

Podsumowanie wyników za 1Q 2014 r. dla analityków i inwestorów

- Kontynuacja wzrostu przychodów Grupy Polsat w 1Q'14 o **4%** do **727 mln PLN** głównie dzięki:
 - wzrostowi organicznemu segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym, który zanotował wzrost przychodów r/r o 2%,
 - konsolidowanych od września 2013 roku wyników nowo nabytej spółki Polskie Media S.A.
- Niższe koszty r/r o **2%** (z wyłączeniem amortyzacji, utarty wartości i likwidacji) wygenerowane głównie w wyniku spadku kosztów:
 - sprzedanego sprzętu
 - amortyzacji licencji filmowych
 - dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta
- Grupa Telewizji Polsat zanotowała wzrost przychodów z reklamy telewizyjnej i sponsoringu na poziomie **13,5%**, w wyniku wzrostu organicznego oraz konsolidacji od września 2013 roku wyników TV4 i TV6 dzięki czemu udział Grupy w rynku wzrósł w 1Q'14 do poziomu **24,9%**.
- Wysoki poziom wyniku EBITDA Grupy Polsat wynoszący **281 mln PLN** oraz marży EBITDA **38,9%**.
- Neutralny wpływ kursu złotówki r/r w 1Q'14 na koszty wyrażone w walutach obcych, które w tym okresie stanowiły ok. **33%** kosztów operacyjnych Grupy (EUR i USD).
- Koszty finansowe osiągnęły poziom **109 mln PLN** w wyniku jednorazowego kosztu w wysokości 50 mln PLN wynikającego z rozliczenia kosztów pozyskania finansowania na zakup TV Polsat, co zostało częściowo zniwelowane niższym negatywnym efektem wyceny obligacji Senior Notes oraz niższymi kosztami obsługi długu (m.in. niższe odsetki dzięki wcześniejszej spłacie części długu w 3Q'12, 2Q'13 i 3Q'13).
- Zysk netto wyniósł **98 mln PLN**, przy efektywnej stopie podatkowej na poziomie **13%**.
- Główny kowenant - dług netto/EBITDA spadł na koniec 1Q'14 do **1,43x**, z poziomu 1,93x na koniec 1Q'13.
- Kluczowe wskaźniki operacyjne w 1Q'14:
 - Baza abonentów płatnej telewizji cyfrowej na koniec 1Q'14 wyniosła **3,53 mln**, z czego **76%** stanowili klienci pakietu Familijnego, a **24%** klienci pakietu Mini.
 - Średni przychód na abonenta (ARPU) pakietu Familijnego wzrósł r/r do **49,6 PLN**, zaś pakietu Mini wzrósł do **13,6 PLN**.
 - Wskaźnik churn (blended) na poziomie **9,3%**.
 - Liczba użytkowników usługi dostępu do Internetu wzrosła do **255 tys.**
 - Udział kanałów Grupy Telewizji Polsat w oglądalności wyniósł **22,5%**, zaś udział w rynku reklamy telewizyjnej **24,9%**.

Wyniki finansowe Grupy Cyfrowego Polsatu

w mln PLN	1Q 2014	zmiana r/r	Konsensus rynkowy*	Różnica
Przychody, w tym:	726,7	3,9%	726,8	0,0%
- Przychody od klientów indywidualnych	468,1	3,6%	n/a	n/a
- Przychody z reklamy i sponsoringu	211,6	14,8%	n/a	n/a
- Przychody od operatorów kablowych i satelitarnych	25,0	0,4%	n/a	n/a
- Przychody ze sprzedaży sprzętu	7,9	-39,8%	n/a	n/a
- Pozostałe przychody	14,1	-44,0%	n/a	n/a
EBITDA	281,4	14,7%	256,9	9,5%
Marża EBITDA	38,9%	3,7pkt%	35,3%	3,6pkt%
EBIT	218,9	18,6%	190,7	14,8%
Zysk netto	98,2	3,2%	87,6	12,0%
Capex/przychody (%)	5,5%	0,5pkt%	n/a	n/a

* w oparciu o prognozy: BDM, BZ WBK, Deutsche Bank, DM mBanku, Erste, Espirito Santo, IDMSA, ING, PKO BP, Raiffeisen, Trigon, UniCredit

Segment usług świadczonych klientom indywidualnym

	1Q		
	2014	2013	Zmiana
Użytkownicy usług płatnej telewizji cyfrowej			
Liczba abonentów na koniec okresu, z czego:	3.527.519	3.555.806	-0,8%
Pakiet Familijny	2.672.804	2.750.438	-2,8%
Pakiet Mini	854.715	805.368	6,1%
Wskaźnik odpływu abonentów, z czego:	9,3%	8,7%	0,6 pkt%
Pakiet Familijny	9,2%	9,1%	0,1 pkt%
Pakiet Mini	9,8%	7,3%	2,5 pkt%
Średni miesięczny przychód na abonenta (ARPU), (PLN), z czego:	40,9	40,3	1,5%
Pakiet Familijny (PLN)	49,6	48,2	2,9%
Pakiet Mini (PLN)	13,6	13,2	3,0%
Użytkownicy usług dostępu do Internetu na koniec okresu	255.205	173.187	47,4%

- Stabilny poziom bazy abonentów usług płatnej telewizji cyfrowej oraz niski wskaźnik odpływu klientów, dzięki wysokiej satysfakcji klientów oraz skutecznym programom lojalnościowym.
- 85% naszych abonentów posiada dekoder HD, zaś prawie 20% korzysta z usługi Multiroom.
- ARPU kontynuuje trend wzrostowy r/r, wynikający z pozyskiwania coraz większej ilości klientów pakietów premiowych, jak również usług dodatkowych (np. Multiroom, VoD).
- Liczba klientów naszej usługi internetowej wzrosła do 255 tys., co przełożyło się na znaczący wzrost przychodów z usług telekomunikacyjnych.
- Według naszych szacunków w 1Q14 r. liczba użytkowników witryny/aplikacji IPLA wyniosła średnio-miesięcznie około 4,2 miliona.

Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

	1Q		
	2014	2013	Zmiana %
Udział w oglądalności¹, w tym:	22,50%	20,20%	11,39%
POLSAT (kanał główny)	13,20%	14,56%	-9,34%
Kanały tematyczne	5,75%	5,64%	1,95%
Polskie Media (TV4/TV6)	3,55%	-	-
Udział w rynku reklamy²	24,9%	23,0%	8,4%
Wydatki na reklamę telewizyjną³ (mln PLN)	832	794	4,7%

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 Grupy Telewizji Polsat w 1Q'14:**
 - kanał główny ponownie liderem oglądalności pomimo postępującego procesu fragmentaryzacji rynku oraz transmisji w 1Q'14 przez kanały z grupy TVP Olimpiady zimowej w Soczi
 - oglądalność pozostałych kanałów grupy wzrosła r/r o 65%, głównie dzięki dołączeniu do grupy kanałów TV4 i TV6
- **Organiczny wzrost przychodów z reklamy i sponsoringu wsparty konsolidacją nowo nabytych kanałów TV4 i TV6, dzięki czemu udział Grupy w rynku wzrósł w 1Q'14 do poziomu 24,9%.**
- **Podtrzymujemy nasze oczekiwania na 2014 r. dotyczące średniego jednocyfrowego wzrostu wartości rynku reklamowego.**

Cele Grupy Cyfrowego Polsatu na 2H'14

- Konsolidacja wyników nowej grupy począwszy od 7 maja 2014 r.
- Zmiana w sposobie prezentacji i raportowania wyników:
 - osobna komunikacja nowego sposobu raportowania jeszcze przed publikacją wyników za 2Q'14
 - pierwszy raport nowej grupy 28 sierpnia 2014 r.
- Kontynuacja procesu integracji Cyfrowego Polsatu i Polkomtelu
- Kolejne wdrożenia wspólnych inicjatyw sprzedażowych oraz rozwój nowych produktów grupy