



Komunikat prasowy
Warszawa, 14 maja 2019 r.

Podsumowanie I kwartału 2019 r. w Grupie Cyfrowy Polsat: ponad 500 tys. więcej usług kontraktowych, wynik EBITDA w wysokości ponad 1 mld zł, wprowadzenie nowych ofert z Internetem światłowodowym i telewizją kablową IPTV

Grupa Cyfrowy Polsat bardzo dobrze rozpoczęła 2019 r. – odnotowała ok. 300 tys. więcej klientów multiplay i ponad 500 tys. dodatkowych usług kontraktowych rok do roku, a wskaźnik odejść klientów był kolejny raz na rekordowo niskim poziomie 7,2%. O silnych wynikach finansowych świadczy wynik EBITDA, który na bazie nowo obowiązujących standardów księgowych wyniósł ponad 1 mld zł. Z kolei zysk netto był wyższy aż o 25% od średniej oczekiwań analityków giełdowych. W I kwartale Grupa wprowadziła na rynek nowe atrakcyjne oferty – Internet Stacjonarny w Plusie oraz telewizję kablową w technologii IPTV wraz z nowym dekoderm EVOBOX IP, wzmacniając strategię multiplay.

– Mamy długoterminową wizję naszej Grupy i pomysł na jej dalszy rozwój. Naszą misją jest tworzenie i dostarczanie najatrakcyjniejszych treści telewizyjnych, produktów telekomunikacyjnych oraz innych usług dla domu. Wykorzystujemy najnowsze technologie z zachowaniem dbałości o wysoką jakość produktów i obsługi klientów – mówi **Maciej Stec, Wiceprezes Zarządu ds. Strategii, Cyfrowy Polsat S.A. i Polkomtel Sp. z o.o.** – Konsekwentnie rozwijamy atrakcyjne usługi z myślą o potrzebach naszych klientów. Teraz otworzyliśmy się na nowe rynki – Internetu stacjonarnego i telewizji w technologii IPTV. Chcemy, by szerokie portfolio naszych usług było dostępne dla wszystkich Polaków i wszystkich rodzin. Nasza idea strategiczna na najbliższe lata brzmi: „Telewizja – Dla każdego. Wszędzie. Internet – Dla każdego. Wszędzie. Telefon – Dla każdego. Wszędzie”. W najbliższych latach stawiać będziemy na ciągłe wzmacnianie strategii smartDOM, która łączy szerokie portfolio usług z dostarczaniem przez nas emocjonującymi treściami. To wszystko jest dostępne w atrakcyjnej cenie i w wysokiej jakości. To kierunek, w którym niezmiennie chcemy podążać – dodaje.

Najważniejsze dane operacyjne¹ za I kwartał 2019 r.

- Już co trzeci klient Grupy korzysta z ofert wiązanych – skuteczna realizacja strategii multiplay:
 - Stabilny wzrost liczby klientów usług wiązanych – o 283 tys. (18%) r/r do 1,85 mln, co stanowi 33% bazy klientów kontraktowych.
 - Do 5,57 mln wzrosła liczba usług posiadanych przez tę grupę klientów.
 - Dalsza obniżka wskaźnika churn do rekordowo niskiego poziomu wynoszącego 7,2%.
- Regularny przyrost liczby usług kontraktowych – o 535 tys. r/r do 14,33 mln (stanowią one 84,4% wszystkich świadczonych usług):

¹ Bez uwzględnienia danych operacyjnych Grupy Netia, które są publikowane oddzielnie od wyników Grupy Cyfrowy Polsat.



N E T I A



- Kolejny okres wzrostu liczby usług telefonii komórkowej – o 455 tys. r/r do 7,5 mln, co wynika z korzystnego wpływu strategii multiplay, utrzymującego się zainteresowania klientów prostymi taryfami Plusa wprowadzonymi w lutym ub.r. oraz z wysokiej sprzedaży w segmencie B2B (rozwiązania m2m).
- łączna liczba kontraktowych usług płatnej telewizji, dzięki utrzymującemu się popytowi na usługę Multiroom oraz dobrze sprzedającym się płatnym usługom OTT, wzrosła r/r o 93 tys. i wynosi 5,1 mln.
- Wysoka, stabilna baza usług Internetu wynosząca 1,8 mln. W I kwartale 2019 r. klienci detaliczni Cyfrowego Polsatu i sieci Plus przetransferowali ok. 264 PB danych. W zasięgu sieci LTE Grupy jest blisko 100% Polaków, a LTE Advanced – 73% mieszkańców kraju.
- Stabilna baza 5,7 mln klientów kontraktowych:
 - Wzrost wskaźnika nasycenia usługami przypadającymi na klienta – o 5,4% r/r, a każdy z nich posiadał średnio 2,5 usługi z portfolio Grupy.
 - Średni przychód od klienta kontraktowego (ARPU) wzrósł o 1,2% r/r i wyniósł 82,9 zł.
- Stabilna baza prepaid na poziomie ponad 2,6 mln ze stabilnym ARPU na wysokim poziomie 20,1 zł.
- Zgodnie z długoterminową strategią kanały Grupy Telewizji Polsat pozostawały w czołówce rynku oglądalności w grupie komercyjnej, osiągając wynik 23,4% - 11,2% kanału głównego oraz 12,2% kanałów tematycznych.
- Przychody Grupy Telewizji Polsat z reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrosły o 0,5% r/r – podczas gdy cały rynek reklamy TV spadł o 3,1% – i wyniosły 271 mln zł, dzięki czemu udział Grupy w rynku reklamy TV wzrósł do poziomu aż 28%.

– Pierwszy kwartał pokazał, że klienci cenią, lubią i chętnie korzystają z coraz szerszego portfolio naszych usług. Świadczy o tym niemal 300 tys. nowych klientów ofert łączonych i ponad 500 tys. więcej usług kontraktowych w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku. To kolejny kwartał pokazujący bardzo wysokie zadowolenie i lojalność naszych klientów, czego jasnym dowodem jest rekordowo niski wskaźnik odejść wynoszący zaledwie 7,2% w skali roku – mówi **Mirosław Błaszczuk, Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat S.A. i Polkomtel Sp. z o.o.** I dodaje: Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom klientów, wciąż poszerzamy portfolio usług w naszej ofercie. Oprócz dostarczania Internetu w technologii LTE – w wariacie mobilnym i domowym – rozpoczęliśmy sprzedaż Internetu w technologii światłowodowej, w oparciu o infrastrukturę Netii. Kolejną nowość, którą wprowadziliśmy przed kilkoma tygodniami, to telewizja kablowa w technologii IPTV wraz z dekoderem EVOBOX IP produkowanym w naszej fabryce w Mielcu. Wraz z nią klienci otrzymali również bogatą ofertę programową co na naszej platformie satelitarnej – tylko bez konieczności montażu anteny satelitarnej – i możliwość decydowania o sposobie dostarczania sygnału telewizyjnego do ich domu. Ponadto z myślą o obywatelach Ukrainy wdrożyliśmy atrakcyjne oferty prepaid, które komunikujemy w tym przypadku w kampanii reklamowej uruchomionej za naszą wschodnią granicą.



N E T I A



Dane operacyjne segmentu usług świadczonych dla klientów indywidualnych i biznesowych

	I kwartał		
	2019	2018	Zmiana %
łąćzna liczba RGU (kontraktowe+przedpłacone)	16 973 770	16 579 337	2,4%
USŁUGI KONTRAKTOWE			
łąćzna liczba RGU (na koniec okresu), w tym:	14 330 995	13 796 153	3,9%
Płatna telewizja, w tym:	5 077 221	4 984 391	1,9%
<i>Multiroom</i>	1 167 983	1 114 833	4,8%
Telefonia komórkowa	7 452 479	6 997 850	6,5%
Internet	1 801 295	1 813 912	-0,7%
Liczba klientów kontraktowych, w tym:	5 672 790	5 743 832	-1,2%
klienci ofert multiplay	1 845 922	1 562 900	18 %
ARPU na klienta [PLN]	82,9	81,9	1,2%
Churn na klienta	7,2%	8,5%	-1,3 p.p.
Wskaźnik nasycenia RGU na jednego klienta	2,53	2,40	5,4%
USŁUGI PRZEDPŁACONE			
łąćzna liczba RGU na koniec okresu, w tym:	2 642 775	2 783 184	-5,0%
Płatna telewizja	144 586	75 159	92,4%
Telefonia komórkowa	2 387 672	2 539 402	-6,0%
Internet	110 517	168 623	-34,5%
ARPU na RGU prepaid [PLN]	20,1	20,1	0%



N E T I A

Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 miesięcy zakończonego 31 marca 2019 r.



– W pierwszym kwartale br. osiągnęliśmy dobre wyniki oglądalności, które są zgodne z naszą długoterminową strategią. Nasze przychody z reklamy telewizyjnej wzrosły, pomimo spadku całego rynku reklamy TV o ok. 3%. Mimo słabszego otwarcia roku – związanego z efektem wysokiej bazy z 2018 roku – podtrzymujemy naszą prognozę zakładającą niski jednocyfrowy wzrost rynku w 2019 roku – mówi **Maciej Stec, Wiceprezes Zarządu ds. Strategii, Cyfrowy Polsat S.A. i Polkomtel Sp. z o.o.**

Dane operacyjne segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej

	I kwartał		
	2019	2018	Zmiana p.p./%
Udział w oglądalności¹, w tym:	23,36%	23,92%	-0,56 p.p.
POLSAT (kanał główny)	11,20%	12,87%	-1,67 p.p.
Kanały tematyczne	12,17%	12,05%	0,12 p.p.
Przychody z reklamy i sponsoringu² (mIn PLN)	271	269	0,5%
Udział w rynku reklamy³	28%	27%	1,0 p.p.
Wydatki na reklamę telewizyjną na rynku⁴ (mIn PLN)	965	996	-3,1%

¹ Nielsen Audience Measurement, udział w oglądalności w grupie wszyscy 16-49 lat, cała doba, uwzględniono Live+2 (oglądalność z dnia emisji i z 2 kolejnych dni (tzw. Time Shift Viewing));

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 I kwartał 2019 r.

z włączeniem MSSF 16

- Silne wyniki finansowe Grupy w I kwartale 2019 r.:
 - przychody: 2,8 mld zł,
 - EBITDA: 1 mld zł,
 - marża EBITDA: 37,2%,
 - zysk netto: 300 mln zł,
 - wolne przepływy pieniężne za okres 12 miesięcy: ok. 1,4 mld zł,
 - wskaźnik całkowitego zadłużenia netto/EBITDA LTM: 2,66x (z włączeniem MSSF 16).



NETIA

Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 miesięcy zakończonych 31 marca 2019 r.



Wyniki finansowe Grupy Cyfrowy Polsat

mIn PLN	z włączeniem MSSF 16	z wyłączeniem MSSF 16	
	I kwartał 2019	I kwartał 2019	zmiana r/r
Przychody	2 792	2 782	19%
EBITDA	1 038	922	4%
Marża EBITDA	37,2%	33,1%	-4,8 p.p.

– Pierwszy kwartał br. zamknęliśmy bardzo dobrymi, stabilnymi i przewyższającymi konsensus rynkowy wynikami finansowymi Grupy. Przychody wyniosły 2,8 mld zł, EBITDA według nowego standardu MSSF 16 przekroczyła 1 mld zł, a zysk netto w wysokości 300 mln zł jest wyższy aż o 25% od średniej prognoz analityków. Wzrost głównych pozycji rachunku wyników w segmencie usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym spowodowany jest głównie konsolidacją wyników Grupy Netia od 22 maja zeszłego roku. Z kolei wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej były pod wpływem włączenia do portfolio oferty hurtowej nowych kanałów TV, w tym w szczególności pakietów Eleven Sports i Polsat Sport Premium – mówi **Katarzyna Ostap-Tomann**, Członek Zarządu ds. Finansowych, Cyfrowy Polsat S.A., Polkomtel Sp. z o.o.

Wyniki finansowe segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym

mIn PLN	z włączeniem MSSF 16	z wyłączeniem MSSF 16	
	I kwartał 2019	I kwartał 2019	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2 398	2 389	17%
EBITDA	893	781	3%
Marża EBITDA	37,2%	32,7%	-4,1 p.p.



N E T I A

Wyniki finansowe segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej

mln PLN	z włączeniem MSSF 16		z wyłączeniem MSSF 16	
	I kwartał 2019	I kwartał 2019	I kwartał 2019	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	455	455	455	30%
EBITDA	146	141	141	4%
Marża EBITDA	32%	31%	31%	-7,6 p.p.

– Wolne przepływy pieniężne były pod wpływem rozliczenia inwestycji z końca 2018 roku i są zgodne z naszymi prognozami i zapowiedziami – na wysokim poziomie ok. 1,4 mld zł za okres 12 miesięcy. W pierwszym kwartale spłaciliśmy blisko 600 mln zł kredytu, dbając o regularne zmniejszanie poziomu zadłużenia. Z sukcesem – tym większym, że wydawało się, że atmosfera na rynku nie sprzyja tego typu działaniom – zakończyliśmy proces refinansowania naszych obligacji serii A, który zapewnił nam korzystniejsze warunki ich obsługi i dłuższy okres ich zapadalności. W ciągu 7 lat oszczędności odsetkowe powinny przekroczyć 50 mln zł. Przypomnę też, że bardzo konsekwentne wdrażanie strategii pozwoliło zaproponować naszym akcjonariuszom atrakcyjną, przewidywalną politykę dywidendową, której realizacja – według naszych szacunków – umożliwi dalsze zmniejszanie poziomu zadłużenia i prowadzenie zaplanowanych inwestycji i działań rozwojowych Grupy – dodaje **Katarzyna Ostap-Tomann**.

– 2019 rok otworzyliśmy bardzo dynamicznie – weszliśmy na nowe rynki, zaprezentowaliśmy nowe usługi i oferty, wprowadziliśmy nową politykę dywidendy oraz wyemitowaliśmy nowe obligacje, których warunki świadczą o tym, że rynek kapitałowy darzy naszą firmę dużym zaufaniem. To wszystko motywuje nas do jeszcze cięższej pracy i konsekwentnej realizacji strategii, która pozwoliła nam zbudować największą polską firmę w branży mediów i telekomunikacji. Niezmiernie cieszy mnie możliwość uczestniczenia w tak ciekawych i ważnych wydarzeniach, pracy z tak profesjonalnym i zaangażowanym zespołem oraz zarządzania tak udanym projektem biznesowym – podsumowuje **Miroslaw Błaszczyk**.

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