

Podsumowanie wyników za 4Q 2013 r. dla analityków i inwestorów

- Dalszy wzrost przychodów Grupy Polsat w 4Q'13 o **7%** do **805 mln PLN** głównie dzięki:
 - wzrostowi organicznemu segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym, który zanotował wzrost przychodów r/r o 5%,
 - konsolidowanych od września 2013 roku wyników nowo nabytej spółki Polskie Media S.A.
- Wzrost kosztów r/r na poziomie **5%** (z wyłączeniem amortyzacji, utarty wartości i likwidacji) wygenerowany głównie w wyniku włączenia do konsolidacji spółki Polskie Media S.A. oraz wyższych kosztów:
 - produkcji własnej i zewnętrznej oraz amortyzacji praw sportowych, a także efektu niskiej bazy kosztów licencji programowych w 4Q'12¹.
- Grupa Telewizji Polsat zanotowała wzrost przychodów z reklamy telewizyjnej i sponsoringu na poziomie **13%**, głównie w wyniku konsolidacji od września 2013 roku wyników TV4 i TV6 dzięki czemu udział Grupy w rynku wzrósł w 4Q'13 do poziomu **25,5%**. Wyłączając wpływ konsolidacji, dynamika jest nieco wyższa niż rynek reklamy.
- Wysoki poziom wyniku EBITDA Grupy Polsat wynoszący **275 mln PLN** oraz marży EBITDA **34,4%**.
- Neutralny wpływ kursu złotówki r/r w 4Q'13 na koszty wyrażone w walutach obcych, które w tym okresie stanowiły ok. **32%** kosztów operacyjnych Grupy (EUR/USD).
- Pozytywny efekt wyceny Obligacji Senior Notes r/r w kwocie **24 mln PLN** oraz niższe o **7 mln PLN** koszty obsługi zadłużenia z tytułu kredytów (m.in. niższe odsetki dzięki wcześniejszej spłacie części długu w 3Q'12, 2Q'13 i 3Q'13).
- Zysk netto wyniósł **173 mln PLN**, przy efektywnej stopie podatkowej na poziomie **8%**.
- Główny kowenant - dług netto/EBITDA spadł na koniec 4Q'13 do **1,51x**, z poziomu 1,95x na koniec 4Q'12.
- Kluczowe wskaźniki operacyjne w 4Q'13:
 - Baza abonentów płatnej telewizji cyfrowej na koniec 4Q'13 wyniosła **3,54 mln**, z czego **76%** stanowili klienci pakietu Familijnego, a **24%** klienci pakietu Mini.
 - Średni przychód na abonenta (ARPU) pakietu Familijnego wzrósł do **49,8 PLN**, zaś pakietu Mini wzrósł do **13,5 PLN**. ARPU Pakietu Familijnego w grudniu 2013 r. zgodnie planem przekroczyło 50 PLN.
 - Wskaźnik churn (blended) na poziomie **9,5%**.
 - Liczba użytkowników usługi dostępu do Internetu wzrosła do **235 tys.**
 - Raportowany udział kanałów Grupy Telewizji Polsat w oglądalności wyniósł **23,1%**, zaś udział w rynku reklamy telewizyjnej **25,5%**.

¹ One-off w 4Q 2012 związany ze spadkiem kosztów w związku z zawarciem porozumienia przez Telewizję Polsat z organizacjami zbiorowego zarządzania prawami autorskimi (OZZPA) w wysokości 11,5 mln PLN

Wyniki finansowe Grupy Cyfrowego Polsatu

w mln PLN	4Q 2013	zmiana r/r	Konsensus rynkowy*	Różnica
Przychody, w tym:	804,8	6,9%	786,3	2,3%
- Przychody od klientów indywidualnych	466,4	4,3%	n/a	n/a
- Przychody z reklamy i sponsoringu	287,2	15,0%	n/a	n/a
- Przychody od operatorów kablowych i satelitarnych	25,1	9,1%	n/a	n/a
- Przychody ze sprzedaży sprzętu	9,7	33,4%	n/a	n/a
- Pozostałe przychody	16,3	-36,1%	n/a	n/a
EBITDA	275,4	11,4%	256,0	7,6%
Marża EBITDA	34,4%	1,5pkt%	32,6%	1,8pkt%
EBIT	206,8	17,9%	189,3	9,2%
Zysk netto	173,1	42,4%	149,6	15,7%
Capex/przychody (%)	3,0%	-0,6pkt%	n/a	n/a

* w oparciu o prognozy: BDM, BZ WBK, Deutsche Bank, DM mBanku, Erste, Espirito Santo, IDMSA, ING, PKO BP, Raiffeisen, Societe Generale, Trigon, UniCredit

Segment usług świadczonych klientom indywidualnym

	4Q		
	2013	2012	Zmiana
Użytkownicy usług płatnej telewizji cyfrowej			
Liczba abonentów na koniec okresu, z czego:	3.535.045	3.566.144	-0,9%
Pakiet Familijny	2.685.422	2.761.248	-2,7%
Pakiet Mini	849.623	804.896	5,6%
Wskaźnik odpływu abonentów, z czego:	9,5%	8,6%	0,9 pkt%
Pakiet Familijny	9,6%	9,0%	0,6 pkt%
Pakiet Mini	9,5%	7,1%	2,4 pkt%
Średni miesięczny przychód na abonenta (ARPU), (PLN), z czego:	41,2	40,4	2,0%
Pakiet Familijny (PLN)	49,8	48,2	3,3%
Pakiet Mini (PLN)	13,5	13,4	0,7%
Użytkownicy usług dostępu do Internetu na koniec okresu	234.625	150.199	56,2%
Użytkownicy usług telefonii komórkowej na koniec okresu⁽¹⁾	131.626	144.887	-9,2%

¹ Użytkownicy naszej usługi MVNO i nasi klienci, którzy zakupili usługę telefonii komórkowej Polkomtela w ramach cross promocji

- Stabilny poziom bazy abonentów usług płatnej telewizji cyfrowej oraz niski wskaźnik odpływu klientów, dzięki wysokiej satysfakcji klientów oraz skutecznym programom lojalnościowym.
- 83% naszych abonentów posiada dekoder HD, zaś prawie 19% korzysta z usługi Multiroom.
- ARPU kontynuuje trend wzrostowy, wynikający z pozyskiwania coraz większej ilości klientów pakietów premiowych jak również usług dodatkowych (np. Multiroom, VoD, PPV).
- Liczba klientów naszej usługi internetowej wzrosła do 235 tys., co przełożyło się na znaczący wzrost przychodów z usług telekomunikacyjnych.
- Według naszych szacunków w 2013 r. liczba użytkowników witryny/aplikacji IPLA wyniosła średnio-miesięcznie około 3,9 miliona.
- Cele operacyjne segmentu na 2014 r.:
 - Utrzymanie bazy klientów płatnej telewizji (wyłączając migracje klientów do Multiroom)
 - Dalszy wzrost ARPU
 - Wzrost bazy klientów Internetu
 - Zwiększenie nasycenia bazy usługami zintegrowanymi

Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

	4Q			12M		
	2013	2012	Zmiana %	2013	2012	Zmiana %
Udział w oglądalności¹, w tym:	23,06%	20,84%	10,65%	23,38%	23,52%	-0,60%
POLSAT (kanał główny)	12,83%	15,57%	-17,62%	13,51%	15,71%	-14,10%
Kanały tematyczne	6,19%	5,27%	17,50%	6,27%	4,83%	29,81%
Polskie Media (TV4/TV6)	4,04%	3,14%	28,66%	3,60%	2,98%	21,01%
Udział w rynku reklamy²	25,5%	22,7%	12,3%	24,1%	23,2%	4,1%
Wydatki na reklamę telewizyjną³ (mln PLN)	1.099	1.096	0,3%	3.533	3.665	-3,6%

¹ NAM, udział w oglądalności w grupie wszyscy 16-49 lat, cała doba; z włączeniem udziałów Polskie Media (TV4/TV6); skonsolidowany udział Grupy TV Polsat z uwzględnieniem wyników TV4 i TV6 konsolidowanych od września 2013 wyniósł w 12M'12 i 12M'13 odpowiednio 20,5% i 21,1%,

² Szacunki własne na podstawie danych Starlink;

³ Starlink, reklama spotowa i sponsoring

- Oglądalność kanału głównego spadła, na co wpływ miała fragmentaryzacja rynku spowodowana w znacznej mierze wzrostem zasięgu naziemnej telewizji cyfrowej (wyłączenie nadajników analogowych z końcem lipca 2013). Oglądalność pozostałych kanałów grupy wzrosła r/r o 94%, głównie dzięki dołączeniu do grupy kanałów TV4 i TV6.
- Wzrost przychodów w wyniku konsolidacji od września 2013 roku wyników TV4 i TV6 dzięki czemu udział Grupy w rynku wzrósł w 4Q'13 do poziomu 25,5%, a wyłączając wpływ konsolidacji dynamika jest nieco wyższa niż rynek reklamy.
- Cele operacyjne segmentu na 2014 r.:
 - Utrzymanie udziałów w oglądalności powyżej 23% na fragmentaryzującym się rynku telewizyjnym
 - Dalsza efektywna konkurencja na rynku reklamowym (oczekiwany średni jednocyfrowy wzrost wartości telewizyjnego rynku reklamowego)

Cele Grupy Cyfrowego Polsatu na 1H'14

- Terminowe zakończenie transakcji przejęcia Metelem Holding Company Limited, pośrednio kontrolującej Polkomtel Sp. z o.o.
 - Skuteczne refinansowanie zadłużenia Cyfrowego Polsatu, przy jednoczesnym uzyskaniu lepszych warunków finansowania niż obecne (w tym spłata obligacji typu PIK grupy Metelem)
 - Zatwierdzenie prospektu emisyjnego spółki przez KNF
 - Emisja nowych akcji dla udziałowców Metelem
 - Podjęcie przez WZA Spółki decyzji dotyczącej wypłaty dywidendy, w kwocie nie mniejszej niż 100 mln PLN w 2014 r.
- Skuteczne przeprowadzenie procesu integracji operacyjnej Cyfrowego Polsatu i Polkomtela w ramach wspólnych obszarów biznesowych
- Przygotowanie kolejnych inicjatyw sprzedażowo-produktowych w ramach zintegrowanej grupy medialno-telekomunikacyjnej, w celu realizacji zapowiedzianych synergii