

Grupa kapitałowa
Kino Polska TV SA

Działalność i wyniki finansowe Grupy
za 1H 2018 r.

Warszawa, 4.09.2018 r.

Oświadczenie

Niniejsza prezentacja („Prezentacja”) została przygotowana przez Kino Polska TV S.A. („Spółka”) i ma charakter wyłącznie informacyjny. Jej celem jest przedstawienie wybranych danych dotyczących Grupy Kapitałowej Kino Polska TV SA („Grupa”) i jej perspektyw rozwoju. Nie może być ona traktowana jako część zaproszenia czy oferty do nabycia papierów wartościowych lub do dokonania inwestycji. Prezentacja ta nie stanowi również oferty ani zaproszenia do przeprowadzenia innych transakcji dotyczących papierów wartościowych.

Informacje zawarte w niniejszej Prezentacji niewynikające wprost z raportów okresowych publikowanych przez spółki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej Kino Polska TV SA nie były poddane niezależnej weryfikacji, w związku z czym nie ma gwarancji, że są one wyczerpujące i w pełni odzwierciedlają stan rzeczywisty. Niniejsza Prezentacja zawiera stwierdzenia odnoszące się do przyszłości. W stwierdzeniach tych występują wyrazy takie, jak „przewidywać”, „zamierzać”, „szacować”, „być”, „oczekiwać”, „estymować” oraz słowa o podobnym znaczeniu. Wszelkie stwierdzenia, inne niż odnoszące się do faktów historycznych, zawarte w niniejszej Prezentacji, w tym między innymi stwierdzenia dotyczące sytuacji finansowej Grupy, jej strategii biznesowej, planów i celów kierownictwa dotyczących przyszłej działalności (w tym planów rozwoju i celów dotyczących produktów i usług Grupy) są stwierdzeniami odnoszącymi się do przyszłości. Takie stwierdzenia odnoszące się do przyszłości są narażone na znane i nieznanne rodzaje ryzyka, odznaczają się niepewnością i podlegają innym istotnym czynnikom, które mogą spowodować, że faktyczne wyniki, działalności lub osiągnięcia Grupy będą istotnie różniły się od przyszłych wyników, działalności lub osiągnięć wyrażonych wprost lub domyślnie w tych stwierdzeniach dotyczących przyszłości. Stwierdzenia te opierają się na szeregu założeń dotyczących obecnej i przyszłej strategii biznesowej Grupy oraz środowiska, w którym będzie ona prowadziła działalność w przyszłości. Zostały one zamieszczone wyłącznie na dzień Prezentacji. Spółka wyraźnie odstępuje od wszelkich obowiązków lub zobowiązań w zakresie rozpowszechniania jakichkolwiek uaktualnień lub korekt dowolnych stwierdzeń, które zostały zawarte w niniejszej Prezentacji, mających na celu odzwierciedlenie zmiany oczekiwań Spółki lub zmian zdarzeń, warunków lub okoliczności, na których dowolne takie stwierdzenie zostało oparte, chyba że obowiązujące przepisy prawa wymagają inaczej. Spółka zastrzega, że stwierdzenia dotyczące przyszłości nie stanowią gwarancji co do przyszłych wyników, a jej faktyczna sytuacja finansowa, strategia biznesowa, plany i cele kierownictwa dotyczące przyszłej działalności mogą istotnie różnić się od przedstawionych lub zasugerowanych w takich stwierdzeniach zawartych w niniejszej Prezentacji. Ponadto, nawet jeżeli sytuacja finansowa, strategia biznesowa, plany i cele kierownictwa dotyczące przyszłej działalności Grupy będą zgodne ze stwierdzeniami dotyczącymi przyszłości zawartymi w Prezentacji, to te wyniki lub wydarzenia mogą nie stanowić żadnej wskazówki co do wyników lub zdarzeń w następujących okresach.

Spółka nie zobowiązuje się do publikacji jakichkolwiek uaktualnień, zmian lub korekt informacji, danych lub stwierdzeń zawartych w Prezentacji, chyba że taki obowiązek informacyjny wynika z obowiązujących przepisów prawa.

Grupa nie ponosi odpowiedzialności za efekty decyzji, które zostały podjęte po lekturze prezentacji.

Jedynym wiarygodnym źródłem dotyczącym wyników finansowych Grupy Kapitałowej Kino Polska TV SA są raporty bieżące i okresowe, przekazywane przez spółki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej Kino Polska TV SA w ramach wykonywania przez nie obowiązków informacyjnych, wynikających z przepisów prawa polskiego.

AGENDA

 I. Wstęp

II. Kluczowe fakty 1H 2018

III. Cele strategiczne

IV. M&A 2018

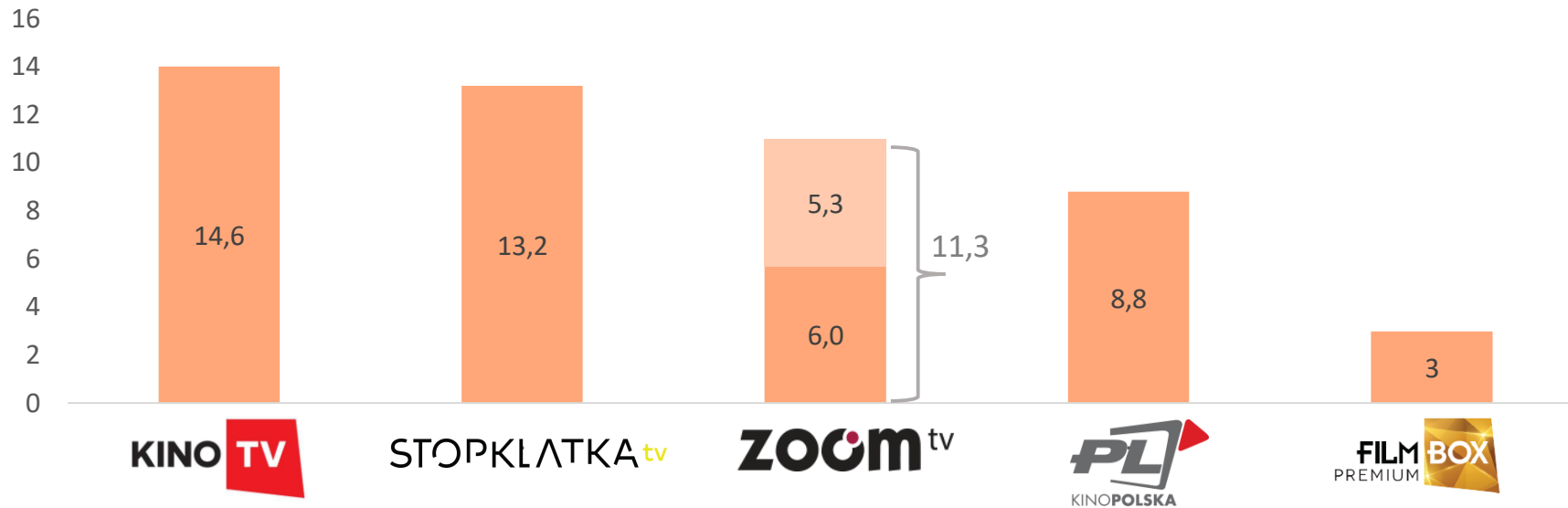
V. Kanały Premium / Extended Basic / Basic / DTT

VI. Podstawowe wyniki operacyjne

VII. Wyniki finansowe

Grupa Kino Polska TV w liczbach

Subskrybenci i gospodarstwa domowe kanałów z Grupy Kino Polska TV (w mln)



*zasięg techniczny MUX-8 wśród naziemnych gosp. domowych w panelu AGB wynosi obecnie 53,6%

Grupa Kino Polska TV w liczbach



Obecność
w **34 krajach** świata



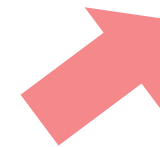
6 miejsce wśród grup
mediowa w Polsce



Ponad 400
operatorów Pay TV



Prawie **11 mln PLN** wypłaconej
dywidendy w 2018 roku



75,1 mln PLN przychodów*
w 1H 2018

Przychody Grupy Kapitałowej Kino Polska TV
wraz ze Stopklatka SA

*(udział Kino Polska TV SA w akcjonariacie Stopklatka SA wynosi 82,64%)



II. Kluczowe fakty 1H 2018

Kluczowe fakty 2018

1H 2018

- ▶ **Rekordowe przychody w I półroczu 2018 r.;**
- ▶ **Przejęcie pełnej kontroli nad Cable Television Networks & Partners sp. z o.o., nadawcą Zoom TV;**
- ▶ **Przejęcie od Agora SA 41,14% akcji spółki Stopklatka SA, nadawcy kanału naziemnego Stopklatka TV – największego kanału filmowego w Polsce. Kino Polska SA obecnie posiada 82,64% w kapitale zakładowym Stopklatka SA;**
- ▶ **Połączenie Kino Polska TV SA ze spółkami zależnymi – Cable Television Networks & Partners Sp. z o.o., KPTV Media Sp. z o.o. oraz Cyfrowe Repozytorium Filmowe Sp. z o.o.**

Lipiec 2018

- ▶ **Dołączenie czołowych kanałów spółki – Kino Polska, Kino Polska Muzyka, Stopklatka TV i Zoom TV – do oferty WP Pilot, jednej z najpopularniejszych w Polsce platform do odbioru telewizji online, z której korzysta już prawie 1,9 mln użytkowników.**

III. Cele strategiczne

Nasze cele strategiczne

Rynek polski:

- ▶ Grupa Kapitałowa Kino Polska TV **piątą grupą mediową** w Polsce, ze średniorocznym 3% udziałem w oglądalności w grupie komercyjnej.
- ▶ Odmłodzenie widowni kanału Kino Polska poprzez **zwiększenie emisji atrakcyjnego contentu** oraz **wprowadzenie wersji HD**.
- ▶ Intensyfikacja działań marketingowych w przestrzeni internetowej, zarówno w mediach społecznościowych jak i w klasycznych portalach. Realizacja nowych założeń strategicznych mających na celu pozyskiwanie więcej klientów jak i popularyzowanie produktów w środowisku online.
- ▶ Wzrost przychodów z tytułu emisji płatnych kanałów telewizyjnych w Polsce poprzez **wzmocnienie oferty programowej i działań marketingowych**.
- ▶ Wygenerowanie większych przychodów reklamowych poprzez wzrost oglądalności kanałów nadających reklamę oraz poszerzenie portfolio kanałów naziemnych o stację **Zoom TV**.
- ▶ Wzrost oglądalności na kanale **Stopklatka TV**. Średnioroczny 1,2% udział w widowni w grupie komercyjnej.

Rynki zagraniczne:

- ▶ Zwiększenie udziału w przychodach Grupy Kapitałowej Kino Polska produktów nielinearnych: **FilmBox Live** i **FilmBox On Demand**.
- ▶ Zwiększenie przychodów Filmbox Premium na rynkach zagranicznych (w szczególności w Turcji i Rosji).
- ▶ Wzrost przychodów reklamowych na rynkach zagranicznych m. in. poprzez **stopniowe wprowadzanie bloków reklam w FilmBox basic**.
- ▶ Wzrost przychodów z tytułu emisji płatnych kanałów telewizyjnych z rynków zagranicznych poprzez zwiększenie zasięgu gospodarstw domowych, zwiększenie sprzedaży pakietów **Filmbox Premium** oraz poszerzenie dystrybucji o nowe terytoria.
- ▶ Objęcie przez **Grupę Kino Polska TV** dystrybucji kanałów tematycznych w CEE.

IV. M&A 2018

Nabycia 1H2018



zoomtv

23 stycznia 2018 r.

Nabycie 30% udziałów
w Cable Television Networks &
Partners Sp. z o.o.

Koszt nabycia: 10 mln zł

Po transakcji Kino Polska TV SA
posiadała 100% udziałów
w kapitale zakładowym




PL
KINOPOLSKA




STOPKLATKAtv

Data: 14 czerwca 2018 r.


Nabycie: 41,14% udziałów
w Stopklatka SA

Koszt nabycia: 32,17 mln zł

Po transakcji Kino Polska TV SA
posiada 82,64% udziałów w kapitale
zakładowym Stopklatka SA

Połączenie





V. Kanaly Premium /
Extended Basic / Basic / DTT

Kanały Premium, Extended Basic / Basic*

- ▶ **Wzrost o 69% udziału w rynku kanału FilmBox basic w Czechach** (czerwiec 2018 vs. marzec 2018);
- ▶ **Zwiększenie liczby odbiorców kanału FilmBox basic** w Czechach i na Słowacji poprzez przeniesienie go do niższego pakietu platformy satelitarnej freeSAT; dzięki temu liczba potencjalnych widzów kanału wrosła z 40 do 99 tys. w Czechach i z 20 do 75 tys. na Słowacji;
- ▶ **Start platformy VOD Filmbox on Demand w ofercie Skylink** – największego operatora DTH w Czechach i na Słowacji;
- ▶ **Rozpoczęcie dystrybucji kanałów tematycznych na nowym rynku – w Libanie** (Lebanese Network Broadcast). Te kanały to m.in. FilmBox i Arthouse
- ▶ **Poszerzenie dystrybucji kanału Arthouse w Indiach** (platforma SonyLIV).
- ▶ **Poszerzenie dystrybucji kanałów tematycznych w regionie LATAM** (w takich krajach, jak Kolumbia, Chile, Peru, Gwatemala, Kostaryka, Meksyk i Salwador). Ten kanał to m.in. FilmBox Arthouse
- ▶ **Realizacja kampanii reklamowej serialu „Młody papież”** w Czechach, Rumunii i na Węgrzech;
- ▶ **Realizacja kampanii reklamowej serialu „Facet od serca”** w Polsce.

Telewizja Kino Polska



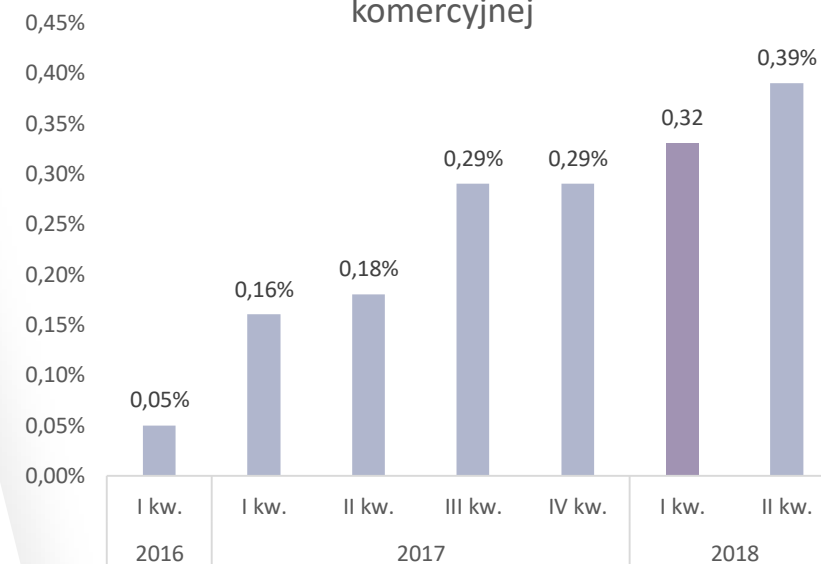
- ▶ **Wydłużenie o prawie 15% średniego czasu oglądania kanału Kino Polska** wśród widzów z grupy komercyjnej w porównaniu z I półroczem 2017 (ATS, All 16-49). Wzrost wskaźnika ATS świadczy o tym, że oferta programowa Kino Polska jest coraz bardziej atrakcyjna dla widzów;
- ▶ **Realizacja kampanii reklamowej filmu „Sługi boże”** (prasa, radio, digital); w dniu emisji filmu kanał Kino Polska uzyskał **1,28% udziału w widowni z grupy komercyjnej**, dzięki czemu stacja zanotowała drugi najlepszy wynik w 2018 roku (SHR%, All 16-49);
- ▶ **Osiągnięcie najlepszego udziału w rynku oglądalności widowni komercyjnej** w ostatnich dwóch latach – w lipcu 2018 kanał zanotował 0,47% udziału w rynku (SHR%, All 16-49) (LIPIEC 2018);
- ▶ **Nabycie całości majątkowych praw autorskich do filmu "Komedia małżeńska";**
- ▶ **Start Kina Letniego Telewizji Kino Polska w Gdyni** – nowego eventu letniego zorganizowanego przez Kino Polska we współpracy z liczącymi się partnerami. Kino Letnie Telewizji Kino Polska co tydzień emituje najlepsze polskie filmy. Dotychczas w evencie wzięło udział ponad **1 tys. osób**.

Zoom TV

- ▶ **Wzrost udziału widowni w grupie komercyjnej o 96%** (AMR%, All 16-49) w porównaniu z I półroczem 2017;
- ▶ **Wzrost udziału kanału w rynku o prawie 106%** (SHR%, All 16-49) w porównaniu z I półroczem 2017;
- ▶ **Wzrost o prawie 35% zasięgu technicznego MUX-8** wśród naziemnych gospodarstw domowych w porównaniu z czerwcem 2017 – obecny zasięg wynosi 53,6% (stan na lipiec 2018; dane: NAM);
- ▶ **Osiągnięcie rekordowego miesięcznego wyniku Zoom TV** – w maju 2018 roku kanał zanotował 0,41% udziału w widowni z grupy komercyjnej (SHR%, All 16-49), co jest najlepszym miesięcznym wynikiem w historii kanału, a do maja br. było też najlepszym miesięcznym wynikiem w historii wszystkich kanałów nadających z ósmego multipleksu (MUX-8);
- ▶ **Osiągnięcie rekordowego dziennego wyniku Zoom TV w dotychczasowej historii MUX-8** – 1 maja 2018 roku kanał zanotował 1,07% udziału w widowni z grupy komercyjnej (SHR%, All 16-49), co jest najlepszym dziennym wynikiem w historii kanału i jednocześnie najlepszym dziennym wynikiem w historii wszystkich kanałów nadających z ósmego multipleksu (MUX-8);
- ▶ **Wydłużenie o ponad 15 proc. średniego czasu oglądania kanału** wśród widowni z grupy komercyjnej w porównaniu z I półroczem 2017 (ATS, All 16-49). Wzrost wskaźnika ATS świadczy o tym, że oferta programowa Zoom TV jest coraz bardziej atrakcyjna dla widzów.

zoom tv

Zoom TV - kwartalne wyniki w grupie komercyjnej



Źródło: NAM, 01.01.2018-30.06.2018, SHR 16-49

Stopklatka TV

– pierwszy ogólnodostępny kanał filmowo-serialowy w Polsce

- ▶ Zmiany w strukturze właścicielskiej. Kino Polska TV SA staje się większościowym udziałowcem Stopklatki SA po przejęciu 41,14% akcji od Agory SA. Kino Polska TV SA obecnie posiada 82,64% udziału w kapitale zakładowym Stopklatka SA;
- ▶ Zakup nowych serii dokumentalnych i fabularnych; np. „Wikingowie”;
- ▶ Wiosenna, ogólnopolska kampania reklamowa obejmująca: kina, stacje radiowe, tv guide’y i internet;
- ▶ Udział w rynku na poziomie 0,9% w grupie komercyjnej (SHR, 16-49, 1H 2018);
- ▶ Druga pozycja wśród kanałów filmowo-serialowych w Polsce.

STOPKLATKA^{tv}

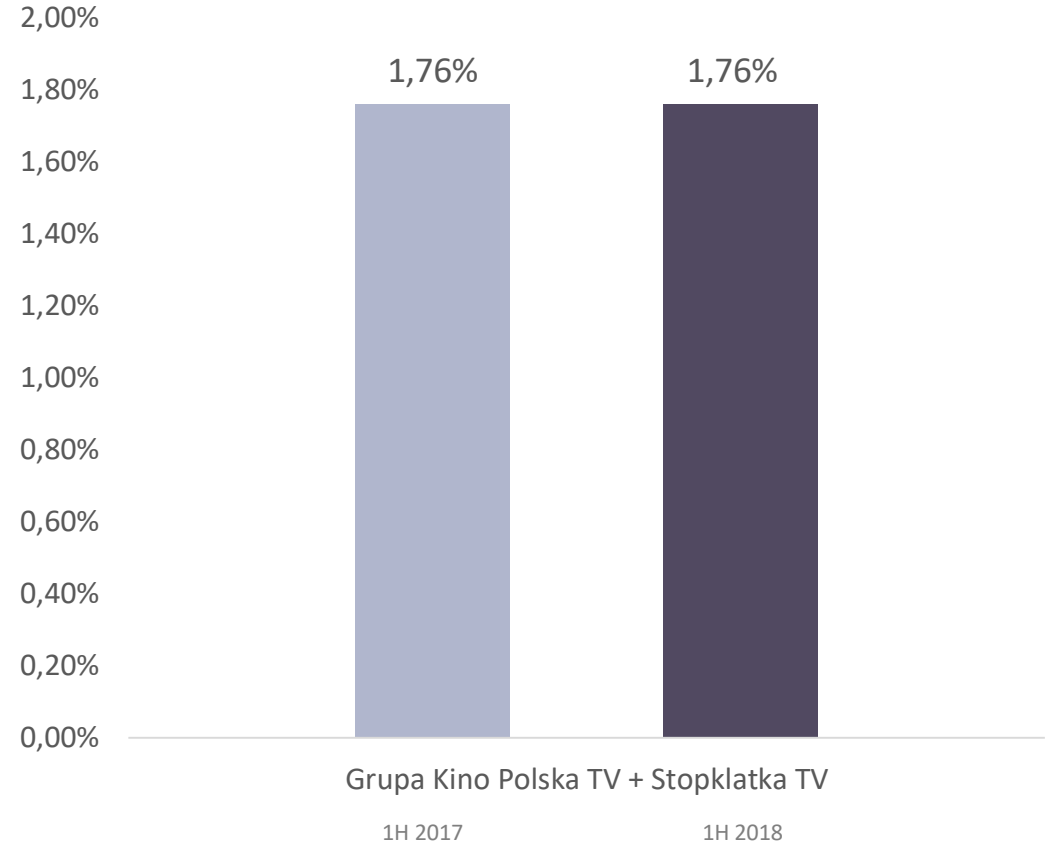


VI. Podstawowe wyniki operacyjne

Nasz udział w rynku kanałów telewizyjnych

W I półroczu 2018 roku kanały z Grupa Kino Polska TV SA wraz z kanałem Stopklatka TV uzyskały **1,76% udziału w widowni w grupie komercyjnej** (SHR%, All 16-49).

Grupa Kino Polska TV + Stopklatka TV
- udział w grupie komercyjnej 1H 2017/ 1H 2018



Źródło: NAM, 01.01.-30.06.2017, 01.01.-30.06.2018, SHR 16-49

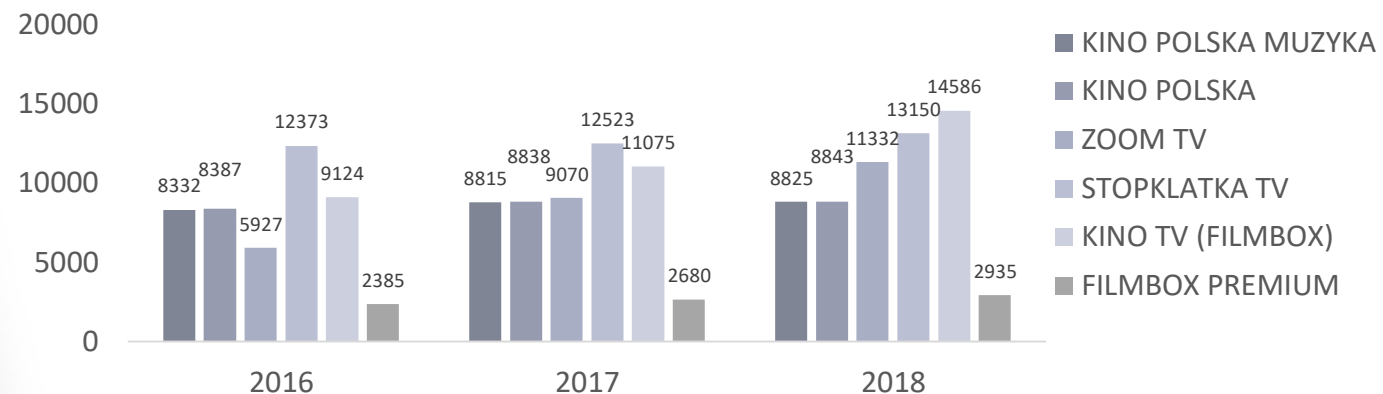
Nasi abonenci i operatorzy

Liczba aktywnych subskrybentów Kino Polska i Kino Polska Muzyka odnotowały niemal taką samą wartość jak na koniec 2017 roku.

Liczba subskrybentów kanału KINO TV (FILMBOX) wyniosła 14 586 tys. daje to ponad 32% wzrost do wartości na koniec 2017 roku.

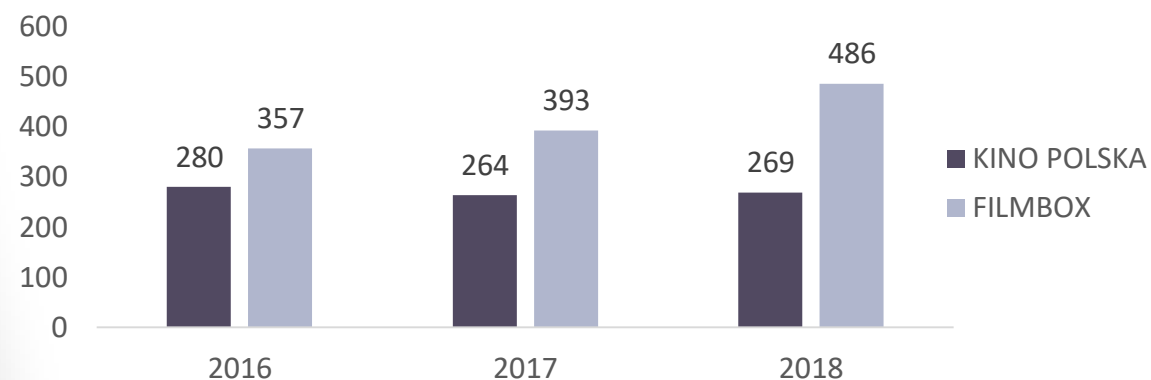
W I półroczu 2018 roku liczba aktywnych operatorów Kino Polska wyniosła 269. Spadek wynika z konsolidacji polskiego rynku operatorów. Liczba aktywnych operatorów FilmBox wyniosła 486 co jest wynikiem wyższym o 24% w porównaniu do liczby operatorów na koniec 2017 roku.

LICZBA AKTYWNYCH SUBSKRYBENTÓW (w tysiącach)
– prezentowane dane na koniec każdego roku*



*zasięg techniczny MUX-8 wśród naziemnych gosp. domowych w panelu AGB wynosi obecnie 53,6%

LICZBA AKTYWNYCH OPERATORÓW



VII. Wyniki finansowe

Najważniejsze informacje:

NABYCIE 41,14%
UDZIAŁÓW
W STOPKLATKA SA
ORAZ
POŁĄCZENIE
KINO POLSKA TV SA
ZE SPÓŁKAMI ZALEŻNYMI

PRAWIE 11 MLN ZŁ
- DYWIDENDY
WYPŁACONEJ
AKCJONARIUSZOM
W 2018 ROKU.

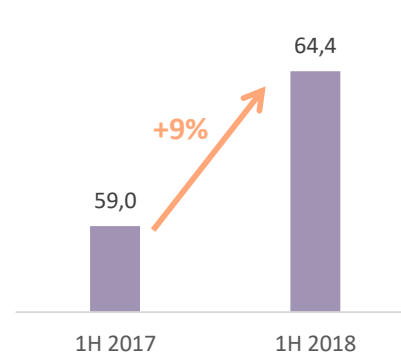
118% WZROST PRZYCHODÓW
Z REKLAM W SEGMENTIE
ZOOM TV
ORAZ
8 % WZROST PRZYCHODÓW
W SEGMENTIE KANAŁY
FILMOWE MARKI FILMBOX I
KANAŁY TEMATYCZNE (R/R)

Podstawowe dane finansowe

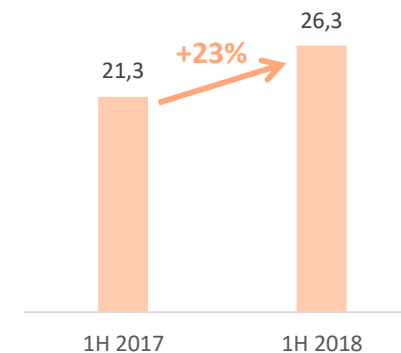
9% wzrost przychodów to efekt wzrostu sprzedaży w segmencie **Kanały filmowe marki FilmBox i kanały tematyczne (wzrost o 8%)** oraz w segmencie **Zoom TV**, który to wypracował 5,4 mln zł przychodów (**wzrost o 118%**).

Znaczący wzrost EBITDA oraz zysku netto (po eliminacji wyceny udziałów w Stopklatka SA) jest spowodowany przede wszystkim wyższymi wynikami w segmencie Zoom TV oraz w segmencie Kanały Filmbox i kanały tematyczne.

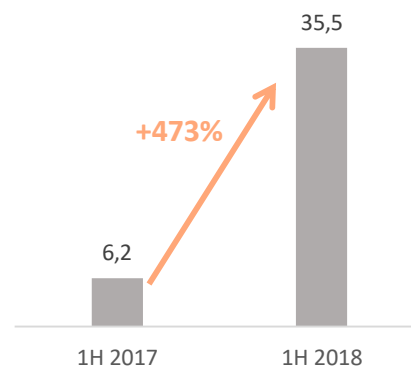
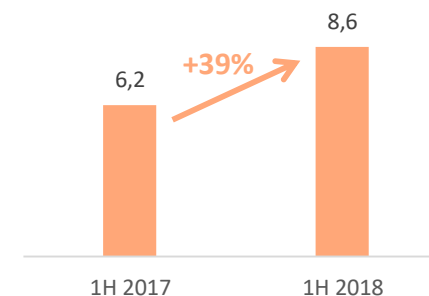
PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY



EBITDA



ZYSK NETTO

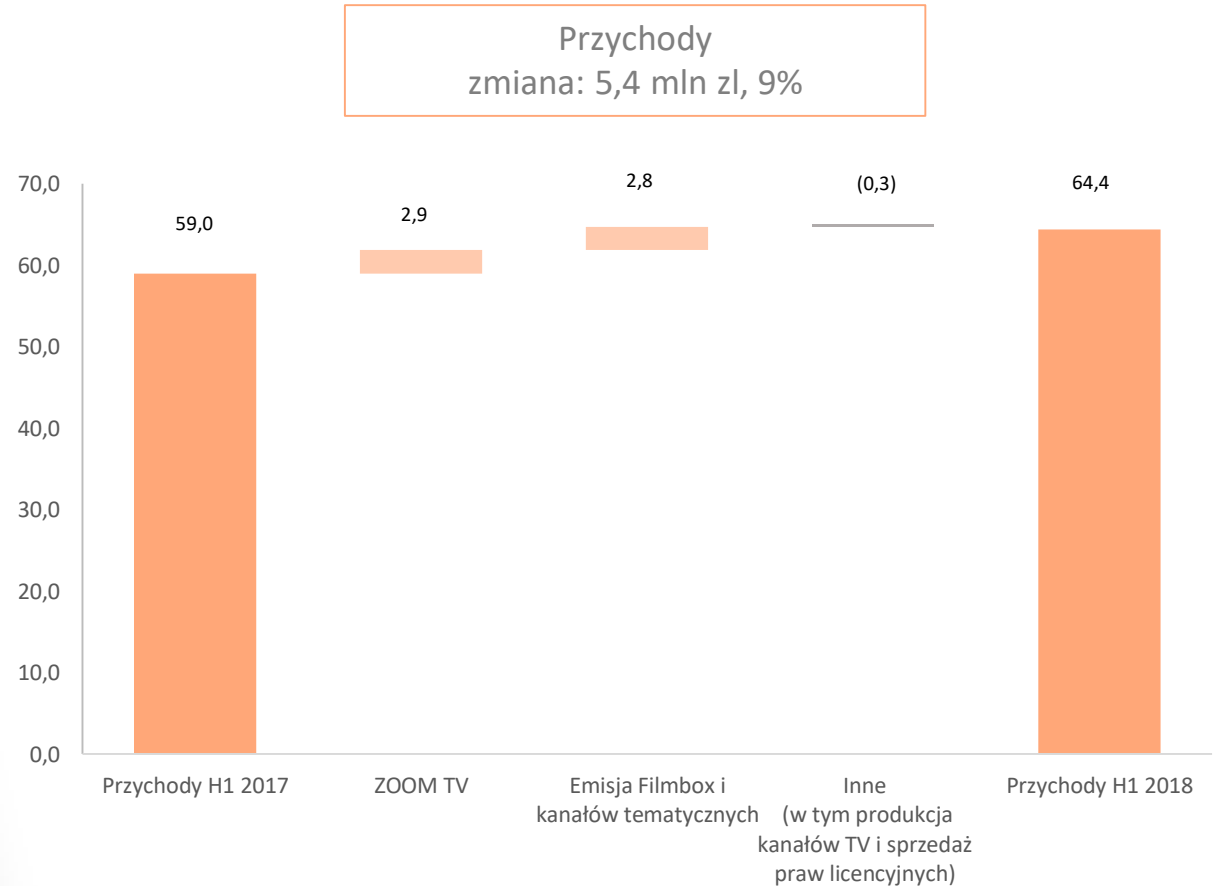
ZYSK NETTO
(po eliminacji wyceny udziału w STK)

m PLN

Przychody

Przychody Grupy Kapitałowej ze sprzedaży w I półroczu 2018 roku wyniosły **64,4 mln zł**, co oznacza **9% wzrost** w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Największe wzrosty procentowe odnotował segment ZOOM TV (wzrost o 2,9 mln zł – 118% r/r) oraz przychody emisji segmentu Kanały FilmBox i kanały tematyczne (wzrost o 2,8 mln zł – 9% r/r).



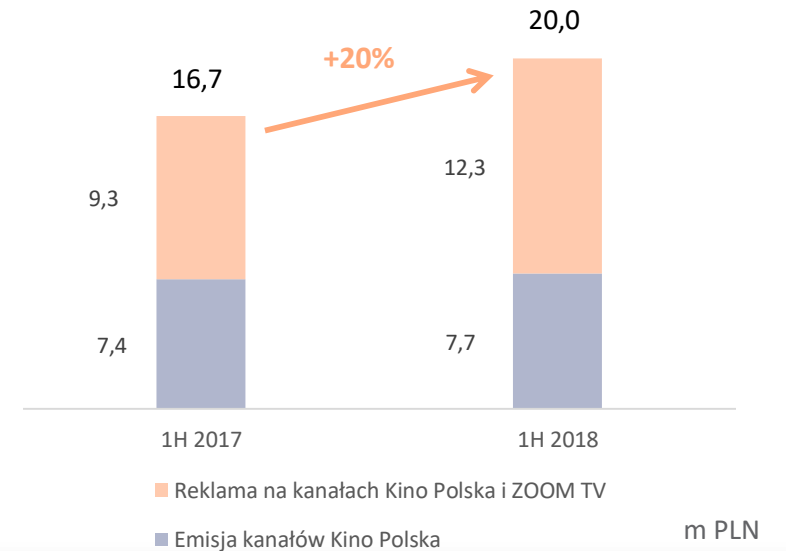
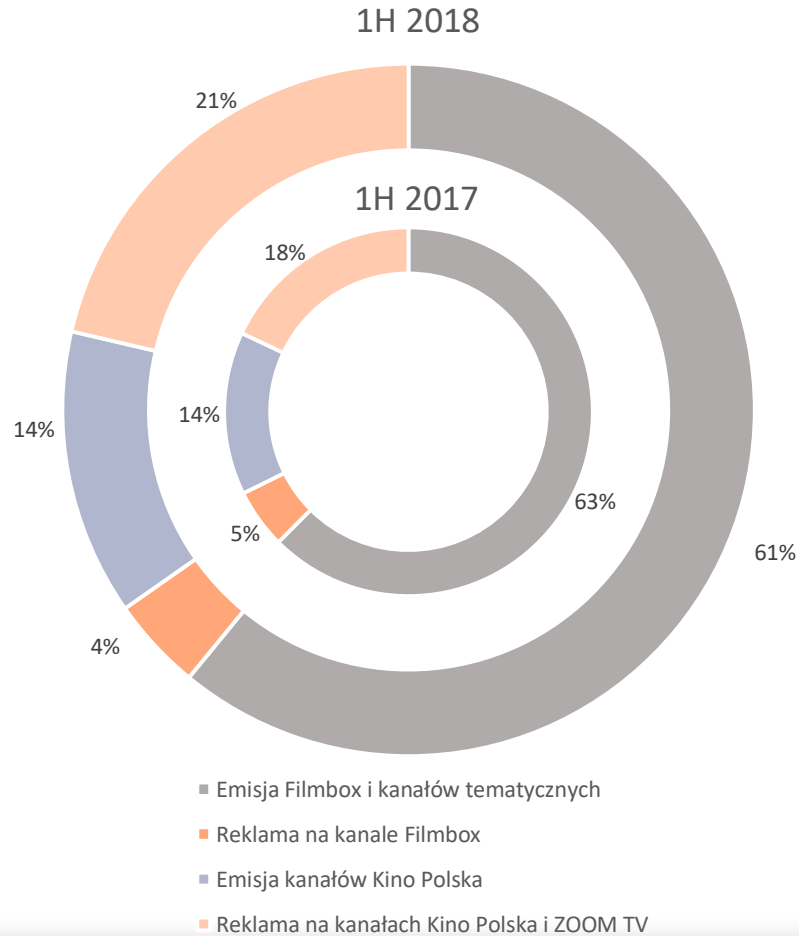
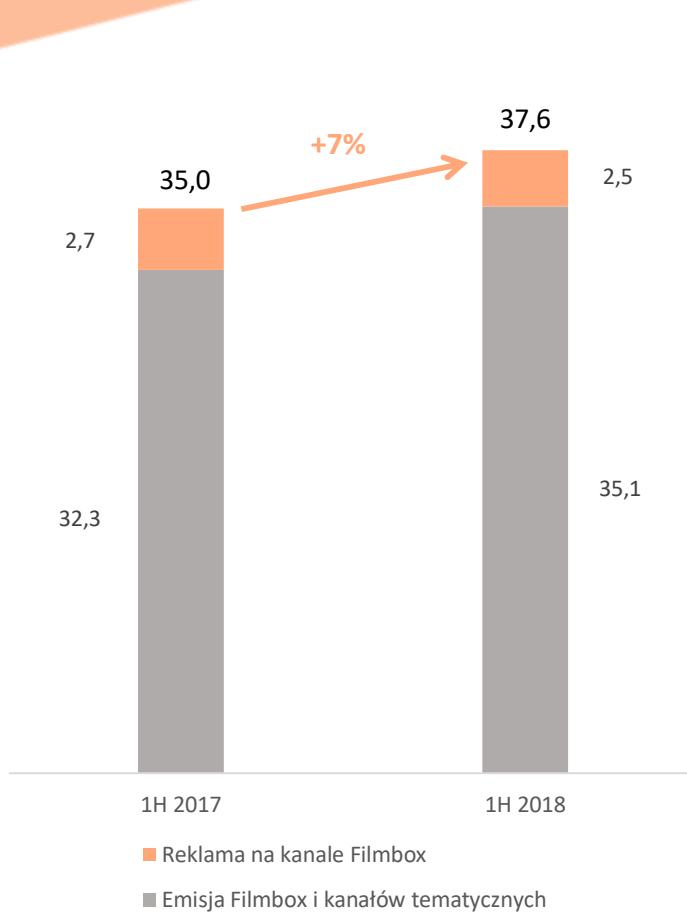
m PLN

Segmenty wynik operacyjny 1H 2018

	Kanały filmowe marki FilmBox i kanały tematyczne	Kanały Kino Polska	Produkcja kanałów TV	Zoom TV	Sprzedaż praw licencyjnych	Pozostałe segmenty	RAZEM
Emisja	35,1	7,7	-	-	0,1	-	42,8
Reklama	2,5	6,9	-	5,4	-	-	14,8
Pozostała sprzedaż	-	-	3,1	-	2,0	1,6	6,7
Opłaty za udostępnienie licencji filmowych	0,1	-	-	-	-	-	0,1
Razem sprzedaż	37,7	14,5	3,1	5,4	2,1	1,6	64,4
Koszty operacyjne	(29,7)	(7,9)	(2,7)	(10,5)	(0,7)	(1,6)	(53,1)
Wynik segmentu	8,0	6,6	0,3	(5,0)	1,4	0,0	11,3

m PLN

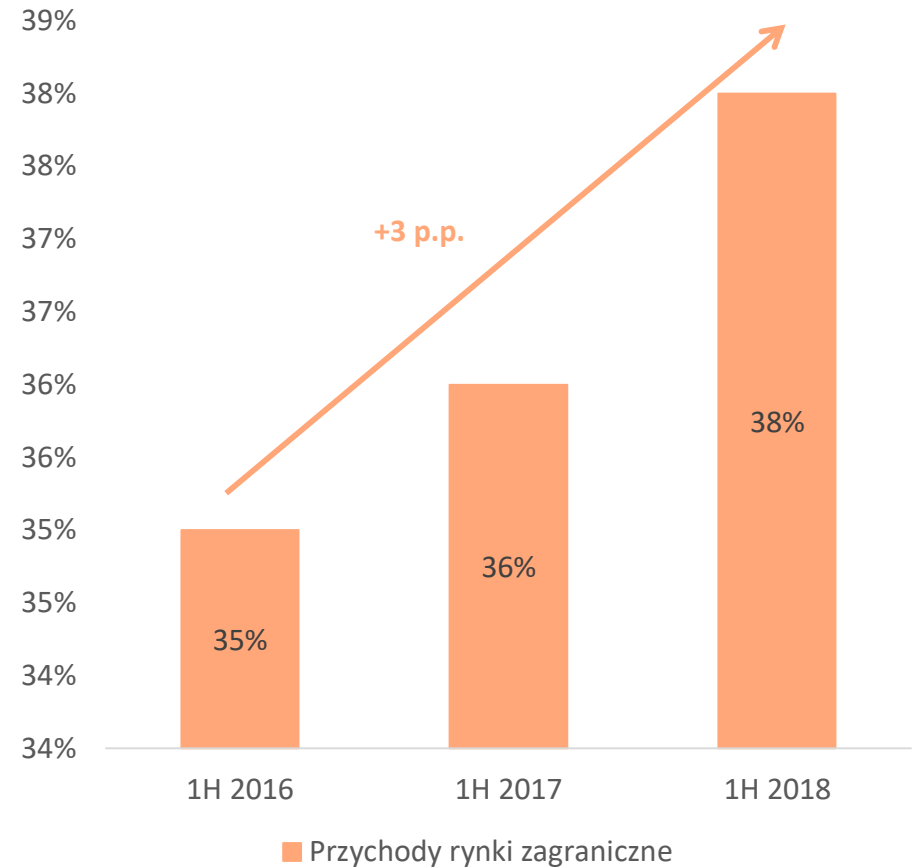
Przychody z tytułu emisji i reklamy



m PLN

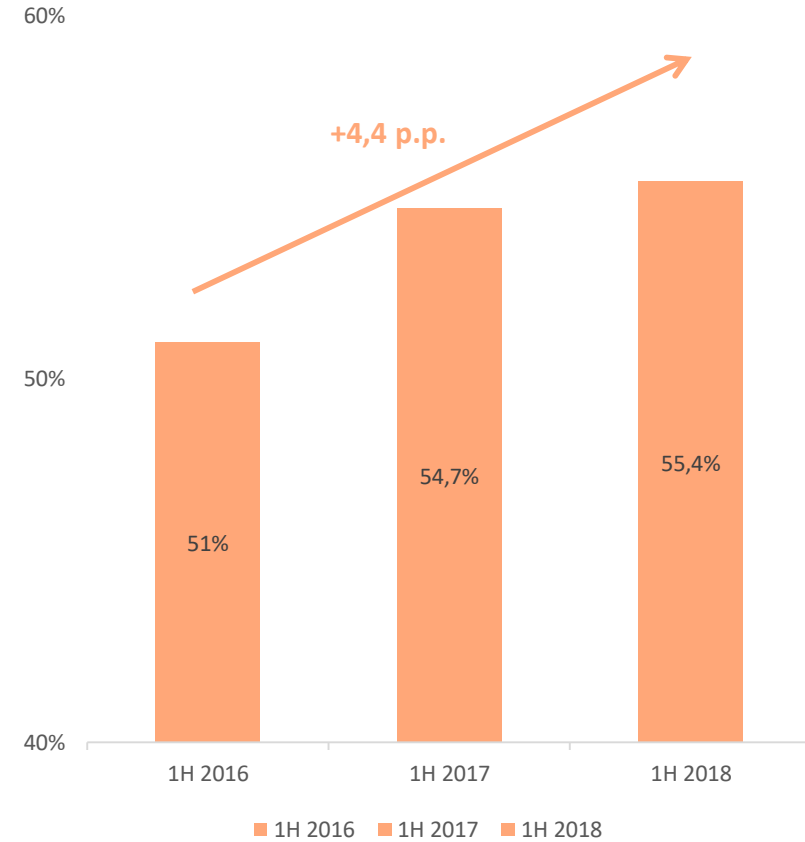
Przychody ogółem wg terytorium

W I półroczu 2018 roku Grupa Kapitałowa zwiększyła udział przychodów z rynków zagranicznych do **38%**.



Przychody z emisji kanałów FilmBox wg terytorium

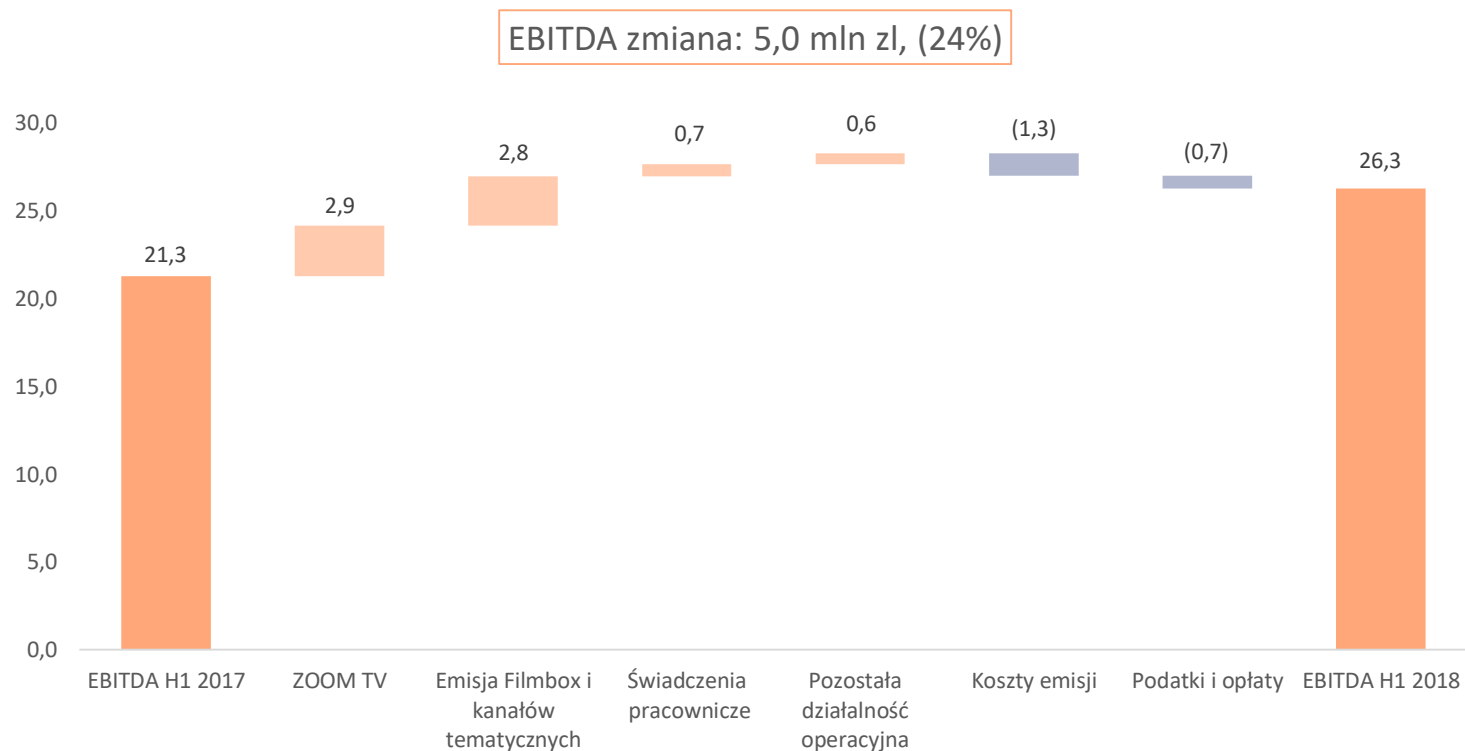
Udział przychodów z rynków zagranicznych sukcesywnie wzrasta. W I półroczu 2018 roku udział przychodów zagranicznych z emisji kanałów z grupy FilmBox osiągnął **poziom 55,4%**. Oznacza to **wzrost** w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku o **0,7 pp.** i aż **4,4 pp.** w stosunku do 2016 roku.



EBITDA 1H 2018

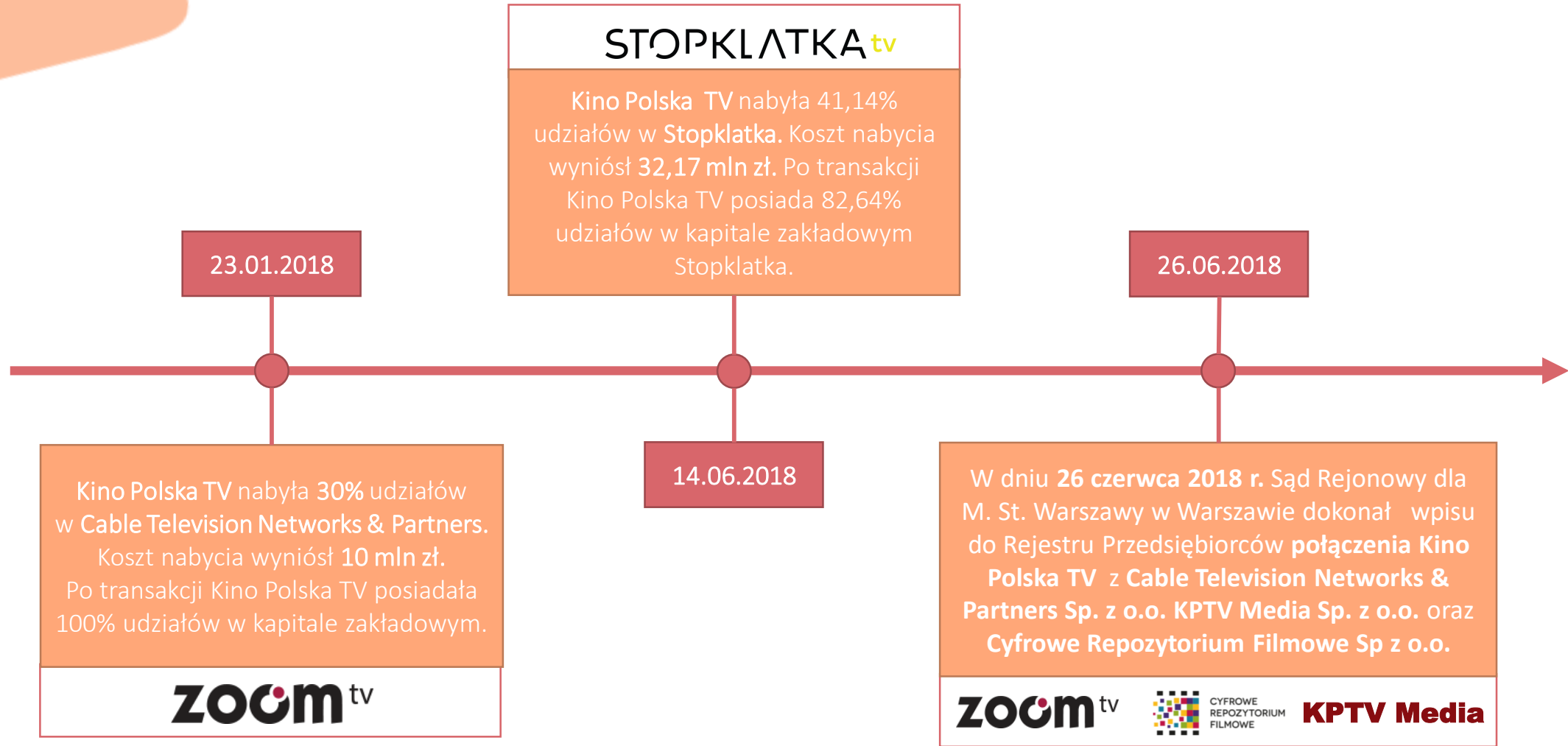
EBITDA w I półroczu 2018 roku wyniosła **26,3 mln zł**, co w porównaniu z I półroczem 2017 roku oznacza **wzrost o 24%**.

Głównym czynnikiem był wzrost rentowności segmentu Kanały filmowe marki FilmBox i kanały tematyczne i Zoom TV.



m PLN

M&A 2018

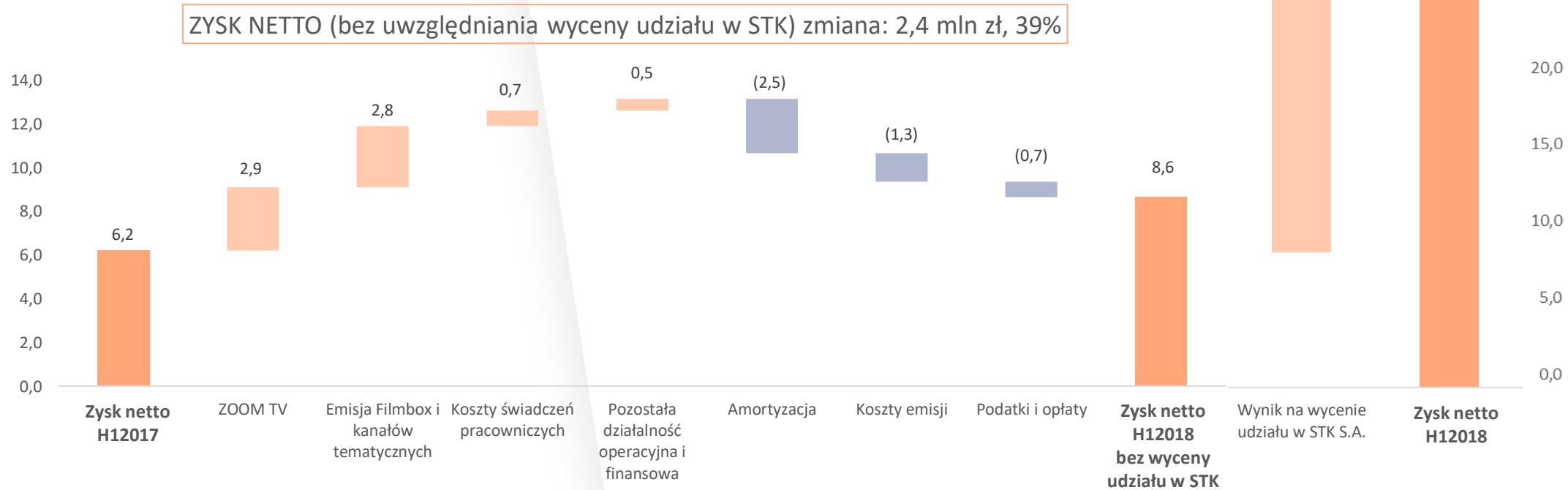


Zysk netto 1H 2018

31

Zysk netto osiągnięty w I półroczu 2018 roku bez uwzględnienia wyceny posiadanego udziału w Stopklatka S.A. był **wyższy o 39%** od wyników analogicznego okresu roku ubiegłego. Po uwzględnieniu ww. wyceny osiągnięty zysk wyniósł 35,5 mln zł.

ZYSK NETTO
(po uwzględnieniu
wyceny udziału w STK)
zmiana: 29,3 mln zł



m PLN

Dywidenda

OKRES JAKIEGO DOTYCZY WYPŁACANA DYWIDENDA	WARTOŚĆ DYWIDENDY NA 1 AKCJĘ	LICZBA AKCJI OBJETYCH DYWIDENDĄ	WARTOŚĆ DYWIDENDY	USTALENIE PRAWA DO DYWIDENDY	DZIEŃ WYPŁATY DYWIDENDY
Rok 2017	0,55 PLN	19 821 404	10 901 772 PLN	29 czerwca 2018 r.	16 lipca 2018 r.
Rok 2016	1,13 PLN	19 821 404	22 398 187 PLN	4 lipca 2017 r.	18 lipca 2017 r. 3 październik 2017 r.
Rok 2015	1,00 PLN	19 821 404	19 821 404 PLN	6 czerwca 2016 r.	20 czerwca 2016 r.
Rok 2014	1,00 PLN	19 821 404	19 821 404 PLN	30 czerwca 2015 r.	14 lipca 2015 r.
Rok 2013	0,45 PLN	13 821 404	6 219 632 PLN	14 lipca 2014 r.	14 sierpnia 2014 r.
Rok 2012	1,00 PLN	13 821 404	13 821 404 PLN	10 września 2013 r.	25 września 2013 r.
Rok 2011	1,00 PLN	13 859 000	13 859 000 PLN	29 maja 2012 r.	13 czerwca 2012 r.
			106 842 803 PLN		

Dziękujemy za uwagę

Kontakt:

KINO POLSKA TV S.A.

ul. Puławska 435A

02-801 Warszawa

tel: + 48 22 356 74 00

fax: + 48 22 356 74 01

email: inwestorzy@kinopolska.pl

Tomasz Gutowski - Manager ds. relacji inwestorskich

email: tgutowski@kinopolska.pl