

Podsumowanie wyników za 1Q 2015 r. dla analityków i inwestorów



- Kolejny kwartał bardzo dobrych wyników sprzedaży podstawowych produktów grupy wspartych komunikacją oferty smartDOM
 - Całkowita liczba RGU na poziomie **16,429 mln**, z czego 75% RGU świadczonych w modelu kontraktowym
 - Stabilna baza klientów kontraktowych wynosząca **6,069 mln**
 - ARPU klienta wzrosło r/r o 1,2% do **85,8 PLN**
 - Wskaźnik nasycenia RGU na klienta – **2,04** i pozostaje w trendzie wzrostowym
 - Niski wskaźnik churn na poziomie **9,5%**
 - Wzrost całkowitej bazy usług kontraktowych r/r o 3,4%
 - 39,2% dynamiczny wzrost RGU Internetu mobilnego, będący efektem skutecznego nasycania bazy klientów usługami zintegrowanymi
 - 4,0% wzrost RGU płatnej telewizji głównie dzięki utrzymującemu się popytowi na usługę Multiroom
 - Lekki spadek RGU telefonii komórkowej jako efekt wysoce konkurencyjnego rynku
 - Stabilny wzrost nasycenia bazy klientów kontraktowych usługami zintegrowanymi:
 - Już **707 tys. klientów** zakupiło dodatkowe usługi w ramach oferty smartDOM
 - Liczba RGU posiadanych przez tę grupę klientów wynosi **2,17 mln**
 - W samym 1Q'15 klienci programu smartDOM dokupili **319 tys.** dodatkowych usług
 - Program smartDOM ma pozytywny wpływ na ARPU klienta kontraktowego
- Przychody ze sprzedaży Grupy wzrosły w 1Q'15 do poziomu **2,329 mld PLN**. Wyłączając wpływ konsolidacji grupy Metelem, przychody 'starej' Grupy Polsat wyniosły **770 mln zł** osiągając **wzrost r/r o 6,5%** głównie w wyniku wzrostu przychodów z mobilnego Internetu.
- Koszty Grupy wyniosły w 1Q'15 **1,909 mld PLN**, natomiast z wyłączeniem konsolidacji wyników grupy Metelem wzrosły r/r o 14% do poziomu **580 mln PLN**, głównie w wyniku:
 - wyższych kosztów transmisji danych, wynikających głównie z przyrostu liczby użytkowników usług mobilnego Internetu,
 - aktywnej sprzedaży oferty smartDOM przekładającej się na wyższe koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta oraz wyższe koszty sprzedanego sprzętu.
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy TV Polsat w 1Q'15 wzrosły r/r o 6,4% do poziomu 221 mln PLN. W wyniku wyższej dynamiki przychodów reklamowych Telewizji Polsat w porównaniu do dynamiki rynku reklamowego udział Grupy w rynku wzrósł do poziomu **25,3%**.
- Wynik EBITDA Grupy Polsat wynoszący **897 mln PLN** przy wysokiej marży EBITDA **38,5%**.
- Koszty finansowe wzrosły do poziomu **261 mln PLN**. Wzrost ten jest efektem ujęcia kosztów odsetek od kredytów i obligacji grupy Metelem, w tym również rozpoznania negatywnego efektu wyceny obligacji Senior Notes PLK (efekt wyraźnego umocnienia USD w relacji do PLN w Q1'15), wyższych kosztów z tytułu odsetek naliczonych od Kredytów Terminowego i Rewolwingowego zaciągniętych w kwietniu 2014 roku, przy jednoczesnym braku kosztów z tytułu odsetek od Obligacji Senior Notes CP oraz kosztów z tytułu różnic kursowych z wyceny Obligacji Senior Notes CP (spłaconych w całości w maju 2014 roku), które wystąpiły w analogicznym okresie 2014 roku.
- Zysk netto Grupy wzrósł do **171 mln PLN**.
- Skorygowany LTM FCF po odsetkach – zgodnie z oczekiwaniami spółki – na stabilnym poziomie (**1.116 mln PLN**), podczas gdy w samym 1Q'15 FCF osiągnął poziom 86 mln PLN na skutek czynników sezonowych (np. zapłata półrocznego kuponu od Obligacji Senior Notes PLK) oraz m.in. zmiany harmonogramu płatności odsetek w przypadku zadłużenia CP (kupon od Obligacji Senior Notes CP płatne były w przeszłości w 2Q i 4Q,



Podsumowanie wyników za 1Q 2015 r. dla analityków i inwestorów



podczas gdy odsetki od Kredytu Terminowego CP płatne są w cyklu kwartalnym), czy też wyższych r/r inwestycji w pozyskanie klientów.

- Główny kowenant - dług netto/EBITDA na bazie wyceny nominalnej osiągnął na koniec 1Q'15 poziom **3,2x**, na co wpływ miała m.in. zapłata depozytu zwrotnego w aukcji 800/2.600 MHz w kwocie 187,7 mln PLN oraz 9% umocnienie USD w relacji do PLN w trakcie Q1'15.



Podsumowanie wyników za 1Q 2015 r. dla analityków i inwestorów



Wyniki finansowe Grupy Cyfrowego Polsatu

W wyniku nabycia w dniu 7 maja 2014 r. spółki Metelem Holding Company Limited, wyniki finansowe Grupy Kapitałowej CP obejmują wyniki spółki Metelem Holding Company Limited wraz z jej spółkami zależnymi, m.in. operatora telekomunikacyjnego Polkomtel. W związku z powyższym zmieniliśmy prezentację przychodów operacyjnych i kosztów operacyjnych w skróconym skonsolidowanym rachunku zysków i strat. Żadna z wprowadzonych zmian nie wpłynęła na uprzednio prezentowane przez Grupę Cyfrowy Polsat kwoty przychodów, kosztów, zysku netto za okres, EBITDA ani kapitału własnego. Dodatkowo należy zwrócić uwagę, iż w wyniku wspomnianej konsolidacji dane za okres 1Q'15 nie są w pełni porównywalne.

w mln PLN	NOWA GRUPA				STARA GRUPA	
	1Q'15	Zmiana r/r	Konsensus rynkowy*	Różnica	1Q'15	Zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	2.329	222%	2.373	-1,9%	770	6%
- Przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych	1.637	250%	n/a	n/a	486	4%
- Przychody hurtowe	553	128%	n/a	n/a	260	7%
- Przychody ze sprzedaży sprzętu	118	1.401%	n/a	n/a	14	76%
- Pozostałe przychody	20	247%	n/a	n/a	10	94%
Koszty operacyjne, w tym:	1.909	276%	n/a	n/a	580	14%
- Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich	482	576%	n/a	n/a	94	32%
- Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja	468	649%	n/a	n/a	69	10%
- Koszt własny sprzedanego sprzętu	333	3.136%	n/a	n/a	20	93%
- Koszty kontentu	235	12%	n/a	n/a	230	9%
- Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta	189	151%	n/a	n/a	86	15%
- Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	129	189%	n/a	n/a	47	4%
- Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności	19	179%	n/a	n/a	9	37%
- Pozostałe koszty	54	106%	n/a	n/a	26	-2%
EBITDA	897	218%	891	0,7%	262	-7%
Marża EBITDA	38,5%	-0,5pkt%	37,5%	1,0pkt%	34,0%	-5,0pkt%
EBIT	429	95%	430	-0,3%	193	-12%
Zysk netto	171	74%	155	10,0%	138	40%

* w oparciu o prognozy: DM BOŚ, BZ WBK, Deutsche Bank, DM mBanku, Erste, BESI, ING, PKO BP, RCB, Trigon



Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym

W związku z rozpoczętą z dniem 7 maja 2014 r. konsolidacją wyników Metelem Holding Company Limited, pośrednio kontrolującej Polkomtel, Spółka postanowiła dostosować sposób prezentacji danych operacyjnych do nowej struktury i sposobu działania naszej Grupy. Poniżej przedstawiony został nowy układ wskaźników operacyjnych (KPI) obejmujących naszą działalność w segmencie usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym, w szczególności obejmujących usługi telefonii komórkowej, Internetu oraz płatnej telewizji.

Należy podkreślić, że prezentowane poniżej wskaźniki operacyjne za okres 1Q'14 mają jedynie charakter informacyjny oraz przedstawiają, jaki wpływ na wyniki operacyjne Grupy miałyby wyniki operacyjne grupy Metelem, a w szczególności Polkomtela, gdyby wchodziła w skład Grupy Polsat w porównywanych okresach. Wskaźniki te zostały przygotowane wyłącznie w celach ilustracyjnych i ze względu na swój charakter prezentują hipotetyczną sytuację, dlatego też nie przedstawiają rzeczywistych wyników operacyjnych Grupy za dane okresy.

	1Q		
	2015	2014	Zmiana %
Łączna liczba RGU (kontraktowe+przedpłacone)	16.429.469	16.333.003	0,6%
USŁUGI KONTRAKTOWE			
Łączna liczba RGU na koniec okresu, w tym:	12.394.712	11.982.678	3,4%
Płatna telewizja, w tym:	4.405.464	4.236.986	4,0%
<i>Multiroom</i>	872.628	749.319	16,5%
Telefonia komórkowa	6.552.365	6.713.629	-2,4%
Internet	1.436.883	1.032.063	39,2%
Liczba klientów kontraktowych	6.068.839	6.260.662	-3,1%
ARPU na klienta [PLN]	85,8	84,8	1,2%
Churn na klienta	9,5%	9,1%	0,4pp
Wskaźnik nasycenia RGU na jednego klienta	2,04	1,91	6,8%
USŁUGI PRZEDPŁACONE			
Łączna liczba RGU na koniec okresu, w tym:	4.034.757	4.350.325	-7,3%
Płatna telewizja	66.163	81.619	-18,9%
Telefonia komórkowa	3.775.976	4.042.605	-6,6%
Internet	192.618	226.101	-14,8%
ARPU na RGU prepaid [PLN]	17,3	16,5	4,8%

Podsumowanie wyników za 1Q 2015 r. dla analityków i inwestorów



- **Łączna liczba aktywnych usług** świadczonych przez Grupę zarówno w modelu kontraktowym jak i przedpłaconym wyniosła 16.429.469.
- Na koniec 1Q'15 usługi kontraktowe stanowiły 75,4% łącznej liczby świadczonych usług. Wskaźnik ten wzrósł r/r z poziomu 73,4%.
- **Usługi kontraktowe:**
 - łączna liczba naszych klientów, którym świadczymy usługi w modelu kontraktowym, wyniosła 6.068.839 na koniec 1Q'15, co stanowi spadek o 3,1% w stosunku do liczby, którą Grupa posiadałaby na koniec 1Q'14, przy założeniu wcześniejszego włączenia Polkomtela do Grupy. Głównymi powodami tego spadku są łączenie kontraktów pod jedną wspólną umową kontraktową w ramach gospodarstwa domowego oraz odpływ klientów usług telefonii komórkowej.
 - Liczba aktywnych usług kontraktowych świadczonych przez nas wzrosła o 3,4% do 12.394.712 na koniec 1Q'15. Wzrost ten jest efektem przede wszystkim zwiększenia o 39,2% liczby usług świadczonych w obszarze dostępu do szerokopasmowego Internetu, co jest związane z prowadzoną przez Grupę strategią aktywnego promowania sprzedaży usług świadczonych w oparciu o technologie LTE/HSPA+, m.in. poprzez aktywne poszerzanie dostępu do tej technologii na terytorium Polski oraz dynamicznie rosnącą liczbą użytkowników Internetu w Polsce.
 - łączna liczba świadczonych usług kontraktowych płatnej telewizji wzrosła w 1Q'15 o 4,0%, do 4.405.464, m.in. na skutek istotnego wzrostu liczby świadczonych usług Multiroom. Jednocześnie spadła liczba świadczonych usług telefonii komórkowej, z poziomu 6.713.629 na koniec 1Q'14 do poziomu 6.552.365 na koniec 1Q'15, co jest efektem m.in. dojrzałości i wysokiej konkurencyjności polskiego rynku telefonii mobilnej.
 - W 1Q'15 średni miesięczny przychód na klienta wyniósł 85,8 zł i wzrósł r/r o 1,2%. W ramach naszej oferty zintegrowanej smartDOM aktywnie prowadzimy dosprzedaż produktów i usług do połączonej bazy klientów Cyfrowego Polsatu i Polkomtela, co pozytywnie wpływa na ARPU.
 - Dzięki naszym skutecznym programom utrzymaniowym wskaźnik odpływu klientów wyniósł 9,5% w 12-miesięcznym okresie zakończonym 31 marca 2015 roku.
 - Na koniec 1Q'15 na jednego klienta z naszej bazy przypadało 2,04 aktywnych usług kontraktowych, co stanowi wzrost r/r o 6,8%. Wzrost wskaźnika nasycenia RGU na jednego klienta wynika z prowadzonych przez nas działań marketingowych i sprzedażowych, ukierunkowanych na maksymalizację sprzedaży produktów i usług do jednego klienta.
 - Program smartDOM odnotowuje bardzo dobre wyniki sprzedaży i pozytywnie oddziałuje na poziom wskaźnika nasycenia RGU na jednego klienta oraz ARPU klienta kontraktowego. Od momentu uruchomienia w połowie lutego 2014 roku do końca 1Q'15 z oferty tej skorzystało 707 tys. klientów, którzy posiadali łącznie 2,17 mln aktywnych usług (RGU). Tempo dosprzedaży usług w ramach programu smartDOM utrzymuje się na stabilnym, wysokim poziomie – w pierwszym kwartale 2015 roku przyrost liczby usług w ramach programu smartDOM wyniósł 319 tys. Wskaźnik nasycenia RGU na jednego klienta w tej grupie na koniec 1Q'15 wynosił 3,1.



Podsumowanie wyników za 1Q 2015 r. dla analityków i inwestorów



• Usługi przedpłacone

- Liczba świadczonych przez nas aktywnych usług przedpłaconych spadła o 7,3% do 4.034.757 na koniec 1Q'15 przede wszystkim w wyniku zmniejszenia liczby świadczonych usług przedpłaconych telefonii komórkowej.
- Średni miesięczny przychód na RGU prepaid wynosił 17,3 zł w 1Q'15, co stanowi wzrost o r/r 4,8%. Motorem wzrostu ARPU w segmencie usług przedpłaconych jest dynamiczny wzrost zużycia danych w smartfonach przy stabilnych cenach usług w tym segmencie rynku.

Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

	1Q		
	2015	2014	Zmiana %
Udział w oglądalności¹, w tym:	23,97%	22,50%	6,53%
POLSAT (kanał główny)	13,44%	13,20%	1,82%
Kanały tematyczne	10,52%	9,3%	13,12%
Udział w rynku reklamy²	25,3%	24,6%	2,7%
Wydatki na reklamę telewizyjną³ (mln PLN)	873	842	3,7%

¹ NAM, udział w oglądalności w grupie wszyscy 16-49 lat, cała doba

² Szacunki własne na podstawie danych Starlink;

³ Starlink, reklama spotowa i sponsoring

• Bardzo dobre wyniki oglądalności

- Kanał główny niekwestionowanym liderem oglądalności w grupie komercyjnej
- Grupa Polsat jako jedyna odnotowała wzrost udziałów w oglądalności dzięki sukcesowi wiosennej ramówki, zarówno kanału głównego, jak i kanałów tematycznych (przede wszystkim kanałów TV4 i TV6)
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy TV Polsat w 1Q'15 wzrosły r/r o 6,4% do poziomu 221 mln PLN dzięki czemu nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł do 25,3%.
- Podtrzymujemy nasze oczekiwania na 2015 r. dotyczące średniego jednocyfrowego wzrostu wartości rynku reklamowego.

