

# Podsumowanie wyników za 3Q 2014 r. dla analityków i inwestorów



- Doskonałe wyniki sprzedaży podstawowych produktów grupy wsparte komunikacją oferty SmartDOM
  - Wzrost całkowitej liczby RGU w 3Q'14 do **16,4 mln**
  - Stabilna baza klientów kontraktowych wynosząca **6,2 mln**
    - o ARPU klienta wzrosło **do 86,5 PLN**
    - o Wskaźnik nasycenia RGU na klienta - **1,98** i rośnie
    - o Stabilny churn - **8,8%**
  - Skuteczne wdrażanie strategii multiplay:
    - o W ofercie SmartDOM na koniec 3Q'14 było już ponad **380 tys. klientów** (wzrost o 210 tys. względem 2Q'14)
    - o Liczba RGU posiadanych przez tę grupę klientów to ponad **1,2 mln**
    - o W 3Q'14 klienci wchodzący do programu SmartDOM dokupili **460 tys.** dodatkowych usług (RGU)
    - o Pozytywny wpływ komunikacji na sprzedaż ofert standardowych (single-play)
    - o Program SmartDOM ma pozytywny wpływ na ARPU klienta kontraktowego
- Przychody Grupy wzrosły w 3Q'14 do poziomu **2,425 mld PLN**. Wyłączając wpływ konsolidacji grupy Metelem, przychody 'starej' Grupy Polsat wyniosły **777 mln zł** osiągając wzrost r/r o 9% głównie w wyniku:
  - Znacznie lepszych przychodów reklamowych Telewizji Polsat w porównaniu do dynamiki rynku reklamowego, a także z ujęcia przychodów zrealizowanych przez kanały TV4 i TV6 (konsolidowane od 1 września 2013 r.).
  - Wzrostu przychodów z opłat za usługi płatnej telewizji oraz wzrostu przychodów z usług telekomunikacyjnych i zrealizowanego ruchu w ramach usługi dostępu do szerokopasmowego Internetu.
- Koszty Grupy wyniosły w 3Q'14 **1,993 mld PLN**, natomiast z wyłączeniem konsolidacji wyników grupy Metelem wzrosły r/r o 25% do poziomu **638 mln PLN**, głównie w wyniku:
  - Dodatkowych kosztów związanych z pozyskaniem klientów w ramach oferty SmartDOM
  - Inwestycji w klienta, związanej z zakupem praw do dystrybucji Mistrzostw Świata FIVB
  - Wyższymi kosztami transmisji danych, wynikającymi głównie z przyrostu liczby użytkowników usług mobilnego Internetu
- Grupa Telewizji Polsat zanotowała wzrost przychodów z reklamy telewizyjnej i sponsoringu na poziomie **19,5%**, w wyniku znacznie lepszych przychodów reklamowych Telewizji Polsat w porównaniu do dynamiki rynku reklamowego oraz konsolidacji od września 2013 r. wyników TV4 i TV6, dzięki czemu udział Grupy w rynku wzrósł w 3Q'14 do poziomu **26,3%**.
- Wysoki poziom wyniku EBITDA Grupy Polsat wynoszący **910 mln PLN** oraz marży EBITDA - **37,6%**.
- Koszty finansowe wzrosły do poziomu **385 mln PLN**. Wzrost ten jest efektem ujęcia kosztów odsetek od kredytów i obligacji grupy Metelem, w tym również rozpoznania negatywnego efektu ich wyceny, 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 oraz przychodów z tytułu różnic kursowych z wyceny Obligacji Senior Notes (spłaconych w całości w maju 2014 roku), które wystąpiły w analogicznym okresie 2013 roku.
- Zysk netto wyniósł **48 mln PLN**. Poziom zysku netto pod wpływem kosztów odsetkowych grupy Metelem, jak również rozpoznania negatywnego efektu wyceny obligacji Senior Notes PLK.
- Główny kowenant - dług netto/EBITDA na bazie wyceny nominalnej osiągnął na koniec 3Q'14 poziom **3,0x**.



# Podsumowanie wyników za 3Q 2014 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 3Q'14 nie są w pełni porównywalne.

w mln PLN	NOWA GRUPA				STARA GRUPA	
	3Q'14	Zmiana r/r	Konsensus rynkowy	Różnica	3Q'14	Zmiana r/r
<b>Przychody, w tym:</b>	<b>2.425</b>	<b>239%</b>	<b>2.387</b>	<b>1,6%</b>	<b>777</b>	<b>9%</b>
- Przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych	1.711	272%	n/a	n/a	478	4%
- Przychody hurtowe	592	190%	n/a	n/a	278	36%
- Przychody ze sprzedaży sprzętu	104	1.366%	n/a	n/a	8	10%
- Pozostałe przychody	18	-59%	n/a	n/a	13	-70%
<b>Koszty, w tym:</b>	<b>1.993</b>	<b>289%</b>	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>	<b>638</b>	<b>25%</b>
- Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich	496	697%	n/a	n/a	98	57%
- Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja	478	638%	n/a	n/a	66	1%
- Koszty kontentu	262	20%	n/a	n/a	257	17%
- Koszt własny sprzedanego sprzętu	349	3.159%	n/a	n/a	15	37%
- Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta	187	136%	n/a	n/a	84	6%
- Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	118	192%	n/a	n/a	42	5%
- Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności	15	189%	n/a	n/a	10	94%
- Pozostałe koszty	88	187%	n/a	n/a	66	118%
<b>EBITDA</b>	<b>910</b>	<b>239%</b>	<b>912</b>	<b>-0,3%</b>	<b>205</b>	<b>-24%</b>
Marża EBITDA	37,6%	-2,0pkt%	38,2%	-0,6pkt%	26,4%	-13,2pkt%
EBIT	432	112%	426	1,3%	139	-32%
Zysk netto	48	-73%	43	11%	85	-52%

w oparciu o prognozy: DM BOŚ, BDM, BZ WBK, Deutsche Bank, DM mBanku, Erste, BESI, ING, PKO BP, Raiffeisen, Trigon, UniCredit



# Podsumowanie wyników za 3Q 2014 r. dla analityków i inwestorów



## 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 3Q'13 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 porównywanym okresie. 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.

	3Q		
	2014	2013	Zmiana %
<b>Łączna liczba RGU</b> (kontraktowe+przedpłacone)	<b>16.449.992</b>	<b>16.627.551</b>	<b>-1,1%</b>
<b>USŁUGI KONTRAKTOWE</b>			
<b>Łączna liczba RGU na koniec okresu, w tym:</b>	<b>12.230.798</b>	<b>11.908.422</b>	<b>2,7%</b>
Płatna telewizja, w tym:	4.344.773	4.160.343	4,4%
<i>Multiroom</i>	806.064	680.316	18,5%
Telefonia komórkowa	6.617.382	6.834.719	-3,2%
Internet	1.268.643	913.360	38,9%
<b>Liczba klientów</b>	<b>6.184.775</b>	<b>6.285.607</b>	<b>-1,6%</b>
ARPU na klienta [PLN]	86,5	87,6	-1,2%
Churn na klienta	8,8%	9,0%	0,2 pkt%
Wskaźnik nasycenia RGU na jednego klienta	1,98	1,89	4,4%
<b>USŁUGI PRZEDPŁACONE</b>			
<b>Łączna liczba RGU na koniec okresu, w tym:</b>	<b>4.219.194</b>	<b>4.719.129</b>	<b>-10,6%</b>
Płatna telewizja	98.136	84.538	16,1%
Telefonia komórkowa	3.855.669	4.475.541	-13,9%
Internet	265.389	159.050	66,9%
ARPU na RGU [PLN]	18,3	18,2	0,3%



# Podsumowanie wyników za 3Q 2014 r. dla analityków i inwestorów



- **Łączna liczba aktywnych usług** świadczonych przez Grupę zarówno w modelu kontraktowym jak i przedpłaconym wyniosła 16.449.992.
- Na koniec 3Q14 usługi kontraktowe stanowiły 74,4% łącznej liczby świadczonych usług. Wskaźnik ten wzrósł r/r z poziomu 71,6%.
- **Usługi kontraktowe:**
  - łączna liczba naszych klientów, którym świadczymy usługi w modelu kontraktowym, wyniosła na koniec 3Q14 6.184.775, obniżając się o 1,6% w stosunku do liczby, którą Grupa posiadała na koniec 3Q13, przy założeniu wcześniejszego włączenia Polkomtela do Grupy.
  - Liczba aktywnych usług kontraktowych świadczonych przez nas wzrosła r/r o 2,7% do 12.230.798 na koniec 3Q14. Wzrost ten jest efektem przede wszystkim wzrostu o 38,9% 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 wprowadzenie oferty nielimitowego Internetu PowerLTE oraz dynamicznie rosnącą liczbą użytkowników Internetu w Polsce.
  - łączna liczba świadczonych usług kontraktowych płatnej telewizji wzrosła w 3Q14 o 4,4%, do 4.344.773, m.in. na skutek istotnego wzrostu liczby świadczonych usług Multiroom. Jednocześnie spadła liczba świadczonych usług telefonii komórkowej, z poziomu 6.834.719 na koniec 3Q13 do poziomu 6.617.382 na koniec 3Q14, co jest efektem m.in. dojrzałości i wysokiej konkurencyjności polskiego rynku telefonii mobilnej. Wierzymy, że dalsze nasycenie bazy naszych klientów usługami łączonymi, w tym produktem SmartDOM, będzie miało pozytywny wpływ na wzrost ilości świadczonych przez nas usług kontraktowych w przyszłości.
  - W 3Q14 średni miesięczny przychód na klienta spadł r/r o 1,2% do 86,5 zł. Dynamika odnosi się do okresu sprzed włączenia Polkomtela do Grupy Cyfrowego Polsatu.
  - Dzięki naszym skutecznym programom utrzymaniowym, wskaźnik odpływu klientów spadł do poziomu 8,8% w 12 miesięcznym okresie zakończonym 30 września 2014 roku w porównaniu do 9,0% w okresie 12 miesięcy zakończonych 30 września 2013 roku.
  - Na koniec 3Q14 na jednego klienta z naszej bazy przypadało 1,98 aktywnych usług kontraktowych, co stanowi wzrost o 4,4% w porównaniu do 1,89 na koniec 3Q13. 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 na ARPU klienta kontraktowego. Od momentu uruchomienia w połowie lutego 2014 roku do końca trzeciego kwartału z oferty tej skorzystało ponad 380 klientów, którzy posiadali łącznie ponad 1,2 mln aktywnych usług (RGU). Wskaźnik nasycenia RGU na jednego klienta w tej grupie na koniec 3Q14 wynosił 3,15. Mając na uwadze długoterminowy cel Grupy, jakim jest maksymalizacja przychodu na klienta kontraktowego poprzez dosprzedaż dodatkowych produktów i usług, program smartDOM doskonale wpisuje się w realizację strategii.



# Podsumowanie wyników za 3Q 2014 r. dla analityków i inwestorów



## • Usługi przedpłacone

- Liczba świadczonych przez nas aktywnych usług przedpłaconych spadła na koniec 3Q14 r/r o 10,6% do 4.219.194. Spadek ten spowodowany był przede wszystkim zmniejszeniem liczby świadczonych usług przedpłaconych telefonii komórkowej przy jednoczesnym wzroście liczby świadczonych w modelu przedpłaconym usług szerokopasmowego dostępu do Internetu.
- Średni miesięczny przychód na RGU prepaid wynosił 18,3 zł w 3Q14 i pozostał na praktycznie niezmiennym poziomie w stosunku do analogicznego okresu 2013 roku.

## Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

	3Q		
	2014	2013	Zmiana %
<b>Udział w oglądalności<sup>1</sup>, w tym:</b>	<b>24,14%</b>	<b>21,58%</b>	<b>11,86%</b>
POLSAT (kanał główny)	12,79%	13,16%	-2,81%
Kanały tematyczne	11,35%	8,42%	34,80%
<b>Udział w rynku reklamy<sup>2</sup></b>	<b>26,3%</b>	<b>24,1%</b>	<b>9,1%</b>
<b>Wydatki na reklamę telewizyjną<sup>3</sup> (mln PLN)</b>	<b>753</b>	<b>688</b>	<b>9,5%</b>

<sup>1</sup> NAM, udział w oglądalności w grupie wszyscy 16-49 lat, cała doba

<sup>2</sup> Szacunki własne na podstawie danych Starlink;

<sup>3</sup> Starlink, reklama spotowa i sponsoring

## • Bardzo dobre wyniki oglądalności jesiennej ramówki

- Kanał główny liderem oglądalności w grupie komercyjnej
- Grupa Polsat zanotowała najwyższy udział oglądalności głównie dzięki:
  - Sukcesowi jesiennej ramówki
  - Sukcesowi kanałów Polsat Volleyball
  - Dołączeniu do grupy kanałów TV4 i TV6 (lipiec, sierpień)
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy TV Polsat wzrosły znacznie szybciej niż rynek, dzięki dynamicznie rosnącym przychodom z reklamy dotychczasowych kanałów grupy oraz konsolidacji od września 2013 r. wyników TV4 i TV6. Dzięki temu nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł r/r z 24,1% do 26,3% w 3Q14.
- Podtrzymujemy nasze oczekiwania na 2014 r. dotyczące średniego jednocyfrowego wzrostu wartości rynku reklamowego.

