



Komunikat prasowy
Warszawa, 8 listopada 2018 r.

Grupa Cyfrowy Polsat podsumowuje III kwartał: ponad 14 mln usług kontraktowych, rekordowo niski wskaźnik churn oraz bardzo dobra sprzedaż kanałów Polsat Sport Premium z Ligą Mistrzów UEFA

Grupa Cyfrowy Polsat zakończyła III kwartał 2018 roku bardzo dobrymi wynikami operacyjnymi w obydwu segmentach, a także osiągnęła silne wyniki finansowe będące odzwierciedleniem zdrowej kondycji biznesu. Ponadto przekroczyła liczbę 14 mln usług kontraktowych świadczonych swoim klientom i dzięki konsekwentnej realizacji strategii multiplay odnotowała rekordowo niski wskaźnik churn. Grupa rozpoczęła monetyzację praw do Ligi Mistrzów UEFA i wypracowała bardzo dobrą sprzedaż pakietu Polsat Sport Premium.

Najważniejsze dane operacyjne za III kwartał 2018 roku

- Już 30% klientów korzysta z ofert wiązanych – skuteczna realizacja strategii multiplay:
 - Systematyczny wzrost liczby klientów usług wiązanych – o 284 tys. (20%) r/r do 1,73 mln (co stanowi 30% bazy klientów kontraktowych).
 - Do 5,17 mln wzrosła liczba usług posiadanych przez tę grupę klientów.
 - Miało to wpływ na obniżenie wskaźnika churn do rekordowo niskiego poziomu wynoszącego 7,9% w skali roku.
- Regularny przyrost liczby usług kontraktowych – o 527 tys. r/r – do 14,06 mln (stanowią one 83,4% wszystkich świadczonych usług):
 - Kolejny kwartał wzrostu liczby usług telefonii komórkowej – o 344 tys. r/r, do 7,2 mln, co wynika z korzystnego wpływu strategii multiplay, utrzymującego się zainteresowania klientów nowymi prostymi taryfami Plusa wprowadzonymi w lutym br. oraz z wysokiej sprzedaży w segmencie B2B (rozwiązania m2m).
 - Dzięki dobrej sprzedaży podstawowych pakietów, jak i usług dodatkowych (Multiroom HD i płatne usługi OTT), łączna liczba kontraktowych usług płatnej telewizji wzrosła r/r o 156 tys., przekraczając poziom 5 mln.
 - Baza usług Internetu zwiększyła się o 27 tys. r/r i wynosi 1,8 mln. W trzech pierwszych kwartałach tego roku klienci detaliczni Cyfrowego Polsatu i sieci Plusa przetransferowali ok. 699 PB danych.



N E T I A

Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 i 9 miesięcy zakończonych 30 września 2018 r.



- Stabilna baza ponad 5,7 mln klientów kontraktowych:
 - Wzrost wskaźnika nasycenia usługami przypadającymi na klienta – o 5,1% r/r, a każdy z nich posiadał średnio 2,46 usługi z portfolio Grupy.
 - Średni przychód od klienta kontraktowego (ARPU), liczony zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem raportowania MSSF 15, wzrósł o 4,3% r/r do poziomu 84 zł.
- Stabilna baza prepaid na poziomie 2,8 mln usług odzwierciedla rzeczywistą liczbę użytkowników tej usługi:
 - Wysoki, stabilny poziom ARPU usług prepaid wynoszący 20,8 zł.
- Zgodnie z długoterminową strategią kanały Grupy Telewizji Polsat pozostawały w czołówce rynku oglądalności w grupie komercyjnej zarówno w III kwartale, jak i pierwszych 9 miesiącach, osiągając w pierwszym okresie wynik 25,1% (11,3% kanału głównego oraz 13,7% kanałów tematycznych) – pomimo nadal odzwierciedlającego się przejściowego wpływu transmisji z Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej Rosja 2018 na otwartych antenach publicznego nadawcy – oraz 24,4% za 3 kwartały (11,5% dla anteny głównej i 12,9% dla kanałów tematycznych).
- Przychody Grupy Telewizji Polsat z reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrosły w III kwartale o 4,1% r/r i wyniosły 241 mln zł, dzięki czemu udział Grupy w rynku reklamy TV osiągnął 27,6%, a we wszystkich 3 kwartałach zanotowały wzrost o 7,6% do 831 mln zł, zapewniając udział w rynku na poziomie ok. 27%.

– *To kolejny kwartał dający nam wiele powodów do zadowolenia. Doskonałe efekty przynosi konsekwentna realizacja strategii multiplay. Świadczymy już ponad 14 mln usług kontraktowych, 30% klientów Grupy korzysta z ofert łączonych, a dzięki temu odnotowaliśmy rekordowo niski wskaźnik churn, który w skali roku wyniósł zaledwie 7,9%. Widać już także pierwsze efekty strategicznych działań zainicjonowanych po dołączeniu do naszej Grupy spółki Netia – mówi **Tobias Solorz, Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat S.A. i Polkomtel Sp. z o.o.** – Rozpoczęliśmy wielopłaszczyznową monetyzację praw do transmisji rozgrywek Ligi Mistrzów i Ligi Europy UEFA, a sprzedaż pakietu z kanałami Polsat Sport Premium jest na bardzo dobrym poziomie. Już tradycyjnie przygotowaliśmy atrakcyjne oferty na okres świąteczny, z których wszyscy nasi klienci mogą skorzystać od wczoraj.*



N E T I A



Dane operacyjne segmentu usług świadczonych dla klientów indywidualnych i biznesowych

	III kwartał		
	2018	2017	Zmiana %
Łączna liczba RGU (kontraktowe+przedpłacone)	16 851 153	16 410 325	2,7%
USŁUGI KONTRAKTOWE			
Łączna liczba RGU na koniec okresu, w tym:	14 057 045	13 530 164	3,9%
Płatna telewizja, w tym:	5 038 210	4 882 505	3,2%
<i>Multiroom</i>	1 141 820	1 072 513	6,5%
Telefonia komórkowa	7 209 240	6 864 787	5,0%
Internet	1 809 595	1 782 872	1,5%
Liczba klientów kontraktowych w tym:	5 712 151	5 791 841	-1,4%
klienci ofert multiplay	1 727 928	1 443 581	19,7 %
ARPU na klienta ¹⁾ [PLN]	84,0	80,5	4,3%
Churn na klienta	7,9%	8,8%	-0,9 p.p.
Wskaźnik nasycenia RGU na jednego klienta	2,46	2,34	5,1%
USŁUGI PRZEDPŁACONE			
Łączna liczba RGU na koniec okresu, w tym:	2 794 108	2 880 161	-3,0%
Płatna telewizja	91 261	63 627	43,4%
Telefonia komórkowa	2 550 355	2 623 950	-2,8%
Internet	152 492	192 584	-20,8%
ARPU na RGU prepaid ¹⁾ [PLN]	20,8	20,2	3,0%

1) ARPU skalkulowane zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem raportowania MSSF 15.

- Wyniki oglądalności kanałów Grupy Polsat w grupie komercyjnej w trzecim kwartale i pierwszych dziewięciu miesiącach roku są zgodne z naszą długoterminową strategią, pomimo silnego wpływu rynkowego Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej Rosja 2018. Dynamiczny wzrost naszych przychodów z reklamy telewizyjnej i sponsoringu został wsparty szybką realizacją synergii zapowiedzianych w momencie nabycia nowych kanałów telewizyjnych – mówi **Maciej Stec, Członek Zarządu, Cyfrowy Polsat S.A., Telewizja Polsat Sp. z o.o.** – Nasze inwestycje w transmisje sportowe premium stanowią dodatkowe silne wzmocnienie przychodów Grupy Telewizji Polsat. Wzbogaciliśmy portfolio kanałów Grupy Polsat nowymi płatnymi kanałami sportowymi Polsat Sport Premium i Eleven Sports, zbudowaliśmy najnowocześniejsze studio sportowe w Polsce dedykowane Lidze Mistrzów i Lidze Europy UEFA, przygotowaliśmy atrakcyjne oferty z tymi rozgrywkami dla klientów Cyfrowego Polsatu, Plusa, IPLI i Netii oraz byliśmy otwarci na współpracę z innymi operatorami TV. A to wszystko po to, by zapewnić najlepsze treści i oprawę meczów dla wszystkich fanów rozgrywek piłkarskich.



N E T I A

Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 i 9 miesięcy zakończonego 30 września 2018 r.



Dane operacyjne segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej

	III kwartał			9 miesięcy		
	2018	2017	Zmiana p.p./%	2018	2017	Zmiana p.p./%
Udział w oglądalności¹, w tym:	25,05%	23,81%	1,24 p.p.	24,35%	23,87%	0,48 p.p.
POLSAT (kanał główny)	11,33%	11,96%	-0,63 p.p.	11,47%	12,45%	-0,98 p.p.
Kanały tematyczne	13,73%	11,85%	1,88 p.p.	12,88%	11,42%	1,46 p.p.
Przychody z reklamy i sponsoringu² (mIn PLN)	241	231	4, 1%	831	772	7,6%
Udział w rynku reklamy³	27,6%	28,1%	-0,5 p.p.	27%	27,1%	-0,1 p.p.
Wydatki na reklamę telewizyjną na rynku⁴ (mIn PLN)	873	823	6%	3 077	2 850	8%

¹ NAM, udział w oglądalności w grupie wszyscy 16-49 lat, cała doba, uwzględniając oglądalność Live+2 (oglądalność z dnia emisji i z 2 kolejnych dni w ramach tzw. Time Shift Viewing), z uwzględnieniem kanałów Eleven (od czerwca 2018), z wyłączeniem kanałów partnerskich: Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat Nature, Polsat Viasat History, JimJam, Ci Polsat;

² Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Starcom;

³ Szacunki własne na podstawie wstępnych danych Starcom;

⁴ Starcom, dane wstępne, reklama sportowa i sponsoring;

Najważniejsze dane finansowe za III kwartał 2018 r.

- Silne wyniki finansowe Grupy (zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem raportowania MSSF 15 oraz z uwzględnieniem konsolidacji Netii; dane historyczne za 2017 r. także według MSSF 15):
 - przychody: 2,735 mld zł (wzrost o 16,3% r/r),
 - EBITDA: 920 mln zł (wzrost o 13,4% r/r),
 - marża EBITDA: 33,6%,
 - zysk netto: 227,1 mln zł,
 - wolne przepływy pieniężne za okres 12 miesięcy: 1,509 mld zł,
 - wskaźnik całkowitego zadłużenia netto/EBITDA LTM: 2,83x.



N E T I A

Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 i 9 miesięcy zakończonych 30 września 2018 r.



Wyniki finansowe Grupy Cyfrowy Polsat¹⁾

mIn PLN	III kwartał 2018	III kwartał 2017	zmiana r/r
Przychody	2 735	2 351	16,3%
EBITDA	920	811	13,4%
Marża EBITDA	33,6%	34,5%	-0,9 p.p.

1) Zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem raportowania MSSF 15. Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2018 r. oraz szacunki własne w odniesieniu do III kwartału 2017.

- Rosnące wyniki finansowe segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym (zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem raportowania MSSF 15 oraz z uwzględnieniem konsolidacji Netii):
 - przychody: 2,430 mld zł,
 - EBITDA: 826 mln zł,
 - marża EBITDA: 34%.
- Bardzo dobre wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej (zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem raportowania MSSF 15):
 - przychody: 375 mln zł,
 - EBITDA: 94 mln zł,
 - marża EBITDA: 25,1%.

Wyniki finansowe segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej¹⁾

mIn PLN	III kwartał 2018	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	375	23%
Koszty operacyjne ²⁾	281	31%
EBITDA	94	3%
Marża EBITDA	25,1%	-4,7 p.p.

- 1) Zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem raportowania MSSF 15
 2) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



N E T I A

Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 i 9 miesięcy zakończonego 30 września 2018 r.



– Trzeci kwartał tego roku to zarazem pierwszy kwartał pełnej konsolidacji wyników finansowych Netii i Eleven Sports Network. Osiągnęliśmy silne wyniki finansowe, które są odzwierciedleniem zdrowej kondycji biznesowej Grupy i przewyższają średnią prognoz analityków. To zasługa bardzo dobrych wyników sprzedażowych w obydwu segmentach i konsekwentnej realizacji strategii multiplay. Jednocześnie na wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej w tym kwartale pozytywny wpływ miało włączenie do oferty hurtowej nowych kanałów telewizyjnych, w tym sportowych stacji premium. Wysokie wolne przepływy pieniężne zapewniają nam z kolei komfort, jeżeli chodzi o bieżące realizowanie założeń strategii biznesowej, planów inwestycyjnych i regularną spłatę zadłużenia – mówi **Katarzyna Ostap-Tomann, Członek Zarządu ds. Finansowych, Cyfrowy Polsat S.A., Polkomtel Sp. z o.o., Telewizja Polsat Sp. z o.o.**

Kontakt dla mediów:

Olga Zomer
Rzecznik prasowy
Tel.: +48 507 096 883
E-mail: ozomer@cyfrowypolsat.pl

Kontakt dla inwestorów/analitików:

Grzegorz Para
Dyrektor ds. Relacji Inwestorskich
Tel.: +48 601 134 282
E-mail: gpara@cyfrowypolsat.pl

Szczegóły telekonferencji:

Data: 8 listopada 2018 r.
Godzina: 16:00 (Warszawa), 15:00 (Londyn), 10:00 (Nowy Jork)
Numer telefonu: +44 207 194 3759 (międzynarodowy)
22 583 9021 (Polska)
Kod telekonferencji: 72833539#
Telekonferencja odbędzie się w języku angielskim.



N E T I A

Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 i 9 miesięcy zakończonych 30 września 2018 r.