



# Wyniki finansowe 1H'2014

28 sierpnia 2014 r.

Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat S.A.



# Oświadczenie



Informacje zawarte w niniejszej prezentacji mogą zawierać stwierdzenia odnoszące się do przyszłych oczekiwań, rozumiane jako wszystkie stwierdzenia (z wyjątkiem dotyczących faktów historycznych) w odniesieniu do naszych wyników finansowych, strategii biznesowej oraz celów i planów dotyczących przyszłej działalności (łącznie z planami odnośnie rozwoju naszych produktów i usług). Stwierdzenia te nie stanowią gwarancji przyszłych wyników oraz wiążą się z ryzykiem i brakiem pewności realizacji tych oczekiwań, gdyż ze swej natury podlegają wielu założeniom, ryzykom i niepewności. Rzeczywiste wyniki mogą zasadniczo różnić się od tych, które wyrażono lub których można oczekiwać na podstawie stwierdzeń odnoszących się do przyszłych oczekiwań. Nawet jeśli nasze wyniki finansowe, strategia biznesowa oraz cele i plany dotyczące naszej przyszłej działalności są zgodne z zawartymi w prezentacji stwierdzeniami dotyczącymi przyszłych oczekiwań, nie musi to oznaczać, że te stwierdzenia będą prawdziwe dla kolejnych okresów. Stwierdzenia te wyrażają nasze stanowisko na dzień sporządzenia prezentacji. Nie podejmujemy żadnego zobowiązania do publikowania jakichkolwiek korekt czy aktualizacji stwierdzeń zawartych w prezentacji w celu odzwierciedlenia zmian naszych oczekiwań, zmian okoliczności, na których oparte zostały te stwierdzenia czy też zdarzeń zaistniałych po dacie sporządzenia niniejszej prezentacji.

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. W poniższej prezentacji przedstawiony został nowy układ wskaźników operacyjnych (KPI) obejmujących naszą działalność w obszarach telekomunikacji i płatnej telewizji. Prezentowane wskaźniki operacyjne sprzed tego okresu mają jedynie charakter informacyjny oraz przedstawiają, jaki wpływ na wyniki operacyjne Grupy miałyby wyniki operacyjne grupy Metelem, a w szczególności Polkomteli, gdyby wchodziła ona 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.



# Spis treści



1. Najważniejsze wydarzenia
2. Działalność operacyjna
3. Realizacja synergii
4. Wyniki finansowe
5. Podsumowanie
6. Q&A



# 1. Najważniejsze wydarzenia

A horizontal bar composed of four colored segments: two orange and two green.

**Dominik Libicki**  
Prezes Zarządu

# Wydarzenia korporacyjne



- Finalizacja transakcji nabycia Metelem Holding Company Limited, pośrednio kontrolującej Polkomtel („Plus”)
  - Konsolidacja wyników finansowych począwszy od 7 maja 2014 r.
- Zakończenie I etapu refinansowania
  - Nowa umowa kredytowa CP
  - Spłata starego kredytu bankowego CP, umorzenie obligacji Senior Notes CP (7,125%), umorzenie obligacji PIK PLK (14,25%)
  - Efekt: znaczące obniżenie kosztów finansowania bieżącej działalności Grupy
- Kontynuacja procesu integracji operacyjnej pomiędzy Cyfrowym Polsatem i Polkomtelem
  - Powołanie z dniem 1 września 2014 r. Tobiasza Solorza na stanowisko członka zarządu Cyfrowego Polsatu<sup>(1)</sup> oraz Tomasza Szeląga na stanowisko członka zarządu Polkomtelu
- Projekt decyzji UKE dotyczącej rezerwacji pasma 1800 MHz na kolejne 15 lat, zakładający jednorazową opłatę w wysokości 365,4 mln PLN
  - Pasma wykorzystywane jest aktualnie do świadczenia usług 2G; trwają konsultacje dot. projektu decyzji

Nota: (1) Po zarejestrowaniu przez odpowiedni Sąd zmian w Statucie Spółki obejmie funkcję Wiceprezesa Spółki.



# Nowe produkty i usługi



- Nowa odsłona oferty SmartDOM, projektu sprzedażowego produktów i usług Grupy Polsat i Plusa, polegającego na oszczędzaniu przez dodawanie każdego następnego produktu w niższej cenie. Oferta obejmuje również usługi bankowe (PlusBanku) oraz energii elektrycznej (Plus Energetyka)
- Power LTE: nielimitowany Internet LTE
  - Realna konkurencja dla Internetu stacjonarnego
  - Abonament dostępny już od 29,90 zł
- Dalszy rozwój programu lojalnościowego Paszport Korzyści oferującego szeroki wachlarz korzyści dla klientów Cyfrowego Polsatu i Plusa
- Po raz pierwszy wprowadzamy model biznesowy – pop-up channels
  - Transmisja Mistrzostw Świata w Siatkówce Mężczyzn Polska 2014
  - Bezpłatny dostęp dla wszystkich klientów CP oraz posiadaczy Internetu LTE w PLK
  - W systemie płatnym oferta dostępna dla wszystkich operatorów kablowych i satelitarnych



# Nowe produkty i usługi, cd.



- Propozycja programowa na jesień to kontynuacja sukcesu wiosennej ramówki opartej o sprawdzone formaty, w tym m.in.: „Dancing with the Stars. Taniec z Gwiazdami”, „Twoja Twarz Brzmi Znajomo”, „Hell's Kitchen - Piekielna Kuchnia”, „TOP CHEF”, „Tylko muzyka. Must be the music”



- Nowy kanał tematyczny MUZO.TV poświęcony muzyce pop/rock - tym samym portfolio kanałów pod marką "Polsat" wzrośnie od 26 września 2014 r. do 26 kanałów, w tym 5 HD

- Dynamiczna migracja klientów naszej platformy satelitarnej do technologii MPEG-4 – skok technologiczny znacznie poprawiający jakość usługi i jednocześnie zwiększający elastyczność i efektywność wykorzystania wynajmowanej pojemności satelitarnej



# Zmiana sposobu raportowania KPI



- Raportowanie oparte o klienta oraz ilość aktywnych usług generujących przychody („RGU”)
  - Klient rozumiany jako osoba fizyczna lub podmiot gospodarczy
  - RGU zastępują dotychczasowo raportowane umowy/abonentów/karty SIM i obejmą główne usługi i produkty grupy – telefonia komórkowa, płatna telewizja, Internet
  - Prezentacja tylko tych RGU, które w okresie sprawozdawczym były aktywne i generowały przychody
- Usługi kontraktowe
  - Prezentacja liczby klientów kontraktowych
  - Prezentacja liczby RGU
  - ARPU liczone na klienta
  - Wskaźnik churn
  - Wskaźnik nasycenia RGU na klienta
- Usługi przedpłacone
  - Prezentacja liczby RGU wg europejskiego standardu raportowania telekomunikacyjnych usług przedpłaconych (definicja 90-dniowa)
  - ARPU na total RGU usług przedpłaconych
  - Informacyjnie – równoległa prezentacja liczby klientów pre-paid wg dotychczasowej praktyki polskiego rynku, dla celów porównawczych z wynikami konkurencji





# Doskonałe wyniki operacyjno-finansowe



- Doskonałe wyniki sprzedaży wsparte komunikacją oferty SmartDOM
- Stabilna baza klientów kontraktowych wynosząca 6,2 mln
  - ARPU klienta wyniosło 85,3 PLN
  - Wskaźnik nasycenia RGU na klienta wyniósł 1,93x i rośnie
  - Stabilny churn wynoszący 8,8%
- Wiodące udziały w oglądalności Telewizji Polsat wynoszące 23,6% oraz rosnący udział w rynku reklamy telewizyjnej do poziomu 24,8%
- Kontynuacja realizacji synergii operacyjnych i finansowych
- Solidne wyniki finansowe w 2Q'14
  - Przychody: 1,8 mld PLN
  - EBITDA: 709 mln PLN
  - Marża EBITDA: 40,6%




## 2. Działalność operacyjna

A horizontal decorative bar consisting of four segments: two orange and two green.

**Dominik Libicki**  
Prezes Zarządu

## 2. Działalność operacyjna

A horizontal bar composed of four segments: two orange and two green.

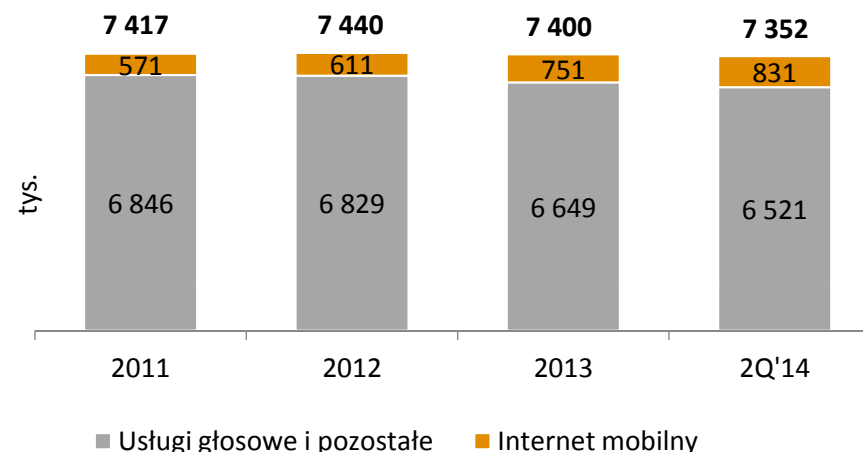
### 2.1 Segment usług świadczonych dla klientów indywidualnych i biznesowych

# Co by było gdyby Polkomtel nadal raportował jak typowy polski telekom?

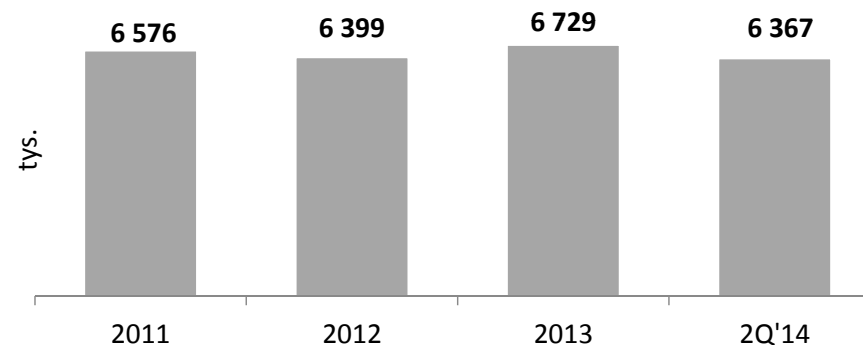


- Praktyką polskiego rynku telekomunikacyjnego jest raportowanie minimum 12 miesięcznej ważności kart przedpłaconych
- Łączna liczba raportowanych kart SIM klientów Polkomtela wg tak przyjętej praktyki wyniosła 13,7 mln
- Jednakże nasza grupa postanowiła dostosować raportowanie do standardu Komisji Europejskiej, stosującej 90-dniową definicję aktywności kart przedpłaconych, co wg nas pokazuje prawdziwy obraz rynku

## Karty SIM kontraktowe



## Karty SIM przedpłacone



# Nowe definicje



<b>RGU (Revenue Generating Unit)</b>	Pojedyncza, aktywna usługa płatnej telewizji, dostępu do Internetu lub telefonii komórkowej, świadczona w modelu kontraktowym lub przedpłaconym.
<b>Klient</b>	Osoba fizyczna, prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, posiadająca co najmniej jedną, aktywną usługę świadczoną w <b>modelu kontraktowym</b> .
<b>ARPU kontrakt</b>	Średni miesięczny przychód od <b>Klienta</b> wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym (uwzględnia przychody z interconnect).
<b>ARPU pre-paid</b>	Średni miesięczny przychód od <b>RGU pre-paid</b> wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym (uwzględnia przychody z interconnect).
<b>Churn</b>	<p>Rozwiązanie umowy z <b>Klientem</b> w drodze wypowiedzenia, windykacji lub innych działań, skutkujące tym, że po skutecznym rozwiązaniu umowy, Klient nie posiada żadnej aktywnej usługi świadczonej w modelu kontraktowym.</p> <p>Wskaźnik churn prezentuje stosunek liczby klientów, którym dezaktywowano ostatnią usługę (w drodze wypowiedzenia, jak i dezaktywacji w wyniku działań windykacyjnych lub z innych przyczyn) w okresie ostatnich 12 miesięcy do średniorocznej liczby klientów w tym 12 miesięcznym okresie.</p>
<b>Definicja użyciowa (90-dni dla RGU pre-paid)</b>	<p>Liczba raportowanych RGU usług przedpłaconych w ramach telefonii komórkowej oraz Internetu oznacza liczbę kart SIM, które w ciągu ostatnich 90 dni wykonały albo otrzymały połączenie, wysłały albo otrzymały SMS/MMS albo skorzystały z usług transmisji danych.</p> <p>W praktyce oznacza to, iż dana karta w okresie minionych 90 dni musiała być włożona do telefonu bądź innego urządzenia, które było uaktywnione i było w stanie wykonać bądź odebrać połączenie, wiadomość, sesję transmisji danych. Definicja użyciowa 90-dniowa eliminuje tym samym karty nieaktywne.</p> <p>Według powyższej definicji UKE corocznie zbiera dane operatorów mobilnych działających w Polsce, celem przygotowania przez Komisję Europejską porównania realnej penetracji mobilnymi usługami telekomunikacyjnymi w krajach Unii Europejskiej (tzw. raport Agendy Cyfrowej).</p>



# Grupa Cyfrowy Polsat – główne fakty<sup>(1)</sup>



**6,2 mln**  
klientów<sup>(2)</sup>

**16,2 mln RGU**

**12,0** usługi kontraktowe

**4,2** usługi przedpłacone

**1,93 RGU**

na klienta<sup>(2)</sup>

**85,3 PLN ARPU**

na klienta<sup>(2)</sup>



**10,6 mln** Telefon



**4,3 mln** Telewizja



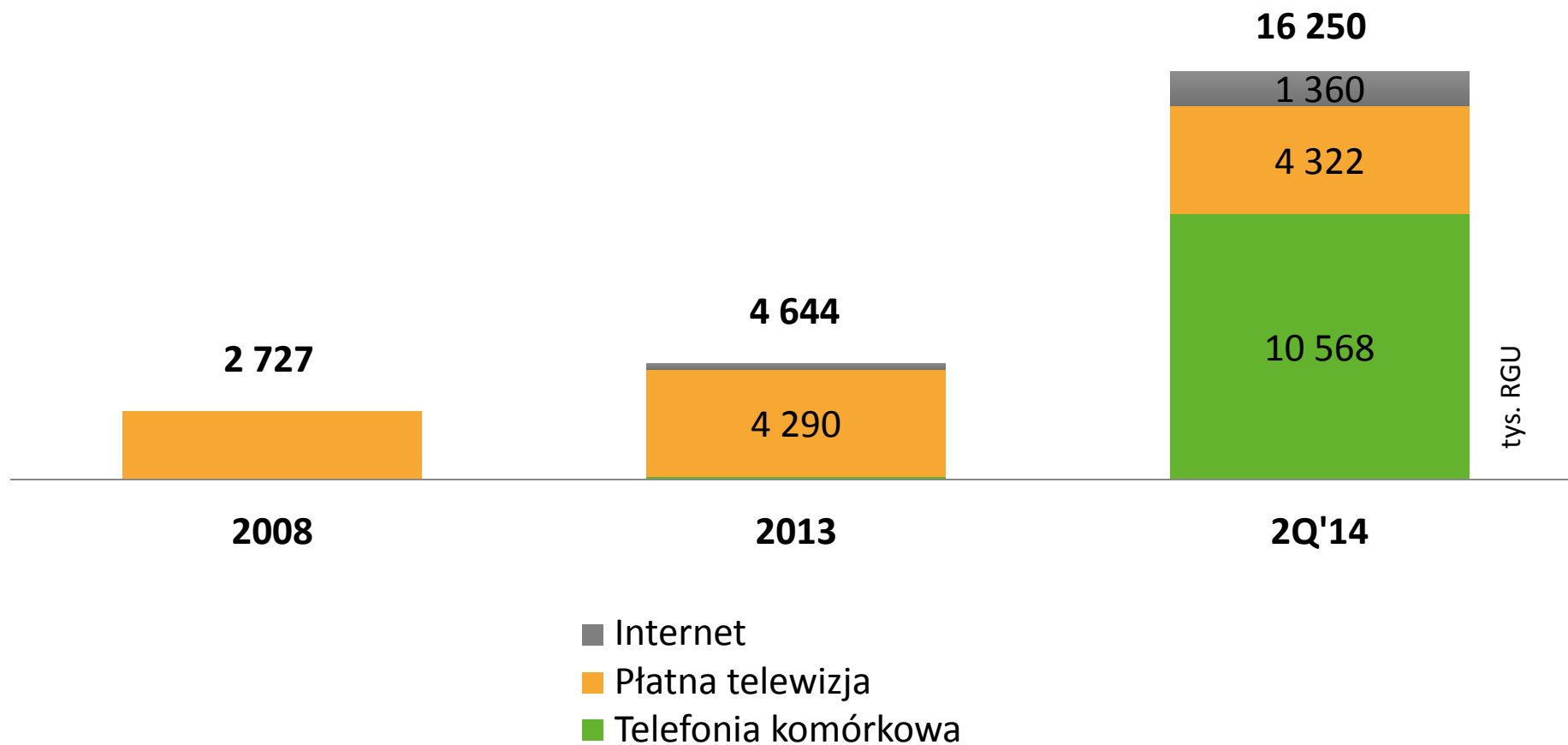
**1,4 mln** Internet

Nota: (1) Dane zaokrąglone

(2) Dotyczy klientów kontraktowych



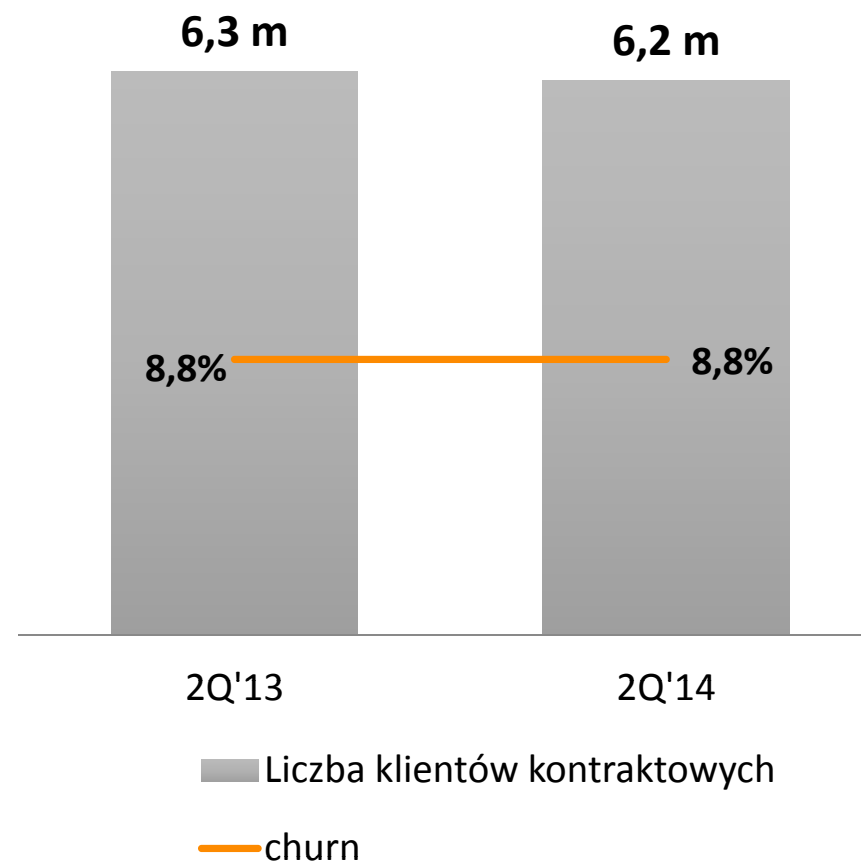
# Rozwój Grupy Cyfrowego Polsatu



# Lojalna baza klientów kontraktowych



- Baza unikalnych klientów kontraktowych stanowi fundament naszej strategii multiplay
- Stabilny wskaźnik churn
- Strategia maksymalizacji sprzedaży produktów i usług na jednego klienta:
  - ARPU na klienta wyniosło 85,3PLN
  - Wskaźnik nasycenia klienta kontraktowego liczbą RGU wyniósł 1,93

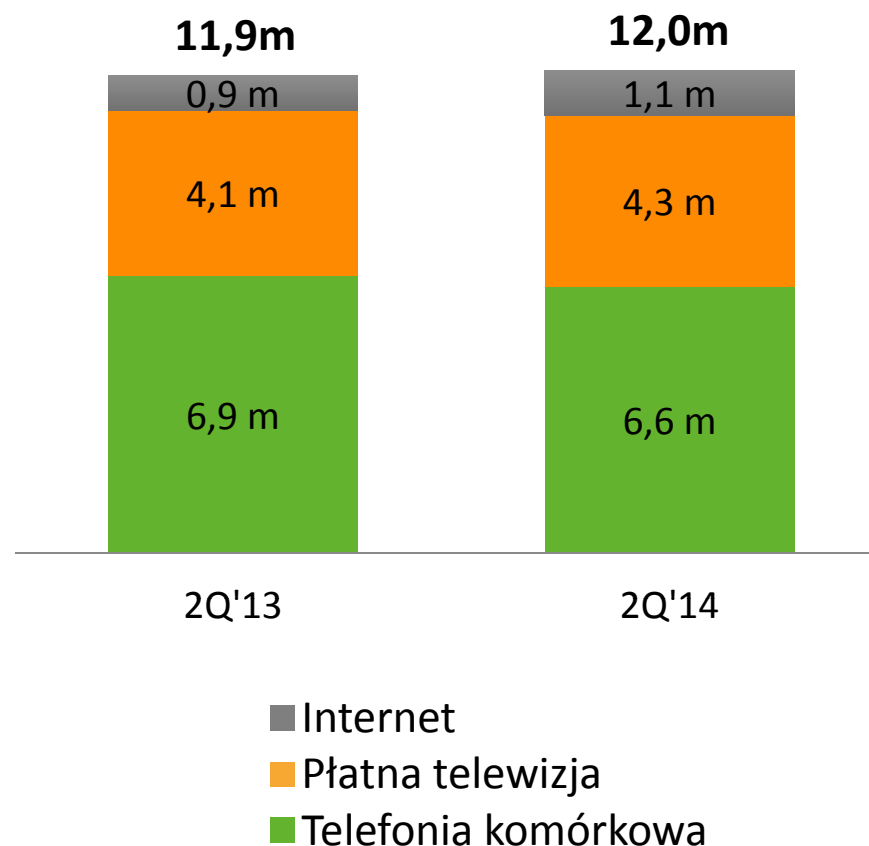




# Początek wzrostu usług kontraktowych



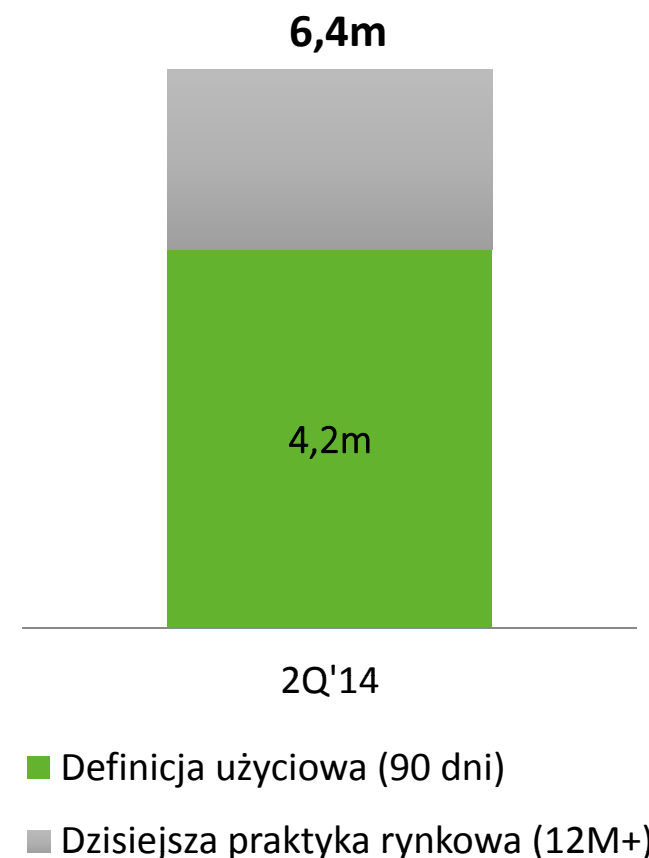
- Baza RGU usług kontraktowych głównie pod wpływem:
  - Cross-sellingu podstawowych usług do połączonej bazy klientów Cyfrowego Polsatu i Polkomtelu
  - Rosnącej roli Internetu mobilnego jako najczęściej wybieranego drugiego produktu w ramach programu SmartDOM
  - Usługi Multiroom będącej motorem dynamicznego wzrostu liczby aktywnych usług płatnej telewizji



# Nowa definicja raportowania RGU usług przedpłaconych



- Liczba raportowanych RGU usług przedpłaconych w ramach telefonii komórkowej oraz Internetu oznacza liczbę kart SIM, które w ciągu ostatnich 90 dni wykonały albo otrzymały połączenie, wysłały albo otrzymały SMS/MMS albo skorzystały z usług transmisji danych<sup>(1)</sup>



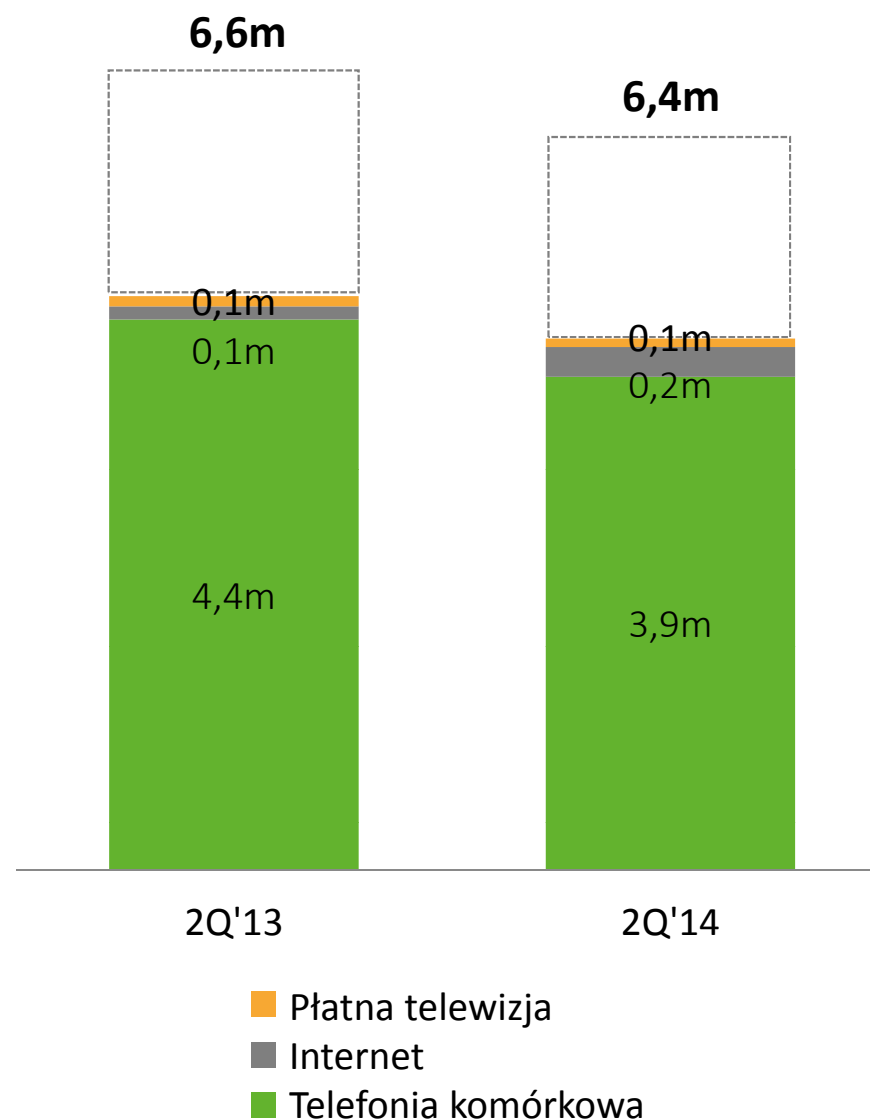
Nota: (1) Według powyższej definicji UKE corocznie zbiera dane operatorów mobilnych działających w Polsce, celem przygotowania przez Komisję Europejską porównania realnej penetracji mobilnymi usługami telekomunikacyjnymi w krajach Unii Europejskiej (tzw. raport Agencji Cyfrowej)



# Usługi przedpłacone



- Baza aktywnych klientów usług przedpłaconych stanowi stabilne źródło przychodów i potencjał migracji klientów do grupy klientów kontraktowych w przyszłości
- ARPU dla RGU usług przedpłaconych w 2Q'14 wyniosło 17,9 PLN
- Liczba kart SIM usług przedpłaconych wg praktyki polskiego rynku telekomunikacyjnego (12M+) w 2Q'14 wyniosłaby 6,4 mln



Nota: Liczba raportowanych RGU usług przedpłaconych w ramach telefonii komórkowej oraz Internetu oznacza liczbę kart SIM, które w ciągu ostatnich 90 dni wykonały albo otrzymały połączenie, wysłały albo otrzymały SMS/MMS albo skorzystały z usług transmisji danych



# Skuteczne wdrażanie strategii multiplay



- Doskonałe wyniki sprzedaży
  - W ofercie SmartDOM jest już ponad 300 tys. klientów (pozyskanych w okresie od połowy lutego do dnia dzisiejszego)
  - Liczba RGU posiadanych przez tę grupę klientów to ponad 1 mln
  - Pozytywny wpływ komunikacji na sprzedaż ofert standardowych (single-play)
- Program SmartDOM ma pozytywny wpływ na ARPU klienta kontraktowego



# Lider technologii LTE

1. Największy zasięg LTE  
- 67% populacji



2. Szeroki wachlarz urządzeń mobilnych



3. Power LTE – realna konkurencja dla Internetu stacjonarnego

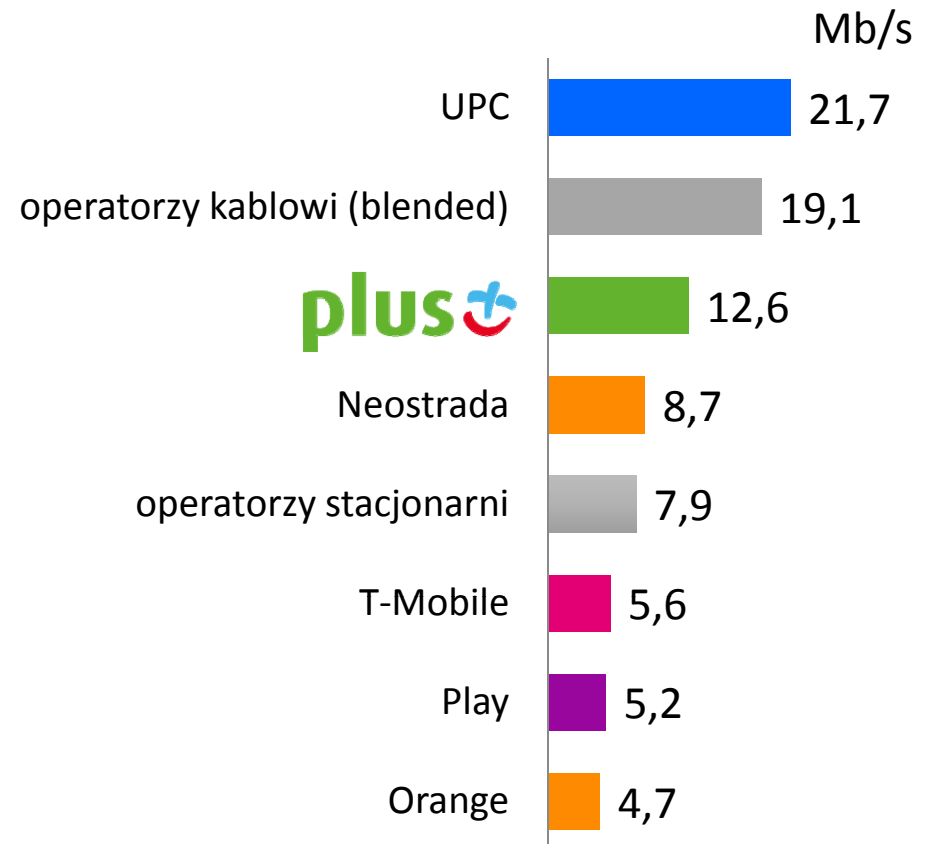


# Power LTE – więcej niż mobilny Internet



- Mamy najszybszy Internet mobilny spośród wszystkich operatorów komórkowych w Polsce oraz świadczymy najwyższą liczbę usług, łącznie wynoszącą 1,4 mln
- Dzięki swoim parametrom oraz nowoczesnym urządzeniom Power LTE może skutecznie konkurować z większością sieci stacjonarnych, stając się realną konkurencją Internetu domowego
- Umożliwiamy tym samym swoim obecnym i przyszłym klientom nieograniczony dostęp do treści video, również tych które sami produkujemy

## Niezależny ranking prędkości dostawców Internetu w Polsce



Źródło: opracowanie własne na podstawie Speed Test ([www.speedtest.pl](http://www.speedtest.pl)), pomiar z lipca 2014 r.



# Rosnące znaczenie video online



- Oglądanie treści audiowizualnych jest jedną z najczęstszych aktywności w sieci
- Mamy produkt, odpowiadający potrzebom naszych obecnych klientów oraz adresujący potencjał nowej generacji młodych widzów – pokolenia Internetu i nowoczesnych technologii
- Średniomiesięczna liczba użytkowników naszej platformy online w 2Q'14 wyniosła około 4,6 mln<sup>(1)</sup>
- Dzięki IPLA możemy efektywniej monetyzować zarówno zakupiony, jak i wyprodukowany przez nas контент



Nota: (1) na podstawie danych własnych Spółki



## 2. Działalność operacyjna



### 2.2 Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

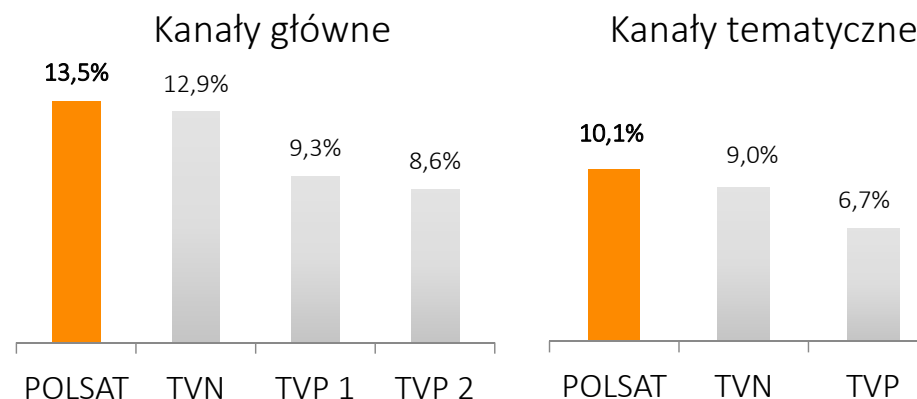


# Oglądalność naszych kanałów w 2Q'14

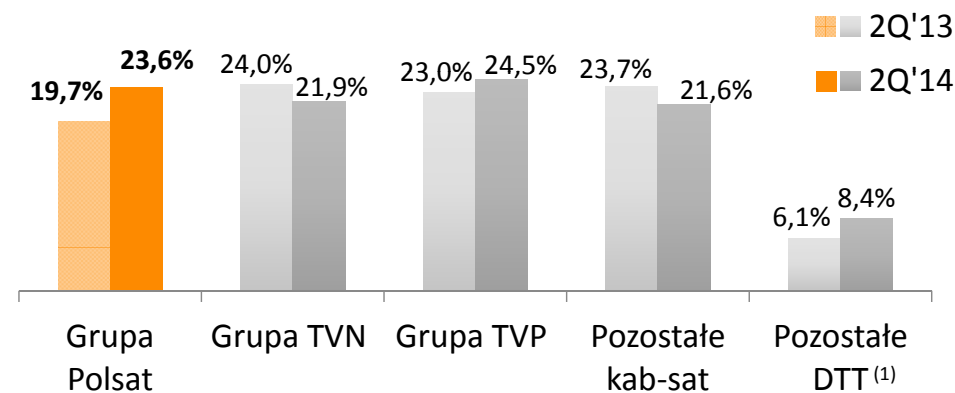


- Bardzo dobre wyniki oglądalności wiosennej ramówki
  - Utrzymana pozycja lidera kanału głównego pomimo postępującego procesu fragmentaryzacji rynku oraz transmisji w 2Q'14 przez kanały z grupy TVP mundialu w Brazylii
  - Oglądalność pozostałych naszych kanałów wzrosła głównie dzięki dołączeniu do grupy TV4 i TV6

## Udział w oglądalności



## Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, analizy wewnętrzne  
 Nota: (1) ATM Rozrywka, ESKA TV, Polo TV, TV Puls, Puls2, Stopklatka TV wzrost r/r o 37%

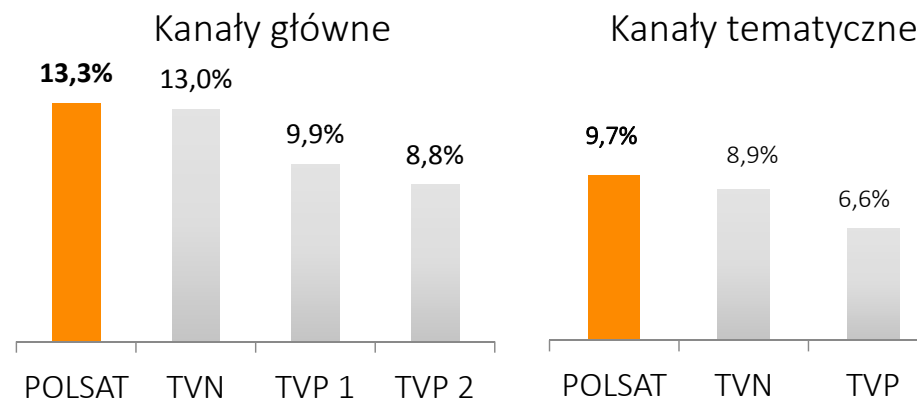


# Oglądalność naszych kanałów w 1H'14

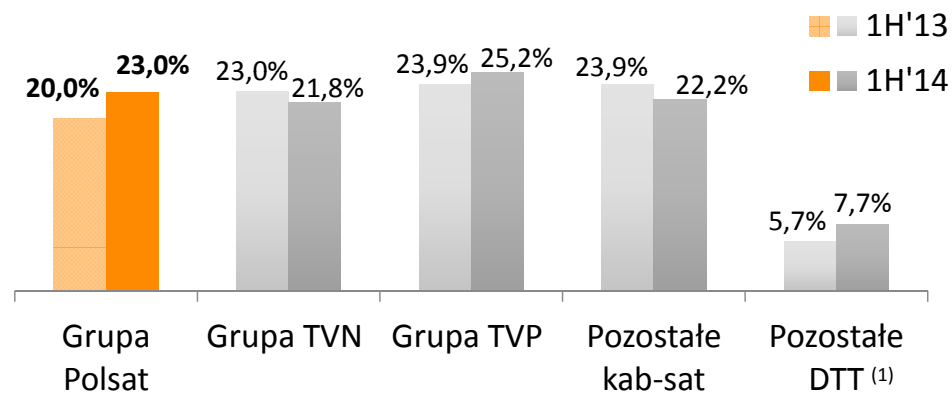


- Kanał główny ponownie liderem oglądalności w grupie komercyjnej
- Kontynuacja strategii grupy w segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej zakładającej utrzymanie łącznych udziałów w oglądalności

## Udział w oglądalności



## Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, analizy wewnętrzne  
 Nota: (1) ATM Rozrywka, ESKA TV, Polo TV, TV Puls, Puls2, Stopklatka TV wzrost r/r o 35%

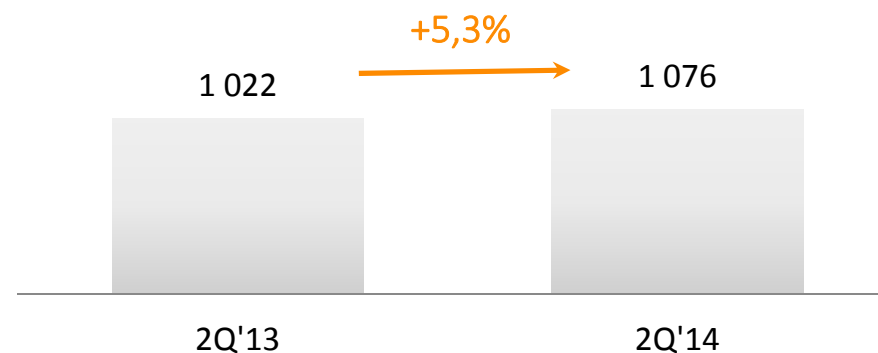


# Pozycja na rynku reklamy w 2Q'14

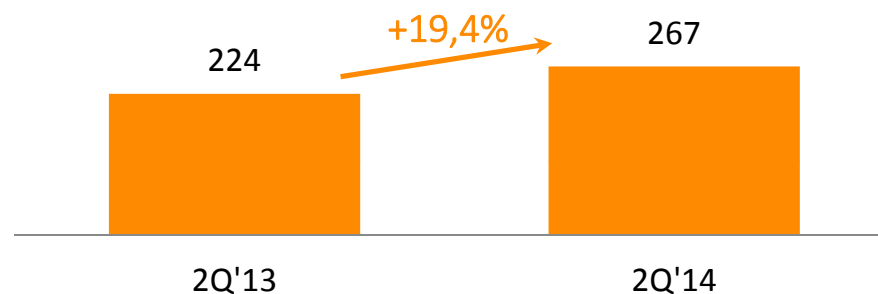


- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy TV Polsat rosną znacznie szybciej niż rynek, dzięki dynamicznie rosnącym przychodom z reklamy dotychczasowych kanałów grupy oraz konsolidacji od września 2013 r. wyników TV4 i TV6
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł do 24,8%

## Wydatki na reklamę i sponsoring



## Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat<sup>(1)</sup>



Źródło: Starlink, reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy wewnętrzne  
Nota: (1) Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Starlink

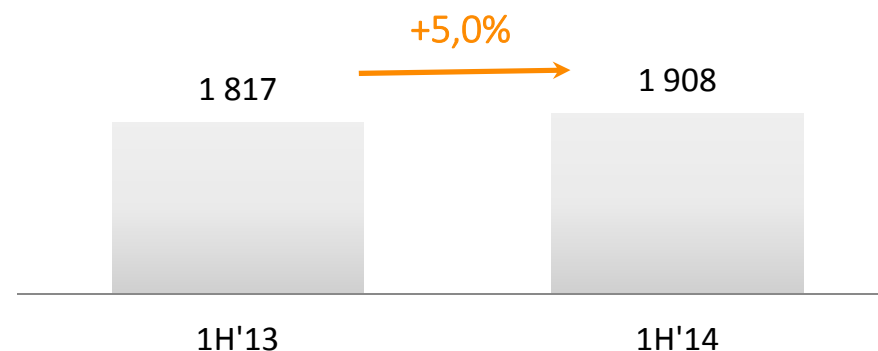


# Pozycja na rynku reklamy w 1H'14

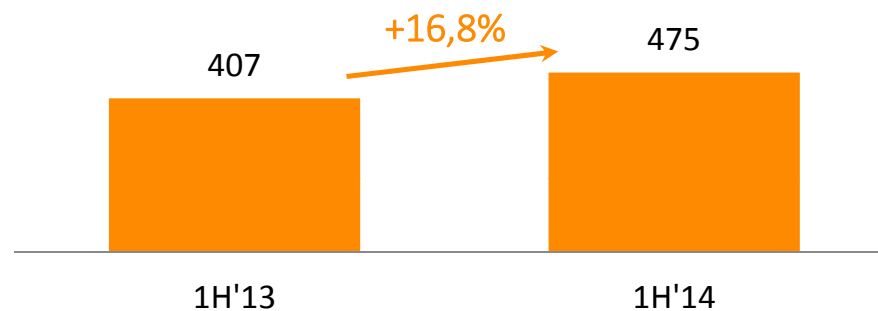


- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat zgodne z przyjętą strategią
- Dynamiczny wzrost głównie w wyniku konsolidacji od września 2013 roku wyników TV4 i TV6 dzięki czemu udział Grupy w rynku wzrósł w 1H'14 do poziomu 24,9%

## Wydatki na reklamę i sponsoring



## Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat<sup>(1)</sup>



Źródło: Starlink, reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy wewnętrzne  
Nota: (1) Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Starlink



# 3. Realizacja synergii

A horizontal bar composed of four colored segments: two orange segments on the left and two green segments on the right.

**Dominik Libicki**  
Prezes Zarządu

# Realizacja synergii



- Kontynuacja integracji operacyjnej Cyfrowego Polsatu i Polkomtelu
  - Powołanie Dominika Libickiego, Prezesa CP na stanowisko Wiceprezesa PLK
  - Powołanie Tobiasza Solorza, Prezesa PLK na stanowisko Wiceprezesa CP
  - Powołanie Tomasza Szeląga, Członka Zarządu CP na stanowisko Członka Zarządu PLK i powierzenie mu zarządzania finansami całej grupy kapitałowej
- Kontynuacja realizacji szeregu projektów mających na celu realizację zapowiadanych synergii, w następujących obszarach:
  - Marketing
  - Sprzedaż
  - Obsługa i utrzymanie klienta
  - IT
  - Finanse
- Realizacja zapowiadanych synergii finansowych
  - Nowa umowa kredytowa CP
  - Spłata starego kredytu bankowego CP, umorzenie obligacji Senior Notes CP (7,125%), umorzenie obligacji PIK PLK (14,25%)



# Średnioterminowe cele operacyjne



**Wspólne działania ofertowe**

**Cel zrealizowany**

**Wspólne Call Center**

Projekt w toku  
Oczekiwana finalizacja 2016

**Integracja systemów IT**

Projekt w toku  
Oczekiwana finalizacja 2016

**Jedna sieć sprzedaży**

Projekt w toku  
Oczekiwana finalizacja 2016



# Projekty w toku



## Marketing

- Monetyzacja bazy wspólnych klientów grupy poprzez maksymalizację sprzedaży usług w ramach SmartDOM
- Spójna strategia produktowa i cenowa dla poszczególnych produktów obydwu spółek
- Optymalizacja wydatków marketingowych – kampanie łączone dla marek PLK i CP
- Ujednolicenie marketingu oferty Internetu – Power LTE
- Optymalizacja struktury wydatków mediowych
- Optymalizacja struktury organizacyjnej oraz procesów wewnętrznych w ramach nowej grupy

## Obsługa i utrzymanie klienta

- Tworzenie wspólnego call center
- Realokacja zasobów do tańszych lokalizacji, rekrutacja w mniejszych miastach
- Uspójnienie standardów obsługi klienta – wyższa skuteczność, większa satysfakcja
- Unifikacja systemów prowizyjnych, skuteczniejsza motywacja konsultantów

## IT

- Efekt skali - wspólne zakupy hardware i software
- Integracja infrastruktury IT
- Wprowadzenie rozwiązań własnych CP obsługujących procesy ofertowo-sprzedażowe do PLK
- Uspójnienie architektury systemów IT
- Rozpoczęcie procesu unifikacji systemów, np. billingowych

## Sprzedaż

- Zwiększenie efektywności sprzedaży produktów CP i PLK w obu sieciach
- Zmniejszenie łącznej liczby punktów sprzedaży
- Uspójnienie procesów sprzedaży w ramach jednego punktu
- Budowa wspólnych systemów logistyczno-magazynowych
- Wspólne szkolenia i edukacja
- Unifikacja systemów prowizyjnych, skuteczniejsza motywacja sieci sprzedaży





# Efekty I etapu refinansowania



Obniżka średniego kosztu finansowania<sup>(1)</sup>

↓ **1 pkt %**

Oszczędności odsetkowe

**1,1 mld PLN**

łącznie do końca 2019 r.

Struktura walutowa

**było:**

PLN: 55%

EUR: 28%

USD: 17%

*(na koniec 1Q'14)*

**jest:**

PLN: **71%**

EUR: **17%**

USD: **12%**

*(na koniec 2Q'14)*

% realizacji synergii finansowych<sup>(2)</sup>

**90%**

Nowy guidance dla synergii finansowych

**700 mln PLN**

łącznie do końca 2019 r.

Nota: (1) Dotyczy łącznie zadłużenia grupy CP i grupy Metelem; bez hedgingu

(2) Uwzględnia pełne koszty refinansowania oraz inkrementalne oszczędności odsetkowe



# 4. Wyniki finansowe

A horizontal bar composed of four colored segments: two orange segments on the left and two green segments on the right.

**Tomasz Szelaąg**  
Członek Zarządu, CFO

# Zmiany prezentacji rachunku wyników



- Zmiany w układzie przychodów i kosztów operacyjnych mają na celu pogrupowanie dotychczas prezentowanych kategorii w ramach nowego rachunku wyników i nie mają one żadnego wpływu na uprzednio prezentowane przez Grupę Cyfrowy Polsat sumy przychodów i kosztów, wysokości EBITDA, ani zysku netto
- Przychody i koszty operacyjne nowej grupy obejmować będą:
  - Przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych
  - Przychody hurtowe
  - Przychody ze sprzedaży sprzętu
  - Pozostałe przychody ze sprzedaży
  - Koszty kontentu
  - Amortyzację, utratę wartości i likwidację
  - Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich
  - Koszt własny sprzedanego sprzętu
  - Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności
  - Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta
  - Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników
  - Inne koszty



# Wyniki finansowe grupy w 2Q'14



mIn PLN	2Q'14	zmiana r/r
Przychody	1.751	137%
Koszty <sup>(1)</sup>	1.042	116%
EBITDA	709	176%
Marża EBITDA	40,6%	5,6pkt%
Zysk netto	132	64%

- Wzrost przychodów, kosztów i EBITDA spowodowany głównie konsolidacją wyników grupy Metelem od 7 maja 2014 r.
- Wzrost marży EBITDA efektem konsekwentnej dyscypliny kosztowej oraz konsolidacji Metelem
- Poziom zysku netto pod wpływem kosztów odsetkowych grupy Metelem, jednorazowych kosztów związanych z wcześniejszą spłatą kredytu terminowego CP oraz obligacji Senior Notes CP

Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2014r. oraz analizy wewnętrzne  
Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



# Wyniki segmentu usług świadczonych dla klientów indywidualnych i biznesowych w 2Q'14



mIn PLN	2Q'14	zmiana r/r
Przychody	1.466	204%
Koszty <sup>(1)</sup>	873	170%
EBITDA	593	271%
Marża EBITDA	40,6%	7,4 pkt%
Zysk netto	162	(43%)

- Wzrost przychodów, kosztów i EBITDA spowodowany głównie konsolidacją wyników grupy Metelem od 7 maja 2014 r.
- Poziom zysku netto pod wpływem kosztów odsetkowych grupy Metelem, jednorazowych kosztów związanych z refinansowaniem zadłużenia CP oraz otrzymaną dywidendą od Telewizji Polsat

Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2014r. oraz analizy wewnętrzne  
Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



# Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej w 2Q'14



mIn PLN	2Q'14	zmiana r/r
Przychody	326	12%
Koszty <sup>(1)</sup>	210	9%
EBITDA	116	19%
Marża EBITDA	35,7%	1,7 pkt%
Zysk netto	106	39%

- Wzrost przychodów głównie dzięki znacznie lepszym przychodom z reklamy i sponsoringu w porównaniu do dynamiki całego rynku reklamy telewizyjnej, a także konsolidacji wyników kanałów TV4 i TV6
- Większa dynamika wzrostu przychodów w porównaniu z bazą kosztową stała się główną przyczyną wzrostu EBITDA oraz zysku netto

Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2014r. oraz analizy wewnętrzne  
Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



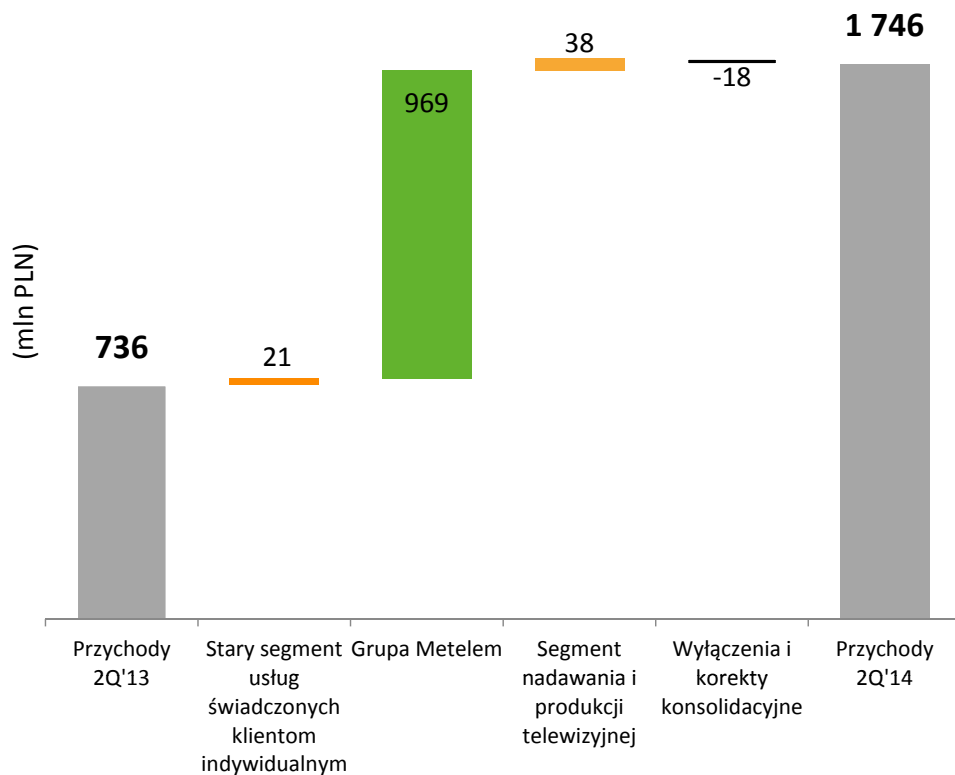
# Przychody i koszty – czynniki zmian 2Q'14



## Przychody<sup>(1)</sup>

zmiana r/r

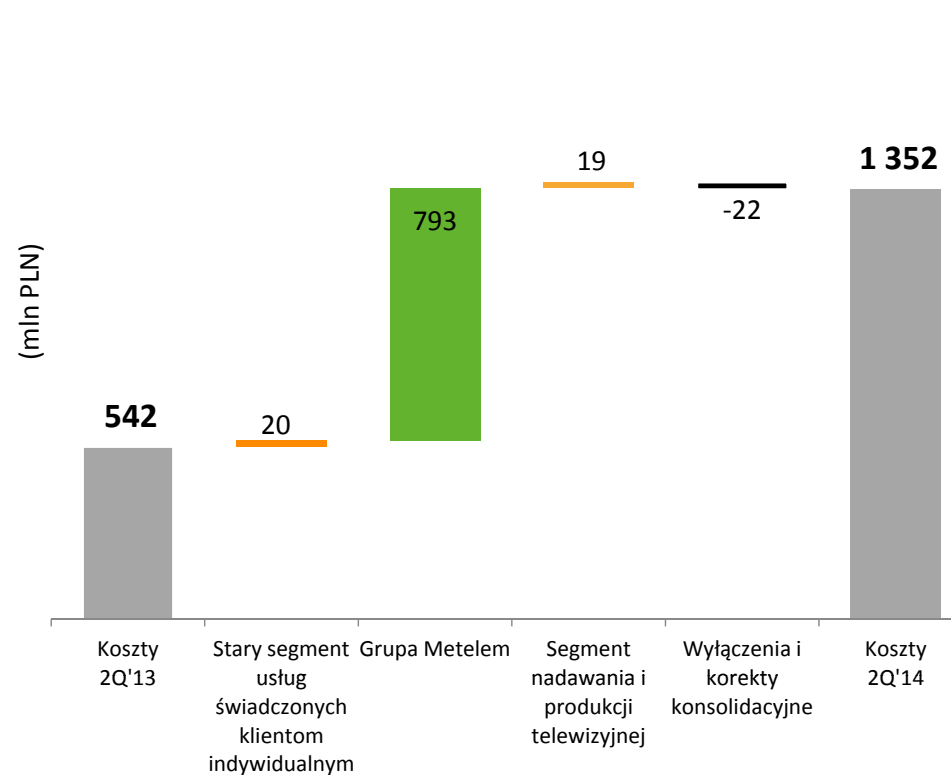
**+137%**  
**+1,0 mld**



## Koszty<sup>(2)</sup>

zmiana r/r

**+149%**  
**+0,8 mld**



Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2014r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) Przychody ze sprzedaży (nie zawierają „Pozostałych przychodów operacyjnych”)

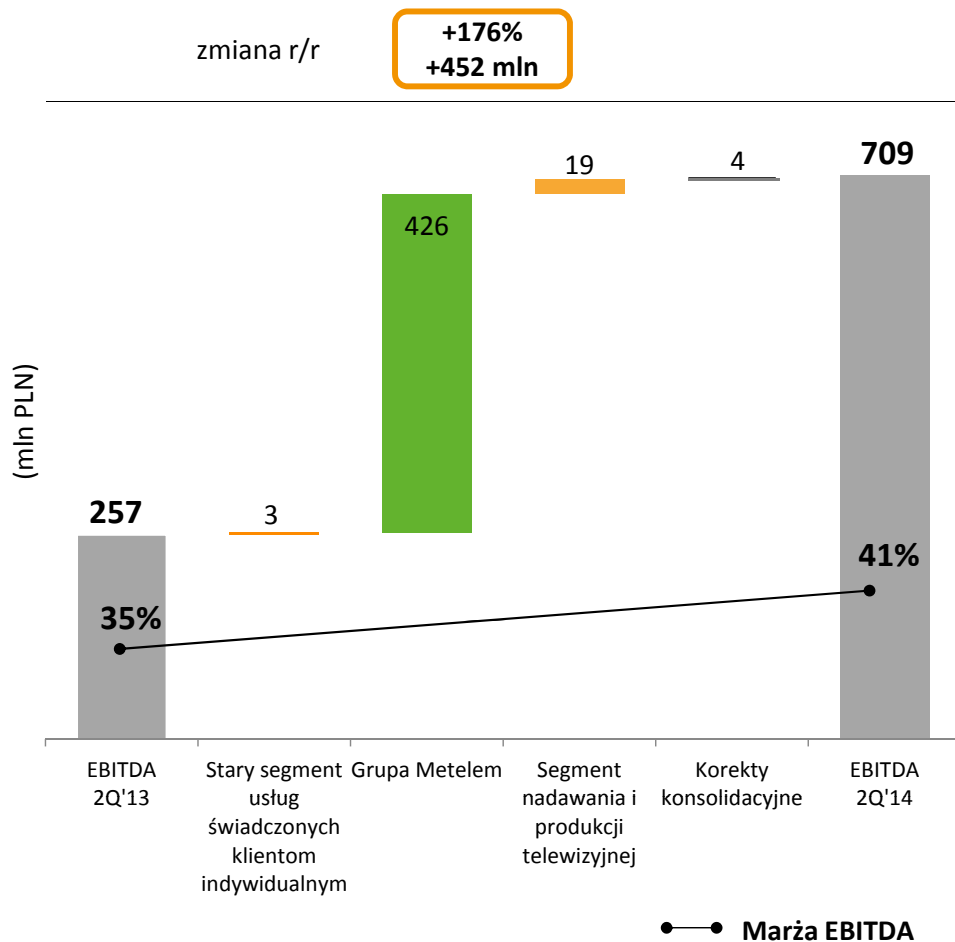
(2) Koszty operacyjne (nie zawierają „Pozostałych kosztów operacyjnych”)



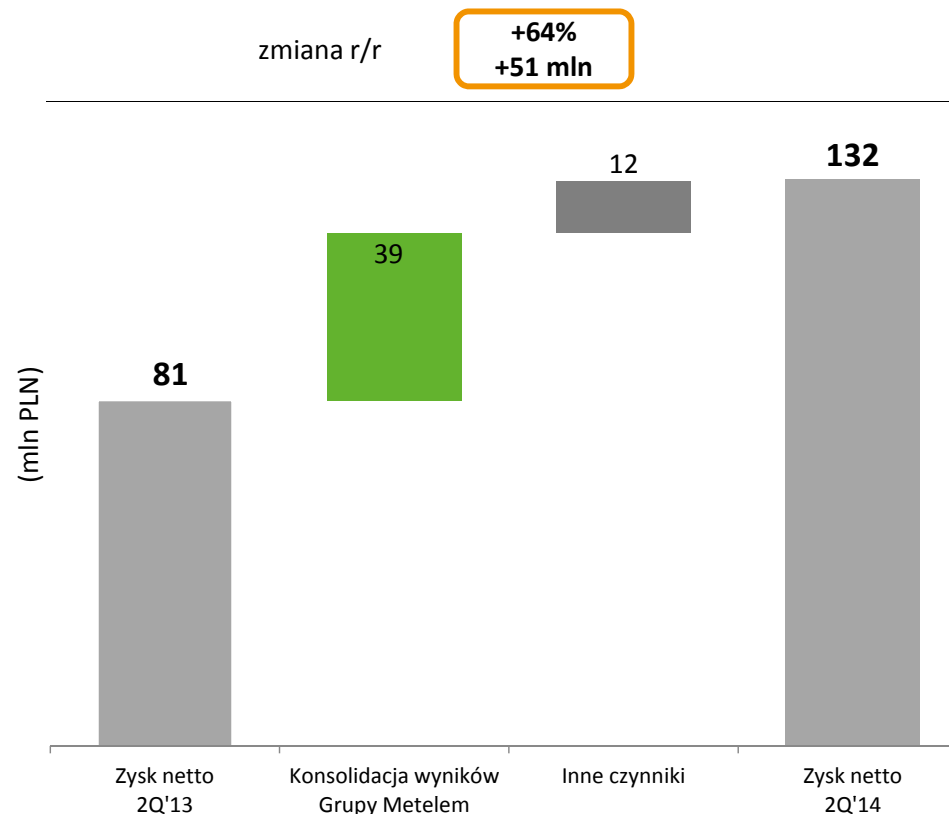
# EBITDA i zysk netto – czynniki zmian 2Q'14



## EBITDA



## Zysk netto

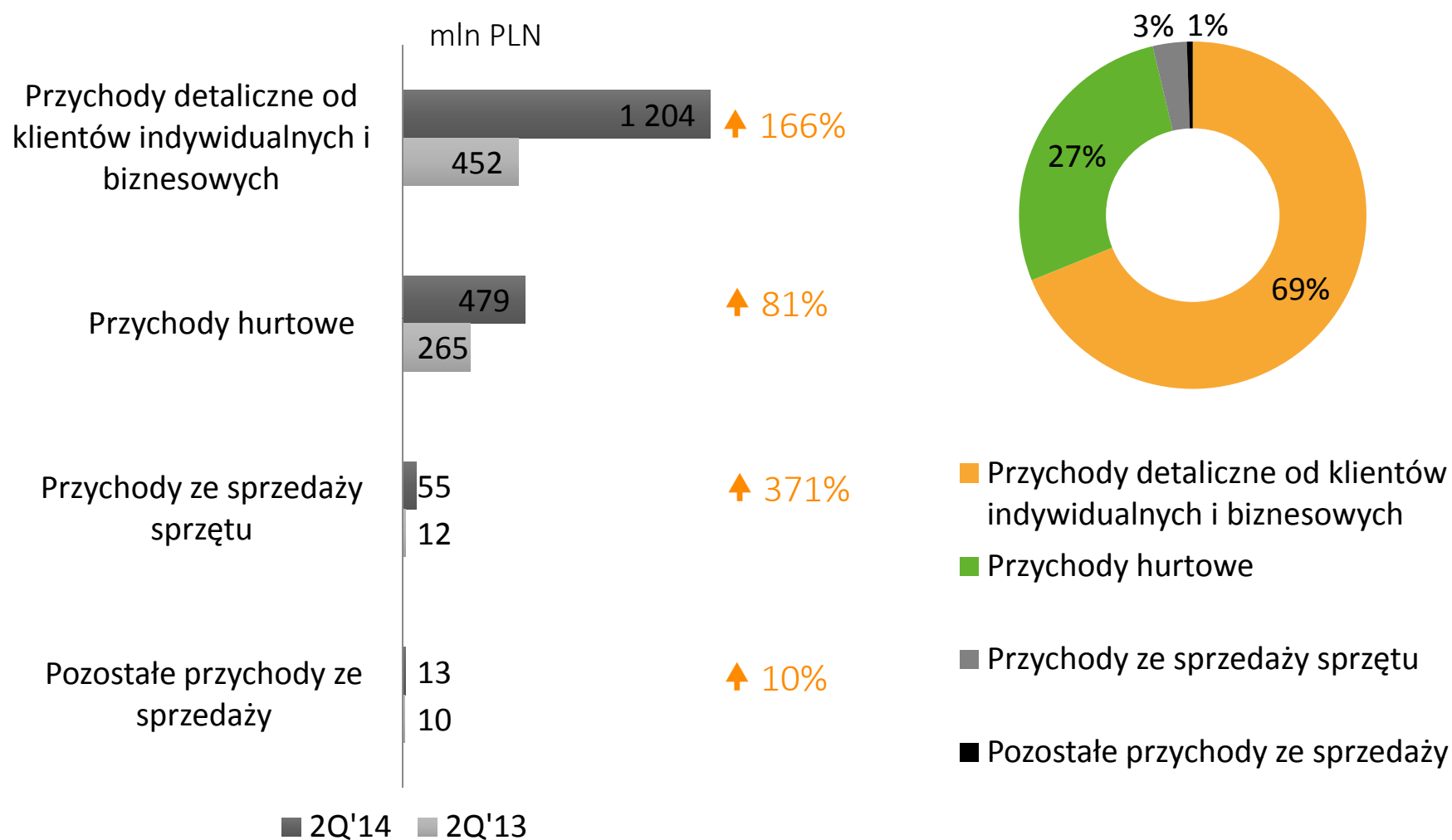


Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2014r. oraz analizy wewnętrzne





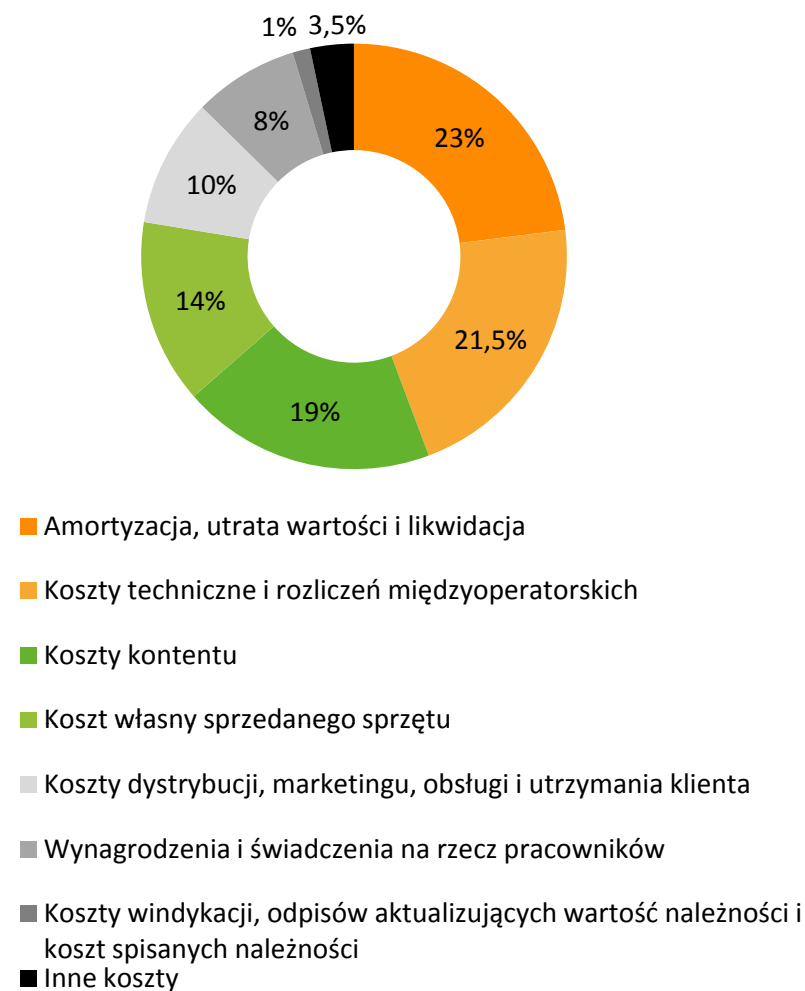
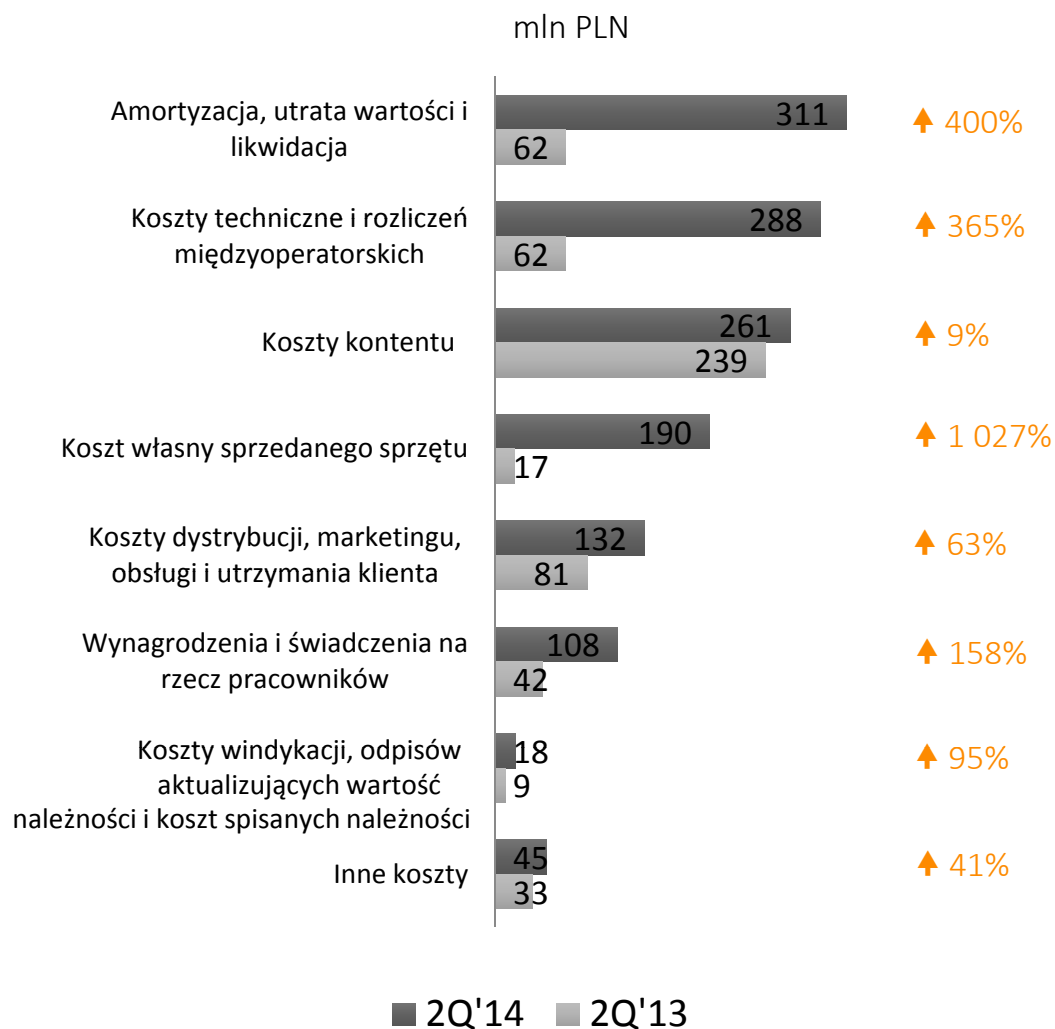
# Struktura przychodów w 2Q'14



Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2014r. oraz analizy wewnętrzne



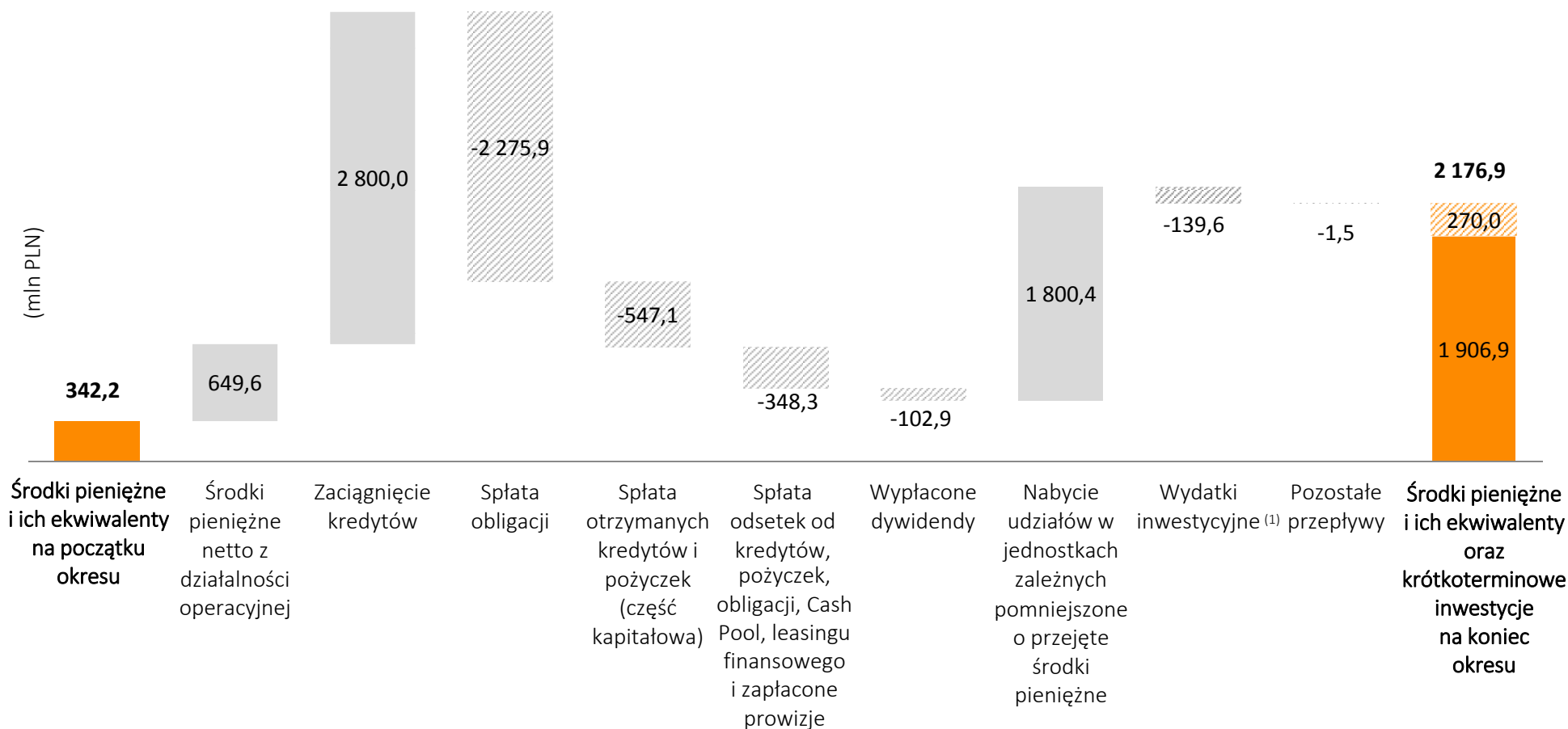
# Struktura kosztów w 2Q'14



Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2014r. oraz analizy wewnętrzne



# Rachunek przepływów pieniężnych w 1H'14



Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2014r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) Nie zawierają wydatków na udostępnione klientom zestawy odbiorcze

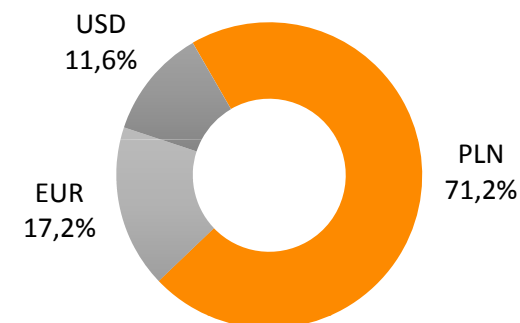


# Zadłużenie grupy na 30 czerwca 2014 r.

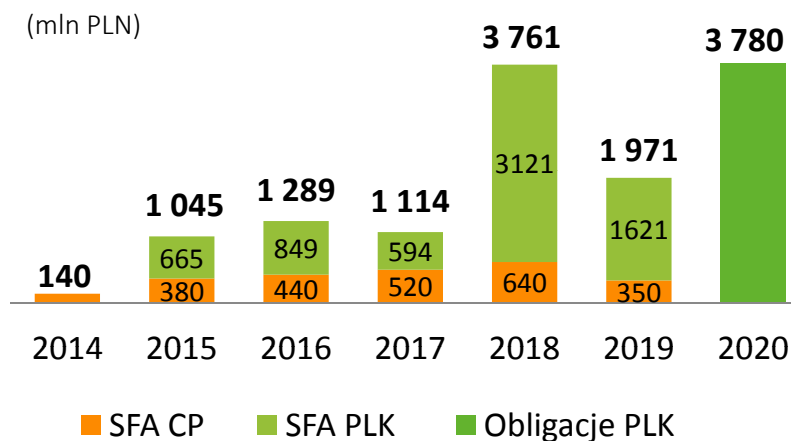


mln PLN	Wartość bilansowa	Wartość nominalna
Kredyt Terminowy (PLN)	2.433	2.470
Kredyt Rewolwingowy	300	300
Kredyt PLK – Transza A (PLN)	2.098	2.108
Kredyt PLK – Transza B (PLN)	3.100	3.121
Kredyt PLK – Transza C (PLN)	1.609	1.621
Kredyt rewolwingowy PLK	0,0	0,0
Obligacje Senior Notes PLK EUR <sup>1</sup>	2.825	2.257
Obligacje Senior Notes PLK USD <sup>2</sup>	1.894	1.524
Leasing	10	10
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty <sup>3</sup>	2.177	2.177
<b>Zadłużenie netto</b>	<b>12.092</b>	<b>11.234</b>
EBITDA LTM, pro-forma <sup>4</sup>	3.968	3.968
<b>Zadłużenie netto / EBITDA LTM</b>	<b>3,0x</b>	<b>2,8x</b>

## Struktura walutowa zadłużenia<sup>5</sup>



## Zapadalność długu<sup>5</sup>



<sup>1</sup> Nominalna wartość obligacji Senior Notes PLK 542,5 mln EUR, przeliczona według średniego kursu NBP z dnia 30 czerwca 2014 roku na poziomie 4,1609 PLN/EUR. Wartość obligacji została wyceniona do wartości godziwej na moment nabycia spółki Metelem.

<sup>2</sup> Nominalna wartość obligacji Senior Notes PLK 500 mln USD, przeliczona według kursu NBP z dnia 30 czerwca 2014 roku na poziomie 3,0473 PLN/USD. Wartość obligacji została wyceniona do wartości godziwej.

<sup>3</sup> Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, w tym środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania, oraz lokat krótkoterminowych.

<sup>4</sup> EBITDA LTM, pro-forma, obejmuje skonsolidowany pro-forma wynik EBITDA Grupy Cyfrowy Polsat, przy założeniu konsolidacji wyniku Grupy Metelem przez okres pełnych ostatnich 12 miesięcy.

<sup>5</sup> Nominalna wartość zapadalności długu

Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2014r. oraz analizy wewnętrzne



# Najważniejsze zmiany w bilansie



Aktywa				Pasywa			
w mln PLN	30 czerwca 2014	31 grudnia 2013	Zmiana	w mln PLN	30 czerwca 2014	31 grudnia 2013	Zmiana
<b>Aktywa trwałe</b>	<b>23.392</b>	<b>4.456</b>	<b>18.936</b>	<b>Kapitał własny</b>	<b>9.092</b>	<b>3.001</b>	<b>6.091</b>
Inne rzeczowe aktywa trwałe	3.011	251	2.760	<b>Zobowiązania długoterminowe</b>	<b>14.745</b>	<b>1.700</b>	<b>13.045</b>
Wartość firmy	11.736	2.603	9.133	Kredyty i pożyczki	8.446	240	8.206
Relacje z klientami	4.482	-	4.482	Obligacje	4.287	1.340	2.947
Inne wartości niematerialne	2.361	137	2.224	Zobowiązania z tytułu koncesji UMTS	836	-	836
<b>Aktywa obrotowe</b>	<b>4.435</b>	<b>1.220</b>	<b>3.215</b>	<b>Zobowiązania krótkoterminowe</b>	<b>3.990</b>	<b>975</b>	<b>3.015</b>
Należności z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe należności	1.374	374	1.000	Kredyty i pożyczki	1.094	246	848
Lokaty krótkoterminowe	270	-	270	Obligacje	432	99	333
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	1.894	342	1.552	Zobowiązania z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe zobowiązania	1.619	413	1.206
				Zobowiązania z tytułu koncesji UMTS	116	-	116
<b>Aktywa razem</b>	<b>27.827</b>	<b>5.676</b>	<b>22.151</b>	<b>Pasywa razem</b>	<b>27.827</b>	<b>5.676</b>	<b>22.151</b>

Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2014r. oraz analizy wewnętrzne





# 5. Podsumowanie



**Dominik Libicki**

Prezes Zarządu



# Podsumowanie drugiego kwartału 2014



- Zakończony sukcesem proces nabycia Metelem Holdings Company Limited otwierający nowy rozdział w historii Grupy Polsat
- Doskonałe wyniki sprzedaży
- Bardzo dobre wyniki oglądalności oraz dynamicznie rosnące przychody reklamowe grupy
- Solidne wyniki finansowe
- Kontynuacja procesu integracji operacyjnej ukierunkowanej na wygenerowanie zapowiedzianych synergii operacyjnych
- Zrealizowanie znaczącej większości synergii finansowych – podnosimy nasze oczekiwania do poziomu 700 mln PLN łącznie do końca 2019 r.





## 6. Q&A







## Kontakt

**Olga Zomer**

Rzecznik Prasowy

Telefon: +48 (22) 356 6035

Faks: +48 (22) 356 6003

Email: [ozomer@cyfrowypolsat.pl](mailto:ozomer@cyfrowypolsat.pl)

**Bartłomiej Drywa**

Dyrektor Relacji Inwestorskich

Telefon: +48 (22) 356 6004

Faks: +48 (22) 356 6003

Email: [bdrywa@cyfrowypolsat.pl](mailto:bdrywa@cyfrowypolsat.pl)

Lub odwiedź nasze strony internetowe:

<http://media.cyfrowypolsat.pl>

<http://cyfrowypolsat.pl/inwestor>

