



Komunikat prasowy
Warszawa, 9 listopada 2017 r.

Cyfrowy Polsat podsumowuje trzeci kwartał 2017 roku

Ponad pół miliona nowych usług kontraktowych i jedna czwarta klientów z ofertą multiplay

Grupa Cyfrowy Polsat zamknęła III kwartał br. bardzo dobrymi wynikami operacyjnymi w obydwu segmentach, co oznacza, że skutecznie radziła sobie zarówno na rynkach telekomunikacyjnym i płatnej telewizji, jak i nadawców TV. Grupa odnotowała solidne wyniki finansowe, mimo niekorzystnego wpływu regulacji „Roam Like at Home”, oraz wciąż generuje bardzo wysokie wolne przepływy pieniężne. Realizacja konsekwentnej polityki finansowej przyczyniła się do podwyższenia przez agencję Moody’s Investors Service perspektywy ratingu korporacyjnego dla Grupy do pozytywnej.

Najważniejsze dane operacyjne i finansowe za III kwartał 2017 r.

- Regularny wzrost nasycenia bazy usługami zintegrowanymi:
 - już 25% klientów kontraktowych Grupy korzysta z oferty multiplay,
 - blisko 1,45 mln klientów usług zintegrowanych – wzrost o 210 tys., czyli 17% rok do roku,
 - do 4,31 mln wzrosła liczba usług posiadanych przez tę grupę klientów.
- Stabilna baza 5,8 mln klientów kontraktowych:
 - każdy z nich posiada średnio 2,34 usługi z portfolio Grupy,
 - średni przychód od tego klienta (ARPU) wyniósł 88,4 zł, a jego dynamika przejściowo pozostawała pod niekorzystnym wpływem regulacji „Roam Like at Home”,
 - niski wskaźnik churn, będący efektem strategii multiplay, na poziomie 8,8%.
- Duży przyrost liczby usług kontraktowych – o 512 tys. rok do roku – do ponad 13,5 mln:
 - W segmencie telefonii komórkowej liczba usług kontraktowych wzrosła rok do roku o 248 tys., do poziomu 6,9 mln. Wzrost ten jest efektem korzystnego wpływu strategii multiplay oraz przejściowo zintensyfikowanej migracji klientów z segmentu prepaid.
 - Dzięki dobrej sprzedaży usług Multiroom i płatnych OTT (m.in. subskrypcje pakietów serwisu IPLA) liczba kontraktowych usług płatnej telewizji wzrosła o 203 tys. do 4,9 mln.
 - Baza usług Internetu mobilnego zwiększyła się rok do roku o 61 tys. do poziomu 1,8 mln. W pierwszych trzech kwartałach br. klienci detaliczni Cyfrowego Polsatu i sieci Plus przetransferowali 525 PB danych, czyli o 49% więcej niż w analogicznym okresie 2016 r.



Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 miesięcy zakończonych 30 września 2017 r.



- Baza usług prepaid, odzwierciedlająca rzeczywistą liczbę aktywnych użytkowników, pozostawała na stabilnym poziomie 2,9 mln, a ARPU tego segmentu dynamicznie wzrosło, o 8% rok do roku, do 20,2 zł, m.in. w wyniku oczyszczenia bazy o użytkowników jednorazowych oraz wygaśnięcia promocji rejestracyjnych.
- W III kwartale zarówno Grupa Telewizji Polsat, jak i kanał główny były liderami oglądalności w grupie komercyjnej z łącznym wynikiem na poziomie 24,4%, na co złożyło się 12% kanału głównego oraz 12,5% kanałów tematycznych. W pierwszych 9 miesiącach roku wyniki oglądalności stacji Telewizji Polsat pozostawały zgodne z długoterminową strategią – 24,5% dla całej Grupy, z czego 12,4% kanału Polsat i 12% kanałów tematycznych.
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat na stabilnym rynku wzrosły rok do roku o 4% do poziomu 231 mln zł, dzięki czemu udział Grupy w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł do 28,6%. W okresie 9 miesięcy przychody Grupy Telewizji Polsat wzrosły o 2% rok do roku do 772 mln, a udział w rynku reklamy TV – do 27,2%.
- Średnia miesięczna liczba użytkowników największej polskiej telewizji internetowej IPLA wynosiła 3 mln.
- Bardzo dobre i stabilne wyniki finansowe Grupy:
 - przychody: 2,391 mld zł,
 - EBITDA: 851 mln zł,
 - marża EBITDA: 36%,
 - zysk netto: 235 mln zł,
 - wolne przepływy pieniężne: 1,567 mld zł w okresie 12-miesięcznym,
 - wskaźnik całkowitego zadłużenia netto/EBITDA LTM: 2,83x.

– Trzeci kwartał oceniamy jako bardzo dobry dla całej naszej Grupy, głównie dzięki konsekwentnej realizacji strategii multiplay w segmencie usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym oraz wysokiej oglądalności kanałów Grupy Polsat. Pozytywne efekty naszych działań widać w rosnących wynikach operacyjnych obu segmentów oraz stabilnych wynikach finansowych całej Grupy – mówi **Tobias Solorz, Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat S.A. i Polkomtel Sp. z o.o.**

Segment usług świadczonych dla klientów indywidualnych i biznesowych

- Po raz kolejny istotnie, bo o ponad pół miliona, wzrosła liczba świadczonych przez nas usług kontraktowych, które są fundamentem naszej działalności i strategii multiplay. Zgodnie z naszymi oczekiwaniami miało to pozytywny wpływ na średni przychód od klienta kontraktowego – choć w tym kwartale przejściowo pozostawał on także pod niekorzystnym wpływem regulacji „Roam Like at Home” – i utrzymanie niskiego wskaźnika rezygnacji z naszych usług – podsumowuje **Tobias Solorz**.
- Niestabnym zainteresowaniem cieszy się nasza oferta usług łączonych – w samym trzecim kwartale przybyło niemal 70 tys. klientów naszych usług zintegrowanych, przez co aktualnie już co czwarty klient kontraktowy korzysta z pakietów multiplay.



Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 miesięcy zakończonych 30 września 2017 r.

| | III kwartał | | |
|---|-------------------|-------------------|------------------|
| | 2017 | 2016 | Zmiana %/p.p. |
| Łączna liczba RGU (kontraktowe+przedpłacone) ⁽¹⁾ | 16.410.325 | 16.545.653 | -0,8% |
| USŁUGI KONTRAKTOWE | | | |
| Łączna liczba RGU na koniec okresu, w tym: | 13.530.164 | 13.017.749 | 3,9% |
| Płatna telewizja, w tym: | 4.882.505 | 4.679.114 | 4,3% |
| <i>Multiroom</i> | 1.072.513 | 982.068 | 9,2% |
| Telefonia komórkowa | 6.864.787 | 6.616.579 | 3,8% |
| Internet | 1.782.872 | 1.722.056 | 3,5% |
| Liczba klientów kontraktowych, w tym: | 5.791.841 | 5.860.884 | -1,2% |
| Pakietów multiplay | 1.443.581 | 1.233.768 | 17% |
| ARPU na klienta [PLN] | 88,4 | 88,6 | -0,2% |
| Churn na klienta | 8,8% | 8,5% | 0,3 p.p. |
| Wskaźnik nasycenia RGU na jednego klienta | 2,34 | 2,22 | 5,4% |
| USŁUGI PRZEDPŁACONE ⁽¹⁾ | | | |
| Łączna liczba RGU na koniec okresu, w tym: ⁽¹⁾ | 2.880.161 | 3.527.904 | -18,4% |
| Płatna telewizja | 63.627 | 44.913 | 41,7% |
| Telefonia komórkowa | 2.623.950 | 3.223.224 | -18,6% |
| Internet | 192.584 | 259.767 | -25,9% |
| ARPU na RGU prepaid [PLN] | 20,2 | 18,7 | 8,0% |

Nota (1): Obniżenie liczby RGU usług przedpłaconych i w konsekwencji obniżenie całkowitej liczby RGU jest pochodną tzw. ustawy antyterrorystycznej obligującej operatorów telekomunikacyjnych do zaprzestania świadczenia usług dla kart SIM prepaid, które nie zostały zarejestrowane przez ich użytkowników. Czynnikiem ten dotyczy wszystkich operatorów telefonii mobilnej działających na polskim rynku.

– *Pomimo niekorzystnego wpływu regulacji „Roam Like at Home”, całkowite przychody tego segmentu stale rosną, m.in. dzięki wyższym przychodom ze sprzedaży sprzętu i rosnącym przychodom hurtowym. Natomiast wzrost ruchu w roamingu międzynarodowym przekłada się na wyższe koszty zakupu ruchu od operatorów zagranicznych. Jednocześnie segment wypracował wysoką na tle rynku marżę EBITDA* – komentuje Katarzyna Ostap-Tomann, Członek Zarządu ds. Finansowych, Cyfrowy Polsat S.A., Polkomtel Sp. z o.o., Telewizja Polsat Sp. z o.o.



Wyniki finansowe segmentu usług świadczonych dla klientów indywidualnych i biznesowych za III kwartał 2017 r.

| mln PLN | III kwartał 2017 | zmiana r/r |
|------------------------|------------------|------------|
| Przychody ze sprzedaży | 2 140 | +1% |
| Koszty operacyjne* | 1 387 | +8% |
| EBITDA | 760 | -8% |
| Marża EBITDA | 35,5% | -3,6 p.p. |

* Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji

Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

– To kolejny bardzo udany kwartał dla naszego segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej, zarówno pod względem oglądalności, jak i przychodów reklamowych. Z wynikami 24,4% i 12% byliśmy liderem oglądalności w grupie komercyjnej zarówno jako cała Grupa, jak i kanał główny Polsat. Ponownie byliśmy bardzo skuteczni w sprzedaży czasu reklamowego – nasze przychody rosły z 4-procentową dynamiką na płaskim rynku reklamy TV i sponsoringu – mówi **Maciej Stec**, Członek Zarządu, Cyfrowy Polsat S.A. i Telewizja Polsat Sp. z o.o.

| | III kwartał | | Zmiana p.p./% |
|---|---------------|---------------|-------------------|
| | 2017 | 2016 | |
| Udział w oglądalności¹, w tym: | 24,43% | 24,50% | -0,07 p.p. |
| POLSAT (kanał główny) | 11,96% | 12,91% | -0,95 p.p. |
| Kanały tematyczne | 12,47% | 11,59% | +0,88 p.p. |
| Przychody z reklamy i sponsoringu² (mln PLN) | 231 | 222 | +4% |
| Udział w rynku reklamy³ | 28,6% | 27,3% | +1,3 p.p. |
| Wydatki na reklamę telewizyjną na rynku⁴ (mln PLN) | 809 | 815 | -0,7% |

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)

² Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Starcom (dawniej SMG Starlink)

³ Szacunki własne na podstawie danych Starcom

⁴ Starcom, dane wstępne, reklama spotowa i sponsoring



Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 miesięcy zakończonych 30 września 2017 r.

W trzecim kwartale w ofercie kanału Polsat dużym zainteresowaniem w grupie komercyjnej cieszyły się zarówno stałe pozycje – np. serial „Pierwsza miłość”, poniedziałkowe pasmo filmowe „Mega Hit” czy emitowany od poniedziałku do soboty serial „Świat według Kiepskich” – jak i programy z jesiennej ramówki – np. nowy serial obyczajowy „W rytmie serca”, nowe show „Supermodelka Plus Size”, show „Twoja twarz brzmi znajomo” i „The Brain. Genialny umysł”, program „Nasz nowy dom”, a także emitowany w niedzielne wieczory cykl programów rozrywkowych „Kabaret na żywo”. Wysoki poziom oglądalności utrzymały „Wydarzenia” z godziny 18.50. Warto też wspomnieć o emitowanym w godzinach porannych od poniedziałku do piątku bloku programów informacyjnych „Nowy Dzień z Polsat News”.

– *Analizując wyniki finansowe segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej w trzecim kwartale, należy pamiętać o wysokim zeszlorocznym punkcie odniesienia – w czerwcu i lipcu 2016 r. nasze kanały transmitowały rozgrywki UEFA EURO 2016, które korzystnie wpłynęły na oglądalność, poziom przychodów reklamowych oraz poziom przychodów całkowitych i wynik EBITDA całego segmentu. W tym roku nie mieliśmy w okresie letnim na naszych antenach wydarzenia sportowego o takiej skali oddziaływania – mówi Katarzyna Ostap-Tomann. – Bardziej miarodajne jest zatem porównywanie tegorocznych wyników z danymi za analogiczny kwartał 2015 roku. Zaobserwujemy wówczas zakładany stabilny rozwój tego segmentu oraz wierność kluczowym zasadom – zrównoważonej polityki programowej oraz dyscypliny w obszarze kosztów.*

Wyniki finansowe segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej za III kwartał 2017 r.

| mln PLN | 3Q'15 | 3Q'16 | 3Q'17 | zmiana r/r | 3Q'17 vs 3Q'15 |
|----------------------------------|-------|-------|-------|------------|----------------|
| Przychody ze sprzedaży | 283 | 321 | 306 | -5% | 8% |
| Koszty operacyjne ⁽¹⁾ | 198 | 195 | 215 | 10% | 9% |
| EBITDA | 86 | 128 | 91 | -29% | 6% |
| Marża EBITDA | 30,4% | 39,9% | 29,9% | -10,0 p.p. | -0,5 p.p. |

*Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



Wyniki finansowe Grupy Cyfrowy Polsat

Wyniki finansowe Grupy Cyfrowy Polsat za III kwartał 2017 r.

| mIn PLN | III kwartał 2017 | zmiana r/r |
|------------------------|------------------|------------|
| Przychody ze sprzedaży | 2 391 | +0,1% |
| Koszty operacyjne* | 1 547 | +8,1% |
| EBITDA | 851 | -11,1% |
| Marża EBITDA | 36% | -4 p.p. |

* Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji

– To kolejny bardzo dobry kwartał pod względem wyników finansowych całej Grupy, które są odzwierciedleniem konsekwentnie realizowanej strategii, bardzo dobrych wyników operacyjnych obydwu segmentów oraz efektywnego zarządzania bazą kosztową. Uwagę po raz kolejny zwracają stabilne, wysokie wolne przepływy pieniężne, osiągnięte przy jednoczesnym wyraźnym zwiększeniu inwestycji strategicznych Grupy. Nie mam wątpliwości, że miało to wpływ na podwyższenie perspektywy naszego ratingu korporacyjnego przez agencję Moody's, która doceniła konsekwentną realizację strategii operacyjnej przy zachowaniu zdrowych wyników finansowych pozwalających na szybkie oddłużanie naszej Grupy – podsumowuje **Katarzyna Ostap-Tomann**.

Kontakt dla mediów:

Olga Zomer
Rzecznik Prasowy
Tel.: (22) 356 60 35, 507 096 883
E-mail: ozomer@cyfrowypolsat.pl

Kontakt dla inwestorów/analitików:

Bartłomiej Drywa
Dyrektor Relacji Inwestorskich
Tel.: (22) 356 60 04, 668 625 971
E-mail: bdrywa@cyfrowypolsat.pl

Szczegóły telekonferencji:

Data: 9 listopada 2017 r.
Godzina: 16:00 (Warszawa), 15:00 (Londyn), 10:00 (Nowy Jork)
Numer telefonu: +44 203 043 2440 (międzynarodowy)
22 295 3528 (Polska)
Kod telekonferencji: 51586369#
Telekonferencja odbędzie się w języku angielskim.



Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 miesięcy zakończonych 30 września 2017 r.