

# Podsumowanie wyników za 2Q 2018 r. dla analityków i inwestorów



- Począwszy od dnia 1 stycznia 2018 r. Grupa jest zobowiązana do stosowania standardu MSSF 9 *Instrumenty Finansowe* oraz standardu MSSF 15 *Przychody z umów z klientami*. Grupa podjęła decyzję, że zastosuje standard MSSF 15 bez przekształcania danych porównawczych z roku 2017. Celem zapewnienia pełnej porównywalności danych za 2Q'17 i 2Q'18, dane finansowe w rachunku zysków i strat za 2Q'18 zostały przedstawione w dwóch ujęciach – zgodnie z dotychczas obowiązującym standardem MSR 18 oraz zgodnie z nowo obowiązującymi standardami MSSF 9 i MSSF 15.
- W opinii Zarządu oceniając efekty działalności operacyjnej i wyniki finansowe Grupy w ujęciu rok do roku należy przede wszystkim zachować porównywalność w zakresie zastosowanych standardów sprawozdawczości. W szczególności porównywanie wyników finansowych roku 2018 zaraportowanych przy zastosowaniu standardów MSSF 9 i MSSF 15 do wyników finansowych roku 2017 zaraportowanych na bazie dotychczasowych standardów sprawozdawczości (MSR 18) w opinii Zarządu prowadziło będzie do wyciągania błędnych wniosków co do faktycznej kondycji wyników finansowych Grupy.
- Przychody Grupy Polsat w 2Q'18 na bazie poprzednio obowiązujących standardów rachunkowości i bez uwzględnienia Grupy Netia zanotowały wzrost o 0,3% r/r, osiągając poziom **2.477 mln PLN (podczas gdy przychody uwzględniające wpływ MSSF 15 i wyniki Grupy Netia wyniosły 2.603 mln PLN)**. Na dynamikę zmiany przychodów wpływ miał w głównej mierze:
  - Spadek **przychodów detalicznych od klientów indywidualnych i biznesowych** przede wszystkim na skutek ujęcia niższych przychodów z usług głosowych. Na erozję przychodów z usług głosowych wpłynęła m.in. implementacja regulacji *Roam Like at Home*, zgodnie z którą detaliczne stawki roamingowe zostały zrównane ze stawkami krajowymi począwszy od czerwca 2017 r. oraz zmiana sposobu oferowania sprzętu dla klientów detalicznych. Spadek ten został częściowo skompensowany wyższymi przychodami z usług płatnej telewizji oraz wyższymi przychodami z tytułu transmisji danych.
  - Wzrost **przychodów hurtowych** przede wszystkim w wyniku przychodów z reklamy, wynikających z włączenia do portfolio Grupy nowych kanałów telewizyjnych oraz wyższych przychodów z tytułu połączeń międzyoperatorskich (interconnect), wynikających ze wzrostu wolumenu ruchu wymienianego z innymi sieciami.
  - Nieznacznie niższe **przychody ze sprzedaży sprzętu** głównie na skutek niższego wolumenu sprzedaży urządzeń końcowych, co znalazło swoje odzwierciedlenie również w niższym koszcie własnym sprzedanego sprzętu.
- Koszty Grupy 2Q'18 na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości i bez uwzględnienia Grupy Netia wyniosły **1.987 mln PLN** i wzrosły r/r 1,2% (**koszty uwzględniające wpływ MSSF 15 i wyniki Grupy Netia wyniosły 2.127 mln PLN**). Na ich wysokość miał wpływ w głównej mierze:
  - Wzrost **kosztów technicznych** głównie w wyniku wyższych kosztów zakupu ruchu w roamingu międzynarodowym związanych z istotnym wzrostem wolumenu ruchu generowanego przez Polaków w ramach roamingu międzynarodowego (efekt regulacji *Roam Like at Home*), jak również z rosnących kosztów Interconnect wynikających z wyższego wolumenu połączeń zakańczanych przez naszych klientów w sieciach innych operatorów.
  - Spadek **amortyzacji** m.in. w wyniku zakończenia okresu amortyzacji części wartości niematerialnych rozpoznanych podczas transakcji zakupu Polkomtelu w 2014 r., co zostało częściowo zniwelowane skróceniem okresu amortyzacji wybranych środków trwałych.
  - Spadek **kosztu własnego sprzedanego sprzętu** na skutek niższego wolumenu sprzedanych urządzeń końcowych.
  - Wzrost **kosztów kontentu** spowodowany ujęciem wyższych kosztów produkcji własnej, m.in. w wyniku ujęcia kosztów nowo nabytych kanałów telewizyjnych, oraz wyższych kosztów licencji programowych, co związane było z rosnącą popularnością pakietów programowych typu „premium” wśród naszych klientów płatnej telewizji
  - Wzrost **wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników** w wyniku m.in. dokonanych akwizycji i wiążącego się z tym wzrostu zatrudnienia na poziomie Grupy, wzrostu średniego wynagrodzenia w przeliczeniu na etat (wraz z rezerwą na premie) oraz większego zakresu szkoleń dla pracowników.
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy TV Polsat w 2Q'18 wzrosły r/r o 4,5% do poziomu **321 mln PLN**, podczas gdy w tym czasie cały rynek reklamy telewizyjnej zanotował wzrost o 7,9%. Poziom przychodów Grupy TV Polsat był pod wpływem silnego oddziaływania transmisji Mistrzostw Świata w piłce nożnej Rosja 2018, emitowanych w czerwcu i lipcu b.r. na antenach otwartych nadawcy publicznego TVP.
- EBITDA Grupy Polsat na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości i bez uwzględnienia Grupy Netia, wynosząca **928 mln PLN**, zanotowała spadek r/r o 3,7%, przy marży EBITDA na poziomie **37,5%**. **EBITDA uwzględniająca wpływ MSSF 15 i wyniki Grupy Netia wyniosła 946 mln PLN, przy marży EBITDA na poziomie 36,4%**. W 2Q'18 wynik EBITDA pozostał pod negatywnym wpływem regulacji *Roam Like at Home*, która przełożyła się na obniżenie marży uzyskiwanej na usługach roamingu międzynarodowego o kwotę 22 mln zł w ujęciu r/r.



# Podsumowanie wyników za 2Q 2018 r. dla analityków i inwestorów



- Zysk operacyjny Grupy Polsat (EBIT) na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości i bez uwzględnienia Grupy Netia wyniósł **488 mln PLN** i spadł r/r o 5,5%. **EBIT uwzględniający wpływ MSSF 15 i wyniki Grupy Netia wyniósł 476 mln PLN.**
- Koszty finansowe na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości i bez uwzględnienia Grupy Netia spadły r/r o 12,8% m.in. w wyniku niższych kosztów odsetek od kredytów i obligacji, co jest efektem harmonogramowych spłat Połączonego SFA dokonywanych w trakcie 2017 roku, jak również konsekwentnie prowadzonej polityki delewarowania Grupy.
- Zysk netto Grupy na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości i bez uwzględniania wyników Grupy Netia spadł o 10,2% do **253 mln PLN. Zysk netto uwzględniający wpływ MSSF 15 i wyniki Grupy Netia wyniósł 231,4 mln PLN.**
- Skorygowany FCF po odsetkach za 2Q'18 wyniósł **394 mln PLN** (w okresie 12-miesięcznym **1.411 mln PLN**).
- Główny kowenant – całkowity dług netto/EBITDA LTM w 2Q'18 osiągnął poziom **2,91x**.
- Kluczowe wskaźniki operacyjne w 2Q'18 (bez uwzględnienia konsolidacji wyników Grupy Netia):
  - Całkowita liczba RGU na poziomie **16,699 mln**, z czego 83,4% RGU świadczonych w modelu kontraktowym,
  - Baza klientów kontraktowych wyniosła **5,724 mln**,
    - o ARPU na klienta utrzymało się na niezmiennym r/r poziomie **89,6 zł**,
    - o **Po zastosowaniu aktualnie obowiązującego standardu MSSF 15** raportowane ARPU kontraktowe wyniosło **82,9 PLN** w 2Q'18, **rosnąc r/r o 2,1%** w porównaniu do poziomu 81,2 zł w 2Q'17,
    - o Wskaźnik nasycenia RGU na klienta – **2,43x** i pozostaje w trendzie wzrostowym,
    - o Wskaźnik churn w trendzie spadkowym, osiągając niski poziom **8,3%**.
  - Wzrost całkowitej bazy usług kontraktowych r/r o **510 tys.** (3,8%)
    - o Wzrost r/r o **287 tys.** (4,2%) RGU telefonii komórkowej to efekt korzystnego wpływu strategii multiplay, oraz dobrego przyjęcia przez klientów nowych prostych taryf Plusa wprowadzonych w lutym 2018 r., wspartych dobrą sprzedażą w segmencie B2B (m2m). Korzystne saldo przenoszalności numerów (Mobile Number Portability) do spółek z Grupy Polsat utrzymuje się w ostatnich miesiącach.
    - o Wzrost r/r o **192 tys.** (4,0%) RGU płatnej telewizji, dzięki utrzymującemu się popytowi na usługę Multiroom oraz dobrze sprzedającym się płatnym usługom OTT,
    - o Wzrost r/r o **31 tys.** (1,8%) RGU Internetu mobilnego.
  - Kontynuacja strategii multiplay:
    - o Skuteczna strategia skutkuje stabilnym wzrostem liczby klientów usług wiązanych o 83 tys. q/q w 2Q'18,
    - o Łączna liczba klientów korzystających z ofert pakietowych przekroczyła poziom 1,66 mln,
    - o Liczba RGU posiadanych przez klientów usług wiązanych rośnie do 4,94 mln,
    - o Bardzo niski poziom churn, głównie dzięki naszej strategii multiplay.
  - Stabilizacja bazy prepaid przy wysokim ARPU:
    - o Stabilna baza na poziomie 2,8 mln usług, odzwierciedlająca rzeczywistą liczbę użytkowników,
    - o Wysokie ARPU na stabilnym wysokim poziomie **20,4 zł** w 2Q'18



# Podsumowanie wyników za 2Q 2018 r. dla analityków i inwestorów



## Wyniki finansowe Grupy Cyfrowego Polsatu zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem MSSF 15 oraz konsolidacją wyników Grupy Netia

w mln PLN	2Q'18	Konsensus rynkowy <sup>1</sup>	Różnica
<b>Przychody ze sprzedaży, w tym:</b>	<b>2.603</b>	<b>2.561</b>	<b>1,6%</b>
- Przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych	1.482	n/d	n/d
- Przychody hurtowe	738	n/d	n/d
- Przychody ze sprzedaży sprzętu	342	n/d	n/d
- Pozostałe przychody	41	n/d	n/d
<b>Koszty operacyjne, w tym:</b>	<b>2.127</b>	<b>n/d</b>	<b>n/d</b>
- Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich	578	n/d	n/d
- Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja	471	n/d	n/d
- Koszt własny sprzedanego sprzętu	282	n/d	n/d
- Koszty kontentu	323	n/d	n/d
- Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta	224	n/d	n/d
- Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	169	n/d	n/d
- Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności	18	n/d	n/d
- Pozostałe koszty	62	n/d	n/d
<b>EBITDA</b>	<b>946</b>	<b>927</b>	<b>2,1%</b>
Marża EBITDA	36,4%	36,2%	0,2pkt%
EBIT	476	449	5,8%
Zysk netto	231	260	-11,1%

<sup>2</sup> w oparciu o prognozy: BDM, BZ WBK, DM BOŚ, DM mBanku, ERSTE, Haitong, Ipopema, Pekao Investment Banking S.A., PKO BP, RCB, Trigon, Wood&Co

# Podsumowanie wyników za 2Q 2018 r. dla analityków i inwestorów



## Wyniki finansowe Grupy Cyfrowego Polsatu na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości (MSR 18) oraz bez wpływu konsolidacji wyników Grupy Netia

w mln PLN	2Q'18	Zmiana r/r
<b>Przychody ze sprzedaży, w tym:</b>	<b>2.477</b>	<b>0%</b>
- Przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych	1.484	-3%
- Przychody hurtowe	709	9%
- Przychody ze sprzedaży sprzętu	239	-2%
- Pozostałe przychody	46	11%
<b>Koszty operacyjne, w tym:</b>	<b>1.987</b>	<b>1%</b>
- Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich	521	8%
- Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja	439	-2%
- Koszt własny sprzedanego sprzętu	275	-14%
- Koszty kontentu	317	6%
- Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta	215	0%
- Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	146	9%
- Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności	18	12%
- Pozostałe koszty	55	12%
<b>EBITDA</b>	<b>928</b>	<b>-4%</b>
Marża EBITDA	37,5%	-1,5pkt%
EBIT	488	-6%
Zysk netto	253	-10%



# Podsumowanie wyników za 2Q 2018 r. dla analityków i inwestorów



## Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym <sup>2</sup>

	2Q		
	2018	2017	Zmiana %
<b>łącna liczba RGU (na koniec okresu)</b> (kontraktowe+przedpłacone)	<b>16.698.622</b>	<b>16.273.840</b>	<b>2,6%</b>
<b>USŁUGI KONTRAKTOWE</b>			
<b>łącna liczba RGU na koniec okresu, w tym:</b>	<b>13.929.804</b>	<b>13.419.539</b>	<b>3,8%</b>
Płatna telewizja, w tym:	5.027.520	4.835.534	4,0%
<i>Multiroom</i>	1.127.285	1.058.982	6,4%
Telefonia komórkowa	7.098.239	6.810.999	4,2%
Internet	1.804.045	1.773.006	1,8%
<b>Liczba klientów</b>	<b>5.724.492</b>	<b>5.819.386</b>	<b>(1,6%)</b>
ARPU na klienta wg MSR 18 [PLN]	89,6	89,6	0,0%
ARPU na klienta wg MSSF 15 [PLN]	82,9	81,2	2,1%
Churn na klienta	8,3%	8,6%	(0,3 pkt%)
Wskaźnik nasycenia RGU na jednego klienta	2,43	2,31	5,2%
<b>USŁUGI PRZEDPŁACONE</b>			
<b>łącna liczba RGU na koniec okresu, w tym:</b>	<b>2.768.818</b>	<b>2.854.301</b>	<b>(3,0%)</b>
Płatna telewizja	59.722	57.183	4,4%
Telefonia komórkowa	2.545.749	2.616.592	(2,7%)
Internet	163.347	180.526	(9,5%)
ARPU na RGU [PLN]	20,4	20,5	(0,5%)

- **łącna liczba usług** świadczonych przez Grupę zarówno w modelu kontraktowym, jak i przedpłaconym, wzrosła o 2,6% w ujęciu r/r, osiągając poziom 16,698 mln.
- Na koniec 2Q'18 usługi kontraktowe stanowiły 83,4% łącznej liczby świadczonych usług. Wskaźnik ten wzrósł z 82,5% przed rokiem.
- **Usługi kontraktowe:**
  - łącna liczba klientów kontraktowych wyniosła 5,724 mln na koniec 2Q'18 (-1,6% r/r), przede wszystkim na skutek konsolidacji kontraktów pod jedną wspólną umowę kontraktową w ramach gospodarstwa domowego, co znajduje odzwierciedlenie w rosnącym wskaźniku nasycenia RGU na jednego klienta (wzrost o 5,2% r/r).
  - Liczba usług kontraktowych świadczonych przez nas wzrosła o 510K do 13,930 mln na koniec 2Q'18 (+3,8% r/r). Zaobserwowaliśmy wzrost liczby wszystkich poszczególnych usług świadczonych w modelu kontraktowym. Wierzymy, że dalsze nasycenie bazy naszych klientów usługami łączonymi, w tym naszym

<sup>2</sup> KPI dotyczące segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym nie uwzględniają konsolidacji wyników Grupy Netia.

# Podsumowanie wyników za 2Q 2018 r. dla analityków i inwestorów



flagowym produktem smartDOM, do którego sukcesywnie dołączamy kolejne produkty, będzie miało pozytywny wpływ na wzrost liczby świadczonych przez nas usług kontraktowych w przyszłości.

- Liczba RGU płatnej telewizji wyniosła 5,028 mln na koniec 2Q'18, co stanowi wzrost r/r o 192K, czyli o 4,0%. Wzrost wynika głównie z rosnącej popularności usługi Multiroom (+68K r/r, do ponad 1,1 mln RGU) oraz dynamicznie rosnącej sprzedaży płatnych usług typu OTT.
- Liczba RGU telefonii komórkowej wzrosła r/r o 287K (+4,2%), osiągając poziom 7,098 mln na koniec 2Q'18, przede wszystkim w efekcie skutecznej realizacji strategii dosprzedaży usług do pojedynczego klienta oraz wprowadzenia do sprzedaży w lutym 2018 r. nowych, atrakcyjnych taryf adresowanych do klientów kontraktowych, jak również wysokiego popytu wśród klientów biznesowych (usługi m2m).
- Liczba RGU dostępu do szerokopasmowego Internetu mobilnego na koniec 2Q'18 wyniosła 1,804 mln i była wyższa r/r o 31K, czyli o 1,8%.
- Przy zastosowaniu poprzednich standardów raportowania (MSR 18) ARPU na klienta kontraktowego w 2Q'18 pozostało na niezmielonym r/r poziomie 89,6 zł.
- Przy zastosowaniu aktualnie obowiązujących standardów raportowania (MSSF 15) ARPU na klienta kontraktowego wzrosło o 2,1% do poziomu 82,9 zł w 2Q'18 z poziomu 81,2 zł odnotowanego w 2Q'17.
- Na dynamikę zmiany ARPU kontraktowego nadal negatywny wpływ miało przede wszystkim zrównanie na terenie Europejskiego Obszaru Gospodarczego stawek detalicznych za usługi roamingowe z cenami krajowymi począwszy od 15 czerwca 2017 r. (regulacja *Roam Like at Home*). Oczekujemy, że czynnik ten będzie nie przekładał już się na dynamikę ARPU kontraktowego w kolejnych kwartałach.
- Wskaźnik odplywu klientów (churn) spadł o 0,3 p.p. do poziomu 8,3% w 12-miesięcznym okresie zakończonym 30 czerwca 2018 r. w porównaniu do 8,6% w okresie 12 miesięcy zakończonych 30 czerwca 2017 r. Jest to przede wszystkim efekt wysokiej lojalności naszych klientów usług łączonych, co jest efektem skutecznej realizacji strategii multiplay.
- Nasza oferta usług łączonych, oparta o mechanizm udzielania atrakcyjnych rabatów na każdy dodatkowy produkt lub usługę z portfolio Grupy, cieszy się niesłabnącym zainteresowaniem i odnotowuje bardzo dobre wyniki sprzedaży, co pozytywnie przekłada się na poziom wskaźnika churn, wskaźnika nasycenia RGU na jednego klienta oraz ARPU klienta kontraktowego. Na koniec 2Q'18 z oferty usług łączonych korzystało już 1,655 mln klientów, co stanowi wzrost o 281K klientów, czyli o 20,4% r/r. Oznacza to, że na koniec 2Q'18 nasycenie naszej bazy klientów kontraktowych usługami łączonymi kształtowało się na poziomie 28,9%. Ta grupa klientów posiadała na koniec 2Q'18 łącznie 4,939 mln usług (RGU) – o 853K, czyli 20,9%, więcej niż rok wcześniej. W 1Q'18 znieśliśmy progi wejścia do programu smartDOM, udostępniając tym samym ofertę usług łączonych wszystkim klientom na identycznych warunkach, co przełożyło się korzystnie na dynamikę wzrostu bazy klientów usług multiplay i poziom ARPU dla całej bazy.

## • Usługi przedpłacone

- Liczba świadczonych przez nas aktywnych usług przedpłaconych spadła r/r o 85K, czyli o 3,0% do 2,769 mln na koniec 2Q'18. Wprowadzona w 2016 r. przez ustawodawcę regulacja narzuciła na klienta obowiązek rejestracji nowo zakupionych kart przedpłaconych, co spowodowało obserwowany na całym rynku znaczący spadek nowych aktywacji. Równocześnie dzięki postępującemu ujednocnieniu cen pomiędzy taryfami dla usług kontraktowych i przedpłaconych, istotna część klientów decyduje się skorzystać z oferty usług kontraktowych.
- W 2Q'18 ARPU na RGU prepaid wyniosło 20,4 zł w porównaniu do 20,5 zł w analogicznym okresie 2017 r. Obserwowana stabilizacja ARPU w segmencie usług przedpłaconych jest zgodna z naszymi oczekiwaniami.



# Podsumowanie wyników za 2Q 2018 r. dla analityków i inwestorów



## Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

	2Q		
	2018	2017	zmiana r/r
<b>Udział w oglądalności<sup>(1)</sup>, w tym:</b>	<b>24,16%</b>	<b>24,25%</b>	<b>-0,09pkt%</b>
POLSAT (kanał główny)	11,14%	12,61%	-1,47pkt%
Kanały tematyczne	13,01%	11,64%	+1,37pkt%
<b>Udział w rynku reklamy<sup>(2)</sup></b>	<b>26,7%</b>	<b>27,6%</b>	<b>-0,9pkt%</b>
<b>Wydatki na reklamę telewizyjną i sponsoring na całym rynku<sup>(3)</sup> (mln PLN)</b>	<b>1.204</b>	<b>1.115</b>	<b>+7,9%</b>
<b>Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy TV Polsat<sup>(4)</sup> (mln PLN)</b>	<b>321</b>	<b>307</b>	<b>+4,5%</b>

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

<sup>2</sup> Szacunki własne na podstawie danych Starcom

<sup>3</sup> Starcom, dane wstępne, reklama spotowa i sponsoring

<sup>4</sup> Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Starcom

- Oglądalność kanałów Grupy Polsat zgodna z założeniami strategicznymi Grupy pomimo przejściowego niekorzystnego wpływu Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej 2018.
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy TV Polsat w 2Q'18 wzrosły r/r o 4,5% do poziomu 321 mln PLN osiągając 26,7% udziału w rynku reklamy telewizyjnej. Na poziom przychodów Grupy TV Polsat miały wpływ Mistrzostwa Świata w piłce nożnej Rosja 2018, emitowane w czerwcu i lipcu na antenach otwartych nadawcy publicznego TVP.
- Podtrzymujemy nasze oczekiwania dotyczące średniego jednocyfrowego wzrostu rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu w całym 2018 roku.

