

Warszawa, 20 sierpnia 2020 r.

Rosnąca oglądalność i zdywersyfikowane przychody - w I półroczu 2020 r. Grupa Kino Polska TV odporna na kryzys

- W pierwszym półroczu 2020 r. Grupa Kino Polska TV odnotowała przychody na poziomie 98,7 mln zł (+10,2% r/r).
- Oglądalność kanałów Grupy w pierwszym półroczu wyniosła 2,30% (SHR%, all 16-49, live), a w samym drugim kwartale 2,48%, co oznacza wzrost o 32% r/r. To efekt inwestycji w atrakcyjne treści programowe oraz dostosowanie profilu kanałów telewizyjnych do oczekiwań widzów.
- Rosnąca oglądalność w dużym stopniu zrównoważyła mniejsze wpływy z reklamy spowodowane pandemią COVID-19, które w pierwszym półroczu spadły o zaledwie 1% r/r.
- Przychody z emisji, które stanowią ok. 70% całkowitej sprzedaży Grupy, wzrosły o 12,6% r/r.
- Grupa Kino Polska TV w pierwszym półroczu 2020 r. wypracowała wynik EBITDA w wysokości 39,8 mln zł (+4,6% r/r) i zysk netto na poziomie 9,3 mln zł (-10,4% r/r).

– *Udział kanałów Grupy Kino Polska TV w oglądalności widowni komercyjnej sięgnął w czerwcu 2,56%. To nasz rekord. W całym półroczu średnia widownia Stopklatki wzrosła o 20% rok do roku, Zoom TV o 13%, a Kino Polska o 39%. Inwestycje w ofertę programową i jeszcze lepsze dopasowanie profilu kanałów do upodobań widzów przynoszą spodziewane efekty – powiedział **Bogusław Kisielewski, prezes Kino Polska TV SA.** – Rosnąca oglądalność kanałów sprawia, że słabo odczuwamy spowolnienie na rynku reklamy telewizyjnej wywołane pandemią COVID-19. Sprzedaż reklam zmniejszyła się zaledwie o 1% rok do roku, zaś przychody z emisji, które stanowią zdecydowaną większość przychodów Grupy, wzrosły o prawie 13% - dodał **Bogusław Kisielewski.** Spadek przychodów z reklam w samym drugim kwartale sięgnął 18,6%, natomiast zarówno lipiec jak i sierpień pokazują odrodzenie się rynku reklamowego. Grupa zanotowała z tego tytułu ponad 20% wzrost przychodów w lipcu w porównaniu do lipca 2019 r.*

W pierwszym półroczu 2020 r. łączne przychody Grupy Kino Polska TV wyniosły 98,7 mln zł (+10,2% r/r), w tym sprzedaż reklam stanowiła 31,8 mln zł (-1,2% r/r), a przychody z emisji kanałów telewizyjnych 56,1 mln zł (+12,6% r/r). Przychody na rynku polskim rosły o 2,2% rok do roku, zaś na rynkach międzynarodowych wzrost sprzedaży wyniósł 28,3% w porównaniu do pierwszego półrocza ubiegłego roku. Grupa wypracowała wynik EBITDA na poziomie 39,8 mln zł (+4,6% r/r), zaś zysk netto wyniósł 9,3 mln zł (-10,4% r/r). – *Wyniki finansowe pierwszego półrocza pokazują dużą odporność Grupy na rynkowe zawirowania. Zdywersyfikowane przychody i działalność na wielu rynkach sprawiają, że generujemy bezpieczny i stabilny strumień przychodów. Niższy niż rok wcześniej zysk netto wynika głównie z większych odpisów amortyzacyjnych aktywów programowych na kanałach FilmBox, Zoom TV, Kino Polska oraz Stopklatka. To m. in. efekt naszych wcześniejszych inwestycji w atrakcyjne*

treści, które obecnie trzeba amortyzować. Wynik obciążają także koszty zaplanowanych wcześniej działań, np. marketingowych, i wsparcia sprzedaży, które w normalnych okolicznościach zostałyby zrównoważone rosnącymi przychodami z reklam. Naturalnie tam gdzie było to możliwe ograniczyliśmy koszty i wydatki – poinformował **Bogusław Kisielewski, prezes Kino Polska TV.**

Konsekwentne inwestycje w atrakcyjne treści i dopasowanie profilu programów do oczekiwań widzów przekładają się na rosnącą oglądalność kanałów Grupy Kino Polska TV. Średnia oglądalność kanałów Grupy w pierwszym półroczu wyniosła 2,30% (SHR%, all 16-49, live) i była o jedną piątą większa niż rok wcześniej, a w samym czerwcu udział w oglądalności sięgnął rekordowego poziomu 2,56%. Udział w oglądalności kanału Stopklatka w pierwszym półroczu tego roku wyniósł 1,09% (SHR%, all 16-49, live) i zwiększył się o 19,8% rok do roku. Udział kanału Zoom TV w oglądalności wyniósł 0,59% (SHR%, all 16-49, live) ze wzrostem o 13,5% rok do roku. Kanał Kino Polska powiększył udział w oglądalności o 39,1%, Kino Polska Muzyka o 50,0%, zaś Kino TV o 13,3% w porównaniu do poprzedniego roku.

Ze względu na niejasną przyszłość sytuacji gospodarczej spowodowaną COVID-19 Zarząd Kino Polska TV SA zdecydował o przeprowadzeniu testów na utratę wartości dla segmentów Stopklatka oraz Zoom TV. Grupa przygotowała trzy scenariusze przepływów pieniężnych (optymistyczny, realny, pesymistyczny), różniące się między sobą przede wszystkim zakładanym poziomem udziału danego kanału w widowni (SHR) w okresie prognozy tj. w okresie od 1 lipca 2020 r. do 30 czerwca 2025 r. Wyniki testu pokazały, że wartość użytkowa analizowanych segmentów była wyższa niż wartość księgowa tych aktywów, a Grupa nie rozpoznałaby utraty wartości nawet, gdyby zrealizowany został scenariusz pesymistyczny.

Więcej o Kino Polska TV SA:

Spółka jest nadawcą popularnych kanałów telewizyjnych, takich jak: poświęcony polskim filmom i serialom **Kino Polska**, jedyny ogólnodostępny kanał filmowo-serialowy w kraju **Stopklatka**, prezentujący kultowe przeboje rodzimej sceny **Kino Polska Muzyka**, a także **Zoom TV**, w którym można znaleźć intrygujące dokumenty, tajemnicze historie oraz najpopularniejsze polskie kabarety. Ponadto Kino Polska TV SA dystrybuuje następujące kanały: filmowe Kino TV, FilmBox Premium HD, FilmBox Extra HD, FilmBox Action, FilmBox Family i FilmBox ArtHouse oraz tematyczne DocuBox HD, FightBox HD, FunBox UHD, Fast&FunBox HD, 360 Tunebox, FashionBox HD i Gametoon HD.

Dane kontaktowe:

Tomasz Wiaderek
Kino Polska TV SA
tel. (+48) 512 097 540
twiaderek@kinopolska.pl

Maciej Szczepaniak
NBS Communications
tel. (+48) 514 985 845
mszczepaniak@nbs.com.pl