



Komunikat prasowy
Warszawa, 29 sierpnia 2019 r.

Grupa Polsat podsumowuje II kwartał 2019 roku: 1,9 mln klientów multiplay, nowy pakiet Ekstraklasa i telewizja internetowa OTT dostępna przy użyciu Internetu od dowolnego dostawcy

Grupa Cyfrowy Polsat zakończyła II kwartał bardzo dobrymi i stabilnymi wynikami operacyjnymi w obydwu segmentach, osiągnęła silne wyniki finansowe oraz kolejny raz odnotowała rekordowo niski wskaźnik odejść klientów. Konsekwentnie rozwijana oferta sportowa Grupy w segmencie premium została wzbogacona o nowe kanały Canal+ Sport 3 i Canal+ Sport 4 ze wszystkimi spotkaniami PKO Ekstraklasy. Cyfrowy Polsat wprowadził na rynek rewolucyjną usługę – telewizję internetową OTT dostępną za pośrednictwem Internetu od dowolnego dostawcy, z elastycznym wyborem pakietów i bez stałych zobowiązań abonamentowych. Z kolei agencja ratingowa Moody's podwyższyła rating korporacyjny Grupy do poziomu Ba1.

Najważniejsze dane operacyjne¹ za II kwartał 2019 r.

- Już co trzeci klient Grupy korzysta z oferty multiplay:
 - Systematyczny wzrost liczby klientów usług wiązanych – o 243 tys. (15%) r/r do 1,9 mln, co stanowi 34% bazy klientów kontraktowych.
 - Liczba usług posiadanych przez tę grupę klientów wzrosła do 5,71 mln.
 - Rekordowe obniżenie poziomu wskaźnika odejść klientów (churn) o 1,3 p.p. r/r do poziomu zaledwie 7% w skali roku.
- Silny przyrost liczby usług kontraktowych – o 522 tys. r/r do 14,45 mln:
 - Istotny wzrost liczby usług telefonii komórkowej – o 499 tys. r/r do 7,6 mln, co wynika z korzystnego wpływu strategii multiplay, utrzymującego się zainteresowania klientów prostymi taryfami Plusa oraz z wysokiej sprzedaży w segmencie B2B (rozwiązania m2m).
 - Dzięki utrzymującemu się popytowi na usługę Multiroom oraz dobrze sprzedającym się płatnym usługom OTT łączna liczba kontraktowych usług płatnej telewizji wzrosła r/r o 31 tys. i wynosi 5,1 mln.
 - Wysoka baza usług Internetu wynosząca ok. 1,8 mln. W II kwartale 2019 r. klienci detaliczni Cyfrowego Polsatu i sieci Plusa przetransferowali ok. 267 PB danych, a w I półroczu 530 PB danych. W zasięgu sieci LTE Grupy jest blisko 100% Polaków, a LTE Advanced – 73% mieszkańców kraju.

¹ Bez uwzględnienia danych operacyjnych Grupy Netia, które są publikowane oddzielnie od wyników Grupy Cyfrowy Polsat.



N E T I A



- Stabilna baza ok. 5,7 mln klientów kontraktowych:
 - Wzrost wskaźnika nasycenia usługami przypadającymi na jednego klienta – o 5,3% r/r, a każdy z nich posiadał średnio 2,56 usługi z portfolio Grupy.
 - Średni przychód od klienta kontraktowego (ARPU) wzrósł r/r o 0,6% i wyniósł 83,4 zł.
- Baza usług prepaid na stabilnym poziomie 2,6 mln, z wysokim, rosnącym r/r o 2% ARPU na poziomie 20,8 zł.
- Kanały Grupy Telewizji Polsat uplasowały się w czołówce rynku oglądalności w grupie komercyjnej, osiągając wynik 24,9% (11,4% kanału głównego oraz 13,6% kanałów tematycznych) w II kwartale i 24,1% (11,3% kanału głównego i 12,8% kanałów tematycznych) w I półroczu.
- Przychody Grupy Telewizji Polsat z reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrosły zarówno w II kwartale, jak i w I półroczu – odpowiednio o 1,1% r/r do 325 mln zł, czego efektem jest wzrost udziału Grupy w rynku reklamy TV do 27,2% w II kwartale (przy jednoczesnym spadku całego rynku reklamy TV o 0,7%), i o 0,8% r/r do 596 mln zł, dzięki czemu udział Grupy w rynku reklamy TV wzrósł do poziomu 27,6% w I półroczu (cały rynek reklamy TV spadł o 1,8%).

– *Konsekwentna realizacja strategii multiplay po raz kolejny przyniosła doskonałe efekty. Naszym klientom dostarczamy ponad pół miliona więcej usług kontraktowych, 1,9 mln abonentów korzysta z ofert łączonych, a wskaźnik rezygnacji z naszych usług pobił kolejny rekord, spadając do poziomu zaledwie 7% w skali roku – mówi **Mirostaw Błaszczyk, Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat S.A. i Polkomtel Sp. z o.o.** – Rozszerzyliśmy ofertę sportową premium, zapewniając fanom sportu maksymalną liczbę rozgrywek, dyscyplin i godzin transmisji z najważniejszych wydarzeń. Wraz z nawiązaniem współpracy z Canal+ nasi widzowie obok m.in. Ligi Mistrzów i Ligi Europy, a także najlepszych europejskich lig z anten Eleven Sports, otrzymali dostęp do wszystkich meczów PKO Ekstraklasy na nowych kanałach Canal+ Sport 3 i 4.*

- *Zgodnie z zapowiedzią, wkrótce po wprowadzeniu telewizji kablowej w technologii IPTV zaprezentowaliśmy kolejną nowość – telewizję internetową OTT. To kolejny krok w realizacji naszej idei strategicznej „Telewizja – Dla każdego. Wszędzie. Internet – Dla każdego. Wszędzie. Telefon – Dla każdego. Wszędzie”. Nowa usługa umożliwi odbiór kanałów telewizyjnych przez Internet od dowolnego dostawcy, a elastyczna oferta programowa zapewnia możliwość swobodnego włączania pakietów bezpośrednio z poziomu dekodera, bez długoterminowych zobowiązań – dodaje **Maciej Stec, Wiceprezes Zarządu ds. Strategii, Cyfrowy Polsat S.A. i Polkomtel Sp. z o.o.***



N E T I A



Dane operacyjne segmentu usług świadczonych dla klientów indywidualnych i biznesowych

	II kwartał		
	2019	2018	Zmiana %
Łączna liczba RGU (kontraktowe+przedpłacone)	17 058 921	16 698 622	2,2%
USŁUGI KONTRAKTOWE			
Łączna liczba RGU (na koniec okresu), w tym:	14 451 610	13 929 804	3,7%
Płatna telewizja, w tym:	5 058 740	5 027 520	0,6%
<i>Multiroom</i>	1 173 866	1 127 285	4,1%
Telefonia komórkowa	7 597 611	7 098 239	7,0%
Internet	1 795 259	1 804 045	-0,5%
Liczba klientów kontraktowych, w tym:	5 652 912	5 724 492	-1,3%
klienci ofert multiplay	1 897 899	1 655 112	14,7 %
ARPU na klienta [PLN]	83,4	82,9	0,6%
Churn na klienta	7,0%	8,3%	-1,3 p.p.
Wskaźnik nasycenia RGU na jednego klienta	2,56	2,43	5,3%
USŁUGI PRZEDPŁACONE			
Łączna liczba RGU na koniec okresu, w tym:	2 607 311	2 768 818	-5,8%
Płatna telewizja	87 176	59 722	46,0%
Telefonia komórkowa	2 418 370	2 545 749	-5,0%
Internet	101 765	163 347	-37,7%
ARPU na RGU prepaid [PLN]	20,8	20,4	2,0%

– Zarówno drugi kwartał, jak i pierwsze półrocze były bardzo udane dla Telewizji Polsat. Antena główna i kanały tematyczne były w czołówce oglądalności w grupie komercyjnej, zgodnie z naszą długoterminową strategią. Z kolei nasze przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrosły o około 1%, przy spadku rynku reklamy TV w pierwszym półroczu – mówi **Stanisław Janowski, Prezes Zarządu, Telewizja Polsat Sp. z o.o.** - Wierzymy, że druga połowa roku ma szansę przynieść lepsze rezultaty, dlatego podtrzymujemy nasze oczekiwanie niskiego jednocyfrowego wzrostu rynku w całym roku. Jednocześnie dla widzów przygotowaliśmy nowe, ciekawe formaty i kolejne sezony najpopularniejszych produkcji w ramach jesiennej ramówki Telewizji Polsat – dodaje.



N E T I A

Dane operacyjne segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej

	II kwartał			I półrocze		
	2019	2018	Zmiana p.p./%	2019	2018	Zmiana p.p./%
Udział w oglądalności¹, w tym:						
POLSAT (kanał główny)	24,94%	24,16%	0,78 p.p.	24,10%	24,03%	0,07 p.p.
Kanały tematyczne	11,38%	11,14%	0,24 p.p.	11,29%	11,54%	-0,25 p.p.
	13,55%	13,01%	0,54 p.p.	12,82%	12,49%	0,33 p.p.
Przychody z reklamy i sponsoringu² (mln PLN)	325	321	1,1%	596	591	0,8%
Udział w rynku reklamy³	27,20%	26,70%	0,5 p.p.	27,60%	26,90%	0,7 p.p.
Wydatki na reklamę telewizyjną na rynku⁴ (mln PLN)	1 194	1 202	-0,7%	2 159	2 198	-1,8%

¹ Nielsen Audience Measurement, udział w oglądalności w grupie wszyscy 16-49 lat, cała doba, uwzględniono Live+2 (oglądalność z dnia emisji i z 2 kolejnych dni (tzw. Time Shift Viewing));

² Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Starcom;

³ Szacunki własne na podstawie wstępnych danych Starcom;

⁴ Starcom, reklama spotowa i sponsoring;

Najważniejsze dane finansowe za II kwartał 2019 r.

- Silne wyniki finansowe Grupy w II kwartale 2019 r. (z włączeniem MSSF 16):
 - przychody: ponad 2,9 mld zł,
 - EBITDA: blisko 1,1 mld zł,
 - marża EBITDA: 36,8%,
 - zysk netto: 269 mln zł,
 - wolne przepływy pieniężne za okres 12 miesięcy: blisko 1,4 mld zł,
 - wskaźnik całkowitego zadłużenia netto/EBITDA LTM: 2,57x (z włączeniem MSSF 16).

– Drugi kwartał br. zamknęliśmy bardzo dobrymi, stabilnymi i przewyższającymi prognozy analityków wynikami finansowymi, które odzwierciedlają zdrową kondycję biznesową naszej Grupy. Przychody wyniosły 2,9 mld zł, EBITDA przekroczyła 1 mld zł, a zysk netto wyniósł 270 mln zł – mówi **Katarzyna Ostap-Tomann, Członek Zarządu ds. Finansowych, Cyfrowy Polsat S.A., Polkomtel Sp. z o.o.** – Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym rośnie nie tylko w wyniku konsolidacji wyników Netii, ale także organicznie, m.in. dzięki wzrostowi przychodów ze sprzedaży sprzętu i działalności hurtowej. Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej rosły m.in. na skutek rozszerzenia oferty Polsatu o pakiety Eleven Sports i Polsat Sport Premium oferowane operatorom kablowym i satelitarnym – dodaje.



Wyniki finansowe Grupy Cyfrowy Polsat

mln PLN	z włączeniem MSSF 16		z wyłączeniem MSSF 16	
	II kwartał 2019		II kwartał 2019	zmiana r/r
Przychody	2 923		2 913	11,9%
EBITDA	1 076		960	1,4%
Marża EBITDA	37%		33%	-3,4 p.p.

Wyniki finansowe segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym

mln PLN	z włączeniem MSSF 16		z wyłączeniem MSSF 16	
	II kwartał 2019		II kwartał 2019	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2 469		2 459	9%
EBITDA	915		804	1%
Marża EBITDA	37%		32,7%	-2,7 p.p.

Wyniki finansowe segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej

mln PLN	z włączeniem MSSF 16		z wyłączeniem MSSF 16	
	II kwartał 2019		II kwartał 2019	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	520		520	26%
EBITDA	162		156	3%
Marża EBITDA	31%		30%	-6,6 p.p.



N E T I A

Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 miesięcy zakończonego 30 czerwca 2019 r.



– Wolne przepływy pieniężne są zgodne z naszymi zapowiedziami i pozostają na wysokim poziomie niemal 1,4 mld zł za okres 12 miesięcy. Dbając o regularne zmniejszanie poziomu zadłużenia, w pierwszym półroczu spłaciliśmy już ponad 850 mln zł kredytów, zakończyliśmy także proces bardzo korzystanego refinansowania obligacji. Stabilne wyniki finansowe pozwalają pogodzić komfort kredytodawców z solidnym wynagradzaniem akcjonariuszy, którym za 2018 rok zostanie wypłacona dywidenda w wysokości niemal 600 mln zł, z czego pierwsza transza została zrealizowana 3 lipca – podsumowuje **Katarzyna Ostap-Tomann**. - Fakt, iż tuż po zmianie polityki dywidendowej na bardziej hojną, agencja ratingowa Moody's zdecydowała się podwyższyć nasz rating do poziomu Ba1, świadczy o stabilności i wiarygodności naszego biznesu oraz jest potwierdzeniem utrzymywania oczekiwanej przez akcjonariuszy, kredytodawców i rynek równowagi pomiędzy zmniejszaniem poziomu zadłużenia a jednoczesnym dzieleniem się zyskiem z akcjonariuszami – dodaje.

Kontakt dla mediów:

Olga Zomer

Rzecznik prasowy

Tel.: +48 507 096 883

E-mail: ozomer@cyfrowypolsat.pl

Kontakt dla inwestorów/analitików:

Grzegorz Para

Dyrektor ds. Relacji Inwestorskich

Tel.: +48 601 134 282

E-mail: gpara@cyfrowypolsat.pl



N E T I A