



Wyniki za Q2 2013

28 sierpnia 2013 r.

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.

1

Wprowadzenie

Najważniejsze wydarzenia



- Spełnienie warunków zawieszających transakcje nabycia spółki Polskie Media oraz zbycia spółki RSTV
- Kolejna przedpłata kredytu terminowego w kwocie 100 mln PLN
- Ponad 350 tysięcy sprzedanych urządzeń do odbioru TV Mobilna
- Wprowadzenie do sprzedaży nowego dekodera PVR własnej produkcji
- Zmiany w komunikacji marki Cyfrowy Polsat – nowe hasło „Twój Multimedialny Dom” w celu maksymalizacji sprzedaży ofert zintegrowanych (multiplay)
- Poszerzenie zasobów IPLA dzięki nowym umowom m.in. z NBC Universal International Television Distribution, Monolith Films, Discovery Communications i SPT Networks



- Ofensywa programowa w jesiennej ramówce – 7 nowych pozycji
- Nowy kanał tematyczny o profilu filmowo-serialowym dla kobiet Polsat Romans

Podsumowanie wyników operacyjnych



- Liczba abonentów płatnej telewizji na koniec 2Q'13 na stabilnym poziomie 3.545.582
- ARPU Pakietu Familijnego w 2Q'13 wzrosło r/r o 5,2% do 48,3 PLN, zaś ARPU Pakietu Mini wyniosło 12,8 PLN
- Wskaźnik churn wyniósł 8,8%
- Liczba użytkowników Internetu w 2Q'13 wzrosła r/r niemal dwukrotnie do 188 tys.
- Średniomiesięczna liczba użytkowników ipla w okresie pierwszych 6 miesięcy 2013 r wyniosła ponad 3,8 mln



- Udział w oglądalności Grupy w 2Q'13 wyniósł 19,7%
- Udział w rynku reklamy telewizyjnej w 2Q'13 roku wyniósł 22,7%

2

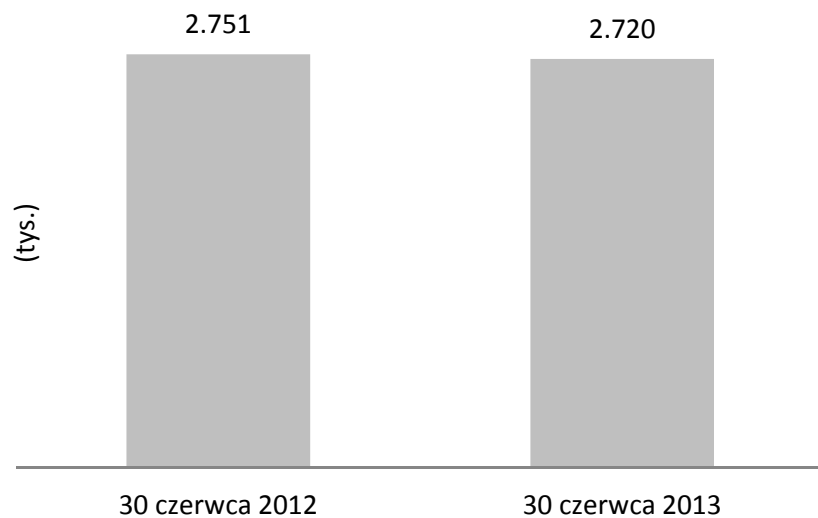
Wyniki operacyjne

Stabilna baza abonentów

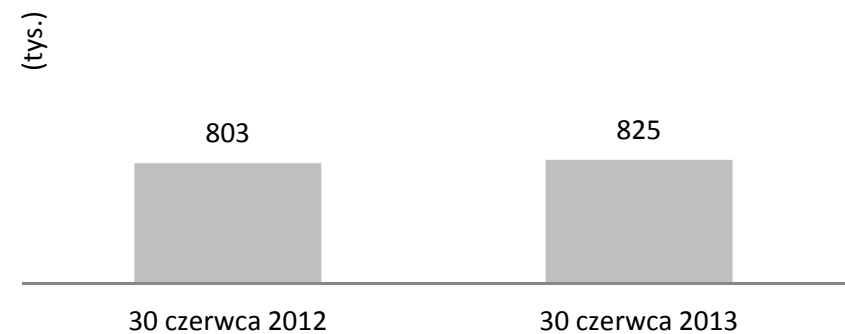


- W ujęciu rocznym nasza baza abonentów na koniec 2Q'13 wyniosła **3,55 mln**
- Niemal 80% bazy abonentów korzysta z dekodерów HD
- Około 16% bazy abonentów korzysta z usługi Multiroom

Abonenci — Pakiet Familijny



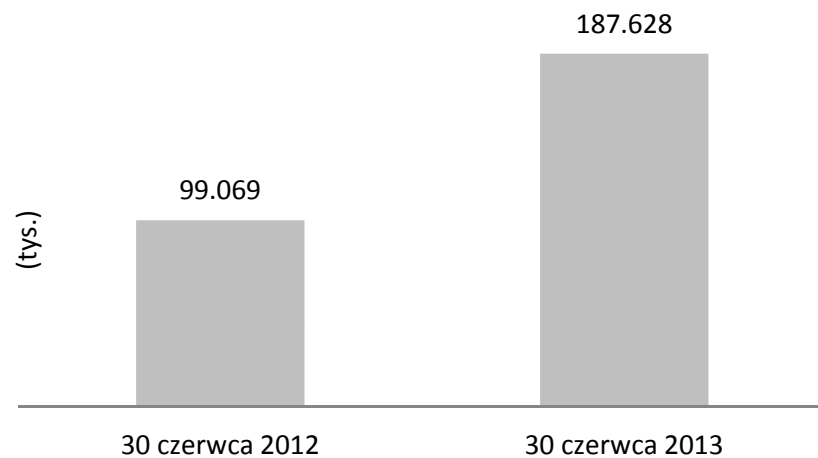
Abonenci — Pakiet Mini (w tym TV Mobilna)



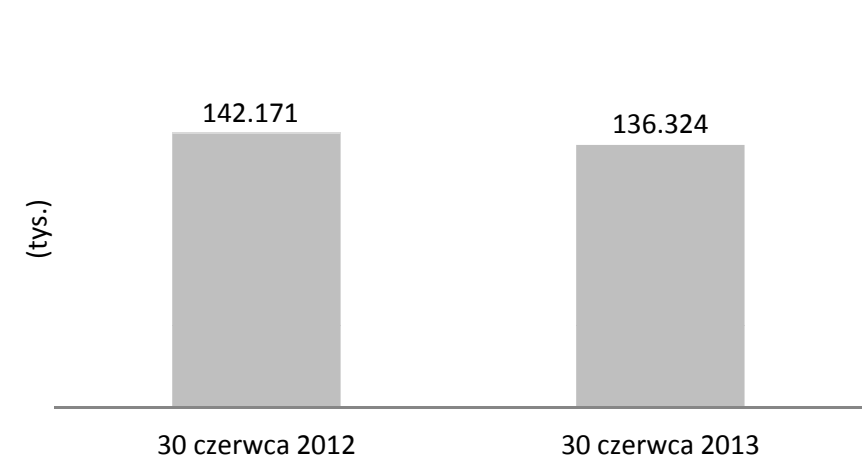
Czynniki dalszego wzrostu wartości segmentu klientów indywidualnych



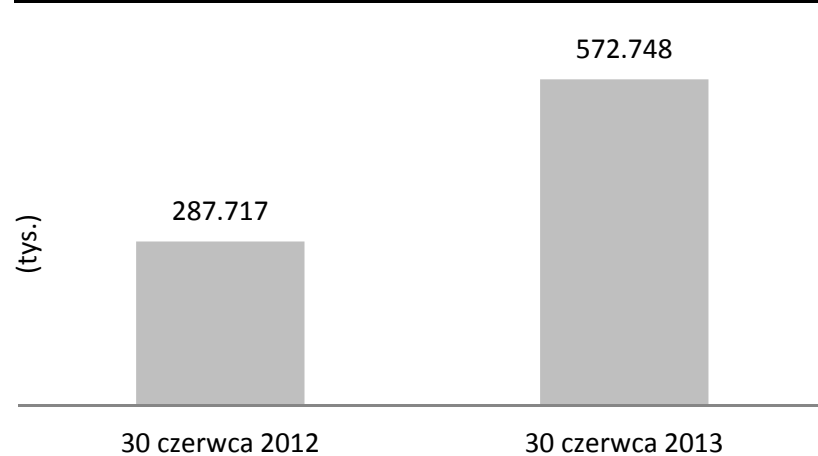
Użytkownicy dostępu do Internetu



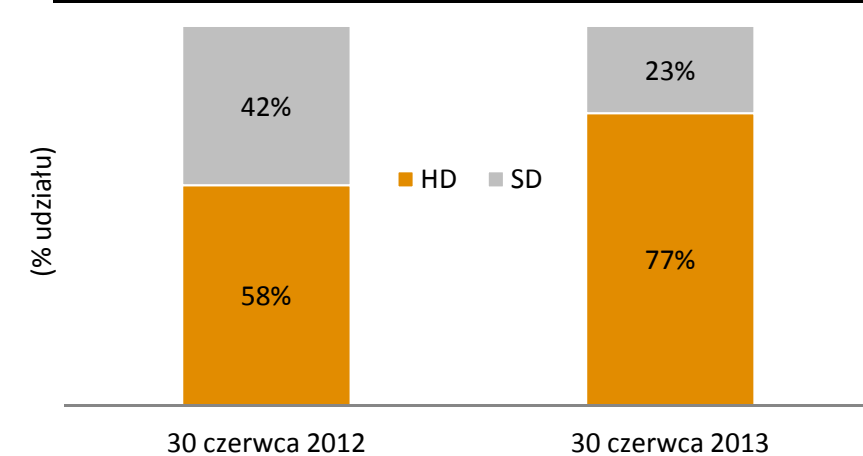
Użytkownicy telefonii komórkowej⁽¹⁾



Użytkownicy usługi Multiroom



Struktura bazy dekodерów



Nota: (1) użytkownicy naszej usługi MVNO i nasi klienci, którzy zakupili usługę telefonii komórkowej Polkomtela w ramach cross promocji

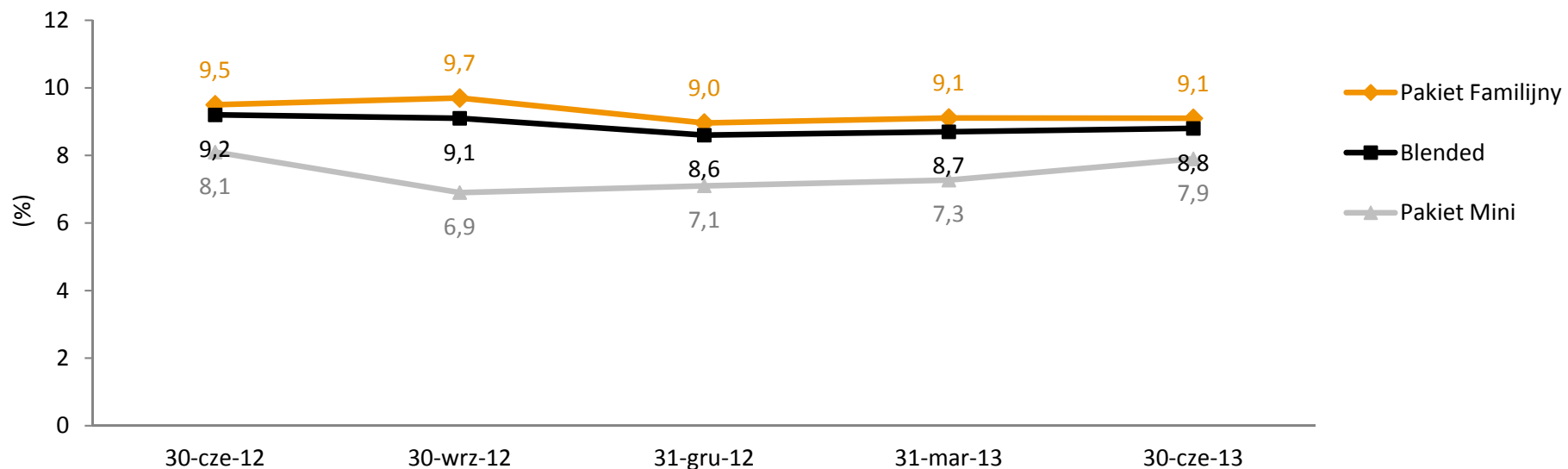
Niski wskaźnik churn



● Stabilny churn (blended) r/r w 2Q'13 na poziomie 8,8% w wyniku:

- Wysokiej satysfakcji klientów
- Skutecznych programów utrzymaniowych

Churn (12 miesięcy)



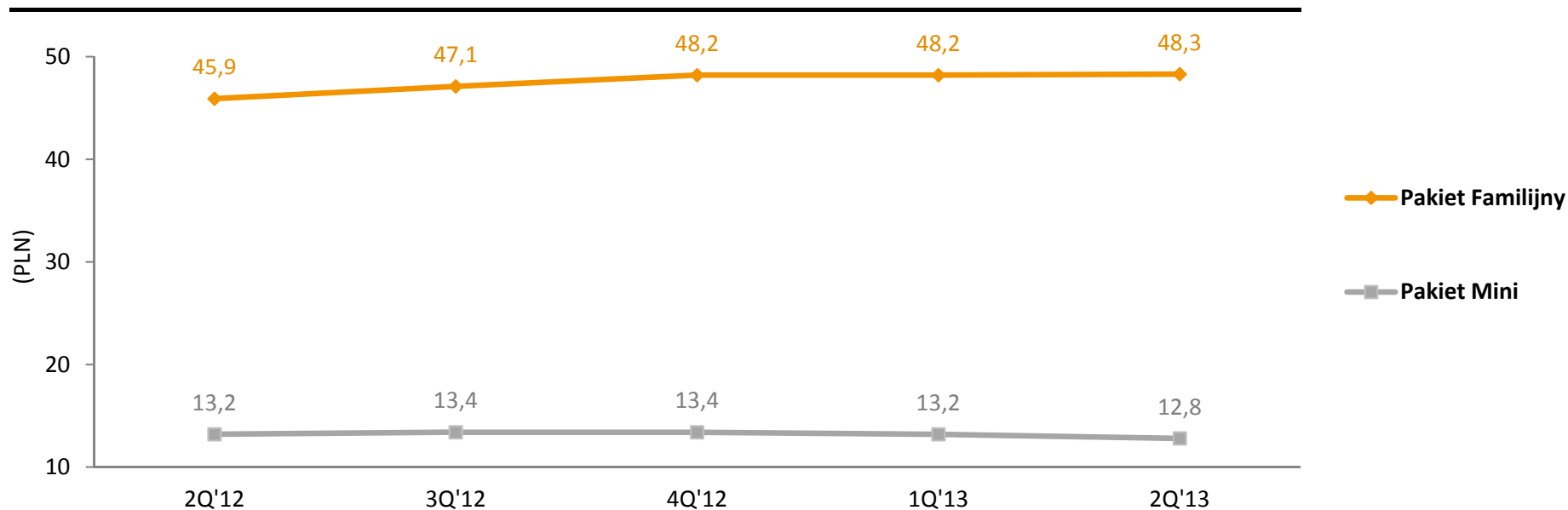
Nota: Wskaźnik odpływu abonentów (churn) definiujemy jako stosunek liczby umów rozwiązanych w okresie 12 miesięcy do średniorocznej liczby umów w tym 12 miesięcznym okresie. Liczba rozwiązanych umów jest pomniejszona o liczbę abonentów, którzy zawarli z nami ponownie umowę nie później niż z końcem tego 12 miesięcznego okresu oraz o liczbę abonentów, którzy posiadali więcej niż jedną umowę i dokonali rozwiązania jednej z nich, w zamian zobowiązując się do korzystania z usługi Multiroom.

Organiczny wzrost ARPU



- Wskaźnik ARPU Pakietu Familijnego w 2Q'13 wzrósł r/r o 5,2% do 48,3 PLN
 - Migracja abonentów do wyższych pakietów programowych
 - Sprzedaż dodatkowych usług m.in. Multiroom i VOD/PPV
- Wskaźnik ARPU Pakietu Mini w 2Q'13 wyniósł 12,8 PLN
 - Wpływ dłuższych okresów gratisowych dla nowych klientów usługi TV Mobilna vs DTH

ARPU



Nota: „ARPU” odnosi się do średniego miesięcznego przychodu netto na jednego abonenta, któremu świadczyliśmy usługi, obliczanego poprzez podzielenie sumy przychodów netto, generowanych przez naszych abonentów na oferowane przez nas usługi płatnej telewizji cyfrowej w danym okresie przez średnią liczbę abonentów, którym świadczyliśmy usługi w danym okresie

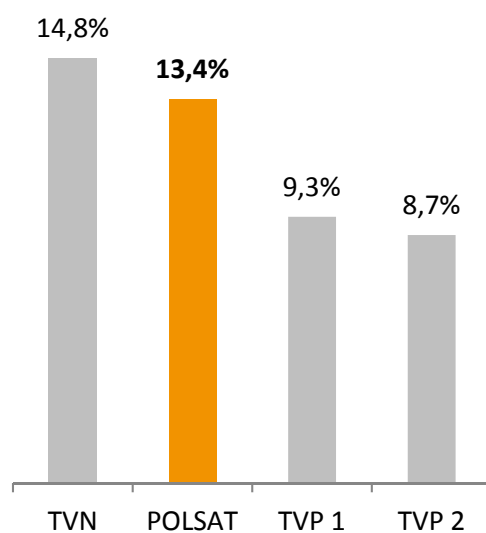
Udziały w oglądalności (2Q'13)



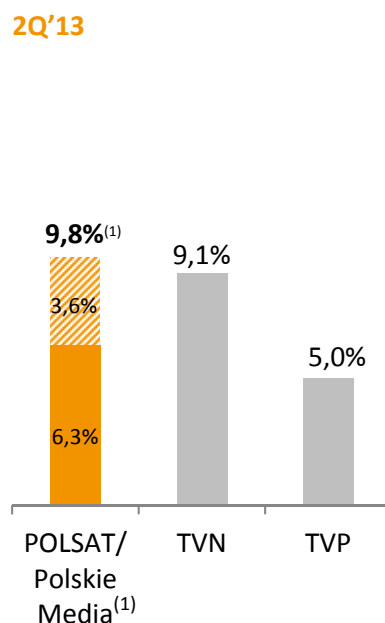
Wyniki oglądalności Grupy Telewizji Polsat w 2Q'13 pod wpływem cyfryzacji

- Oglądalność kanału głównego pod wpływem fragmentaryzacji rynku spowodowanej wzrostem zasięgu naziemnej telewizji cyfrowej (wyłączenie nadajników analogowych z końcem lipca 2013) oraz konsekwentnej polityki efektywnego zarządzania ramówką celem maksymalizacji marży EBITDA – wysoki poziom 34,0% w 2Q'13

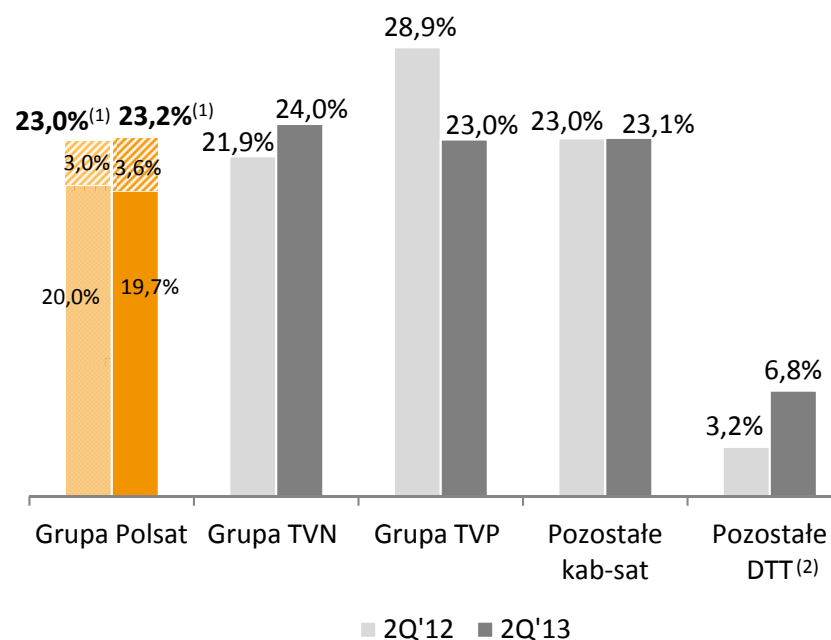
Udział w oglądalności głównych kanałów



Udział w oglądalności kanałów tematycznych



Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, analizy wewnętrzne

Nota: (1) Zawiera udział kanałów TV4, TV6 wynoszący w 2Q'12 i 2Q'13 odpowiednio 3,0% i 3,6%

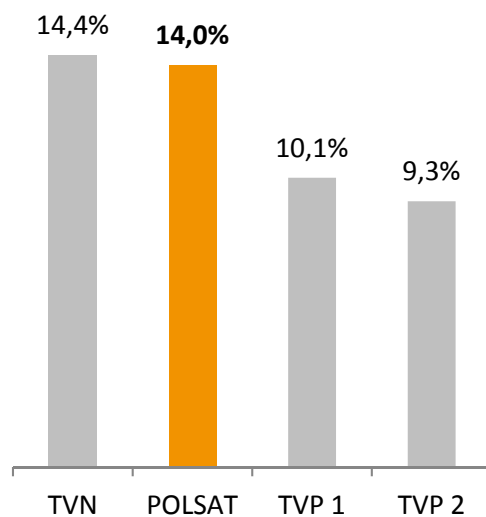
(2) ATM Rozrywka, ESKA TV, Polo TV, TV Puls, Puls2; wzrost r/r o 113%

Udziały w oglądalności (1H'13)

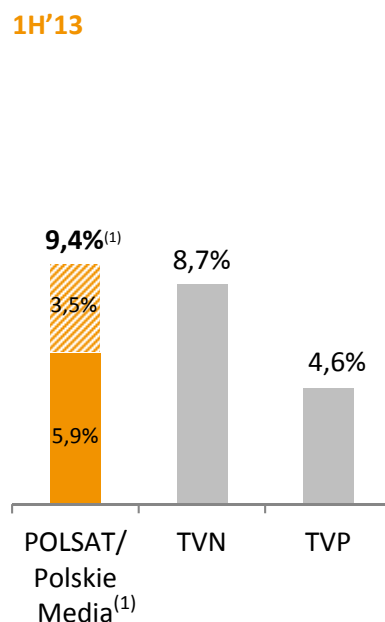


- Wyniki oglądalności Grupy Telewizji Polsat w 1H'13 zgodne ze strategią
 - Oglądalność kanału głównego pod wpływem fragmentaryzacji rynku spowodowanej wzrostem zasięgu naziemnej telewizji cyfrowej, skompensowany wzrostem oglądalności kanałów tematycznych

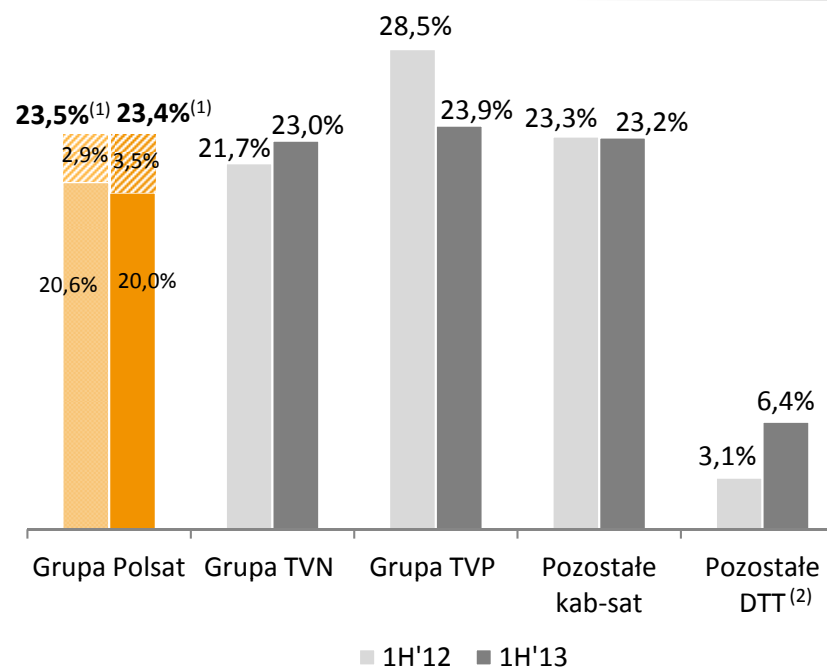
Udział w oglądalności głównych kanałów



Udział w oglądalności kanałów tematycznych



Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, analizy wewnętrzne

Nota: (1) Zawiera udział kanałów TV4, TV6 wynoszący w 1H'12 i 1H'13 odpowiednio 2,9% i 3,5%

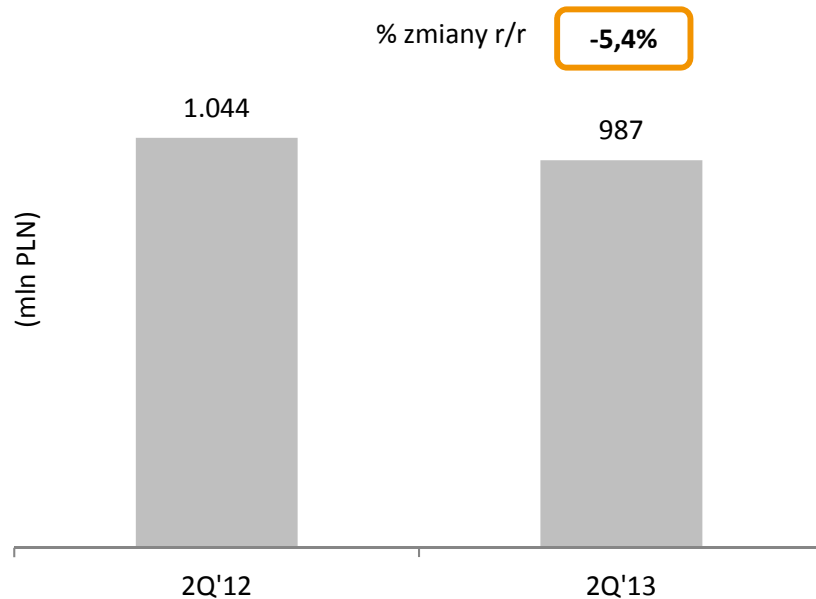
(2) ATM Rozrywka, ESKA TV, Polo TV, TV Puls, Puls2; wzrost r/r o 108%

Pozycja na rynku reklamy (2Q'13)

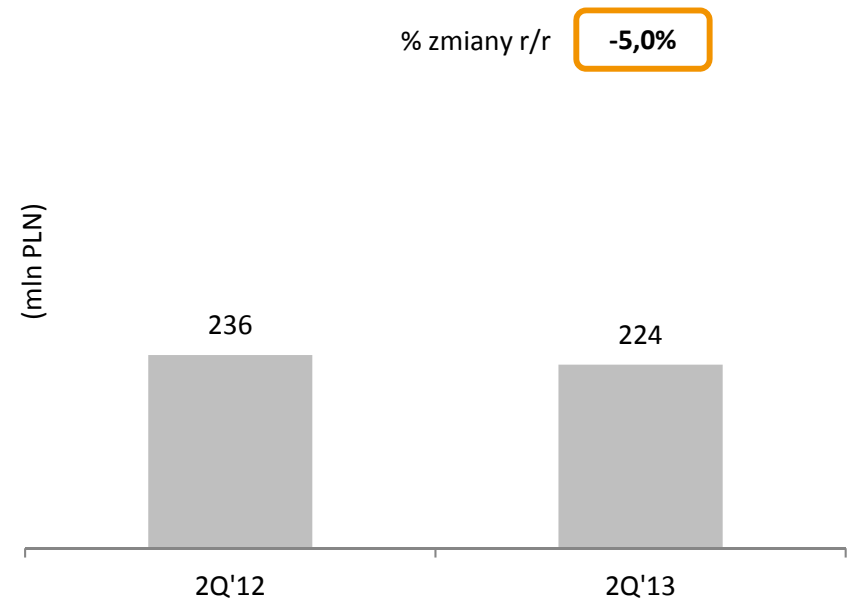


- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat zgodne z przyjętą strategią.
- Spadek wydatków na reklamę zgodny z rynkiem, dzięki czemu udział Grupy w rynku utrzymał się w 2Q'13 na poziomie 22,7%

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾

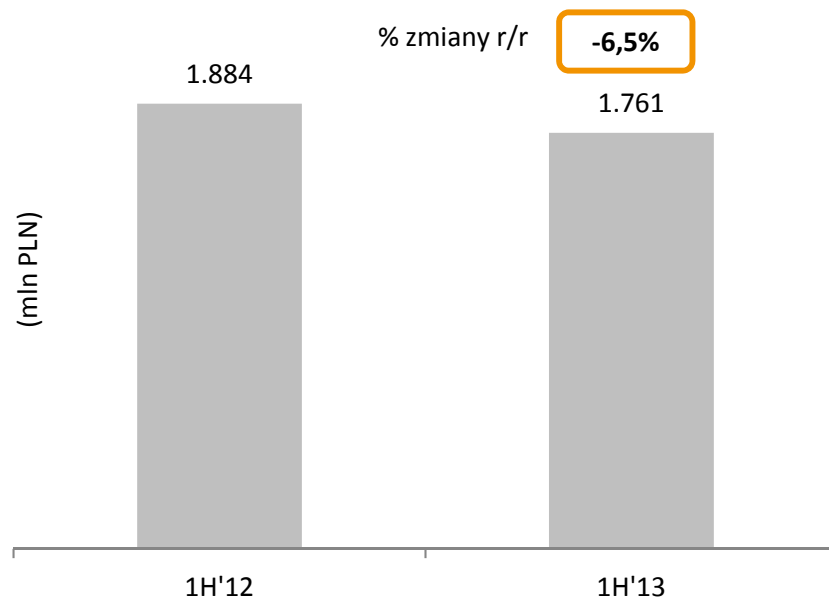


Pozycja na rynku reklamy (1H'13)

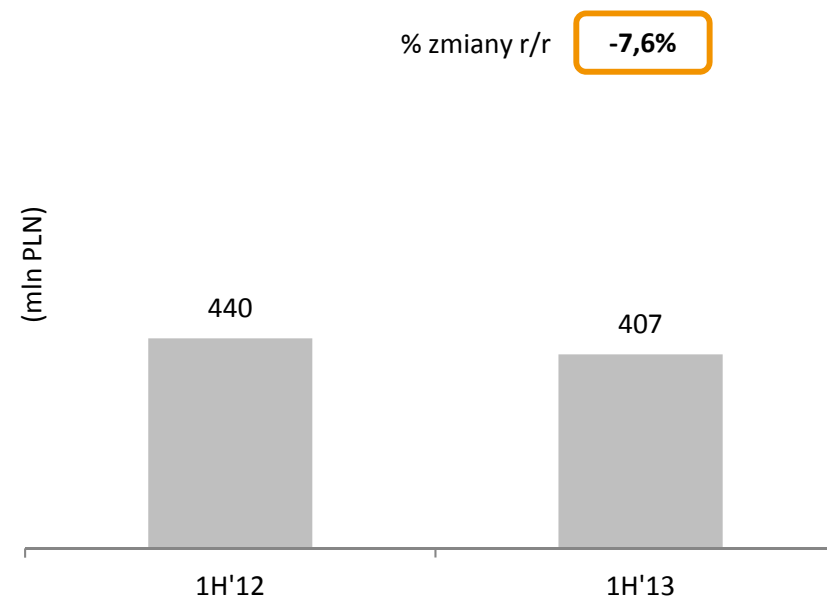


- Stabilny 23,1% udział w rynku reklamy telewizyjnej, pomimo fragmentaryzacji rynku i efektu wysokiej bazy z 1Q'12

Wydatki na reklamę i sponsoring



Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat⁽¹⁾



- Średniomiesięczna liczba użytkowników IPLA w okresie pierwszych 6 miesięcy 2013 r. wyniosła ponad 3,8 mln, w tym:
 - Ponad 2,5 mln to użytkownicy witryny i aplikacji PC
 - Około 1,3 mln stanowili użytkownicy aplikacji na urządzenia mobilne, Smart TV, dekodery, konsole do gier
- Średniomiesięczna liczba odtworzeń w pierwszych 6 miesiącach 2013 r. wyniosła blisko 28 mln
 - około 50% odtworzeń w segmencie mobilnym i Smart TV
- Rentowność na poziomie EBITDA począwszy od września 2012
- Split sprzedaży 80% reklama video, 20% pakiety
- Pakiety IPLA w znaczący sposób wzmocniły ofertę premium DTH
- Rosnąca ilość transakcji VOD

Dalszy rozwój segmentu online video zależy w dużym stopniu od aktywnych działań państwa polskiego mających na celu ograniczenie kradzieży własności intelektualnej w Internecie

3

Wyniki finansowe

Wyniki finansowe Grupy (2Q'13)



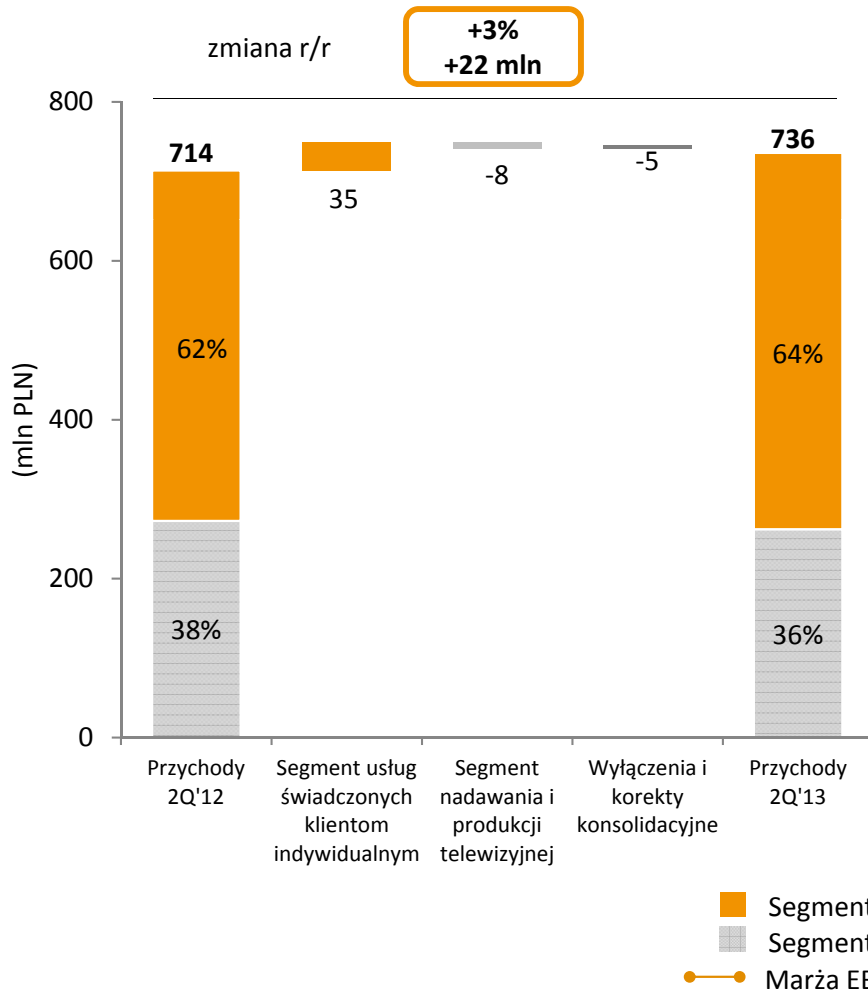
w mln PLN	2Q 2013	zmiana r/r	
Przychody	740	↑	3%
Koszty ⁽¹⁾	483	↑	8%
EBITDA	257	↓	(5%)
Marża EBITDA	35,0%	↓	(2,8pkt%)
Zysk netto	81	↓	(19%)

- Wzrost przychodów wynika ze wzrostu organicznego segmentu klientów indywidualnych skompensowany spadkiem przychodów segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej
- Wzrost kosztów wygenerowany przez projekty uruchomione w segmencie klientów indywidualnych
- Wysoka marża EBITDA w relatywnie trudnych warunkach rynkowych
- Negatywny efekt wyceny obligacji Senior Notes zniwelowany częściowo niższymi kosztami obsługi długu (niższe odsetki dzięki wcześniejszej spłacie części długu w 3Q'12)

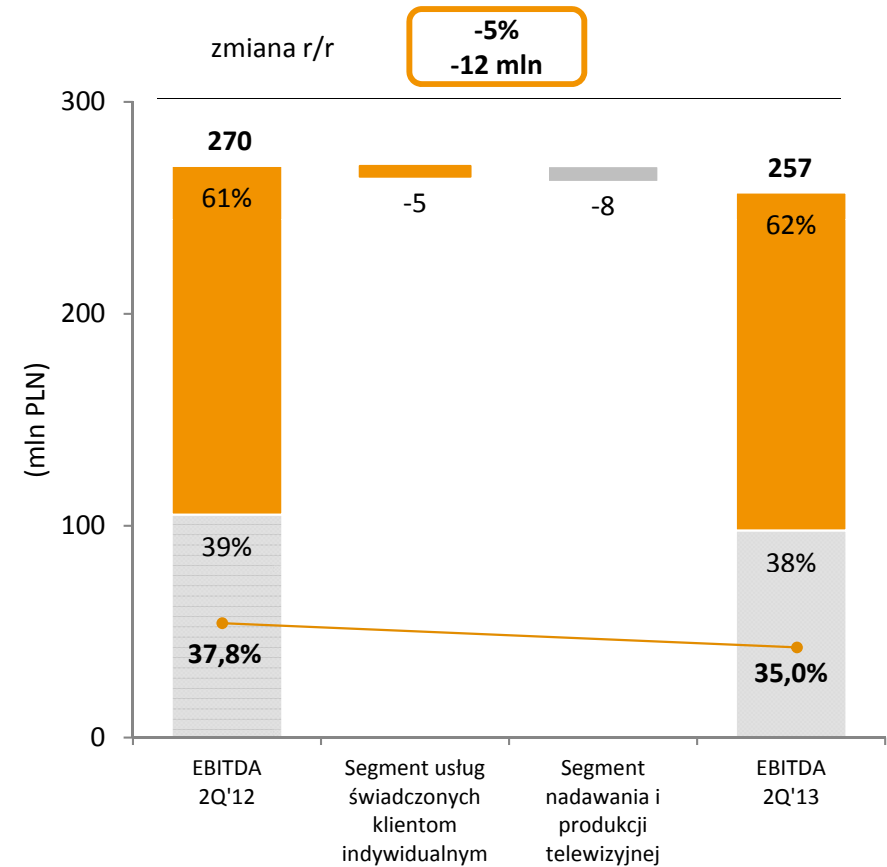
Przychody i EBITDA – czynniki zmian (2Q'13)



Przychody⁽¹⁾



EBITDA



Wyniki segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym (2Q'13)⁽¹⁾



w mln PLN	2Q 2013	zmiana r/r	
Przychody	482	↑	8%
Koszty ⁽²⁾	323	↑	15%
EBITDA	160	↓	(3%)
Marża EBITDA	33,2%	↓	(3,7pkt%)
Zysk netto	284	↑	>100%

- 🌐 Rekordowe przychody od klientów indywidualnych dzięki stabilnie rosnącemu ARPU oraz wyższym przychodom telekomunikacyjnym
- 🌐 Dynamika wzrostu kosztów wynosi 9%, wyłączając realizację strategicznego projektu TV Mobilna⁽³⁾
- 🌐 Wzrost zysku netto głównie za sprawą przesunięcia terminu deklaracji dywidendy od TV Polsat (kwi'13), niższych kosztów obsługi długu skompensowany częściowo wyższymi ujemnymi różnicami kursowymi z wyceny wartości obligacji Senior Notes

Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2013 r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) W ramach segmentu konsolidacji podlegają spółki Cyfrowy Polsat S.A., Cyfrowy Polsat Trade Marks, Cyfrowy Polsat Finance, INFO-TV-FM (od 30 stycznia 2012 r.), spółki tworzące serwis ipla (od 2 kwietnia 2012 r.)

(2) Koszty nie uwzględniają amortyzacji i utraty wartości

(3) Duża część kosztów projektu TV Mobilna wynika ze sprzedaży urządzeń odbiorczych, która była kontynuowana w tak znaczącej skali jedynie do końca lipca 2013 r.

Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej (2Q'13)⁽¹⁾



w mln PLN	2Q 2013	zmiana r/r		
Przychody	290	↓	(2%)	• Niższe przychody z reklamy i sponsoringu w wyniku spadku rynku reklamy telewizyjnej
Koszty ⁽²⁾	192	↓	(1%)	• Stabilny poziom kosztów operacyjnych jako efekt niższych kosztów OZZPA oraz kosztów produkcji telewizyjnej
EBITDA	98	↓	(7%)	• skompensowany wzrostem kosztów zużycia licencji filmowych
Marża EBITDA	34,0%	↓	(1,6pkt%)	• Korzystny wpływ różnic kursowych na zysk netto w porównaniu do roku poprzedniego
Zysk netto	76	↑	6%	

Źródło: Telewizja Polsat Sp. z o.o. oraz analizy wewnętrzne

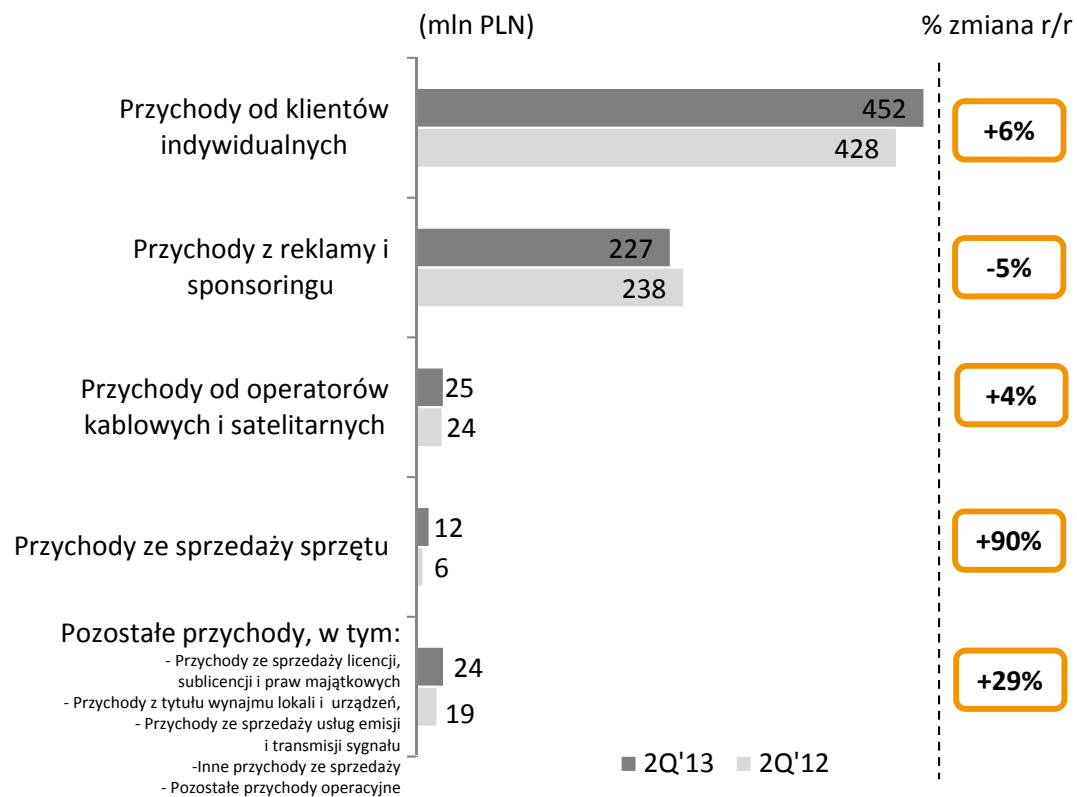
Nota: (1) W ramach segmentu konsolidacji podlegają spółka Telewizja Polsat oraz wszystkie jej spółki zależne (pośrednio lub bezpośrednio)

(2) Koszty nie uwzględniają amortyzacji i utraty wartości

Struktura przychodów (2Q'13)

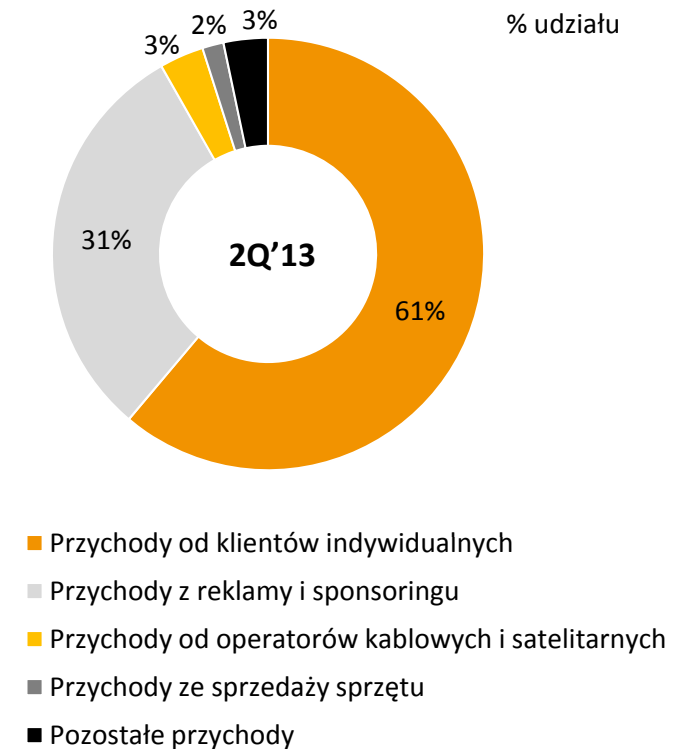


Przychody w 2Q'13 vs 2Q'12



Razem
 2Q'13 740 mln PLN
 2Q'12 715 mln PLN | +3%

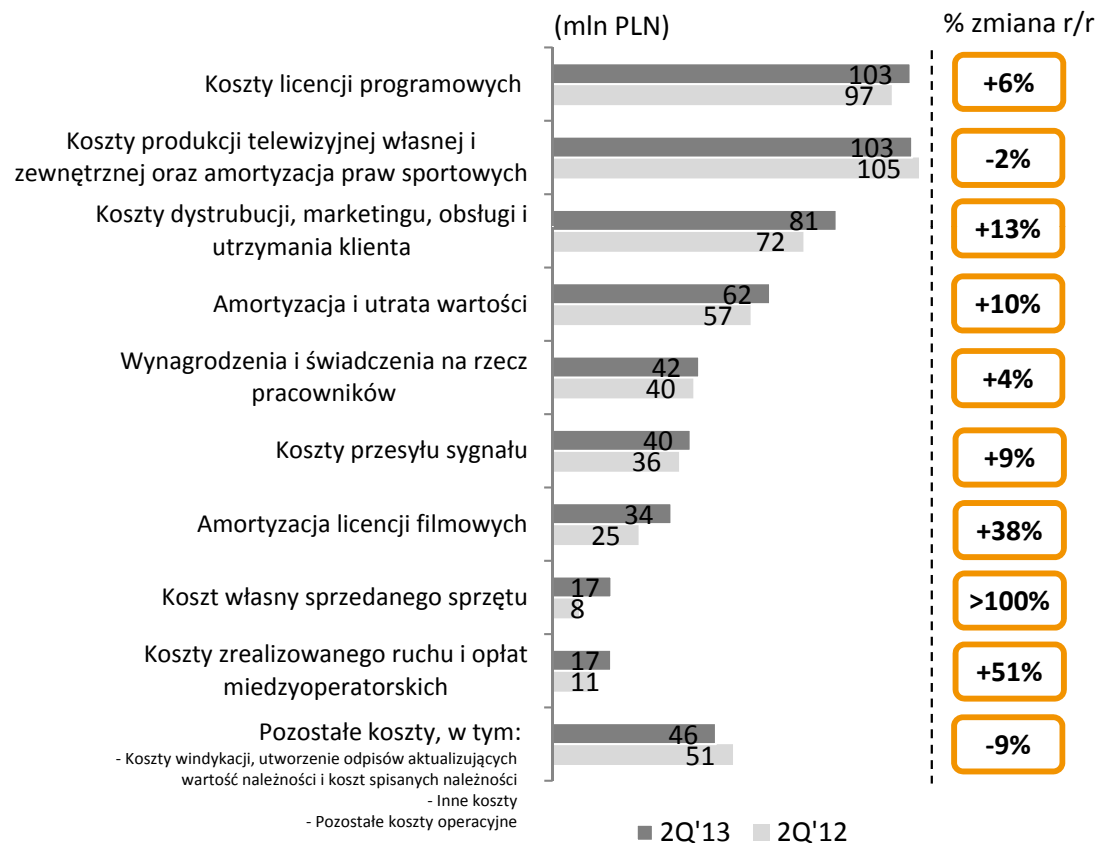
Struktura przychodów



Struktura kosztów (2Q'13)



Koszty w 2Q'13 vs 2Q'12

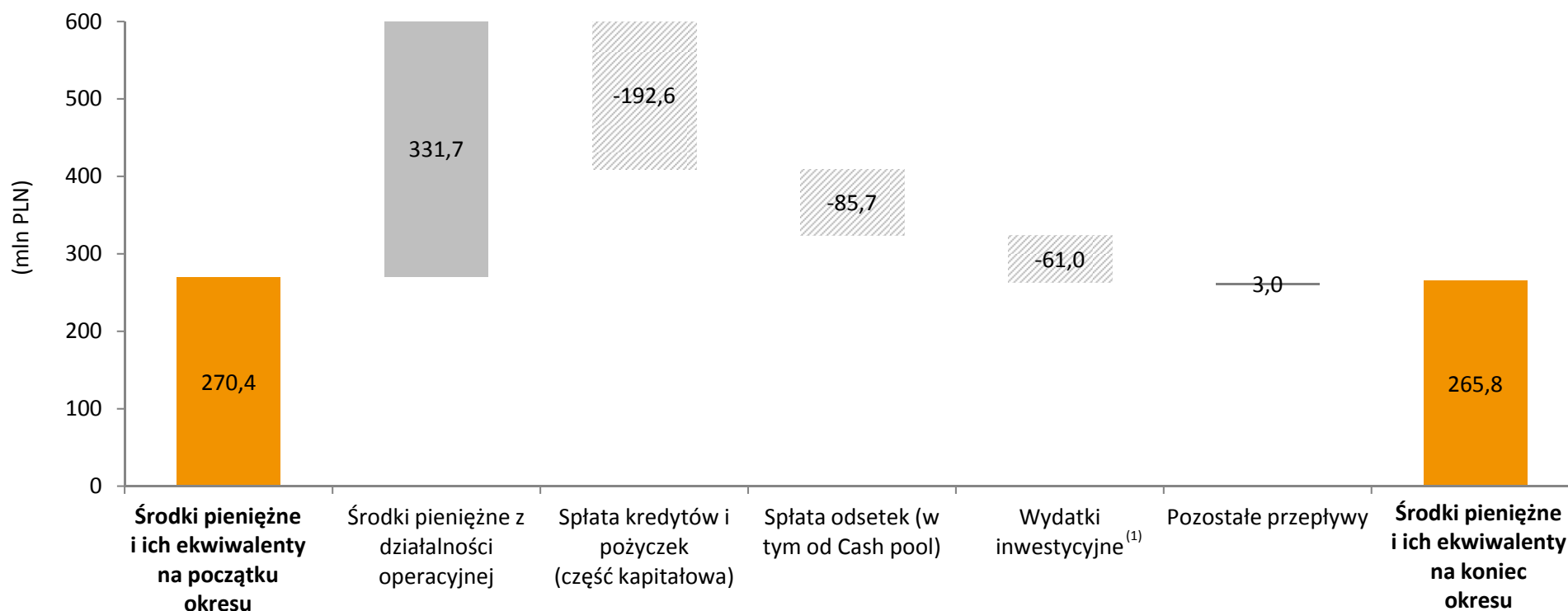


Razem
 2Q'13 545 mln PLN
 2Q'12 502 mln PLN | +9%

Struktura kosztów



Przeptywy pieniężne netto, środki pieniężne oraz saldo zadłużenia – 1H'13

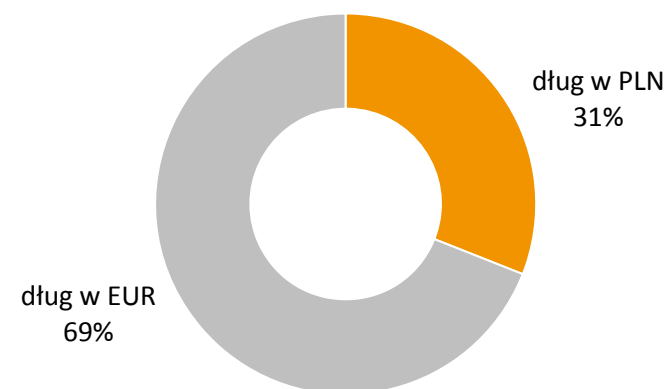


Zadłużenie finansowe



w mln PLN	30.06.2013	Zapadalność
Kredyt niepodporządkowany ⁽¹⁾	686	2015
Obligacje ⁽¹⁾	1.499	2018
Leasing finansowy	1	2015
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	266	-
Dług netto	1.920	
EBITDA za 12M	1.008	
Zadłużenie netto/ 12M EBITDA	1,90	

Struktura walutowa zadłużenia



Ratingi euro obligacji

Standard & Poor's BB, perspektywa pozytywna

Moody's Ba2, perspektywa stabilna

4

Załącznik

Wyniki finansowe Grupy (1H'13)



w mln PLN	1H 2013	zmiana r/r		
Przychody	1.439	↑	4%	• Wzrost przychodów wynika głównie ze wzrostu organicznego segmentu klientów indywidualnych
Koszty ⁽¹⁾	937	↑	9%	• Dynamika wzrostu kosztów wynosi 4%, wyłączając realizację strategicznego projektu TV Mobilna ⁽²⁾
EBITDA	503	↓	(5%)	• Wysoka marża EBITDA mimo słabego rynku reklamowego
Marża EBITDA	35,1%	↓	(3,0pkt%)	• Negatywny efekt wyceny obligacji Senior Notes zniwelowany częściowo niższymi kosztami obsługi długu (niższe odsetki dzięki wcześniejszej spłacie części długu w 3Q'12)
Zysk netto	176	↓	(42%)	

Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2013 r. oraz analizy wewnętrzne

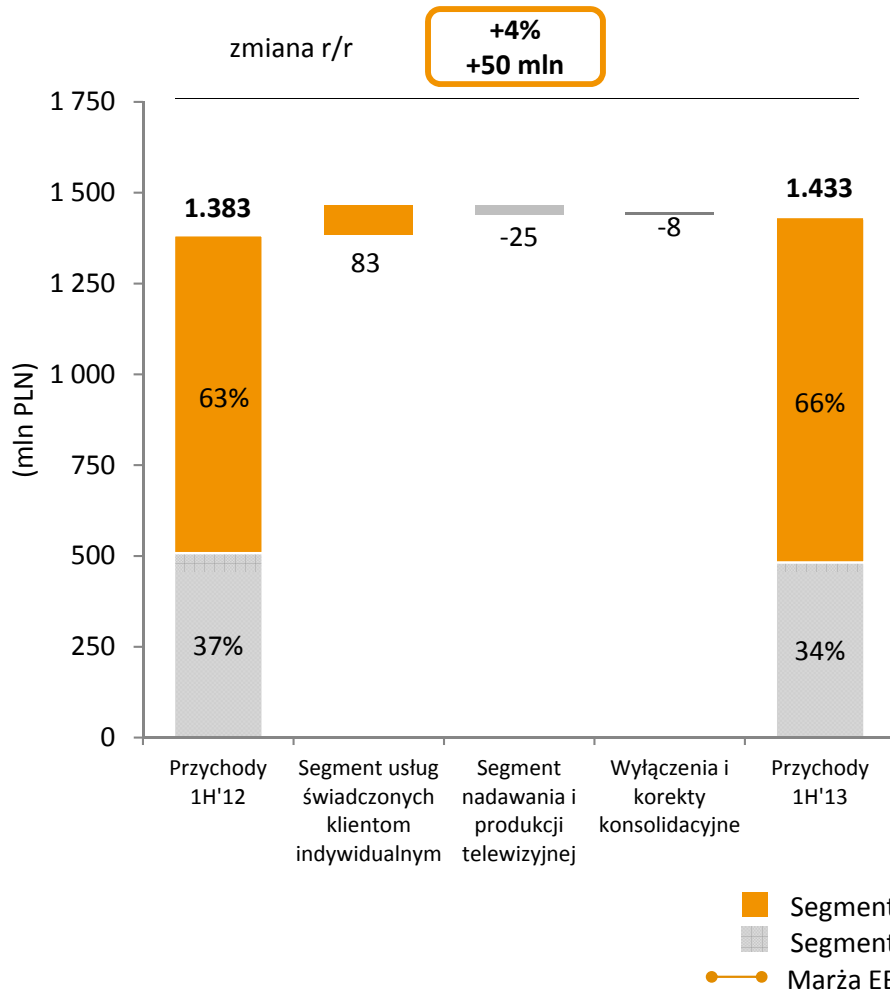
Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji i utraty wartości

(2) Duża część kosztów projektu TV Mobilna wynika ze sprzedaży urządzeń odbiorczych, która była kontynuowana w tak znaczącej skali jedynie do końca lipca 2013 r.

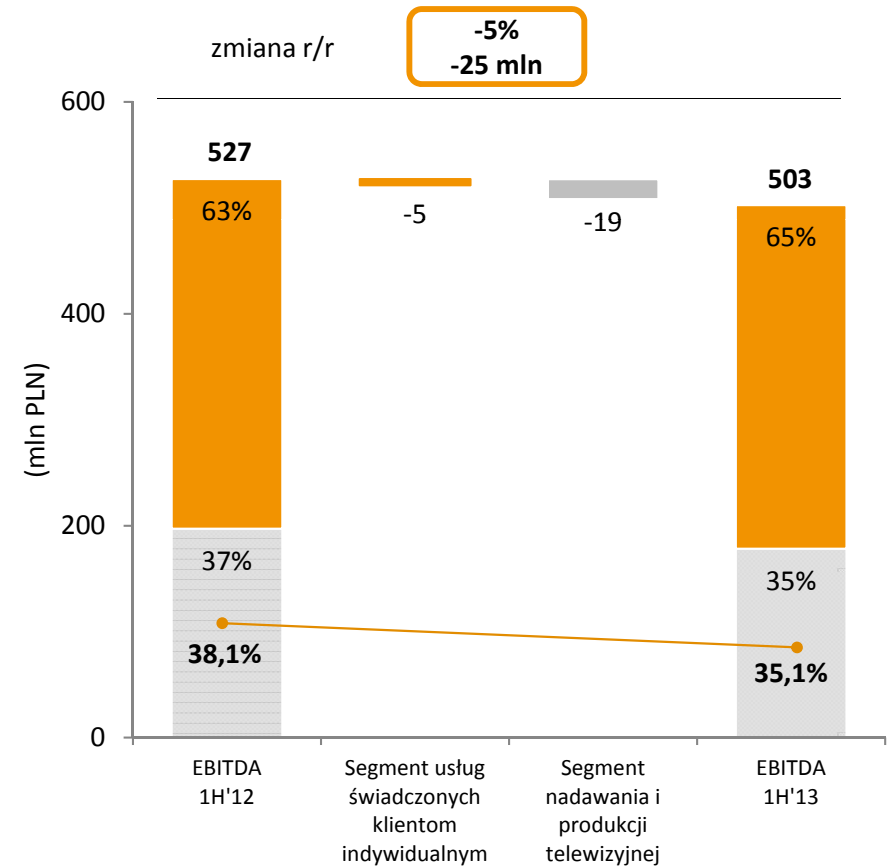
Przychody i EBITDA – czynniki zmian (1H'13)



Przychody⁽¹⁾



EBITDA



Wyniki segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym (1H'13)⁽¹⁾



w mln PLN	1H 2013	zmiana r/r		
Przychody	967	↑	10%	<ul style="list-style-type: none"> Rekordowe przychody od klientów indywidualnych dzięki stabilnie rosnącemu ARPU oraz wyższym przychodom telekomunikacyjnym
Koszty ⁽²⁾	642	↑	17%	<ul style="list-style-type: none"> Dynamika wzrostu kosztów wynosi 9%, wyłączając realizację strategicznego projektu TV Mobilna⁽³⁾
EBITDA	324	↓	(2%)	<ul style="list-style-type: none"> Spadek zysku netto głównie za sprawą ujemnych różnic kursowych z wyceny wartości obligacji Senior Notes skompensowany częściowo niższymi kosztami obsługi długu
Marża EBITDA	33,7%	↓	(3,8pkt%)	
Zysk netto	314	↓	(31%)	

Źródło: Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2013 r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) W ramach segmentu konsolidacji podlegają spółki Cyfrowy Polsat S.A., Cyfrowy Polsat Trade Marks, Cyfrowy Polsat Finance, INFO-TV-FM (od 30 stycznia 2012 r.), spółki tworzące serwis ipla (od 2 kwietnia 2012 r.)

(2) Koszty nie uwzględniają amortyzacji i utraty wartości

(3) Duża część kosztów projektu TV Mobilna wynika ze sprzedaży urządzeń odbiorczych, która była kontynuowana w tak znaczącej skali jedynie do końca lipca 2013 r.

Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej (1H'13)⁽¹⁾



w mln PLN	1H 2013	zmiana r/r		
Przychody	535	↓	(4%)	• Niższe przychody z reklamy i sponsoringu głównie w wyniku spadku rynku reklamy telewizyjnej
Koszty ⁽²⁾	357	↓	(1%)	• Spadek kosztów jako efekt niższych kosztów produkcji telewizyjnej oraz spadku kosztów OZZPA
EBITDA	178	↓	(10%)	
Marża EBITDA	33,5%	↓	(1,8pkt%)	• Mniej istotny wpływ ujemnych różnic kursowych na zysk netto w porównaniu do roku poprzedniego
Zysk netto	137	↓	(6%)	

Źródło: Telewizja Polsat Sp. z o.o. oraz analizy wewnętrzne

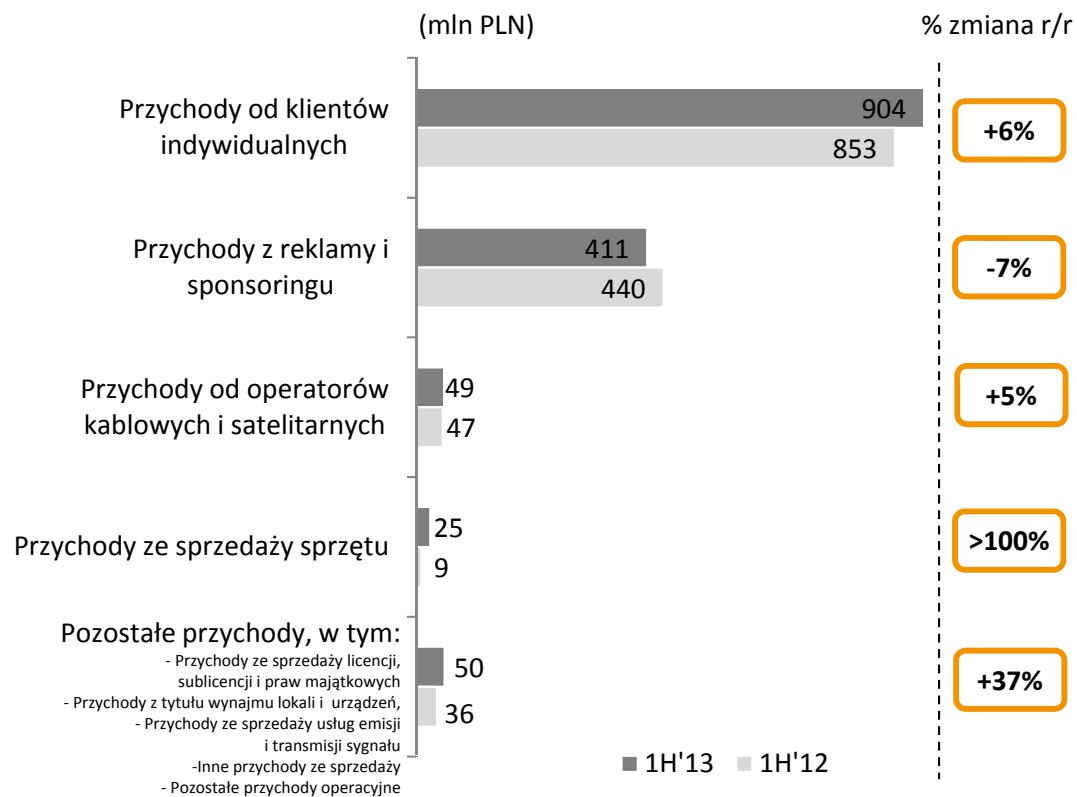
Nota: (1) W ramach segmentu konsolidacji podlegają spółka Telewizja Polsat oraz wszystkie jej spółki zależne (pośrednio lub bezpośrednio)

(2) Koszty nie uwzględniają amortyzacji i utraty wartości

Struktura przychodów (1H'13)



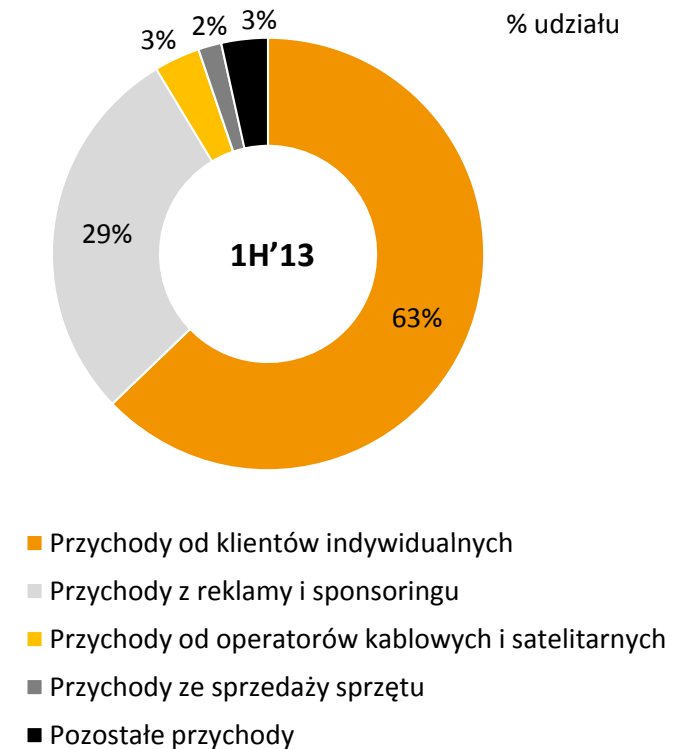
Przychody w 1H'13 vs 1H'12



Razem

1H'13 1.439 mln PLN
1H'12 1.385 mln PLN | +4%

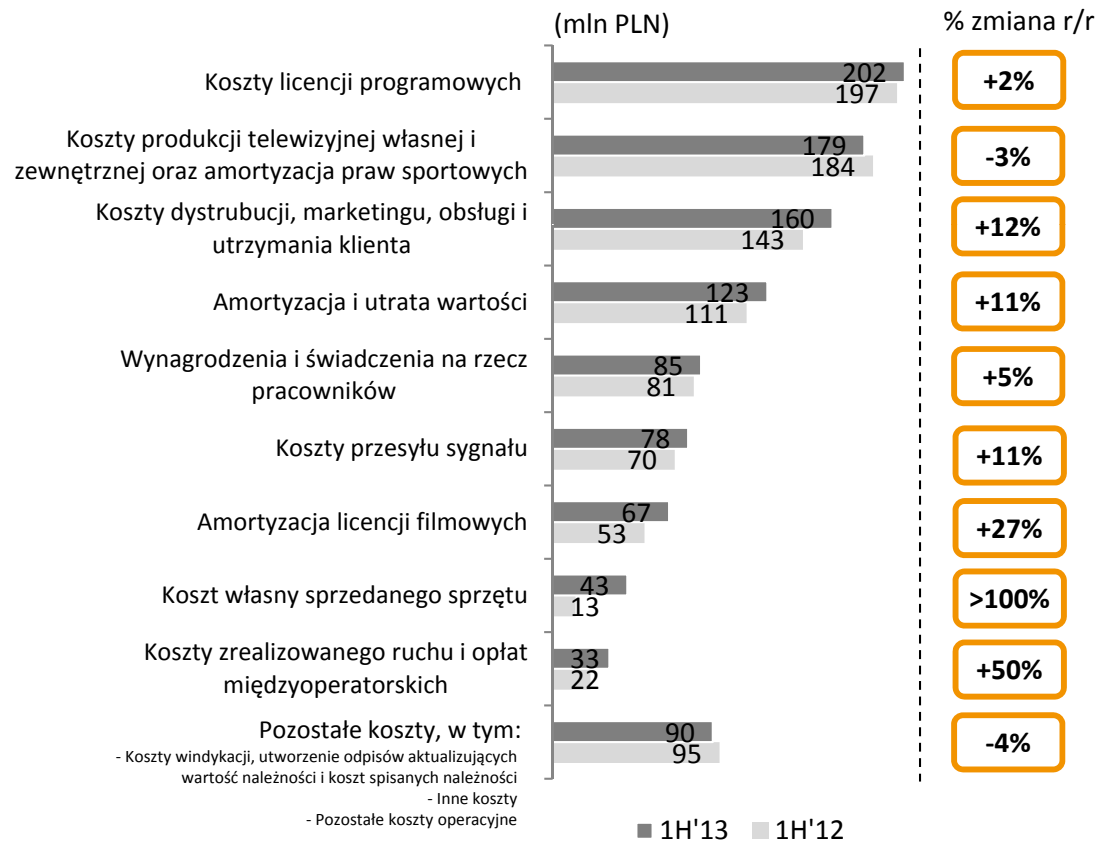
Struktura przychodów



Struktura kosztów (1H'13)

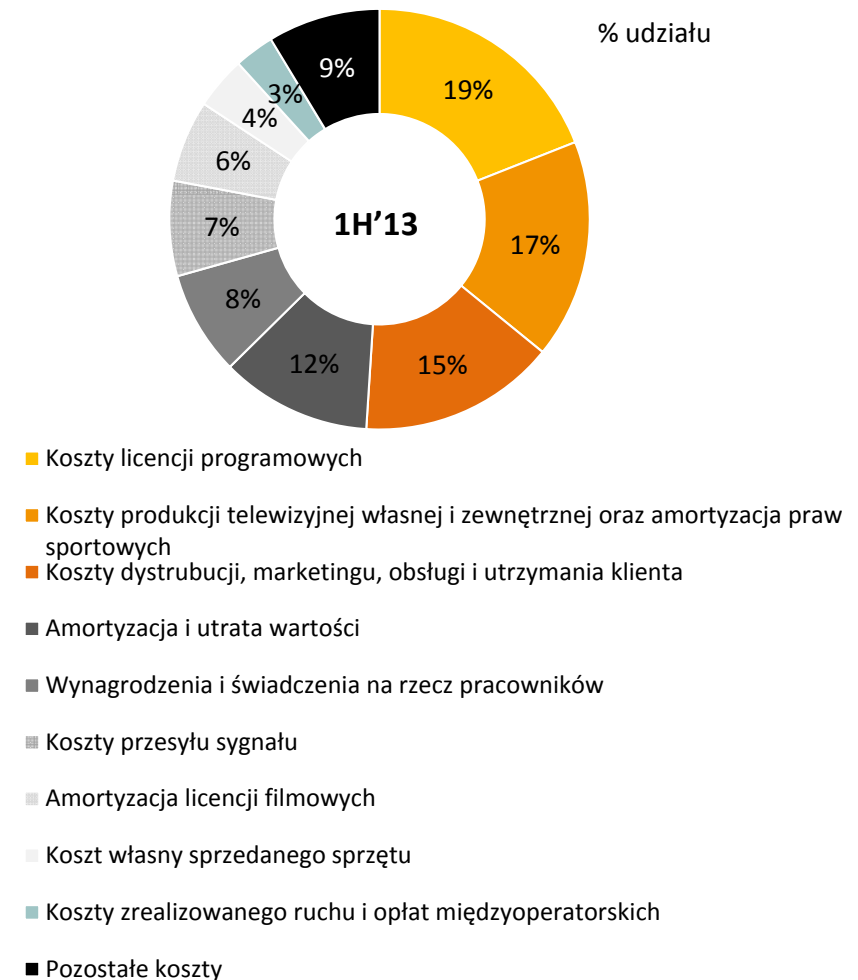


Koszty w 1H'13 vs 1H'12



Razem
 1H'13 1.060 mln PLN
 1H'12 969 mln PLN | +9%

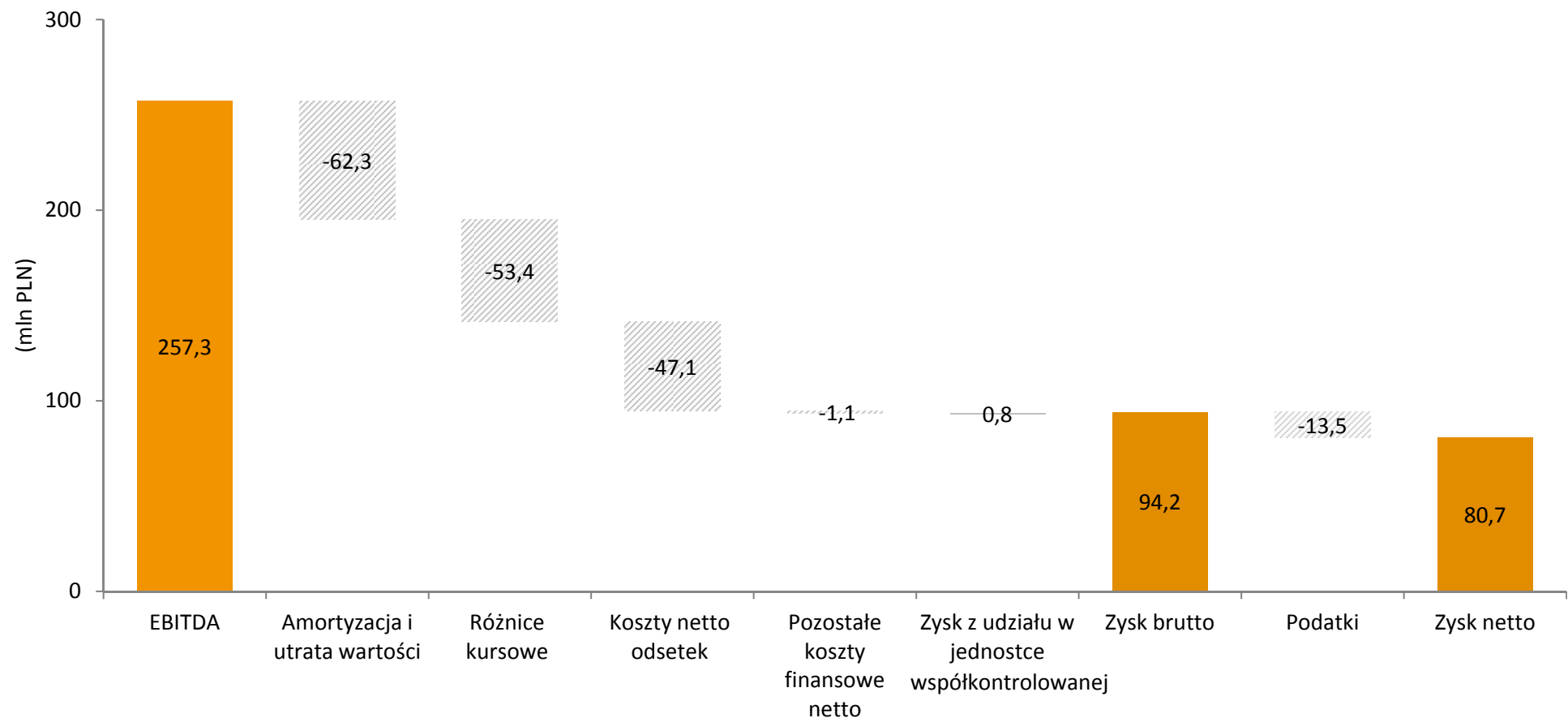
Struktura kosztów



Pozycje poniżej EBITDA (2Q'13)



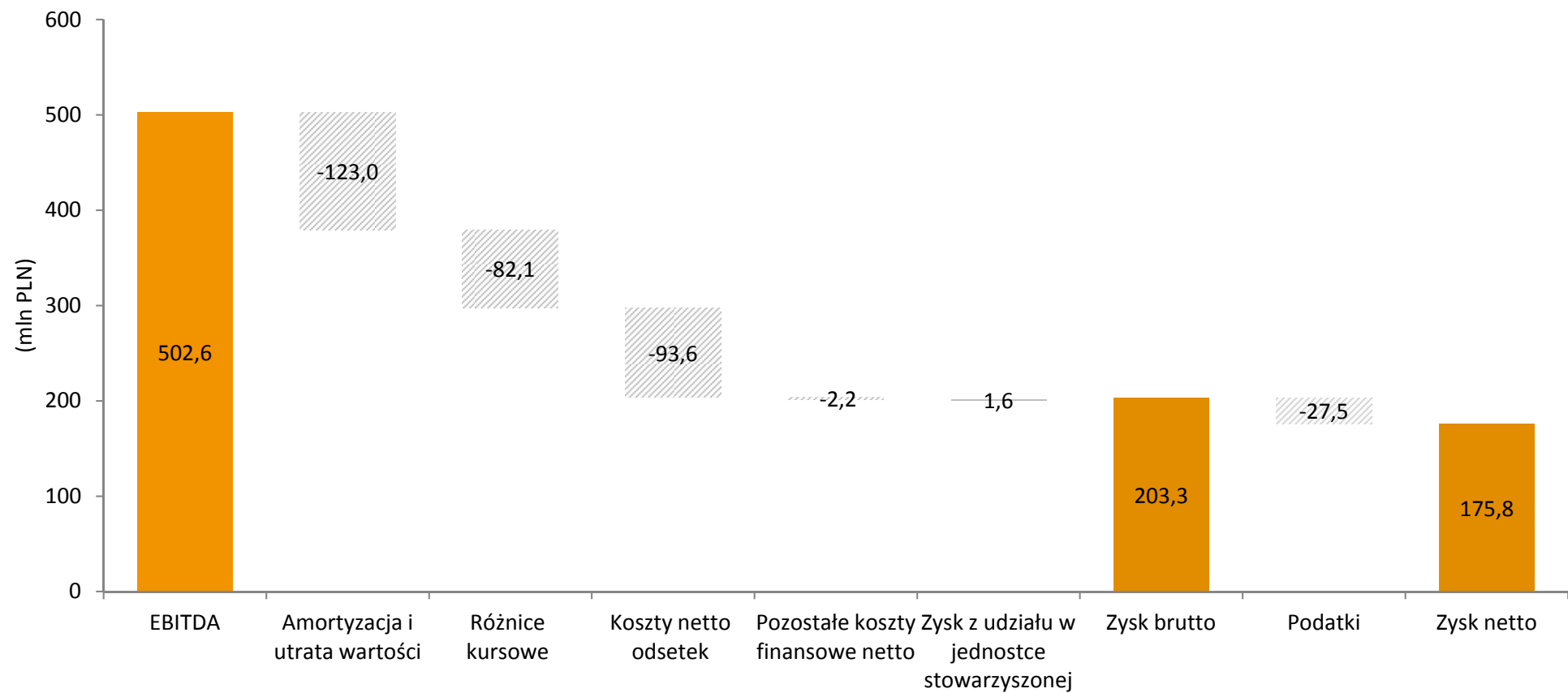
Amortyzacja, przychody i koszty finansowe oraz podatki – 2Q'13



Pozycje poniżej EBITDA (1H'13)



Amortyzacja, przychody i koszty finansowe oraz podatki – 1H'13



Bartłomiej Drywa

Dyrektor Relacji Inwestorskich

Telefon: +48 (22) 356 6004

Faks: +48 (22) 356 6003

Email: bdrywa@cyfrowypolsat.pl

Lub odwiedź naszą stronę internetową: www.cyfrowypolsat.pl/inwestor