



Komunikat prasowy
Warszawa, 26 sierpnia 2015 r.

Skuteczna realizacja strategii przez Grupę Cyfrowy Polsat w drugim kwartale 2015 roku

Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat opublikowała wyniki za II kwartał i pierwsze półrocze br. W wyniku konsekwentnej realizacji strategii odnotowała w II kwartale istotny wzrost liczby użytkowników programu smartDOM i usługi mobilnego dostępu do Internetu oraz świetne wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej. Realizacja powyższych celów operacyjnych przyniosła efekt w postaci solidnych wyników finansowych.

Grupa Cyfrowy Polsat w II kwartale 2015 r.

- Łączna liczba aktywnych usług generujących przychód (RGU) wyniosła 16,3 mln, z czego:
 - 76% (12,4 mln) to usługi świadczone w modelu kontraktowym, co gwarantuje wyższą stabilność przychodów w przyszłości oraz wyższą lojalność klientów.
- Stabilny wzrost nasycenia bazy klientów kontraktowych usługami zintegrowanymi w ramach programu smartDOM:
 - 791 tys. klientów programu,
 - 2,41 mln aktywnych usług (RGU) posiadanych przez tę grupę klientów.
- 6 mln klientów kontraktowych:
 - liczba usług (RGU) kontraktowych wzrosła r/r o ok. 3% do 12,4 mln,
 - ARPU klienta kontraktowego wzrosło r/r o 2% do 87 zł,
 - wskaźnik nasycenia aktywnymi usługami generującymi przychód (RGU) wzrósł r/r o 7% do 2,07,
- Dynamicznie rosnąca baza użytkowników Internetu mobilnego, dzięki regularnemu wzrostowi zasięgu Internetu LTE oraz sukcesowi oferty usług zintegrowanych smartDOM – wzrost liczby usług w modelu kontraktowym o 32% r/r do blisko 1,5 mln oraz wzrost łącznej liczby usług dostępu do mobilnego Internetu do 1,7 mln.
- Kanał główny Polsat, kanały tematyczne Grupy oraz cała Grupa Polsat były liderami oglądalności w grupie komercyjnej zarówno w II kwartale br., jak i w pierwszym półroczu z wynikami odpowiednio: 13,4%, 11,3% i 24,7% w II kwartale oraz 13,4%, 10,9% i 24,3% w pierwszym półroczu.
- Przychody Grupy Telewizji Polsat z reklamy telewizyjnej i sponsoringu i w II kwartale, i w pierwszym półroczu br. rosły znacznie szybciej niż rynek – w tempie odpowiednio 5,5% i 5,9% vs. 3% i 3,3% wzrostu rynku – i wyniosły odpowiednio 282 mln zł i 503 mln zł. Udział Grupy w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł do 25,4% w II kwartale i 25,3% w pierwszym półroczu.
- Średnia miesięczna liczba użytkowników największej polskiej telewizji internetowej IPLA wynosiła około 4,6 mln.



Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 i 6 miesięcy zakończonych 30 czerwca 2015 r.



- Bardzo dobre wyniki finansowe:
 - przychody: 2,469 mld zł,
 - EBITDA: 977 mln zł,
 - marża EBITDA: 39,6%,
 - wolne przepływy pieniężne za 12 ostatnich miesięcy po spłacie odsetek od kredytów i obligacji: 1,491 mld zł,
 - dług netto/EBITDA: 3,0x.
- 29 lipca br. Grupa dokonała przedterminowej spłaty części kredytu terminowego spółki Cyfrowy Polsat w wysokości 1 mld zł.
- 21 lipca br. Cyfrowy Polsat wyemitował 1 000 000 niezabezpieczonych obligacji korporacyjnych o wartości 1 mld zł, których oprocentowanie wynosi WIBOR 6M + 250 bps. Obligacje są notowane w alternatywnym systemie obrotu na rynku Catalyst.
- Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat kontynuowała rozmowy z bankami na temat refinansowania obecnego zadłużenia Grupy, celem uproszczenia jego struktury oraz dalszej optymalizacji warunków i obniżenia kosztów jego obsługi.
- 13 kwietnia br. Grupa dokonała dodatkowej spłaty części kredytu terminowego spółki Polkomtel w wysokości 600 mln zł.
- Do Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat, w wyniku podpisanych 1 kwietnia br. umów zakupu, zgodnie z realizowaną strategią rozwoju Grupy w obszarze nowych technologii, dołączyły spółki Teleaudio Dwa, lider usług Premium Rate, oraz InterPhone Service, producent nowoczesnego sprzętu telekomunikacyjnego i elektronicznego powszechnego użytku.

– W drugim kwartale konsekwentnie kontynuowaliśmy realizację strategii rozwoju w obszarze usług zintegrowanych, dzięki czemu nasz program łączenia usług smartDOM liczy już blisko 800 tys. użytkowników. Zgodnie z naszymi założeniami ma to bardzo pozytywny wpływ na wzrost wskaźnika nasycenia usługami, średniego przychodu od klienta oraz lojalności abonentów i ich satysfakcji ze świadczonych przez nas usług. Nie bez znaczenia dla wyników całej Grupy pozostaje szybki rozwój segmentu Internetu mobilnego, którego pozostajemy liderem z liczbą ok. 1,7 mln użytkowników. Bardzo się cieszymy, że w technologii LTE800 działa już ponad 2300 stacji bazowych, dzięki czemu nasi klienci mogą korzystać z największej krajowej sieci LTE – podsumowuje **Tomasz Gillner-Gorywoda, Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat S.A. i Dyrektor Generalny, Polkomtel Sp. z o.o.**

Segment usług świadczonych dla klientów indywidualnych i biznesowych

– Dzięki relatywnie stabilnej bazie klientów kontraktowych oraz wzrostowi jej nasycenia usługami kontraktowymi mogliśmy zaobserwować wyraźny wzrost średniego przychodu od klienta. Na kondycję ARPU pozytywnie wpływa także wzrost konsumpcji danych przez użytkowników smartfonów. Cały czas widzimy duży potencjał w sprzedaży usług mobilnego dostępu do Internetu, w szczególności w ramach pakietów usług zintegrowanych, czyli programu smartDOM – podsumowuje **Tobias Solorz, Prezes Zarządu, Polkomtel Sp. z o.o. i Wiceprezes Zarządu, Cyfrowy Polsat S.A.**



Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 i 6 miesięcy zakończonych 30 czerwca 2015 r.



W II kwartale br. Grupa Cyfrowy Polsat:

- Posiadała 6 mln klientów kontraktowych:
 - liczba usług (RGU) kontraktowych wzrosła r/r o ok. 3% do 12,4 mln, z czego 6,5 mln stanowiły usługi telefoniczne, 4,4 mln usługi telewizyjne, a 1,5 mln usługi internetowe,
 - ARPU klienta kontraktowego wzrosło r/r o 2% do 87 zł,
 - systematycznie rosnący wskaźnik nasycenia aktywnymi usługami generującymi przychód (RGU) wzrósł r/r o 7% do 2,07,
 - wskaźnik churn wyniósł 10,1%.
- Baza aktywnych usług przedpłaconych wyniosła 4 mln, z czego:
 - 3,7 mln usług telefonicznych,
 - 0,05 mln usług telewizyjnych,
 - 0,2 mln usług internetowych,
 - ARPU na usługę przedpłaconą wzrosło r/r o 2,6% do 18,3 zł.
- 4,9 mln kart SIM aktywnie korzystało z transmisji danych, co oznacza wzrost o 23% w stosunku do analogicznego okresu 2014 r.:
 - smartfony stanowiły w II kwartale br. ok. 90% całkowitej sprzedaży telefonów.

Wyniki finansowe segmentu usług świadczonych dla klientów indywidualnych i biznesowych za II kwartał 2015 r.

mln PLN	II kwartał 2015	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2 171	49%
Koszty operacyjne*	1 341	54%
EBITDA	844	42%
Marża EBITDA	38,9%	(1,7 p.p.)
Zysk netto	211	30%

* Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji

– Wyniki tego segmentu naszej działalności rosły zarówno w konsekwencji konsolidacji wyników grupy Metelem, w skład której wchodzi spółka Polkomtel, jak i w sposób organiczny – głównie dzięki wyższym przychodom telekomunikacyjnym, które zawdzięczamy bardzo dobrej sprzedaży usługi mobilnego Internetu. Warto zwrócić uwagę na ponad 6-procentowy wzrost EBITDA po wyłączeniu



Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 i 6 miesięcy zakończonych 30 czerwca 2015 r.



efektu konsolidacji Metelem, odnotowany mimo rosnących kosztów transmisji danych, a spowodowany m.in. niższymi kosztami marketingu oraz obsługi i utrzymania klienta – komentuje **Tomasz Szelaż, Członek Zarządu ds. Finansowych, Cyfrowy Polsat S.A. i Polkomtel Sp. z o.o.**

Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

– Dzięki sukcesowi wiosennej ramówki oraz silnym stałym pozycjom w ofercie programowej, w drugim kwartale i całym pierwszym półroczu odnotowaliśmy bardzo dobre wyniki oglądalności – odpowiednio 24,7% i 24,3% – będąc liderem oglądalności w grupie komercyjnej we wszystkich segmentach – wśród kanałów głównych, w grupie kanałów tematycznych i jako cała Grupa Polsat. Tak dobre wyniki oglądalności przełożyły się na znacznie szybszy niż rynku reklamy TV i sponsoringu wzrost przychodów reklamowych – w tempie 5,5% w II kwartale i 5,9% w pierwszym półroczu – mówi **Maciej Stec, Członek Zarządu, Cyfrowy Polsat S.A. i Telewizja Polsat Sp. z o.o.**

- Na wyniki II kwartału istotny wpływ miały nowości z wiosennej ramówki, m.in.: reality show „Hell’s Kitchen – Piekielna kuchnia” przyciągający przed telewizory średnio 1,02 mln widzów i generujący 16,1% udziału w widowni, program „Twoja twarz brzmi znajomo”, który miał średnio 0,96 mln widzów i 19,3% udziałów w widowni, „Must be the Music. Tylko muzyka” mający średnio 0,92 mln widzów i odnotowujący 14,2% udziału w oglądalności oraz kontynuacja reality show „Top Chef”, którego emisje osiągnęły średnio 0,92 mln widzów przy 14,4% udziału w widowni.
- Dużym zainteresowaniem widzów cieszyły się stałe pozycje w ramówce kanału głównego: poniedziałkowy cykl „Mega Hit” gromadzący średnio 1,07 mln widzów i dający stacji 17,9% udziału w widowni czy też serial „Pierwsza miłość” gromadzący ponad 0,93 mln widzów i zapewniający 24,8% udziału w widowni.
- Wysoką oglądalność miała transmisja festiwalu „Polsat Superhit Festiwal 2015”, który zgromadził przed telewizorami średnio 1,06 mln widzów, dając stacji 21% udziałów w widowni. Ważnym wydarzeniem była transmisja 13 czerwca br. meczu eliminacyjnego do Mistrzostw Europy w piłce nożnej 2016 Polska – Gruzja ze średnią widownią na poziomie 1,5 mln i udziałem 43,6%. Z kolei debata prezydencka Bronisław Komorowski – Andrzej Duda z 17 maja przyciągnęła przez odbiorniki 1,03 mln widzów, dając udział 14,1%.
- Istotny wpływ na wyniki pierwszego półrocza br. miały: wiosenna ramówka, poniedziałkowy „Mega Hit” (1,13 mln widzów i 18,6% udziałów) oraz jego wtorkowy odpowiednik – 0,94 mln widzów z 15,3% udziału w widowni, stała pozycja w ofercie, czyli serial „Pierwsza miłość” (1 mln widzów i 23% udziału w widowni), transmitowany 29 marca br. mecz eliminacyjny do Mistrzostw Europy w piłce nożnej 2016 Polska – Irlandia, który przyciągnął przed ekrany 2,84 mln widzów przy udziale prawie 36,9% oraz koncert jubileuszowy z okazji 25-lecia RMF FM, który oglądało średnio 1,2 mln widzów przy udziale w oglądalności w wysokości 19,3%.





Wyniki finansowe segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej za II kwartał 2015 r.

mIn PLN	II kwartał 2015	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	346	6%
Koszty operacyjne*	213	2%
EBITDA	134	15%
Marża EBITDA	38,6%	2,8 p.p.
Zysk netto	109	3%

* Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji

– Wzrost przychodów tego segmentu naszej działalności został osiągnięty dzięki organicznemu wzrostowi, sukcesowi ramówek wiosennych, wyższym udziałom w oglądalności kanałów TV4 i TV6 oraz uruchomieniu w zeszłym roku nowemu kanałowi Disco Polo Music. Strategia zrównoważonego zarządzania ofertą programową oraz kontrola kosztów operacyjnych pozytywnie wpłynęły na poprawę wyniku EBITDA i marży EBITDA – komentuje Katarzyna Ostap-Tomann, Członek Zarządu i Dyrektor Finansowy, Telewizja Polsat Sp. z o.o.

Wyniki finansowe Grupy Cyfrowy Polsat

Wyniki finansowe Grupy Cyfrowy Polsat za II kwartał 2015 r.

mIn PLN	II kwartał 2015	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2 469	41%
Koszty operacyjne*	1 506	45%
EBITDA	977	38%
Marża EBITDA	39,6%	(1 p.p.)
Zysk netto	305	130%

* Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 i 6 miesięcy zakończonego 30 czerwca 2015 r.



– To był bardzo dobry kwartał pod względem wyników finansowych, które przewyższają konsensus rynkowy. Odzwierciedlają one naszą konsekwencję w realizacji przyjętej strategii rozwoju na rynku usług zintegrowanych oraz w kontroli kosztów. Na uwagę zasługuje bardzo wysoka EBITDA i marża EBITDA. Silną pozycję wciąż stanowią stabilne i wysokie wolne przepływy pieniężne, które nie tylko pozwalają nam spokojnie prowadzić biznes, ale także realizować ponadplanowe spłaty naszego bieżącego zadłużenia. Ponadto w ostatnim czasie z sukcesem zakończyliśmy emisję niezabezpieczonych obligacji korporacyjnych o wartości 1 mld zł i kontynuujemy rozmowy z bankami w kwestii potencjalnego refinansowania zadłużenia Grupy – komentuje **Tomasz Szelağ**.

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

Szczegóły telekonferencji:

Data: 26 sierpnia 2015 r.
Godzina: 16:00 (Warszawa), 15:00 (Londyn), 10:00 (Nowy Jork)
Numer telefonu: +44 203 043 2440 (międzynarodowy)
22 295 3528 (Polska)
Kod telekonferencji: 449865#

Telekonferencja odbędzie się w języku angielskim.





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 Agendy Cyfrowej).</p>
Wolne przepływy pieniężne	Wartość przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej pomniejszona o wydatki gotówkowe dotyczące standardowej działalności inwestycyjnej oraz pomniejszona o odsetki zapłacone z tytułu bieżącej obsługi zadłużenia Grupy.



Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 i 6 miesięcy zakończonego 30 czerwca 2015 r.