



Komunikat prasowy
Warszawa, 10 maja 2018 r.

Cyfrowy Polsat podsumowuje pierwszy kwartał 2018 roku: więcej usług kontraktowych i klientów usług łączonych

Grupa Cyfrowy Polsat zamknęła I kwartał br. bardzo dobrymi wynikami operacyjnymi i sprzedażowymi obu segmentów. Już niemal 1,6 mln klientów korzysta z ofert wiązanych, a o blisko 0,5 mln wzrosła liczba świadczonych usług kontraktowych. Początek roku to okres mocnego wzrostu przychodów reklamowych i wysokiego udziału w rynku reklamy telewizyjnej. Bardzo dobre wyniki finansowe całej Grupy były wsparte szybko uzyskiwanymi synergiami z nowo zakupionych kanałów telewizyjnych. Grupa rozpoczęła także przygotowania do transmitowania od nowego sezonu rozgrywek Ligi Mistrzów i Ligi Europy, do których wyłączne prawa zakupiła na kolejne 3 lata, zapewniając sobie możliwość pokazania łącznie ponad 1000 meczów we wszystkich kanałach dystrybucji – w telewizji, w Internecie i na urządzeniach mobilnych.

Najważniejsze dane operacyjne za I kwartał 2018 roku

- Coraz więcej klientów korzysta z ofert wiązanych – skuteczna realizacja strategii multiplay:
 - Stabilny wzrost liczby klientów usług wiązanych o 247 tys. (18,6%) rok do roku – do 1,57 mln (co stanowi 27,4% bazy klientów kontraktowych).
 - Do 4,70 mln wzrosła liczba usług posiadanych przez tę grupę klientów.
 - Miało to wpływ na utrzymanie wskaźnika churn na niskim poziomie wynoszącym jedynie 8,5% w skali roku.
- Stabilny przyrost liczby usług kontraktowych – o 459 tys. rok do roku – do 13,8 mln (stanowią one 83,2% wszystkich świadczonych usług):
 - Liczba usług telefonii komórkowej wzrosła o 213 tys. rok do roku do 7 mln, co wynika z korzystnego wpływu strategii multiplay oraz dobrego przyjęcia przez klientów nowych prostych taryf Plusa wprowadzonych w lutym br.
 - Dzięki dobrej sprzedaży podstawowych pakietów, jak i usług dodatkowych (Multiroom i płatne usługi OTT), łączna liczba kontraktowych usług płatnej telewizji wzrosła rok do roku o 198 tys., osiągając poziom 5 mln.
 - Baza usług Internetu mobilnego zwiększyła się o 48 tys. rok do roku i wynosi 1,8 mln. W pierwszym kwartale klienci detaliczni Cyfrowego Polsatu i sieci Plus przetransferowali 224 PB danych.
- Stabilna baza ponad 5,7 mln klientów kontraktowych:
 - Rośnie wskaźnik nasycenia usługami przypadającymi na klienta (o 5,3% rok do roku) – każdy z nich posiadał średnio 2,4 usługi z portfolio Grupy.



Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 miesięcy zakończonych 31 marca 2018 r.



- Średni przychód od klienta kontraktowego (ARPU), liczony zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem raportowania MSSF 15, wzrósł o 2% do poziomu 81,9 zł pomimo negatywnego wpływu regulacji Roam like at home.
- Stabilna baza prepaid na poziomie 2,8 mln usług odzwierciedla rzeczywistą liczbę użytkowników tej usługi.
 - Wysoki poziom ARPU prepaid 20,1 zł – wzrost o 7,5% rok do roku wynikający głównie z wygaśnięcia efektu promocji rejestracyjnych.
- Kanały Grupy Telewizji Polsat pozostawały w czołówce rynku oglądalności w grupie komercyjnej, osiągając wynik 23,9% (11,9% kanału głównego oraz 12% kanałów tematycznych).
- Przychody Grupy Telewizji Polsat z reklamy telewizyjnej i sponsoringu wzrosły aż o 15,1% rok do roku i wyniosły 269 mln zł, dzięki czemu udział Grupy w rynku reklamy TV wzrósł do 26,9%.
- Bardzo dobre wyniki finansowe Grupy zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem raportowania MSSF 15:
 - przychody: 2,346 mld zł (wzrost o 0,6%)
 - EBITDA: 890 mln zł (wzrost o 2,0%)
 - marża EBITDA: 37,9% (wzrost o 0,5 p.p.),
 - zysk netto: 292,2 mln zł,
 - wolne przepływy pieniężne: 1,482 mld zł w okresie 12-miesięcznym,
 - wskaźnik całkowitego zadłużenia netto/EBITDA LTM obniżył się do poziomu 2,87x,
 - w trakcie I kwartału Grupa spłaciła 550 mln zł kredytu rewolwingowego.

– *To kolejny kwartał bardzo dobrych wyników operacyjnych w obydwu segmentach. W segmencie usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym istotne znaczenie miały konsekwentna realizacja strategii operatora multiplay i sprzedaż ofert w ramach programu smartDOM oraz bardzo dobre przyjęcie przez klientów nowych taryf Plusa. Z kolei wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej imponująco rosły zarówno organicznie, jak i w wyniku synergii osiągniętych wspólnie z nowo nabytymi kanałami z Grupy ZPR. Także w warstwie wyników finansowych początek roku był bardzo udany dla naszej Grupy – mówi Tobiasz Solorz, Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat S.A. i Polkomtel Sp. z o.o.*



Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 miesięcy zakończonego 31 marca 2018 r.



Segment usług świadczonych dla klientów indywidualnych i biznesowych

	I kwartał		
	2018	2017	Zmiana %
Łączna liczba RGU (kontraktowe+przedpłacone)	16 579 337	16 216 128	2,2 %
USŁUGI KONTRAKTOWE			
Łączna liczba RGU na koniec okresu, w tym:	13 796 153	13 337 038	3,4%
Płatna telewizja, w tym:	4 984 391	4 785 947	4,1%
<i>Multiroom</i>	1 114 833	1 031 294	8,1%
Telefonia komórkowa	6 997 850	6 785 002	3,1%
Internet	1 813 912	1 766 089	2,7%
Liczba klientów kontraktowych, w tym:	5 743 832	5 847 401	(1,8%)
Ofert łączonych	1 571 900	1 325 079	18,6%
ARPU na klienta ¹⁾ [PLN]	81,9	80,3	2,0%
Churn na klienta	8,5%	8,5%	0,0 p.p.
Wskaźnik nasycenia RGU na jednego klienta	2,40	2,28	5,3%
USŁUGI PRZEDPŁACONE			
Łączna liczba RGU na koniec okresu, w tym:	2 783 184	2 879 090	(3,3%)
Płatna telewizja	75 159	48 224	55,9%
Telefonia komórkowa	2 539 402	2 646 477	(4,0%)
Internet	168 623	184 389	(8,6%)
ARPU na RGU prepaid ¹⁾ [PLN]	20,1	18,7	7,5%

1) ARPU skalkulowane zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem raportowania MSSF 15.

– Nasza oferta usług łączonych, oparta o mechanizm udzielania atrakcyjnych rabatów na każdy dodatkowy produkt lub usługę z portfolio Grupy, cieszy się niestąbnym zainteresowaniem i odnotowuje bardzo dobre wyniki sprzedaży. Już blisko 1,6 mln klientów połączyło w ten sposób 4,7 mln usług. Przekłada się to pozytywnie na poziom wskaźnika churn, wskaźnika nasycenia usługami na jednego klienta oraz ARPU klienta kontraktowego – podsumowuje **Tobias Solorz**. – Ponadto nowe oferty Plusa wprowadzone w lutym tego roku zostały bardzo dobrze przyjęte przez klientów, dzięki czemu odnotowaliśmy istotny wzrost liczby usług kontraktowych. Jednocześnie od dłuższego czasu prowadzimy intensywne prace związane z obecnością rozgrywek Ligi Mistrzów i Ligi Europy na naszych antenach od nowego sezonu 2018/2019 i wkrótce przedstawimy szczegółowe oferty Cyfrowego Polsatu, sieci Plus i IPLI.



Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 miesięcy zakończonych 31 marca 2018 r.



Wyniki finansowe segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym¹⁾

mIn PLN	I kwartał 2018	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2 049	-1,2%
EBITDA	755	-1,3%
Marża EBITDA	36,8%	-0,1 p.p.

1) Zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem MSSF 15.

– W ślad za wzrostem liczby usług kontraktowych i liczby klientów korzystających z ofert wiązanych także wyniki finansowe segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym były bardzo dobre i na stabilnym poziomie. Nadal pozostawały one pod niekorzystnym wpływem regulacji Roam like at home – presji na przychody, jak i wyższych kosztów zakupu ruchu od operatorów zagranicznych. Gdyby nie ten czynnik, wynik EBITDA segmentu wykazałby wzrost – komentuje **Katarzyna Ostap-Tomann, Członek Zarządu ds. Finansowych, Cyfrowy Polsat S.A., Polkomtel Sp. z o.o., Telewizja Polsat Sp. z o.o.**

Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

– W pierwszym kwartale kanały Grupy Polsat były w czołówce oglądalności w grupie komercyjnej, osiągając udziały zgodne z naszą długoterminową strategią, na poziomie 24%. Zgodnie z naszymi prognozami obserwowaliśmy dynamiczny wzrost rynku reklamy telewizyjnej, a Telewizja Polsat była jego dużym beneficjentem. Nasze przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu po raz kolejny rosły szybciej niż rynek – tym razem z ponad 15% dynamiką w porównaniu do 9,6% dla całego rynku. Przyczyniły się do tego również synergije generowane ze współpracy z nowo nabytymi kanałami telewizyjnymi – mówi **Maciej Stec, Członek Zarządu, Cyfrowy Polsat S.A. i Telewizja Polsat Sp. z o.o.**



Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 miesięcy zakończonych 31 marca 2018 r.

	I kwartał		
	2018	2017	Zmiana p.p./%
Udział w oglądalności¹, w tym:			
POLSAT (kanał główny)	11,87%	12,70%	-0,83 p.p.
Kanały tematyczne	12,05%	10,89%	1,16 p.p.
Przychody z reklamy i sponsoringu² (mln PLN)	269	234	15,1%
Udział w rynku reklamy³	26,9%	25,6%	1,3 p.p.
Wydatki na reklamę telewizyjną na rynku⁴ (mln PLN)	999	912	9,6%

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;

³ Szacunki własne na podstawie wstępnych danych Starcom;

⁴ Starcom, reklama sportowa i sponsoring;

W pierwszym kwartale br. w ofercie kanału Polsat dużym zainteresowaniem cieszyły się stałe pozycje. Bardzo popularne były premierowe odcinki serialu „Pierwsza miłość” oraz poniedziałkowe pasmo filmowe „Mega Hit”. Wysoki poziom oglądalności utrzymały „Wydarzenia” z godziny 18.50 oraz emitowany w godzinach porannych od poniedziałku do piątku blok programów informacyjnych „Nowy Dzień z Polsat News”. Ponadto chętnie oglądanymi serialami były: „Świat według Kiepskich”, „Przyjaciółki” i „W rytmie serca”.

Na wyniki pierwszego kwartału istotny wpływ miały też programy z sezonowych ramówek. Dużą widownię gromadził show „Twoja Twarz Brzmi Znajomo”, program „Nasz nowy dom” czy emitowany w niedzielne wieczory cykl programów rozrywkowych „Kabaret na Żywo”. Sukcesem okazały się: wznowiony „Dancing With The Stars. Taniec z Gwiazdami”, nowy show „The Story of My Life”. Historia Naszego Życia” i reality show „Wyjdź za mnie”.

W I kwartale popularne były też programy kabaretowe i rozrywkowe. Wysoką oglądalnością cieszyły się: „Opolska Noc Kabaretowa. 800 lat Opola” emitowany 7 stycznia, „Kabaret Paranienormalni. Żarty się skończyły” z 18 lutego oraz „Świątokrzyska Gala Kabaretowa” z 21 stycznia br.



Wyniki finansowe segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej¹⁾

mIn PLN	I kwartał 2018	Zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	350	15%
EBITDA	135	25%
Marża EBITDA	38,6%	3,2 p.p

1) Zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem MSSF 15.

– Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej pozostawały pod wpływem dynamicznego, 15% wzrostu przychodów z reklamy telewizyjnej i sponsoringu, który był efektem zarówno organicznego wzrostu, jak i szybkiej realizacji zapowiedzianych synergii związanych z nowo nabytymi kanałami z Grupy ZPR. Jak zawsze korzystny wpływ na wyniki miała konsekwentna realizacja długofalowej strategii operacyjnej i finansowej Telewizji Polsat, zakładająca zrównoważoną politykę programową i ścisłą kontrolę kosztów. Pozwoliło to wypracować bardzo wysoki wzrost wyniku EBITDA segmentu – aż 25% w ujęciu rok do roku – mówi **Katarzyna Ostap-Tomann**.

Wyniki finansowe Grupy Cyfrowy Polsat

Wyniki finansowe Grupy Cyfrowy Polsat¹⁾

mIn PLN	I kwartał 2018	I kwartał 2017	zmiana r/r
Przychody	2 346	2 332	0,6%
EBITDA	890	873	2%
Marża EBITDA	37,9%	37,4%	0,5 p.p.

1) Zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem raportowania MSSF 15. Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2018 r. oraz szacunki własne w odniesieniu do 1 kwartału 2017.

– Świetne wyniki operacyjne i sprzedażowe pozwoliły wygenerować także bardzo dobre, a przede wszystkim zdrowe i stabilne wyniki finansowe całej Grupy. Widzimy wzrosty we wszystkich podstawowych parametrach finansowych, a co ważne EBITDA wzrosła mimo negatywnego wpływu regulacji Roam like at home w wysokości 25 mln zł. Niezmiennie cieszą nas wysokie wolne przepływy pieniężne, które pozwalają nam perspektywicznie patrzeć na działalność naszej Grupy – podsumowuje **Katarzyna Ostap-Tomann**.



Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 miesięcy zakończony 31 marca 2018 r.

**Kontakt dla mediów:**

Olga Zomer
Rzecznik prasowy
Tel.: + 48 22 356 60 35, +48 507 096 883
E-mail: ozomer@cyfrowypolsat.pl

Kontakt dla inwestorów/analitików:

Grzegorz Para
p.o. Dyrektor ds. Relacji Inwestorskich
Tel.: +48 601 134 282
E-mail: gpara@cyfrowypolsat.pl

Szczegóły telekonferencji:

Data: 10 maja 2018 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: 82172448#
Telekonferencja odbędzie się w języku angielskim.



Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) i dotyczą okresu 3 miesięcy zakończonych 31 marca 2018 r.