

Podsumowanie wyników za 3Q 2018 r. dla analityków i inwestorów



- Począwszy od dnia 1 stycznia 2018 r. Grupa jest zobowiązana do stosowania standardu MSSF 9 Instrumenty Finansowe oraz standardu MSSF 15 Przychody z umów z klientami. Grupa podjęła decyzję, że zastosuje standard MSSF 15 bez przekształcania danych porównawczych z roku 2017. Celem zapewnienia pełnej porównywalności danych za 3Q'17 i 3Q'18, dane finansowe w rachunku zysków i strat za 3Q'18 zostały przedstawione w dwóch ujęciach – zgodnie z dotychczas obowiązującym standardem MSR 18 oraz zgodnie z nowo obowiązującymi standardami MSSF 9 i MSSF 15.
- W opinii Zarządu oceniając efekty działalności operacyjnej i wyniki finansowe Grupy w ujęciu rok do roku należy przede wszystkim zachować porównywalność w zakresie zastosowanych standardów sprawozdawczości. W szczególności porównywanie wyników finansowych roku 2018 zaraportowanych przy zastosowaniu standardów MSSF 9 i MSSF 15 do wyników finansowych roku 2017 zaraportowanych na bazie dotychczasowych standardów sprawozdawczości (MSR 18) w opinii Zarządu prowadziło będzie do wyciągania błędnych wniosków co do faktycznej kondycji wyników finansowych Grupy.
- Przychody Grupy Polsat w 3Q'18 na bazie poprzednio obowiązujących standardów rachunkowości i bez uwzględnienia Grupy Netia zanotowały wzrost o 1,9% r/r, osiągając poziom **2.435 mln PLN (podczas gdy przychody uwzględniające wpływ MSSF 15 i wyniki Grupy Netia wyniosły 2.735 mln PLN)**. Na dynamikę zmiany przychodów wpływ miał w głównej mierze:
 - Stabilizacja **przychodów detalicznych od klientów indywidualnych i biznesowych** przede wszystkim na skutek ujęcia niższych przychodów z usług głosowych, które zostały skompensowane wyższymi przychodami z usług płatnej telewizji oraz wyższymi przychodami z tytułu transmisji danych.
 - Wzrost **przychodów hurtowych** przede wszystkim w wyniku włączenia do portfolio oferty hurtowej nowych kanałów telewizyjnych, w tym w szczególności pakietów Eleven Sports Network oraz Polsat Sport Premium, co skutkowało wzrostem przychodów od operatorów kablowych i satelitarnych. Ponadto wzrosły przychody z tytułu połączeń międzyoperatorskich (interconnect), wynikające ze wzrostu wolumenu ruchu wymienianego z innymi sieciami, jak również przychody z reklamy oraz ze sprzedaży sublicencji programowych.
 - Niższe **przychody ze sprzedaży sprzętu** głównie na skutek niższego wolumenu sprzedaży urządzeń końcowych, co znalazło swoje odzwierciedlenie również w niższym koszcie własnym sprzedanego sprzętu.
- Koszty Grupy 3Q'18 na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości i bez uwzględnienia Grupy Netia wyniosły **2.044 mln PLN** i wzrosły r/r o 3,5% (**koszty uwzględniające wpływ MSSF 15 i wyniki Grupy Netia wyniosły 2.346 mln PLN**). Na ich wysokość miał wpływ w głównej mierze:
 - Wzrost **kosztów kontentu** spowodowany głównie ujęciem wyższych kosztów produkcji własnej i zewnętrznej oraz amortyzacji praw sportowych, m.in. w wyniku ujęcia kosztów nowo nabytych kanałów telewizyjnych, w tym konsolidacji kanałów Eleven Sports Network, oraz uruchomienia kanałów Polsat Sport Premium.
 - Wzrost **kosztów technicznych** głównie w wyniku wyższych kosztów Interconnect wynikających z wyższego wolumenu połączeń zakańczanych przez naszych klientów w sieciach innych operatorów, jak również z wyższych kosztów utrzymania sieci telekomunikacyjnej.
 - Wzrost **amortyzacji** m.in. w wyniku skrócenia okresu amortyzacji wybranych środków trwałych.
 - Spadek **kosztu własnego sprzedanego sprzętu** na skutek niższego wolumenu sprzedanych urządzeń końcowych.
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy TV Polsat w 3Q'18 wzrosły r/r o 4,1% do poziomu **241 mln PLN**, podczas gdy w tym czasie cały rynek reklamy telewizyjnej zanotował wzrost o 6,0%. W 3Q'18 poziom przychodów Grupy TV Polsat pozostawał nadal pod wpływem silnego oddziaływania transmisji Mistrzostw Świata w piłce nożnej Rosja 2018, emitowanych w czerwcu i lipcu b.r. na antenach otwartych nadawcy publicznego TVP.
- EBITDA Grupy Polsat na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości i bez uwzględnienia Grupy Netia, wynosząca **848 mln PLN**, była stabilna r/r, przy marży EBITDA na poziomie **34,8%**. **EBITDA uwzględniająca wpływ MSSF 15 i wyniki Grupy Netia wyniosła 920mln PLN, przy marży EBITDA na poziomie 33,6%**.
- Zysk operacyjny Grupy Polsat (EBIT) na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości i bez uwzględnienia Grupy Netia wyniósł **396 mln PLN** i spadł r/r o 6,2%. **EBIT uwzględniający wpływ MSSF 15 i wyniki Grupy Netia** był na takim samym poziomie (396 mln PLN).
- Koszty finansowe, netto na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości i bez uwzględnienia Grupy Netia spadły r/r o 3,7% głównie w wyniku niższych kosztów odsetek od kredytów i obligacji, co jest efektem harmonogramowych spłat Połączonego SFA dokonywanych w trakcie 2017 roku, jak również konsekwentnie prowadzonej polityki delewarowania Grupy.



N E T I A

Podsumowanie wyników za 3Q 2018 r. dla analityków i inwestorów



- Zysk netto Grupy na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości i bez uwzględniania wyników Grupy Netia spadł o 3,4% do **227 mln PLN**. **Zysk netto uwzględniający wpływ MSSF 15 i wyniki Grupy Netia** był na takim samym poziomie (227 mln PLN).
- Skorygowany FCF po odsetkach za 3Q'18 był pod wpływem czynników sezonowych (rata UMTS, półroczny kupon od obligacji) i wyniósł **261mln PLN** (w okresie 12-miesięcznym **1.509** mln PLN).
- Główny kowenant – całkowity dług netto/EBITDA LTM w 3Q'18 obniżył się do poziomu **2,83x**.
- Kluczowe wskaźniki operacyjne w 3Q'18 (bez uwzględnienia konsolidacji wyników Grupy Netia):
 - Całkowita liczba RGU na poziomie **16,851 mln**, z czego 83,4% RGU świadczonych w modelu kontraktowym,
 - Baza klientów kontraktowych wyniosła **5,712 mln**,
 - o ARPU na klienta wzrosło r/r o 1,9% do poziomu **90,1 zł**,
 - o **Po zastosowaniu aktualnie obowiązującego standardu MSSF 15** raportowane ARPU kontraktowe wyniosło **84,0 zł** w 3Q'18, **rosnąc r/r o 4,3%** w porównaniu do poziomu 80,5 zł w 3Q'17,
 - o Wskaźnik nasycenia RGU na klienta – **2,46x** i pozostaje w trendzie wzrostowym,
 - o Wskaźnik churn w trendzie spadkowym, osiągając niski poziom **7,9%**.
 - Wzrost całkowitej bazy usług kontraktowych r/r o **527 tys.** (3,9%)
 - o Wzrost r/r o **344 tys.** (5,0%) RGU telefonii komórkowej to efekt korzystnego wpływu strategii multiplay, oraz dobrego przyjęcia przez klientów nowych prostych taryf Plusa wprowadzonych w lutym 2018 r., wspartych dobrą sprzedażą w segmencie B2B (m2m).
 - o Wzrost r/r o **156 tys.** (3,2%) RGU płatnej telewizji, dzięki utrzymującemu się popytowi na usługę Multiroom oraz dobrze sprzedającym się płatnym usługom OTT,
 - o Wzrost r/r o **27 tys.** (1,5%) RGU Internetu mobilnego.
 - Kontynuacja strategii multiplay:
 - o Skuteczna strategia skutkuje stabilnym wzrostem liczby klientów usług wiązanych o 73 tys. q/q w 3Q'18,
 - o Łączna liczba klientów korzystających z ofert pakietowych przekroczyła poziom 1,73 mln,
 - o Odsetek klientów korzystających z pakietów multiplay osiągnął poziom 30%.
 - o Liczba RGU posiadanych przez klientów usług wiązanych rośnie do 5,17 mln,
 - o Rekordowo niski poziom churn (7,9%), głównie dzięki naszej strategii multiplay.
 - Stabilna baza prepaid przy wysokim ARPU:
 - o Stabilna baza na poziomie 2,8 mln usług, odzwierciedlająca rzeczywistą liczbę użytkowników,
 - o Wysokie, stabilne ARPU na poziomie **20,8 zł** w 3Q'18



N E T I A

Podsumowanie wyników za 3Q 2018 r. dla analityków i inwestorów



Wyniki finansowe Grupy Cyfrowego Polsatu zgodnie z aktualnie obowiązującym standardem MSSF 15 oraz konsolidacją wyników Grupy Netia

w mln PLN	3Q'18	Konsensus rynkowy ¹	Różnica
Przychody ze sprzedaży, w tym:	2.735	2.723	0,4%
- Przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych	1.631	n/d	n/d
- Przychody hurtowe	742	n/d	n/d
- Przychody ze sprzedaży sprzętu	329	n/d	n/d
- Pozostałe przychody	34	n/d	n/d
Koszty operacyjne, w tym:	2.346	n/d	n/d
- Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich	675	n/d	n/d
- Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja	524	n/d	n/d
- Koszt własny sprzedanego sprzętu	281	n/d	n/d
- Koszty kontentu	339	n/d	n/d
- Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta	237	n/d	n/d
- Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	187	n/d	n/d
- Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności	35	n/d	n/d
- Pozostałe koszty	69	n/d	n/d
EBITDA	920	903	1,9%
Marża EBITDA	33,6%	33,2%	0,4pkt%
EBIT	396	388	2,1%
Zysk netto	227	209	8,6%

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



N E T I A

Podsumowanie wyników za 3Q 2018 r. dla analityków i inwestorów



Wyniki finansowe Grupy Cyfrowego Polsatu na bazie dotychczasowych standardów rachunkowości (MSR 18) oraz bez wpływu konsolidacji wyników Grupy Netia

w mln PLN	3Q'18	Zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	2.435	2%
- Przychody detaliczne od klientów indywidualnych i biznesowych	1.482	-1%
- Przychody hurtowe	678	15%
- Przychody ze sprzedaży sprzętu	238	-10%
- Pozostałe przychody	38	-13%
Koszty operacyjne, w tym:	2.044	3%
- Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich	550	4%
- Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja	452	5%
- Koszt własny sprzedanego sprzętu	277	-14%
- Koszty kontentu	324	20%
- Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta	217	-3%
- Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	137	8%
- Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności	33	55%
- Pozostałe koszty	53	2%
EBITDA	848	0%
Marża EBITDA	34,8%	-0,8pkt%
EBIT	396	-6%
Zysk netto	227	-3%



N E T I A

Podsumowanie wyników za 3Q 2018 r. dla analityków i inwestorów



Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym ²

	3Q		
	2018	2017	Zmiana %
łątzna liczba RGU (na koniec okresu) (kontraktowe+przedpłacone)	16.851.153	16.410.325	2,7%
USŁUGI KONTRAKTOWE			
łątzna liczba RGU na koniec okresu, w tym:	14.057.045	13.530.164	3,9%
Płatna telewizja, w tym:	5.038.210	4.882.505	3,2%
<i>Multiroom</i>	1.141.820	1.072.513	6,5%
Telefonia komórkowa	7.209.240	6.864.787	5,0%
Internet	1.809.595	1.782.872	1,5%
Liczba klientów	5.712.151	5.791.841	(1,4%)
ARPU na klienta wg MSR 15 [PLN]	84,0	80,5	4,3%
ARPU na klienta wg MSSF 18 [PLN]	90,1	88,4	1,9%
Churn na klienta	7,9%	8,8%	(0,9 p.p.)
Wskaźnik nasycenia RGU na jednego klienta	2,46	2,34	5,1%
USŁUGI PRZEDPŁACONE			
łątzna liczba RGU na koniec okresu, w tym:	2.794.108	2.880.161	(3,0%)
Płatna telewizja	91.261	63.627	43,4%
Telefonia komórkowa	2.550.355	2.623.950	(2,8%)
Internet	152.492	192.584	(20,8%)
ARPU na RGU [PLN]	20,8	20,2	3,0%

- **łątzna liczba usług** świadczonych przez Grupę zarówno w modelu kontraktowym, jak i przedpłaconym, wzrosła o 2,7% w ujęciu r/r, osiągając poziom 16,851mln.
- Na koniec 3Q'18 usługi kontraktowe stanowiły 83,4% łącznej liczby świadczonych usług. Wskaźnik ten wzrósł z 82,4% przed rokiem.
- **Usługi kontraktowe:**
 - łątzna liczba klientów kontraktowych wyniosła 5,712 mln na koniec 3Q'18 (-1,4% r/r), przede wszystkim na skutek konsolidacji kontraktów pod jedną wspólną umowę kontraktową w ramach gospodarstwa domowego, co znajduje odzwierciedlenie w rosnącym wskaźniku nasycenia RGU na jednego klienta (wzrost o 5,1% r/r).
 - Liczba usług kontraktowych świadczonych przez nas wzrosła o 527K do 14,057 mln na koniec 3Q'18 (+3,9% r/r). Zaobserwowaliśmy wzrost liczby wszystkich poszczególnych usług świadczonych w modelu kontraktowym. Wierzymy, że dalsze nasycenie bazy naszych klientów usługami łączonymi, w tym naszym

² KPI dotyczące segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym nie uwzględniają konsolidacji wyników Grupy Netia.



N E T I A

Podsumowanie wyników za 3Q 2018 r. dla analityków i inwestorów



flagowym produktem smartDOM, do którego sukcesywnie dołączamy kolejne produkty, będzie miało pozytywny wpływ na wzrost liczby świadczonych przez nas usług kontraktowych w przyszłości.

- Liczba RGU płatnej telewizji wyniosła 5,038 mln na koniec 3Q'18, co stanowi wzrost r/r o 156K, czyli o 3,2%. Wzrost wynika głównie z rosnącej popularności usługi Multiroom (+69K r/r, do ponad 1,1 mln RGU) oraz dynamicznie rosnącej sprzedaży płatnych usług typu OTT.
- Liczba RGU telefonii komórkowej wzrosła r/r o 344K (+5,0%), osiągając poziom 7,209 mln na koniec 3Q'18, przede wszystkim w efekcie skutecznej realizacji strategii dosprzedaży usług do pojedynczego klienta oraz wprowadzenia do sprzedaży w lutym 2018 r. nowych, atrakcyjnych taryf adresowanych do klientów kontraktowych, jak również wysokiego popytu wśród klientów biznesowych (usługi m2m).
- Liczba RGU dostępu do szerokopasmowego Internetu mobilnego na koniec 3Q'18 wyniosła 1,810 mln i była wyższa r/r o 27K, czyli o 1,5%.
- Przy zastosowaniu aktualnie obowiązujących standardów raportowania (MSSF 15) ARPU na klienta kontraktowego wzrosło o 4,3% do poziomu 84,0zł w 3Q'18 z poziomu 80,5 zł odnotowanego w 3Q'17.
- Przy zastosowaniu poprzednich standardów raportowania (MSR 18) ARPU na klienta kontraktowego w 3Q'18 wzrosło r/r o 1,9% do poziomu 90,1 zł.
- Wskaźnik odpływu klientów (churn) spadł o 0,9 p.p. do poziomu 7,9% w 12-miesięcznym okresie zakończonym 30 września 2018 r. w porównaniu do 8,8% w okresie 12 miesięcy zakończonych 30 września 2017 r. Jest to przede wszystkim efekt wysokiej lojalności naszych klientów usług łączonych, co jest efektem skutecznej realizacji strategii multiplay.
- Nasza oferta usług łączonych, oparta o mechanizm udzielania atrakcyjnych rabatów na każdy dodatkowy produkt lub usługę z portfolio Grupy, cieszy się niesłabnącym zainteresowaniem i odnotowuje bardzo dobre wyniki sprzedaży, co pozytywnie przekłada się na poziom wskaźnika churn, wskaźnika nasycenia RGU na jednego klienta oraz ARPU klienta kontraktowego. Na koniec 3Q'18 z oferty usług łączonych korzystało już 1,728 mln klientów, co stanowi wzrost o 284K, czyli o 19,7% r/r. Oznacza to, że na koniec 3Q'18 nasycenie naszej bazy klientów kontraktowych usługami łączonymi kształtowało się na poziomie 30,3%. Ta grupa klientów posiadała na koniec 3Q'18 łącznie 5,170 mln usług (RGU) – o 864K, czyli 20,1%, więcej niż rok wcześniej. W 1Q'18 znieśliśmy progi wejścia do programu smartDOM, udostępniając tym samym ofertę usług łączonych wszystkim klientom na identycznych warunkach, co przełożyło się korzystnie na dynamikę wzrostu bazy klientów usług multiplay i poziom ARPU dla całej bazy.

• Usługi przedpłacone

- Liczba świadczonych przez nas aktywnych usług przedpłaconych spadła r/r o 86K, czyli o 3,0% do 2,794 mln na koniec 3Q'18. Wprowadzona w 2016 roku przez ustawodawcę regulacja narzuciła na klienta obowiązek rejestracji nowo zakupionych kart przedpłaconych, co spowodowało obserwowany na całym rynku znaczący spadek nowych aktywacji. Równocześnie dzięki postępującemu ujednoczeniu cen pomiędzy taryfami dla usług kontraktowych i przedpłaconych, istotna część klientów decyduje się skorzystać z oferty usług kontraktowych.
- W 3Q'18 ARPU na RGU prepaid wyniosło 20,8 zł w porównaniu do 20,2 zł w analogicznym okresie 2017 r.



N E T I A

Podsumowanie wyników za 3Q 2018 r. dla analityków i inwestorów



Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

	3Q		
	2018	2017	zmiana r/r
Udział w oglądalności⁽¹⁾, w tym:	25,05%	23,81%	1,24pkt%
POLSAT (kanał główny)	11,33%	11,96%	-0,63pkt%
Kanały tematyczne	13,73%	11,85%	1,88pkt%
Udział w rynku reklamy⁽²⁾	27,6%	28,1%	-0,5pkt%
Wydatki na reklamę telewizyjną i sponsoring na całym rynku⁽³⁾ (mln PLN)	873	823	6,0%
Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy TV Polsat⁽⁴⁾ (mln PLN)	241	231	4,1%

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

² Szacunki własne na podstawie danych Starcom

³ Starcom, dane wstępne, reklama spotowa i sponsoring

⁴ Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Starcom

- Oglądalność kanałów Grupy Polsat zgodna z założeniami strategicznymi Grupy pomimo przejściowego niekorzystnego wpływu Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej 2018.
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy TV Polsat w 3Q'18 wzrosły r/r o 4,1% do poziomu 241 mln PLN osiągając 27,6% udziału w rynku reklamy telewizyjnej. Na poziom przychodów Grupy TV Polsat miały nadal wpływ Mistrzostwa Świata w piłce nożnej Rosja 2018, emitowane w czerwcu-lipcu b.r. na antenach otwartych nadawcy publicznego TVP.
- Oczekujemy, że rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w całym 2018 roku utrzyma wysoką jednocyfrową dynamikę.



N E T I A