

## Wyniki finansowe Grupy Polsat Plus w 4Q'23

W związku z objęciem kontroli na spółką PAK-PCE i jej spółkami zależnymi 3 lipca 2023 r. Grupa rozpoczęła konsolidację wyników Grupy PAK-PCE metodą pełną. W efekcie Grupa rozpoznaje dodatkowe przychody i koszty, w szczególności związane z produkcją i sprzedażą energii elektrycznej.

w mln zł	4Q'23	Zmiana r/r	Konsensus rynkowy <sup>1</sup>	Różnica
<b>Przychody ze sprzedaży, w tym:</b>	<b>3.682</b>	<b>7%</b>	<b>3.673</b>	<b>0,2%</b>
- Przychody detaliczne	1.764	1%		
- Przychody hurtowe	929	-7%		
- Przychody ze sprzedaży sprzętu	507	-7%		
- Przychody ze sprzedaży energii	286	-		
- Pozostałe przychody	196	45%		
<b>Koszty operacyjne, w tym:</b>	<b>3.487</b>	<b>13%</b>		
- Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich	862	4%		
- Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja	494	7%		
- Koszt własny sprzedanego sprzętu	415	-3%		
- Koszty kontentu	566	2%		
- Koszt własny sprzedanej energii	268	n/d		
- w tym amortyzacja	9	n/d		
- Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta	277	2%		
- Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	336	12%		
- Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności	26	4%		
- Inne koszty	242	22%		
- w tym amortyzacja	1	n/d		
<b>EBITDA skorygowana<sup>2</sup></b>	<b>677</b>	<b>-17%</b>		
<i>Marża EBITDA skorygowana<sup>2</sup></i>	<i>18,4%</i>	<i>-5,5pkt%</i>		
<b>EBITDA</b>	<b>677</b>	<b>-21%</b>	<b>707</b>	<b>-4,3%</b>
<i>Marża EBITDA</i>	<i>18,4%</i>	<i>-6,6pkt%</i>	<i>19,3%</i>	<i>-0,9 pkt%</i>
EBIT	172	-56%	222	-22,5%
<b>Zysk netto</b>	<b>130</b>	<b>-25%</b>	<b>57</b>	<b>128,3%</b>

<sup>1</sup> W oparciu o prognozy: BM mBanku, BM BDM, DM BOŚ, DM PKO BP, ERSTE, Ipopema, Trigon, Pekao, Santander, Wood&Co

<sup>2</sup> EBITDA z wykluczeniem zysku/straty ze sprzedaży jednostek zależnych i stowarzyszonych (39,8 mln zł w 4Q'22 i -0,4 mln zł w 4Q'23)

- **Przychody Grupy Polsat Plus wyniosły 3.682 mln zł (+7,3% r/r)**. Wyłączając wpływ konsolidacji Grupy PAK-PCE, przychody Grupy wyniosły 3.348 mln zł (-2,4% r/r). Na poziom przychodów wpływ miały w głównej mierze:
  - Rozpoznane **przychody ze sprzedaży energii** w wysokości **286 mln zł**, obejmujące przychody ze sprzedaży energii elektrycznej z produkcji oraz z obrotu, przychody ze sprzedaży energii ciepłej oraz przychody ze sprzedaży świadectw pochodzenia. Skonsolidowane przychody ze sprzedaży własnej energii elektrycznej wyniosły 79 mln zł, a przychody z obrotu 180 mln zł.
  - Niższe **przychody hurtowe (-7% r/r)** na skutek niższych przychodów interkonektowych związanych z obniżaniem stawek MTR oraz niższych przychodów ze sprzedaży sublicencji telewizyjnych.
  - Niższe **przychody ze sprzedaży sprzętu (-7% r/r)**, co wynikało przede wszystkim z wysokiego wolumenu sprzedaży odnotowanego w okresie porównawczym.
  - Wyższe **pozostałe przychody ze sprzedaży (+45% r/r)**, głównie w wyniku rozpoznania przychodów ze sprzedaży autobusów wodorowych oraz gazu, w związku z konsolidacją wyników Grupy PAK-PCE.
- **Koszty Grupy wyniosły 3.487 mln zł (+13,4% r/r)**. Wyłączając wpływ konsolidacji wyników Grupy PAK-PCE, koszty operacyjne wyniosły 3.138 mln zł (+2,1% r/r). Na ich wysokość wpływ miały w głównej mierze:
  - Ujęcie **kosztu własnego sprzedanej energii** w wysokości **268 mln zł**.
  - Wzrost **kosztów wynagrodzeń (+12% r/r)** głównie w efekcie wzrostu zatrudnienia oraz utrzymującej się presji inflacyjnej.
  - Wzrost **kosztów technicznych i rozliczeń międzyoperatorskich (+4% r/r)**, wynikający głównie z wyższych kosztów utrzymania sieci, w znacznym stopniu skompensowanych przez niższe koszty rozliczeń międzyoperatorskich w związku z sukcesywnym obniżaniem stawek MTR.
  - Wzrost **innych kosztów (+22% r/r)** głównie pod wpływem konsolidacji wyników Grupy PAK-PCE (koszt własny sprzedanego gazu oraz sprzedanych autobusów).
  - Wyższe **koszty amortyzacji, utraty wartości i likwidacji (+7% r/r)** m.in. w wyniku naliczenia amortyzacji marek należących do Telewizji Polsat w związku ze zmianą okresu ich użytkowania z nieokreślonego na określony, a także konsolidacji wyników Grupy PAK-PCE.
- **EBITDA skorygowana** o zysk ze sprzedaży jednostek zależnych i stowarzyszonych<sup>3</sup>, wyniosła **677 mln zł (-17,3% r/r)**, przy marży EBITDA na poziomie **18,4%**. Głównym motorem spadku skorygowanego wyniku EBITDA były rosnące pod presją inflacji koszty, przy pozytywnej dynamice wzrostu przychodów.
  - Wpływ konsolidacji Grupy PAK-PCE na skonsolidowany wynik EBITDA wyniósł **1,8 mln zł**. Niższy od oczekiwanego poziom wygenerowanego zysku EBITDA w segmencie zielonej energii wynikał przede wszystkim ze spadku cen rynkowych energii elektrycznej i związanej z tym aktualizacji rezerwy przychodowej dotyczącej sprzedanej energii elektrycznej oraz regulacyjnego mechanizmu rozliczania rekompensat w ramach rządowego systemu mrożenia cen energii.
- **Raportowany zysk EBITDA** wyniósł 677 mln zł **(-21% r/r)**.
- **EBIT** wyniósł 172 mln zł.
- **Zysk z działalności inwestycyjnej, netto** wyniósł 81 mln zł (+52 mln zł r/r), głównie w wyniku rozpoznania wpływu rozliczenia transakcji nabycia kontroli nad PAK-PCE w wysokości 67 mln zł.
- Koszty **finansowe, netto** spadły r/r o **107 mln zł** głównie na skutek rozpoznania niegotówkowego, pozytywnego przeszacowania wartości transzy Kredytu Terminowego denominowanej w euro w wysokości 146 mln zł, w efekcie aprecjacji polskiej złotówki w 4Q'23. Spadek ten został częściowo zniwelowany przez wyższe koszty obsługi zadłużenia Grupy, będące pochodną wyższego poziomu zadłużenia brutto i wysokich stóp procentowych.

<sup>1</sup> EBITDA z wykluczeniem zysku ze sprzedaży jednostek zależnych i stowarzyszonych (39,8 mln PLN w 4Q'22 i -0,4 mln PLN w 4Q'23)

- W wyniku zbycia pakietu 12,8% akcji w Asseco Poland S.A. (wrzesień 2023 r.), począwszy od 4Q'23 nie jest już rozpoznawany udział w zysku Asseco Poland S.A. w pozycji udział w zysku jednostek stowarzyszonych wycenianych metodą praw własności.
- **Zysk netto** Grupy wyniósł **130 mln zł (-25% r/r)**.
- **Skorygowany FCF po odsetkach, z wyłączeniem capexu na zieloną energię wyniósł** w 2023 r. **334 mln zł (-57% r/r)**. Na uzyskany wynik FCF LTM wpłynęła przede wszystkim presja inflacyjna na OPEX i wzrost kosztów odsetkowych.
- W obszarze **TMT<sup>4</sup> wskaźnik CAPEX/przychody** na poziomie **5%**.
- Główny kowenant – **dług netto/EBITDA LTM** (z wyłączeniem finansowania projektowego<sup>5</sup>) na poziomie **3,51x**.
- Dług netto/EBITDA LTM z uwzględnieniem finansowania projektowego na poziomie 3,82x.

---

<sup>4</sup> Obejmuje segmenty usług B2C i B2B oraz mediowy

<sup>5</sup> Zobowiązania z tytułu pożyczek i kredytów udzielonych PAK-PCE oraz kredytów inwestycyjnych udzielonych spółkom zależnym PAK-PCE (spółki projektowe) na realizację określonych projektów inwestycyjnych związanych z rozwojem nisko i zeroemisyjnych źródeł energii

## Segment usług B2C i B2B

	4Q'23	4Q'22	Zmiana r/r
<b>USŁUGI KONTRAKTOWE ŚWIADCZONE KLIENTOM B2C</b>			
<b>Łączna liczba RGU B2C (na koniec okresu) [tys.], w tym:</b>	<b>13.083</b>	<b>13.285</b>	<b>-1,5%</b>
Płatna telewizja	4.843	5.049	-4,1%
Telefonia komórkowa	6.246	6.238	0,1%
Internet	1.994	1.998	-0,2%
<b>Liczba klientów B2C (na koniec okresu) [tys.]</b>	<b>5.795</b>	<b>5.934</b>	<b>-2,3%</b>
ARPU na klienta B2C [PLN]	73,6	71,7	2,6%
Churn w segmencie B2C	7,6%	7,0%	0,6 p.p.
Wskaźnik nasycenia RGU na klienta B2C	2,26	2,24	0,9%
<b>USŁUGI PRZEDPŁACONE</b>			
<b>Łączna liczba RGU (na koniec okresu), [tys.] w tym:</b>	<b>2.646</b>	<b>2.691</b>	<b>-1,7%</b>
Płatna telewizja <sup>1</sup>	98	82	19,5%
Telefonia komórkowa	2.522	2.578	-2,2%
Internet	26	31	-16,1%
ARPU na RGU prepaid [PLN]	17,4	17,4	-
<b>USŁUGI KONTRAKTOWE ŚWIADCZONE KLIENTOM B2B</b>			
<b>Łączna liczba klientów B2B (na koniec okresu) [tys.]</b>	<b>68,8</b>	<b>69,1</b>	<b>-0,4%</b>
ARPU na klienta B2B [PLN]	1.463	1.427	2,5%
<b>FINANSE [mln PLN]</b>			
<b>Przychody</b>	<b>2.694</b>	<b>2.741</b>	<b>-1,7%</b>
<b>EBITDA skorygowana<sup>2</sup></b>	<b>537</b>	<b>622</b>	<b>-13,8%</b>
<b>CAPEX</b>	<b>174</b>	<b>272</b>	<b>-36,2%</b>

<sup>1</sup> RGU z wykluczeniem niskomarkowego pakietu Polsat Box Go Start

<sup>2</sup> EBITDA z wykluczeniem zysku ze sprzedaży jednostki zależnej i stowarzyszonej (-0,4 mln zł w 4Q'23)

### Usługi kontraktowe świadczone klientom B2C:

- **Baza klientów kontraktowych B2C** na poziomie **5.795 tys. (-2,3% r/r)**, głównie w wyniku malejącej popularności technologii satelitarnej, jak również utrzymującego się procesu konsolidacji klientów kontraktowych pod jedną wspólną umową kontraktową w ramach gospodarstwa domowego.
- **Churn na niskim poziomie 7,6%** w skali roku, głównie w efekcie wysokiej lojalności naszych klientów usług łączonych, co z kolei wynika ze skutecznej realizacji strategii multiplay.
- **ARPU na klienta kontraktowego B2C na poziomie 73,6 zł (+2,6% r/r)**, dzięki dosprzedaży dodatkowych produktów i usług do bazy klientów w ramach oferty multiplay oraz oferowania bogatszych pakietów telewizyjnych i telekomunikacyjnych (strategia *more-for-more*).
- Spadek całkowitej **bazy usług kontraktowych B2C** o 202 tys. do **13.083 tys. (-1,5%) r/r**.
  - Stabilne bazy usług **telefonii komórkowej** na poziomie **6.246 tys.** oraz **Internetu** na poziomie **1.994 tys.**
  - Liczba usług **płatnej telewizji** wyniosła **4.843 tys.** i zanotowała spadek o 206 tys. **(-4,1% r/r)**, w wyniku mniejszej liczby świadczonych usług telewizji satelitarnej oraz repozycjonowania cenowego i zmiany strategii oferowania naszych serwisów wideo online, co jest częściowo kompensowane rosnącą popularnością telewizji internetowej (IPTV/OTT).

- **2,46 mln klientów**, czyli 42% całej bazy, korzystało z **oferty multiplay** i posiadało łącznie 7.438 tys. usług (+25 tys. r/r).

### Usługi przedpłacone:

- **Baza RGU przedpłaconych<sup>6</sup>** wyniosła **2.646 tys.**, notując **spadek o 45 tys.** r/r (-1,7%). Główne przyczyny spadku to:
  - niższa o 56 tys. liczba przedpłaconych usług telefonii komórkowej,
  - rosnąca popularność transmisji danych w taryfach głosowych z uwagi na zanikające różnice w wielkości pakietów danych, co przekłada się na systematyczny spadek liczby usług dedykowanego mobilnego Internetu.

Spadki te częściowo skompensowała wyższa o 16 tys. liczba przedpłaconych usług płatnej telewizji (z wykluczeniem z bazy niskomarżowego pakietu Polsat Box Go Start).

- **ARPU prepaid** wyniosło **17,4 zł** i pozostawało na stabilnym poziomie r/r.

### Usługi kontraktowe świadczone klientom B2B:

- Stabilna baza **klientów kontraktowych B2B** na poziomie **68,8 tys.**
- **ARPU** na klienta B2B wzrosło do **1.463 zł** średniomiesięcznie **(+2,5% r/r)**.

<sup>6</sup> z wykluczeniem niskomarżowego pakietu Polsat Box Go Start

## Segment mediowy: telewizja i online

	4Q'23	4Q'22	Zmiana r/r
<b>TELEWIZJA</b>			
<b>Udział w oglądalności<sup>(1)</sup>, w tym:</b>	<b>22,00%</b>	<b>21,63%</b>	<b>0,37 pkt%</b>
POLSAT (kanał główny)	7,50%	7,81%	-0,31 pkt%
Pozostałe kanały	14,50%	13,82%	0,68 pkt%
<b>Udział w rynku reklamy TV<sup>(2)</sup></b>	<b>28,6%</b>	<b>28,3%</b>	<b>0,3 pkt%</b>
<b>Wydatki na reklamę telewizyjną i sponsoring na całym rynku<sup>(3)</sup> [mln PLN]</b>	<b>1.454</b>	<b>1.448</b>	<b>0,4%</b>
<b>Przychody z reklamy tv i sponsoringu Grupy TV Polsat<sup>(4)</sup> [mln PLN]</b>	<b>415</b>	<b>410</b>	<b>1,1%</b>
<b>ONLINE: GRUPA POLSAT-INTERIA<sup>(5)</sup></b>			
<b>Średniomiesięczna liczba użytkowników [mln]</b>	<b>20,8</b>	<b>21,2</b>	<b>-1,9%</b>
<b>Średniomiesięczna liczba odsłon [mln]</b>	<b>1.982</b>	<b>2.016</b>	<b>-1,7%</b>
<b>FINANSE [mln PLN]</b>			
<b>Przychody</b>	<b>704</b>	<b>731</b>	<b>-3,7%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>140</b>	<b>190</b>	<b>-26,6%</b>
<b>CAPEX</b>	<b>11</b>	<b>19</b>	<b>-40,3%</b>

<sup>1</sup> NAM, wszyscy 16-59, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2 (tzw. *Time Shifted Viewing*), oraz oglądalność poza miejscem zamieszkania, (tzw. widownia OOH), analizy własne

<sup>2</sup> Szacunki własne na podstawie danych Publicis Groupe

<sup>3</sup> Publicis Groupe, reklama spotowa i sponsoring,

<sup>4</sup> Przychody z reklamy tv i sponsoringu kanałów wchodzących w skład Grupy Telewizji Polsat

<sup>5</sup> Mediapanel Gemius/PBI, liczba użytkowników - wskaźnik real users, liczba odsłon - wskaźnik views

## Telewizja

- Wyniki oglądalności kanałów Grupy TV Polsat zgodne ze strategią.
- **Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu** Grupy TV Polsat w 4Q'23 **wzrosły o 1,1% r/r** do poziomu 415 mln zł, podczas gdy rynek reklamy telewizyjnej zanotował wzrost o 0,4%.
- W efekcie udział Grupy TV Polsat w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu **wzrósł do poziomu 28,6%** w porównaniu do 28,3% w 4Q'22.
- Oczekujemy, że rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 2024 roku będzie rósł w niskim jednocyfrowym tempie.

## Segment zielona energia

	4Q'23	4Q'22	Zmiana r/r
<b>Łączna produkcja energii elektrycznej (MWh), w tym:</b>	<b>179,3</b>	<b>176,6</b>	<b>1,5%</b>
Biomasa	150,1	168,5	-10,9%
Fotowoltaika	7,8	8,1	-3,7%
Farmy wiatrowe na lądzie	21,4	-	n/d
<b>Średnia cena sprzedaży wyprodukowanej energii<sup>1)</sup> [PLN/MWh]</b>	<b>692,1</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

### FINANSE [mln PLN]

<b>Przychody, w tym:</b>	<b>395</b>	<b>n/d</b>	<b>n/d</b>
sprzedaż własnej energii elektrycznej	124		
obrót	182	n/d	n/d
<b>EBITDA</b>	<b>-1</b>	<b>n/d</b>	<b>-</b>
<b>CAPEX</b>	<b>409</b>	<b>n/d</b>	<b>-</b>

<sup>1</sup> Liczona jako iloraz wygenerowanych przez segment zielonej energii przychodów ze sprzedaży energii elektrycznej własnej i wolumenu produkcji

## Produkcja energii

- Łączny **wolumen wyprodukowanej energii** elektrycznej na poziomie **179,3 GWh**, w tym: 150,1 GWh z biomasy;
  - 7,8 GWh z fotowoltaiki;
  - 21,4 GWh z farm wiatrowych (produkcja trwała przez niepełny kwartał).
- **Średnia cena sprzedaży** wyprodukowanej energii wyniosła **692,1 PLN/MWh** w 4Q'23.

## ZAŁĄCZNIK

### Wyniki finansowe segmentów działalności Grupy Polsat Plus

4Q'23	Usługi B2C i B2B	Mediowy: telewizja i online	Nierucho- mości	Zielona energia	Wyłączenia i korekty konsolidacyjne	Razem
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>2.694</b>	<b>704</b>	<b>58</b>	<b>395</b>	<b>-169</b>	<b>3.682</b>
<i>zmiana r/r</i>	-2%	-4%	-11%	n/d	-	7%
<b>Koszty operacyjne<sup>1</sup></b>	<b>2.144</b>	<b>550</b>	<b>58</b>	<b>394</b>	<b>-164</b>	<b>2.982</b>
<i>zmiana r/r</i>	1%	2%	-9%	n/d	-	14%
<b>EBITDA skorygowana<sup>2</sup></b>	<b>537</b>	<b>140</b>	<b>5</b>	<b>-1</b>	<b>-4</b>	<b>677</b>
<i>zmiana r/r</i>	-14%	-27%	66%	n/d	-	-17%
Marża EBITDA skorygowana <sup>2</sup>	19,9%	19,9%	9,1%	-0,4%	-	18,4%
<i>zmiana r/r</i>	-2,8pkt%	-6,1pkt%	4,2pkt%	n/d	-	-5,5%
<b>EBITDA</b>	<b>536</b>	<b>140</b>	<b>5</b>	<b>-1</b>	<b>-3</b>	<b>677</b>
<i>zmiana r/r</i>	-14%	-27%	-88%	n/d	-	-7%
Marża EBITDA	19,9%	19,9%	9,1%	-0,4%	-	18,4%
<i>zmiana r/r</i>	-2,8pkt%	-6,1pkt%	-56,8pkt%	n/d	-	-6,6%
<b>CAPEX</b>	<b>174</b>	<b>11</b>	<b>4</b>	<b>409</b>	<b>-</b>	<b>597</b>

<sup>1</sup> Koszty nie uwzględniają amortyzacji (w tym kosztów amortyzacji ujętych w ramach kosztów produkcji energii i autobusów), utraty wartości i likwidacji

<sup>2</sup> EBITDA z wykluczeniem zysku/straty ze sprzedaży jednostek zależnych i stowarzyszonych (39,8 mln PLN w 4Q'22 i -0,4 mln PLN w 4Q'23)