

Podsumowanie wyników za 4Q 2017 r. dla analityków i inwestorów



- Przychody Grupy Polsat w 4Q'17 rosły w tempie +1,7% r/r, osiągając poziom **2.579 mln PLN**. Na dynamikę wzrostu przychodów wpływ miały w głównej mierze:
 - Spadek przychodów detalicznych spowodowany przede wszystkim niższymi przychodami z usług głosowych. Na erozję przychodów z usług głosowych złożyło się kilka czynników, w szczególności pełna implementacja regulacji *Roam Like at Home* (zgodnie z przekazaną wcześniej prognozą Spółki, ubytek przychodów detalicznych wynikających z RLAH może sięgać ok. 100 mln PLN w skali 12 miesięcy zapoczątkowanych 15 czerwca 2017), zmiana sposobu oferowania sprzętu dla klientów detalicznych i niższa liczba aktywacji prepaid, co związane jest z wymogiem rejestracji kart przedpłaconych. Spadek ten został częściowo skompensowany wyższymi przychodami z usług płatnej telewizji.
 - Wzrost przychodów hurtowych przede wszystkim w wyniku rosnących przychodów z rozliczeń IC wynikających ze wzrostu wolumenu ruchu wymienianego z innymi sieciami, wyższych przychodów z reklamy, jak również wyższych przychodów z tytułu hurtowej sprzedaży ruchu w roamingu krajowym i międzynarodowym.
 - Wyższe przychody ze sprzedaży sprzętu przede wszystkim w wyniku wyższych przychodów ze sprzedaży ratalnej sprzętu w związku z rosnącym udziałem sprzedaży sprzętu w tym modelu, jak również z wyższym popytem ze strony klientów na bardziej zaawansowane i droższe urządzenia końcowe.
- Koszty Grupy 4Q'17 wyniosły **2.139 mln PLN** i pozostały na stabilnym poziomie r/r. Na ich wysokość miał wpływ w głównej mierze:
 - Wzrost kosztów technicznych w wyniku wyższych kosztów hurtowego zakupu ruchu w roamingu międzynarodowym związanych z istotnym wzrostem wolumenu ruchu generowanego przez Polaków w ramach roamingu międzynarodowego (efekt regulacji *Roam Like at Home*), jak również wyższych kosztów interconnect związanych z popularizacją taryf umożliwiających wykonywanie nielimitowanych połączeń do obcych sieci telekomunikacyjnych.
 - Spadek amortyzacji m.in. w wyniku zakończenia okresu amortyzacji części wartości niematerialnych i prawnych nabytych podczas transakcji zakupu Polkomtelu w 2014 r. oraz niższych kosztów amortyzacji infrastruktury telekomunikacyjnej w związku z zakończeniem okresu amortyzacji wybranych elementów tej infrastruktury.
 - Spadek kosztu własnego sprzedanego sprzętu na skutek niższego wolumenu sprzedaży urządzeń końcowych.
 - Wzrost kosztów kontentu przede wszystkim w wyniku wyższych kosztów produkcji własnej związanych ze wzbogaceniem naszej oferty programowej.
 - Wyższe koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta m.in. w wyniku intensyfikacji działań marketingowych oraz ujęcia wyższych kosztów obsługi i utrzymania klienta.
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy TV Polsat w 4Q'17 wzrosły r/r o 5,1% do poziomu **353 mln PLN**, podczas gdy w tym czasie cały rynek zanotował wzrost na poziomie 5,6%. Przychody reklamowe kanałów Telewizji Polsat rosły zgodnie z rynkiem, dzięki czemu udział Grupy w rynku utrzymał się na poziomie **27,0%**.
- EBITDA Grupy Polsat, wynosząca **873 mln PLN**, zanotowała spadek r/r o 3,3%, przy marży EBITDA na poziomie **33,8%**.
- W 4Q'17 wynik EBITDA pozostał pod negatywnym wpływem regulacji *Roam Like at Home*, która przełożyła się na obniżenie marży uzyskiwanej na usługach roamingu międzynarodowego o kwotę 36 mln zł w ujęciu r/r.
- Zysk operacyjny Grupy Polsat (EBIT) wyniósł **438 mln PLN** i wzrósł r/r o 12,3%.
- Koszty finansowe spadły r/r o 14,2% przede wszystkim w wyniku spadku kosztu odsetek od obligacji w związku z przedterminowym wykupem Obligacji Litenite w kwietniu 2017 roku.
- Zysk netto Grupy spadł r/r o 54% do **157 mln PLN**, głównie za sprawą jednorazowego odpisu dotyczącego zobowiązań z tytułu odroczonego podatku dochodowego.
- Skorygowany FCF po odsetkach za 4Q'17 wyniósł **578 mln PLN** (a w okresie 12-miesięcznym **1.688 mln PLN**), do czego przyczynił się między innymi przejściowy wzrost zobowiązań krótkoterminowych.
- Główny kowenant - całkowity dług netto/EBITDA LTM w 4Q'17 osiągnął poziom **2,91x**.
- Kluczowe wskaźniki operacyjne w 4Q'17:
 - Całkowita liczba RGU na poziomie **16,523 mln**, z czego 82,8% RGU świadczonych w modelu kontraktowym,
 - Baza klientów kontraktowych wyniosła **5,777 mln**,
 - ARPU na klienta spadło r/r o 1,9% **do 89,0 PLN**, głównie w wyniku niekorzystnego wpływu regulacji *Roam Like at Home*. Oczekujemy też, że regulacja RLAH może przekładać się negatywnie na dynamikę zmiany ARPU kontraktowego w kolejnych dwóch kwartałach,
 - Wskaźnik nasylenia RGU na klienta – **2,37x** i pozostaje w trendzie wzrostowym,
 - Wskaźnik churn na niskim poziomie **8,8%**.
 - Wzrost całkowitej bazy usług kontraktowych r/r o **430 tys.** (3,2%)
 - Wzrost o **202 tys.** (3,0%) RGU telefonii komórkowej to efekt korzystnego wpływu strategii multiplay,
 - Wzrost o **176 tys.** (3,7%) RGU płatnej telewizji, dzięki utrzymującemu się popytowi na usługę Multiroom oraz dobrze sprzedającym się płatnym usługom OTT,



Podsumowanie wyników za 4Q 2017 r. dla analityków i inwestorów



- o Wzrost o **52 tys.** (3,0%) RGU Internetu mobilnego.
- Kontynuacja strategii multiplay:
 - o Skuteczna strategia skutkuje przyspieszeniem sprzedaży i stabilnym wzrostem liczby klientów multiplay o 62 tys. q/q w 4Q'17
 - o Łączna liczba klientów korzystających z ofert pakietowych przekroczyła poziom 1,51 mln
 - o Liczba RGU posiadanych przez klientów multiplay rosła do 4,52 mln
 - o Niski poziom churn, głównie dzięki naszej strategii multiplay
- Stabilizacja bazy prepaid przy rosnącym ARPU:
 - o Stabilna baza na poziomie 2,8 mln usług, odzwierciedlająca rzeczywistą liczbę użytkowników,
 - o Dynamicznie rosnące (+4,7% r/r), wysokie ARPU (20,1 zł), wynikające z oczyszczenia bazy o tzw. one time user'ów oraz wygaśnięcia efektu promocji rejestracyjnych.

Wyniki finansowe Grupy Cyfrowego Polsatu

w mln PLN	4Q'17	Zmiana r/r	Konsensus rynkowy ¹	Różnica
Przychody ze sprzedaży, w tym:	2.579	2%	2.559	0,8%
- Przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych	1.498	-6%	n/d	n/d
- Przychody hurtowe	736	12%	n/d	n/d
- Przychody ze sprzedaży sprzętu	299	12%	n/d	n/d
- Pozostałe przychody	47	111%	n/d	n/d
Koszty operacyjne, w tym:	2.139	-0,1%	n/d	n/d
- Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich	534	13%	n/d	n/d
- Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja	435	-15%	n/d	n/d
- Koszt własny sprzedanego sprzętu	358	-6%	n/d	n/d
- Koszty kontentu	321	8%	n/d	n/d
- Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta	243	9%	n/d	n/d
- Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	164	0%	n/d	n/d
- Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności	10	-31%	n/d	n/d
- Pozostałe koszty	74	-4%	n/d	n/d
EBITDA	873	-3%	872	0,1%
Marża EBITDA	33,8%	-1,8pkt%	34,1%	-0,3pkt%
EBIT	438	12%	426	2,8%
Zysk netto ²	157	-54%	256	-38,6%

¹ w oparciu o prognozy: Citi, DB, DM BOŚ, DM mBanku, ERSTE, Haitong, Ipopema, Pekao Investment Banking S.A., PKO BP, RCB, Trigon, Wood&Co

² 11 z 12 prognoz konsensusu rynkowego dotyczącego zysku netto nie uwzględnia wpływu one-offa wynikającego ze zmiany stanu zobowiązania z tytułu odroczonego podatku dochodowego w wysokości 144 mln zł, o którym spółka informowała 5 marca 2018 r.



Podsumowanie wyników za 4Q 2017 r. dla analityków i inwestorów



Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym

	4Q		
	2017	2016	Zmiana %
Łączna liczba RGU (na koniec okresu) (kontraktowe+przedpłacone)	16.522.597	16.524.936	(0,0%)
USŁUGI KONTRAKTOWE			
Łączna liczba RGU na koniec okresu, w tym:	13.685.044	13.254.598	3,2%
Płatna telewizja, w tym:	4.942.640	4.766.429	3,7%
<i>Multiroom</i>	1.099.582	1.021.720	7,6%
Telefonia komórkowa	6.932.676	6.730.427	3,0%
Internet	1.809.728	1.757.742	3,0%
Liczba klientów	5.776.598	5.882.804	(1,8%)
ARPU na klienta [PLN]	89,0	90,7	(1,9%)
Churn na klienta	8,8%	8,3%	0,5pkt%
Wskaźnik nasycenia RGU na jednego klienta	2,37	2,25	5,3%
USŁUGI PRZEDPŁACONE			
Łączna liczba RGU na koniec okresu, w tym:	2.837.553	3.270.338	(13,2%)
Płatna telewizja	79.561	79.306	0,3%
Telefonia komórkowa	2.579.613	2.972.443	(13,2%)
Internet	178.379	218.589	(18,4%)
ARPU na RGU [PLN]	20,1	19,2	4,7%

- **Łączna liczba usług** świadczonych przez Grupę zarówno w modelu kontraktowym, jak i przedpłaconym osiągnięta poziom 16.523 mln.
- Na koniec 4Q'17 usługi kontraktowe stanowiły 82,8% łącznej liczby świadczonych usług. Wskaźnik ten wzrósł z 80,2% przed rokiem.
- **Usługi kontraktowe:**
 - łączna liczba klientów kontraktowych wyniosła 5.777 mln na koniec 4Q'17 (-1,8% r/r), przede wszystkim na skutek odpływu klientów posiadających pojedynczą usługę, w szczególności telefonii mobilnej, jak również dalszej konsolidacji kontraktów pod jedną wspólną umową kontraktową w ramach gospodarstwa domowego, co znajduje odzwierciedlenie w rosnącym wskaźniku nasycenia RGU na jednego klienta (wzrost o 5,3% r/r do 2,37 RGU na klienta w 4Q'17).
 - Liczba usług kontraktowych świadczonych przez nas wzrosła o 430K do 13.685 mln na koniec 4Q'17 (+3,2% r/r). Zaobserwowaliśmy wzrost liczby wszystkich poszczególnych usług świadczonych w modelu



Podsumowanie wyników za 4Q 2017 r. dla analityków i inwestorów



kontraktowym. Wierzimy, że dalsze nasycenie bazy naszych klientów usługami łączonymi będzie miało pozytywny wpływ na wzrost liczby świadczonych przez nas usług kontraktowych w przyszłości.

- Liczba RGU płatnej telewizji wyniosła 4.943 mln na koniec 4Q'17, co stanowi wzrost r/r o 176K, czyli o 3,7%. Wzrost wynika m.in. z rosnącej popularności usługi Multiroom (+78K r/r, do 1,1 mln RGU) oraz dynamicznie rosnącej sprzedaży płatnych usług typu OTT.
- Liczba RGU telefonii komórkowej wzrosła r/r o 202K (3,0%), osiągając poziom 6.933 mln na koniec 4Q'17, przede wszystkim w efekcie skutecznej realizacji strategii dosprzedaży usług do pojedynczego klienta.
- Liczba RGU dostępu do szerokopasmowego Internetu na koniec 4Q'17 wyniosła 1.810 mln i była wyższa o 52K, czyli o 3,0% r/r.
- ARPU na klienta kontraktowego obniżyło się do poziomu 89,0 zł w 4Q'17 z poziomu 90,7 zł odnotowanego w 4Q'16. Na dynamikę zmiany ARPU istotny negatywny wpływ miało przede wszystkim zrównanie na terenie Europejskiego Obszaru Gospodarczego stawek detalicznych za usługi roamingowe z cenami krajowymi począwszy od 15 czerwca 2017 r. (regulacja *Roam Like at Home*). Oczekujemy, że wpływ ten może przełożyć się negatywnie na tempo wzrostu ARPU kontraktowego w kolejnych dwóch kwartałach.
- Wskaźnik odpływu klientów (churn) wyniósł 8,8% w 12-miesięcznym okresie zakończonym 31 grudnia 2017 r. w porównaniu do 8,3% w okresie 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2016 r. i pozostaje na niskim poziomie, przede wszystkim w wyniku systematycznie rosnącej lojalności naszych klientów związanej ze skuteczną realizacją strategii multiplay.
- Nasza oferta usług łączonych cieszy się niesłabnącym zainteresowaniem i odnotowuje bardzo dobre wyniki sprzedaży, co pozytywnie przekłada się na poziom wskaźnika nasycenia RGU na jednego klienta, ARPU klienta kontraktowego oraz wskaźnik churn.
- Na koniec 4Q'17 z oferty usług łączonych korzystało już 1.511 mln klientów, co stanowi wzrost r/r o 204K klientów, czyli o 15,6%. Na koniec 4Q'17 nasycenie naszej bazy klientów usługami łączonymi kształtowało się na poziomie 26,2%. Ta grupa klientów posiadała na koniec 4Q'17 łącznie 4.520 mln usług (RGU), o 650K, czyli 16,8%, więcej niż rok wcześniej. Począwszy od 2Q'17 udostępniliśmy ofertę usług łączonych również klientom posiadającym usługi w niższych taryfach, co przekłada się korzystnie na dynamikę wzrostu bazy klientów usług multiplay, jak również na poziom ARPU dla całej bazy.

• Usługi przedpłacone

- Liczba świadczonych przez nas aktywnych usług przedpłaconych spadła r/r o 433K, czyli o 13,2% do 2.838 mln na koniec 4Q'17, odnotowując ubytek głównie w trakcie pierwszego kwartału 2017 roku, co związane było przede wszystkim z narzuconym przez ustawodawcę obowiązkiem rejestracji nowo zakupionych kart przedpłaconych począwszy od 25 lipca 2016 roku. Regulacja ta spowodowała obserwowany na całym rynku znaczący spadek nowych aktywacji, jak również wymogła na operatorach obowiązkowe wyłączenie po 1 lutego 2017 roku tych kart, które nie zostały prawidłowo zarejestrowane.
- W 4Q'17 ARPU na RGU prepaid wzrosło r/r o 4,7% do 20,1 zł. Wysoka dynamika wzrostu ARPU prepaid wynika między innymi ze znaczącego wyczyszczenia bazy z kart przedpłaconych charakteryzujących się niskim ARPU (tzw. karty jednorazowego użytku) oraz wygaśnięcia efektu promocji zachęcających do wcześniejszej rejestracji kart, które to promocje negatywnie wpływały na poziom ARPU w segmencie usług przedpłaconych w 2H'16.



Podsumowanie wyników za 4Q 2017 r. dla analityków i inwestorów



Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

	4Q		
	2017	2016	zmiana r/r
Udział w oglądalności¹, w tym:	24,39%	24,98%	-0,59pkt%
POLSAT (kanał główny)	12,04%	13,47%	-1,43pkt%
Kanały tematyczne	12,35%	11,51%	0,84pkt%
Udział w rynku reklamy²	27,0%	27,1%	-0,1pkt%
Wydatki na reklamę telewizyjną³ (mln PLN)	1.306	1.236	5,6%

¹ NAM, udział w oglądalności w grupie wszyscy 16-49 lat, cała doba

² Szacunki własne na podstawie danych Starcom

³ Starcom, reklama spotowa i sponsoring

- Grupa Polsat i kanał główny w czołówce oglądalności w grupie komercyjnej.
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy TV Polsat w 4Q'17 wzrosły r/r o 5,1% (w tym czasie cały rynek wzrósł o 5,6%) do poziomu 353 mln PLN, na skutek czego nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej utrzymał się na poziomie 27,0%.
- W oparciu o obserwacje rynku reklamy na przełomie 2017 i 2018 roku oczekujemy, że w całym 2018 r. rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu będzie wykazywał średni jednocyfrowy wzrost w ujęciu r/r.

