



**Komunikat prasowy**  
Warszawa, 7 listopada 2019 r.

## Grupa Polsat podsumowuje III kwartał 2019 roku

**Wprowadzenie telewizji internetowej OTT, nowy pakiet Ekstraklasa, świetne wyniki sprzedaży telefonii komórkowej oraz smartfonów, podpisanie umowy JV z Discovery oraz TVN z intencją stworzenia wspólnej platformy OTT**

Grupa Cyfrowy Polsat zakończyła III kwartał z 2,9 mld zł przychodów, zyskiem EBITDA w wysokości ponad 1 mld zł oraz 35% marżą EBITDA. Wyniki operacyjne w obydwu segmentach rosły, a konsekwentny rozwój usług multiplay przełożył się na wzrost średniego przychodu od klienta i bardzo wysoką lojalność klientów wyrażoną po raz kolejny rekordowo niskim wskaźnikiem odejść klientów na poziomie 6,8% w skali roku. Wysoki wzrost przychodów i stabilna EBITDA pozwoliły podzielić się zyskiem z akcjonariuszami.

### Najważniejsze dane operacyjne<sup>1</sup> za III kwartał 2019 r.

- Co trzeci klient Grupy korzysta z oferty multiplay:
  - Konsekwentna realizacja strategii skutkuje stabilnym wzrostem liczby klientów – o 220 tys. (13%) r/r do poziomu blisko 2 mln, co stanowi 35% bazy klientów kontraktowych.
  - Liczba usług posiadanych przez tę grupę klientów wzrosła do 5,9 mln.
  - Kolejny kwartał rekordowo niskiego poziomu wskaźnika odejść klientów (churn) – spadek o 1,1 p.p. r/r, do poziomu zaledwie 6,8% w skali roku.
- Silny przyrost liczby usług kontraktowych – o 531 tys. (3,8%) r/r do 14,6 mln:
  - Wzrost liczby usług telefonii komórkowej – aż o 543 tys. (7,5%) r/r do 7,8 mln, w efekcie: skutecznej realizacji strategii dosprzedaży usług, nowych, atrakcyjnych taryf z lutego 2018 r. oraz utrzymującego się wysokiego popytu po stronie klientów biznesowych na usługi m2m.
  - łączna liczba usług płatnej telewizji świadczonych w modelu kontraktowym była na wysokim poziomie 5 mln.
  - Stabilna baza usług Internetu wynosząca ok. 1,8 mln. W III kwartale br. klienci detaliczni Cyfrowego Polsatu i Polkomtelu przetransferowali 283 PB danych, a łącznie w 3 kwartałach – ok. 813 PB danych. W zasięgu sieci LTE Grupy jest blisko 100% Polaków, a LTE Advanced – 73% mieszkańców kraju.
- Wysoka baza ponad 5,6 mln klientów kontraktowych:
  - Wzrost wskaźnika nasycenia usługami przypadającymi na jednego klienta – o 4,9% r/r, w efekcie w III kw. każdy klient posiadał średnio 2,58 usługi z portfolio Grupy.

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



**N E T I A**



- Wzrost średniego miesięcznego przychodu od klienta kontraktowego (ARPU) o 1%, do 84,8 zł.
- W efekcie dynamicznego rozwoju sprzedaży usług IPLI wzrost bazy usług prepaid q/q do 2,7 mln, z wysokim ARPU na poziomie 20,8 zł.
- Kanały Grupy Telewizji Polsat uplasowały się w czołówce rynku oglądalności w grupie komercyjnej, osiągając wynik 24,8% (11% kanału głównego oraz 13,8% kanałów tematycznych) w III kwartale i 24,3% (11,2% kanału głównego i 13,1% kanałów tematycznych) w 3 kwartałach br.
- Przychody Grupy Telewizji Polsat z reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrosły w III kwartale o 3,7% r/r do 250 mln zł, dzięki czemu udział Grupy w rynku reklamy TV wzrósł do 28,1%, a w ciągu 3 kwartałów odnotowały wzrost o 1,7% r/r do 845 mln zł (przy spadku całego rynku reklamy TV o 0,7%), zapewniając Grupie udział w rynku reklamy na poziomie 27,7%.

– *To kolejny kwartał bardzo dobrych rezultatów zarówno w warstwie wyników sprzedażowych, jak i finansowych. Już po raz trzeci z rzędu liczba świadczonych przez nas usług kontraktowych wzrosła o ponad pół miliona – świadczymy ich już blisko 14,6 mln, a niemal 2 miliony klientów korzysta z oferty usług łączonych – mówi **Mirosław Błaszczyk, Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat S.A. i Polkomtel Sp. z o.o.** – Tak skuteczna realizacja strategii multiplay, czyli dosprzedaży kolejnych usług naszym klientom, przełożyła się na nieco szybszy niż ostatnim razem wzrost średniego przychodu od klienta – o 1% do 84,8 zł – oraz kolejny raz rekordowo niski wskaźnik rezygnacji klientów – wynoszący zaledwie 6,8% w skali roku.*

– *Konsekwentnie wprowadzamy w życie ogłoszoną niedawno ideę strategiczną „Telewizja – Dla każdego. Wszędzie. Internet – Dla każdego. Wszędzie. Telefon – Dla każdego. Wszędzie”. Krótko po uruchomieniu telewizji kablowej w technologii IPTV zaprezentowaliśmy kolejną nowość – telewizję internetową OTT z dekoderem EVOBOX Stream. Usługa ta, umożliwiającą odbiór kanałów telewizyjnych przez Internet od dowolnego dostawcy i zapewniającą elastyczny wybór pakietów bezpośrednio z poziomu dekodera oraz brak długoterminowych zobowiązań programowych, osiąga bardzo obiecujące wyniki sprzedażowe – mówi **Maciej Stec, Wiceprezes Zarządu ds. Strategii, Cyfrowy Polsat S.A. i Polkomtel Sp. z o.o.***

– *Naszą ofertę sportową premium rozszerzyliśmy o stacje Canal + Sport 3 i 4, zapewniając kibicom piłkarskim – obok Ligi Mistrzów i Ligi Europy UEFA oraz najlepszych europejskich lig z anten Eleven Sports – także rozgrywki PKO BP Ekstraklasy. W IPLI rosnącym zainteresowaniem cieszy się nowy pakiet IPLA PREMIUM, w którym widzowie znajdą ulubione seriale wcześniej niż w TV, tysiące polskich i zagranicznych filmów, w tym kinowe hity, a do tego setki bajek, rozrywka, informacje, publicystyka i treści popularnonaukowe. Kolejnym podjętym przez nas krokiem w rozwoju w obszarze rozrywki cyfrowej jest zawarcie z Discovery oraz TVN umowy joint venture dotyczącej uruchomienia wspólnej platformy streamingowej OTT. Cieszymy się, że współtworzymy projekt, który może stać się realną alternatywą dla międzynarodowych serwisów. Mamy ambicje, aby platforma oferowała najlepsze i najwyższej jakości rozwiązania technologiczne. Szczególnie ważne jest to, że ten pełen wyzwań projekt może powstać właśnie w Polsce. Dzięki temu polski контент będzie mógł trafić również do międzynarodowego widza – dodaje **Maciej Stec.***



N E T I A

## Dane operacyjne segmentu usług świadczonych dla klientów indywidualnych i biznesowych

	III kwartał		
	2019	2018	Zmiana %
<b>Łączna liczba RGU</b> (kontraktowe+przedpłacone)	<b>17 266 759</b>	<b>16 851 153</b>	<b>2,5%</b>
<b>USŁUGI KONTRAKTOWE</b>			
<b>Łączna liczba RGU (na koniec okresu), w tym:</b>	<b>14 587 869</b>	<b>14 057 045</b>	<b>3,8%</b>
Płatna telewizja, w tym:	5 033 398	5 038 210	-0,1%
<i>Multiroom</i>	1 180 891	1 141 820	3,4%
Telefonia komórkowa	7 752 113	7 209 240	7,5%
Internet	1 802 358	1 809 595	-0,4%
<b>Liczba klientów kontraktowych, w tym:</b>	<b>5 644 291</b>	<b>5 712 151</b>	<b>-1,2%</b>
klienci ofert multiplay	1 947 497	1 727 928	12,7%
ARPU na klienta [PLN]	84,8	84,0	1,0%
Churn na klienta	6,8%	7,9%	-1,1 p.p.
Wskaźnik nasycenia RGU na jednego klienta	2,58	2,46	4,9%
<b>USŁUGI PRZEDPŁACONE</b>			
<b>Łączna liczba RGU na koniec okresu, w tym:</b>	<b>2 678 890</b>	<b>2 794 108</b>	<b>-4,1%</b>
Płatna telewizja	142 886	91 261	56,6%
Telefonia komórkowa	2 443 295	2 550 355	-4,2%
Internet	92 709	152 492	-39,2%
ARPU na RGU prepaid [PLN]	20,8	20,8	0,0%

– To kolejny bardzo dobry kwartał dla Telewizji Polsat, między innymi dzięki bardzo udanej i chętnie oglądanej jesiennej ramówce, w której sprawdziły się i kontynuowane formaty, i nowości. Byliśmy w czołówce oglądalności w grupie komercyjnej zarówno jako cała Grupa, jak i kanał główny Polsat, a wyniki są zgodne z naszą długoterminową strategią. Z kolei nasze przychody z reklamy wzrosły w obydwu okresach – o 3,7% w III kwartale i 1,7% w ciągu 9 miesięcy – przy lekkim spadku całego rynku reklamy TV i sponsoringu w 9-miesięcznym okresie – mówi **Stanisław Janowski, Prezes Zarządu, Telewizja Polsat Sp. z o.o.**

### Dane operacyjne segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej

	III kwartał			9 miesięcy		
	2019	2018	Zmiana p.p./%	2019	2018	Zmiana p.p./%
<b>Udział w oglądalności<sup>1</sup>, w tym:</b>						
POLSAT (kanał główny)	24,82%	25,05%	-0,23 p.p.	24,32%	24,35%	-0,03 p.p.
Kanały tematyczne	10,99%	11,33%	-0,34 p.p.	11,19%	11,47%	-0,28 p.p.
	13,84%	13,73%	0,11 p.p.	13,13%	12,88%	0,25 p.p.
<b>Przychody z reklamy i sponsoringu<sup>2</sup> (mln PLN)</b>	250	241	3,7%	845	831	1,7%
<b>Udział w rynku reklamy<sup>3</sup></b>	28,1%	27,6%	0,5 p.p.	27,7%	27,1%	0,6 p.p.
<b>Wydatki na reklamę telewizyjną na rynku<sup>4</sup> (mln PLN)</b>	888	872	1,9%	3 047	3 070	-0,7%

<sup>1</sup> 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));

<sup>2</sup> Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Starcom;

<sup>3</sup> Szacunki własne na podstawie wstępnych danych Starcom;

<sup>4</sup> Starcom, reklama spotowa i sponsoring;

#### Najważniejsze dane finansowe za III kwartał 2019 r.

- Silne wyniki finansowe Grupy w III kwartale 2019 r. (z włączeniem MSSF 16):
  - przychody: 2,9 mld zł,
  - EBITDA: >1 mld zł,
  - marża EBITDA: 35%,
  - zysk netto: 236,5 mln zł,
  - wolne przepływy pieniężne: ponad 1,3 mld zł w okresie 12-miesięcznym,
  - wskaźnik całkowitego zadłużenia netto/EBITDA LTM: 2,62x (z wyłączeniem MSSF 16; uwzględnia wypłatę pierwszej transzy tegorocznej dywidendy).

– Pokazujemy bardzo silne, zgodne z oczekiwaniami analityków wyniki finansowe za III kwartał. Przychody Grupy wyniosły 2,9 mld zł, EBITDA przekroczyła 1 mld zł, a zysk netto sięgnął blisko 240 mln zł. W wynikach segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym odzwierciedlone są: pozytywny wpływ wysokiej sprzedaży smartfonów, stabilizacja wyniku EBITDA Netii oraz inwestycje w treści sportowe premium, w tym zakup praw do kanałów emitujących rozgrywkę PKO BP Ekstraklasy. Działalność segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej charakteryzowała zrównoważona polityka programowa oraz adekwatna do możliwości generowania przychodów polityka inwestycyjna, z utrzymującym się pozytywnym wpływem rozszerzenia oferty hurtowej Telewizji Polsat o nowe stacje, m.in. sportowe – mówi Katarzyna Ostap-Tomann, Członek Zarządu ds. Finansowych, Cyfrowy Polsat S.A., Polkomtel Sp. z o.o.



### Wyniki finansowe Grupy Cyfrowy Polsat

mln PLN	z włączeniem MSSF 16		z wyłączeniem MSSF 16	
	III kwartał 2019		III kwartał 2019	zmiana r/r
Przychody	2 892		2 882	5,4%
EBITDA	1 021		901	-2,0%
Marża EBITDA	35,3%		31,3%	-2,3 p.p.

### Wyniki finansowe segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym

mln PLN	z włączeniem MSSF 16		z wyłączeniem MSSF 16	
	III kwartał 2019		III kwartał 2019	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2 515		2 505	3%
EBITDA	926		809	-2%
Marża EBITDA	37%		32,3%	-1,7 p.p.

### Wyniki finansowe segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej

mln PLN	z włączeniem MSSF 16		z wyłączeniem MSSF 16	
	III kwartał 2019		III kwartał 2019	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	441		441	17%
EBITDA	95		92	-2%
Marża EBITDA	21%		20,9%	-4,2 p.p.



N E T I A



– Rosnące przychody oraz zdrowa kondycja i struktura finansowa naszej Grupy pozwalają nam łączyć sprawne oddłużanie Grupy z wypłatą dywidendy i inwestycjami. Spłacamy kredyty zgodnie z harmonogramem, w październiku wypłaciliśmy drugą transzę dywidendy w wysokości 307 mln zł i jednocześnie realizujemy inwestycje, zarówno te o charakterze CAPEX, jak i w treści telewizyjne, w dużej części sportowe premium, np. kanały z PKO BP Ekstraklasą, Ligę Mistrzów UEFA, stacje Eleven Sports czy siatkówkę – podsumowuje **Katarzyna Ostap-Tomann**. - Na wysokim poziomie są wolne przepływy pieniężne, które, zgodnie z naszymi zapowiedziami, pozostają pod wpływem wysokich zakupów smartfonów dla naszych klientów. Z uwagi na utrzymujący się silny popyt, zadbamy, by nasza oferta urządzeń także w okresie przedświątecznym była bardzo atrakcyjna, co może wiązać się z zaangażowaniem dodatkowych środków finansowych – dodaje.

---

**Kontakt dla mediów:**

Olga Zomer

Rzecznik prasowy

Tel.: +48 507 096 883

E-mail: [ozomer@cyfrowypolsat.pl](mailto:ozomer@cyfrowypolsat.pl)

**Kontakt dla inwestorów/analitików:**

Grzegorz Para

Dyrektor ds. Relacji Inwestorskich

Tel.: +48 601 134 282

E-mail: [gpara@cyfrowypolsat.pl](mailto:gpara@cyfrowypolsat.pl)



N E T I A