

## Grupa Cyfrowy Polsat: doskonałe wyniki operacyjno-finansowe w II kwartale 2014 r.

Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat publikuje doskonałe wyniki operacyjne i finansowe za II kwartał 2014 roku. Po raz pierwszy także Cyfrowy Polsat konsoliduje wyniki spółki Polkomtel, której właścicielem stał się po zakończeniu w maju bieżącego roku transakcji nabycia spółki Metelem Holdings Company Limited. Grupa odnosi pierwsze sukcesy w sprzedaży unikalnej na polskim rynku oferty smartDOM i rozpoczyna realizację założonych synergii.

### Kluczowe dane operacyjno-finansowe

#### W II kw. br. Grupa Cyfrowy Polsat:

- posiadała stabilną bazę klientów kontraktowych wynoszącą 6,2 mln:
  - ARPU klienta wyniosło 85,3 zł,
  - systematycznie rosnący wskaźnik nasycenia aktywnych usług generujących przychód (RGU) na klienta wyniósł 1,93x,
  - stabilny churn wynoszący 8,8%,
- odnotowała doskonałe wyniki sprzedaży w ramach programu smartDOM:
  - z oferty skorzystało już ponad 300 tys. klientów,
  - liczba aktywnych usług (RGU) posiadanych przez tę grupę klientów to ponad 1 mln,
  - program ma pozytywny wpływ na sprzedaż pojedynczych usług w standardowych ofertach,
  - program ma pozytywny wpływ na ARPU klienta kontraktowego,
- zanotowała bardzo dobre udziały Telewizji Polsat w oglądalności wynoszące 23,6% oraz rosnący do poziomu 24,8% udział w rynku reklamy telewizyjnej,
- kontynuowała realizację synergii operacyjnych oraz niemal w całości zrealizowała zapowiedziane synergie finansowe,
- wypracowała solidne wyniki finansowe:
  - przychody: 1,8 mld zł,
  - EBITDA: 709 mln zł,
  - marża EBITDA: 40,6%.

- W drugim kwartale tego roku zakończyliśmy z sukcesem największą na rynku polskim i jedną z największych w Europie transakcji - nabycie Metelem Holdings Company Limited, rozpoczynając tym samym nowy etap w historii naszej Grupy. Kontynuowaliśmy proces integracji operacyjnej obydwu spółek, którego celem jest wygenerowanie zapowiedzianych synergii. Pierwsze ich efekty widać już teraz. Stabilna baza klientów kontraktowych stanowi fundament naszej strategii multioperatora, mającej na celu maksymalizację sprzedaży produktów i usług w przeliczeniu na jednego klienta, a doskonałe wyniki sprzedaży programu smartDOM utwierdzają nas w przekonaniu, że obrany kierunek jest słuszny. Istotne również na tym etapie realizacji naszej strategii jest posiadanie



największej w Polsce sieci LTE oraz wyznaczanie trendów w rozwoju tej technologii – mówi **Dominik Libicki, Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat S.A. i Wiceprezes Zarządu, Polkomtel Sp. z o.o.**

### Segment usług świadczonych dla klientów indywidualnych i biznesowych

- W tym kwartale nie tylko po raz pierwszy konsolidujemy wyniki finansowe spółki Polkomtel, ale także raportujemy według nowej metodologii, która według nas w jedyny możliwy sposób opisuje prowadzoną przez nas działalność. Po włączeniu do Grupy spółki Polkomtel nasza strategia opiera się głównie na saturacji naszej wspólnej bazy usługami podstawowymi spółek Grupy: telewizja, Internet i telefon, a jej konsekwencją jest budowanie ARPU na klienta. Według nas tylko nowy model prezentowania wyników pozwoli rynkowi na rzetelną ocenę efektów naszej pracy - mówi **Dominik Libicki**.

#### W II kw. br. Grupa Cyfrowy Polsat:

- posiadała stabilną bazę klientów kontraktowych wynoszącą 6,2 mln:
  - ARPU klienta wyniosło 85,3 zł,
  - stabilnie rosnący wskaźnik nasycenia aktywnych usług generujących przychód na klienta wyniósł 1,93x,
  - stabilny churn 8,8%,
- łączna liczba aktywnych usług generujących przychód wyniosła 16 mln, z czego:
  - 10,6 mln usług telefonicznych,
  - 4,3 mln usług telewizyjnych,
  - 1,4 mln usług Internetowych,
- 74% (12 mln) spośród aktywnych usług stanowiły usługi kontraktowe, a 26% (4,2 mln) przedpłacone,
- Według obecnej praktyki rynkowej Grupa posiadała 6,4 mln klientów usług przedpłaconych. Uważamy jednak, że prawdziwy obraz rynku tych usług pokazuje definicja stosowana przez Komisję Europejską - liczba raportowanych aktywnych usług przedpłaconych generujących przychód 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). Według tej definicji liczba klientów usług przedpłaconych wyniosła 4,2 mln. ARPU na usługę przedpłaconą w II kw. wyniosło 17,9 zł,
- Średniomiesięczna liczba użytkowników największej polskiej telewizji internetowej IPLA wyniosła około 4,6 mln.

- 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 i usługi telekomunikacyjne oraz zrealizowanego ruchu w ramach usługi dostępu do szerokopasmowego Internetu – co przy jednoczesnej efektywnej kontroli kosztów zapewniło nam utrzymanie wysokiej rentowności - komentuje **Tomasz Szelaąg, Członek Zarządu ds. Finansowych, Cyfrowy Polsat S.A.**

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

mIn PLN	II kw. 2014	zmiana r/r
Przychody	1,466	204%
Koszty *	873	170%
EBITDA	593	271%
Marża EBITDA	40,6%	7,4 p.p.
Zysk netto	162	(43%)

\* Koszty nie uwzględniają amortyzacji i utraty wartości

### Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

- Telewizja Polsat odnotowała w II kw. br. bardzo dobre wyniki oglądalności, utrzymując kanał główny na pozycji lidera, mimo postępującego procesu fragmentaryzacji rynku oraz transmisji przez kanały z grupy TVP mundialu w Brazylii. Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu rosły znacznie szybciej niż rynek, dzięki skutecznej strategii sprzedaży na rosnącym rynku reklamowym – mówi **Maciej Stec, Członek Zarządu, Telewizja Polsat Sp. z o.o.**

#### Oglądalność kanałów Telewizji Polsat:

- W II kw. br. zarówno główna antena POLSAT z wynikiem 13,5% była na pozycji lidera wśród oglądalności, jak i kanały tematyczne, które miały 10,1% udziału w rynku. Łącznie Grupa Polsat miała 23,6% udziału w oglądalności,
- W całym I półroczu br. Telewizja Polsat także zajmowała pierwszą lokatę w oglądalności kanału głównego z wynikiem 13,3% i kanałów tematycznych z wynikiem 9,7%, co dało łączną oglądalność na poziomie 23%.

#### Pozycja Telewizji Polsat na rynku reklamy:

- Telewizja Polsat odnotowała ponad 19% wzrost przychodów z reklamy i sponsoringu do 267 mln zł w II kw. br., zapewniając sobie 24,8% udziału w rynku,
- W I półroczu br. przychody z reklamy i sponsoringu Telewizji Polsat wzrosły o 16,8% do 475 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 do 24,9%.

- Zrównoważone zarządzanie ofertą programową kanałów oraz charakteryzujący się wyższą dynamiką w porównaniu do dynamiki całego rynku reklamy telewizyjnej organiczny wzrost przychodów z reklamy i sponsoringu, wsparty konsolidacją nowo nabytych kanałów TV4 i TV6, były powodem wzrostu wszystkich wskaźników finansowych Telewizji Polsat. Warto podkreślić, że dzięki większej dynamice wzrostu przychodów w porównaniu z bazą kosztową, istotnie wzrosła EBITDA oraz zysk netto - komentuje **Tomasz Szelaąg**.

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

mln PLN	II kw. 2014	zmiana r/r
Przychody	326	12%
Koszty*	210	9%
EBITDA	116	19%
Marża EBITDA	35,7%	1,7 p.p.
Zysk netto	106	39%

\* Koszty nie uwzględniają amortyzacji i utraty wartości

#### Wyniki finansowe Grupy Cyfrowy Polsat

##### Wyniki finansowe Grupy Cyfrowy Polsat za II kw. 2014 r.

mln PLN	II kw. 2014	zmiana r/r
Przychody	1,751	137%
Koszty*	1,042	116%
EBITDA	709	176%
Marża EBITDA	40,6%	5,6 p.p.
Zysk netto	132	64%

\* Koszty nie uwzględniają amortyzacji i utraty wartości

- To kolejny kwartał bardzo dobrych wyników finansowych. Wzrost przychodów i EBITDA wynika nie tylko z konsolidacji wyników grupy Metelem, ale również ze stabilnego wzrostu organicznego biznesu, a wzrost marży EBITDA jest dodatkowo efektem konsekwentnej dyscypliny kosztowej. W znaczącej większości zrealizowaliśmy już zapowiadane synergie finansowe, dlatego nasze oczekiwania wobec nich podnosimy do poziomu 700 mln zł łącznie do końca 2019 r. Dzięki refinansowaniu zadłużenia znacząco obniżyliśmy koszty finansowania bieżącej działalności Grupy, co będzie miało pozytywny wpływ na nasze wyniki w przyszłości - komentuje **Tomasz Szelağ**.

- Opublikowane wyniki, tempo integracji spółek i realizacji synergii między Cyfrowym Polsatem i Polkomtelem rysują przed nami bardzo dobre perspektywy wzrostu w przyszłych kwartałach i latach. Posiadane w portfolio liczne atuty – oferta smartDOM, Internet Power LTE, program lojalnościowy Paszport Korzyści, telewizja internetowa IPLA, liczne usługi dodatkowe – z pewnością będą budować naszą przewagę w przyszłości i umacniać pozycję naszej Grupy, z korzyścią dla klientów i akcjonariuszy – mówi **Dominik Libicki**.



**Kontakt dla mediów:**

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

**Kontakt dla inwestorów/analityków:**

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