4 i TV6, zanotowała najwyższy udział w rynku. Łączne wyniki oglądalności Grupy za 9 miesięcy tego roku są zgodne z naszą długoterminową strategią. Nasze przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu, zarówno w trzecim kwartale, jak i w okresie 9 miesięcy, rosły znacznie szybciej niż rynek, dzięki skutecznej strategii sprzedaży na rosnącym rynku reklamowym – mówi **Maciej Stec, Członek Zarządu, Cyfrowy Polsat S.A. i Telewizja Polsat Sp. z o.o.**

Oglądalność kanałów Telewizji Polsat:

- W III kw. br. Telewizja Polsat była liderem oglądalności z łącznym udziałem 24,1% w grupie komercyjnej. Kanał główny POLSAT był liderem oglądalności z wynikiem 12,8%, natomiast kanały tematyczne osiągnęły 11,4% udziału w rynku,
- W pierwszych 9 miesiącach br. Telewizja Polsat także zajmowała pierwszą lokatę w oglądalności kanału głównego z wynikiem 13,2% i kanałów tematycznych z wynikiem 10,2%, co dało łączną oglądalność na poziomie 23,4%.

Pozycja Telewizji Polsat na rynku reklamy:

- Telewizja Polsat odnotowała ponad 19,5% wzrost przychodów z reklamy i sponsoringu do 198 mln zł w III kw. br., zapewniając sobie 26,3% udziału w rynku (wzrost z 24,1%),
- W pierwszych 9 miesiącach br. przychody z reklamy i sponsoringu Telewizji Polsat wzrosły o 17,6% do 673 mln zł, głównie w wyniku poprawy sytuacji na rynku reklamy TV, wzrostu

organicznego kanałów Telewizji Polsat w tempie wyższym niż rynek oraz konsolidacji wyników TV4 i TV6, dzięki czemu udział Grupy w rynku wzrósł z 22,9% do 25,3%.

- Wyniki finansowe segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej pozostawały w trzecim kwartale br. pod wpływem wydarzeń jednorazowych, takich jak sprzedaż spółki RS TV, zakup spółki Polskie Media i FIVB Mistrzostwa świata w piłce siatkowej mężczyzn Polska 2014. Co jednak istotne, przychody Telewizji Polsat rosły także w sposób organiczny, dzięki znacznie lepszej dynamice wzrostu przychodów z reklamy i sponsoringu w porównaniu do dynamiki całego rynku reklamy TV. Natomiast koszty skorygowane o powyższe wydarzenia jednorazowe spadły o 5%. Podsumowując, cały czas widać pozytywny wpływ zrównoważonego zarządzania ofertą programową kanałów na wyniki Telewizji Polsat – komentuje Tomasz Szelaąg.

Wyniki finansowe segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej za III kw. 2014 r.

mln PLN	III kw. 2014	zmiana r/r
Przychody	318	22%
Koszty *	245	40%
EBITDA	73	(14%)
Marża EBITDA	23,3%	(15,1 p.p.)
Zysk netto	54	(30%)

* Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji

Poniżej znajdują się opisy nowych definicji Grupy Cyfrowy Polsat

Kontakt dla mediów:

Olga Zomer
Rzecznik Prasowy
Tel.: (22) 356 60 35, 507 096 883
E-mail: ozomer@cyfrowypolsat.pl

Kontakt dla inwestorów/analitików:

Bartłomiej Drywa
Dyrektor Relacji Inwestorskich
Tel.: (22) 356 60 04, 668 625 971
E-mail: bdrywa@cyfrowypolsat.pl



Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 i 9 miesięcy zakończonych 30 września 2014 r.

Nowe definicje Grupy Cyfrowy Polsat

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, 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)	<p>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.</p> <p>W praktyce oznacza to, iż dana karta w okresie minionych 90 dni musiała być włożona do telefonu bądź innego urządzenia, które było uaktywnione i było w stanie wykonać bądź odebrać połączenie, wiadomość, sesję transmisji danych. Definicja użyciowa 90-dniowa eliminuje tym samym karty nieaktywne.</p> <p>Według powyższej definicji UKE corocznie zbiera dane operatorów mobilnych działających w Polsce, celem przygotowania przez Komisję Europejską porównania realnej penetracji mobilnymi usługami telekomunikacyjnymi w krajach Unii Europejskiej (tzw. raport Agencji Cyfrowej).</p>