



KINO POLSKA TV S.A.

Wyniki finansowe za Q1 2023

Warszawa, 26 maja 2023 r.

► **Agenda**

- 1. Grupa Kino Polska**
- 2. Otoczenie rynkowe**
- 3. Kluczowe fakty Q1 2023**
- 4. Kanaly Grupy Kino Polska**
- 5. Wyniki finansowe**



► Prowadzenie prezentacji

Prezes
Zarządu



**Bogusław
Kisielewski**

Członek
Zarządu



**Katarzyna
Woźnicka**

Członek
Zarządu



**Levent
Gültan**

Członek
Zarządu



**Erwan
Luherne**

1. Grupa Kino Polska

▶ Grupa Kino Polska – współpraca z Grupą Canal+

M7 GROUP
A CANAL+ COMPANY

+70%



65,15%



03.2022

M7 GROUP
A CANAL+ COMPANY

70%+30%*



66%



04.2023



*ogłoszona opcja call na pozostałe 30% udziałów SPI International, transakcja nie została jeszcze zrealizowana

▶ Grupa Kino Polska - biznesowe założenia i ambicje



Otoczenie rynkowe

- Istotna ewolucja rynku w Europie Środkowo-Wschodniej
- Wyzwania rynkowe dla podmiotów nie mających wsparcia międzynarodowych grup medialnych
- Bardziej niestabilny rynek reklamowy
- Wymagająca widownia - potrzeba dostarczania zróżnicowanych i dopasowanych treści



Możliwości Grupy Kino Polska

- Silna pozycja i dobre zrozumienie rynków Europy Środkowo-Wschodniej
- Zasoby produkcyjne i operacyjne
- Dobrze ugruntowane marki
- Zdywersyfikowana działalność

► Grupa Kino Polska obecnie



Zdywersyfikowany biznes

- Telewizja linearna (kanały free-to-air oraz płatne)
- Dystrybucja kanałów, treści i usług na platformach telewizyjnych
- Treści w obszarze digital
- Zakup i sprzedaż treści
- Budowanie biblioteki oryginalnych produkcji



Jeden z liderów rynku

- Jedna z największych grup medialnych, działających na polskim rynku, ze średnim udziałem w oglądalności w widowni komercyjnej na poziomie 2,56% (SHR%, All 16-59, live) w Q1 2023
- Lider wśród kanałów filmowych i tematycznych w Polsce, szeroko obecny na rynkach międzynarodowych



Działalność na rynkach międzynarodowych

- Unikatowy gracz na polskim rynku, który prowadzi również szeroką działalność biznesową na rynkach międzynarodowych
- 40 krajów świata
- 33,1% przychodów z rynków międzynarodowych.
- Grupa Kino Polska jest częścią Grupy Canal+



Biznes odporny na kryzys

- Grupa Kino Polska posiada zdywersyfikowaną strukturę przychodów, dzięki czemu jest odporna na zmienne warunki rynkowe
- Model biznesowy, który adaptuje się do zmian rynkowych

► Nowy biznes i dywersyfikacja produktowa



Dystrybucja treści cyfrowych

- Rozszerzenie dystrybucji treści VOD za pośrednictwem partnerów B2B
- Zapewnienie wyższej oglądalności i zmiana struktury przychodów dzięki nowym kanałom dystrybucji
- Rosnący udział VOD na rynkach międzynarodowych



Własne platformy i aplikacje online

- Rozwój serwisu streamingowego FilmBox+. Na platformie można oglądać filmy, serie oraz kanały z portfolio Grupy „na żywo”
Tworzenie nowych aplikacji i usług, które uzupełnią usługi i wzmocnią pozycję marek Grupy
- Rozbudowa oferty reklamowej w ramach oferowanych rozwiązań cyfrowych



Produkcja treści

- Realizacja popularnych, opartych na międzynarodowych formatach, programów rozrywkowych dla Zoom TV
- Produkcja na potrzeby TV i VOD, tworzenie autorskich, polskich seriali na potrzeby Stopklatki i Kino Polska
- Tworzenie biblioteki produkcji własnych jako element budowania przewagi konkurencyjnej

2. Otoczenie rynkowe

3. Kluczowe fakty Q1 2023

► Wybrane osiągnięcia Grupy Q1 2023

- **Nowy program Zoom TV "Body SOS: naga prawda"** wystartował w marcu. Brytyjski program przełamuje stereotypy i promuje ciałopozytywność.
- **Wspólne produkcje z Canal+.** Kanały Zoom TV i Canal+ Domo wiosną wyemitowały wspólny projekt obu stacji - program "Patent na zieleń".
- **Kanał Stopklatka** zyskał w kwietniu **nowoczesną identyfikację wizualną i muzyczną.**
- Zakończono zdjęcia do filmu fabularnego **"Miało Cię nie być"** (poprzedni tytuł roboczy "Ryfka") z Borysem Szycem i Sonią Szyc w rolach głównych, premiera zaplanowana na wrzesień 2023 r.
- **Grupa Kino Polska wybrała nowy dom mediowy.** Agencja Havas Media zajmie się planowaniem i zakupem mediów dla kanałów Grupy oraz serwisu FilmBox+.



▶ Najważniejsze wyniki Q1 2023

70,7 mln zł
przychodów
+6,5% r/r

23,4 mln zł
przychodów z rynków
międzynarodowych
+1,8% r/r

31,4 mln zł
EBITDA
+4,3% r/r

13,5 mln zł
zysk netto
+6,0% r/r

54,5%
przychodów
z emisji

34,0%
przychodów
z reklam

19,0%
rentowność
netto

2,56%
udział kanałów
Grupy w rynku TV
(SHR%, all 16-59, live)

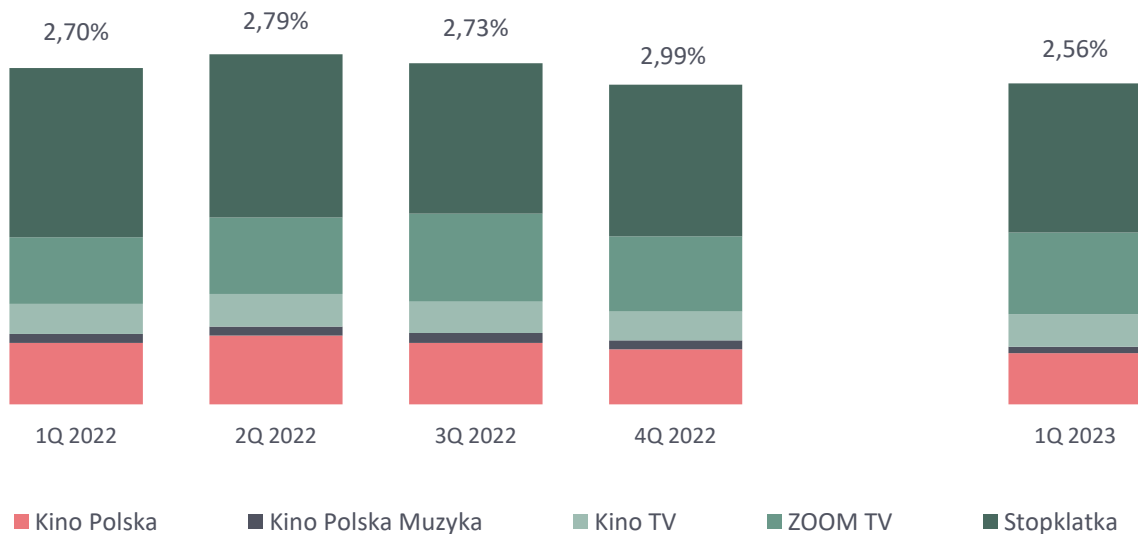
▶ 4. Kanaly Grupy Kino Polska

▶ Udział w rynku kanałów telewizyjnych

Grupa Kino Polska – średni udział w grupie komercyjnej Q1 2023 vs. Q1 2022







(SHR%, All 16-49, live)

(SHR%, All 16-59, live)



- Średni udział w widowni komercyjnej w Q1 2023 spadł o 5% r/r (dla kanałów Grupy Kino Polska) i wyniósł 2,56% (SHR%, All 16-59, live), co częściowo wynika ze zmian legislacyjnych dotyczących nadawania telewizji naziemnej.

▶ Oglądalność kanałów Grupy Q1 2023

	SHR (live 16-59)	zmiana SHR r/r	ATS (min)	Zmiana ATS r/r
	1,19%	-12%	35:30	-15%
	0,65%	+23%	26:28	+4%
	0,41%	-16%	24:19	-13%
	0,26%	+8%	30:02	+7%
	0,05%	-29%	24:52	-22%
	0,51%	+18%	54:00	+8%

*W Czechach grupa komercyjna mierzona w przedziale 15-69 lat.

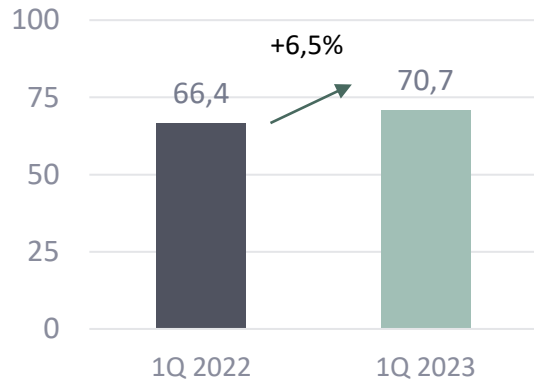
5. Wyniki finansowe



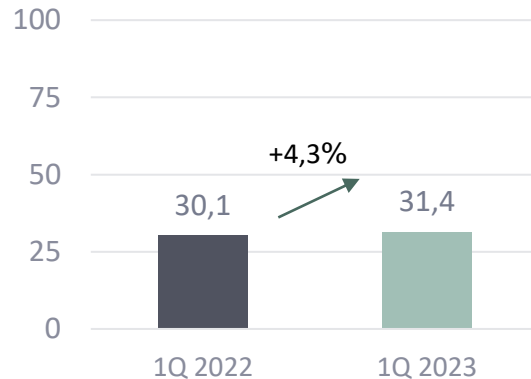
► Podstawowe dane finansowe

W MLN ZŁ

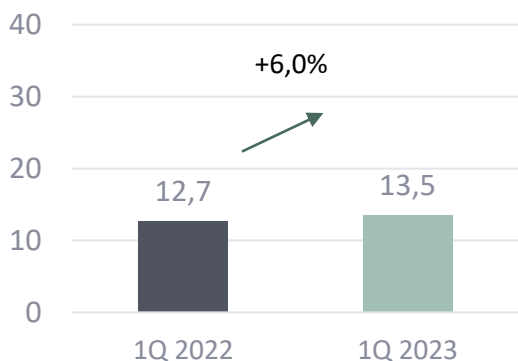
Przychody ze sprzedaży



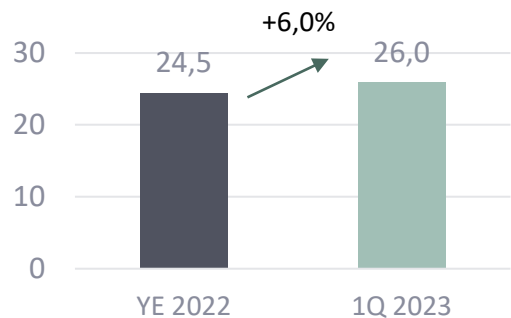
EBITDA



Zysk netto



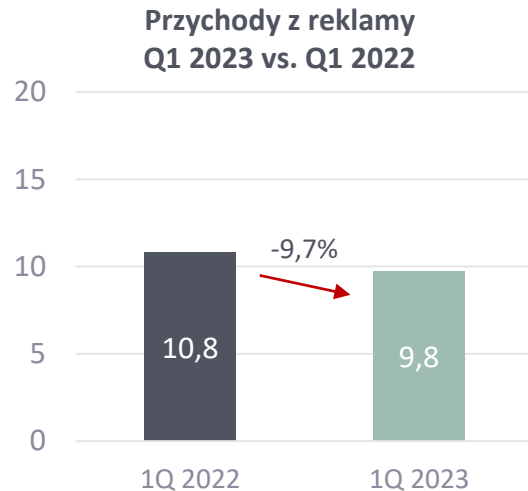
Dług netto / Nadwyżka finansowa



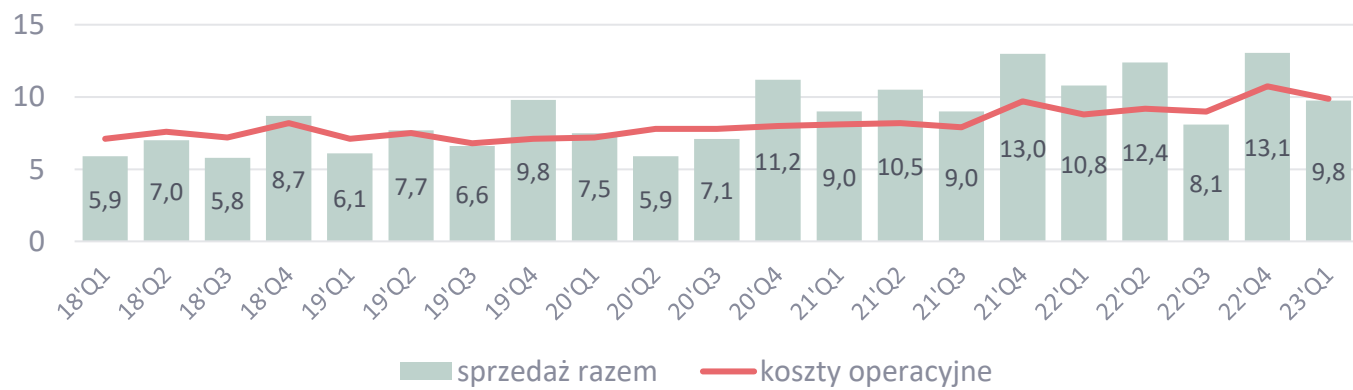
- W Q1 2023 Grupa Kino Polska zanotowała wzrost przychodów o 4,3 mln zł (+6,5%).
- Przychody z emisji wzrosły o 9% r/r, a przychody ze sprzedaży reklam o 1% r/r.
- EBITDA Grupy wzrosła o 1,3 mln zł w porównaniu do Q1 2022, przy zbliżonym poziomie marży EBITDA, wynoszącym 44,4%.
- Na koniec Q1 2023 Grupa dysponowała nadwyżką finansową w kwocie 26 mln zł, tj. 6% więcej niż na koniec 2022 r.

▶ Stopklatka

W MLN ZŁ



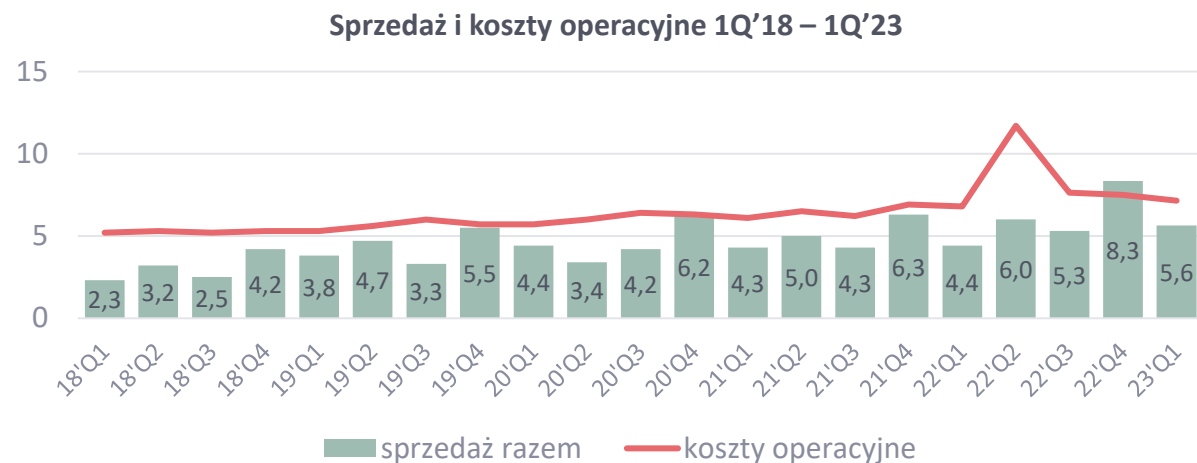
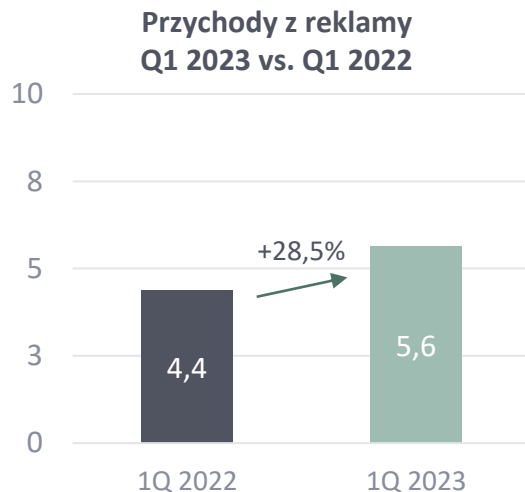
Sprzedż i koszty operacyjne 1Q'18 – 1Q'23



- W Q1 2023 segment Stopklatka zanotował niższe przychody o 9,7% r/r, głównie z uwagi na zmiany w regulacjach prawnych dotyczących standardu nadawania telewizji naziemnej, które spowodowały zmniejszenie widowni tego kanału w porównaniu do Q1 2022.
- Stopklatka mierzy się również z bardziej wymagającymi odbiorcami i niestabilnym rynkiem reklamowym.
- Segment Stopklatka notuje stabilny poziom kosztów.

Zoom TV

W MLN ZŁ

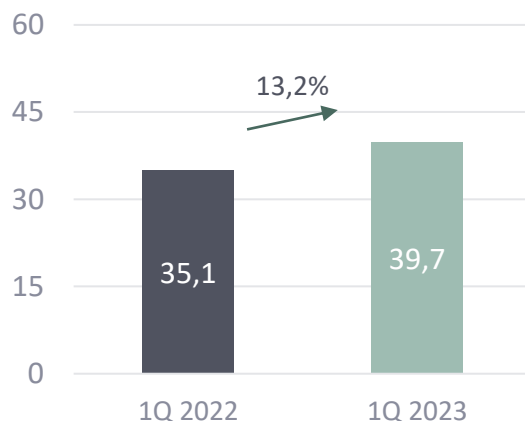


- Zoom TV w Q1 2023 osiągnął udział 0,64% w grupie komercyjnej (SHR%, All 16-59, live).
- Premierowe propozycje i nowa strategia programowa oparta w większym zakresie na produkcjach własnych przyciągnęły nowych widzów i korzystnie wpłynęły na przychody.
- W Q1 2023 segment Zoom TV zanotował wzrost przychodów o 28,5% r/r do 5,6 mln zł oraz stabilny poziom kosztów.
- Zmiana standardu nadawania nie ma negatywnego przełożenia na Zoom TV, (zmiana standardu nie dotyczy multipleksu MUX-8).
- Kanał zyskał także w dystrybucji satelitarnej za sprawą repozycjonowania.

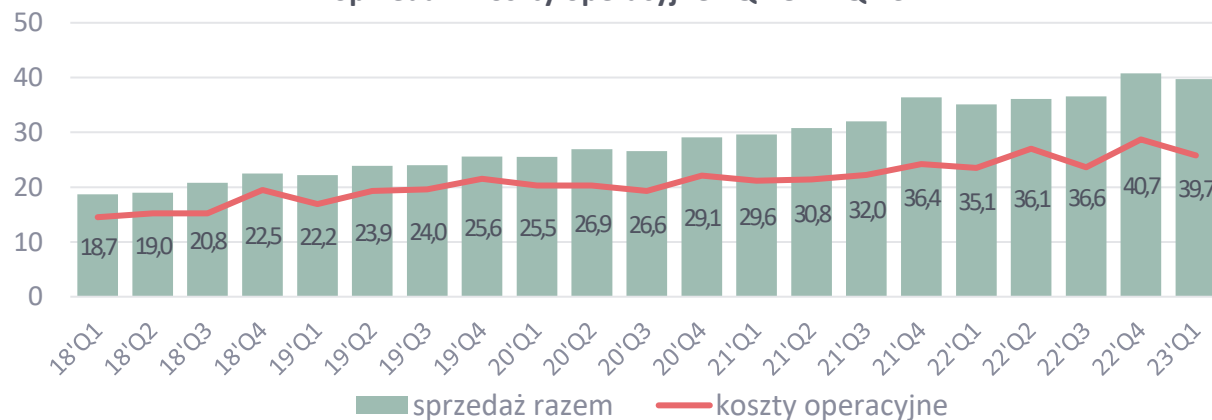
▶ Kanały filmowe marki FilmBox i kanały tematyczne

W MLN ZŁ

Przychody z reklamy i emisji
Q1 2023 vs. Q1 2022



Sprzedaż i koszty operacyjne 1Q'18 – 1Q'23

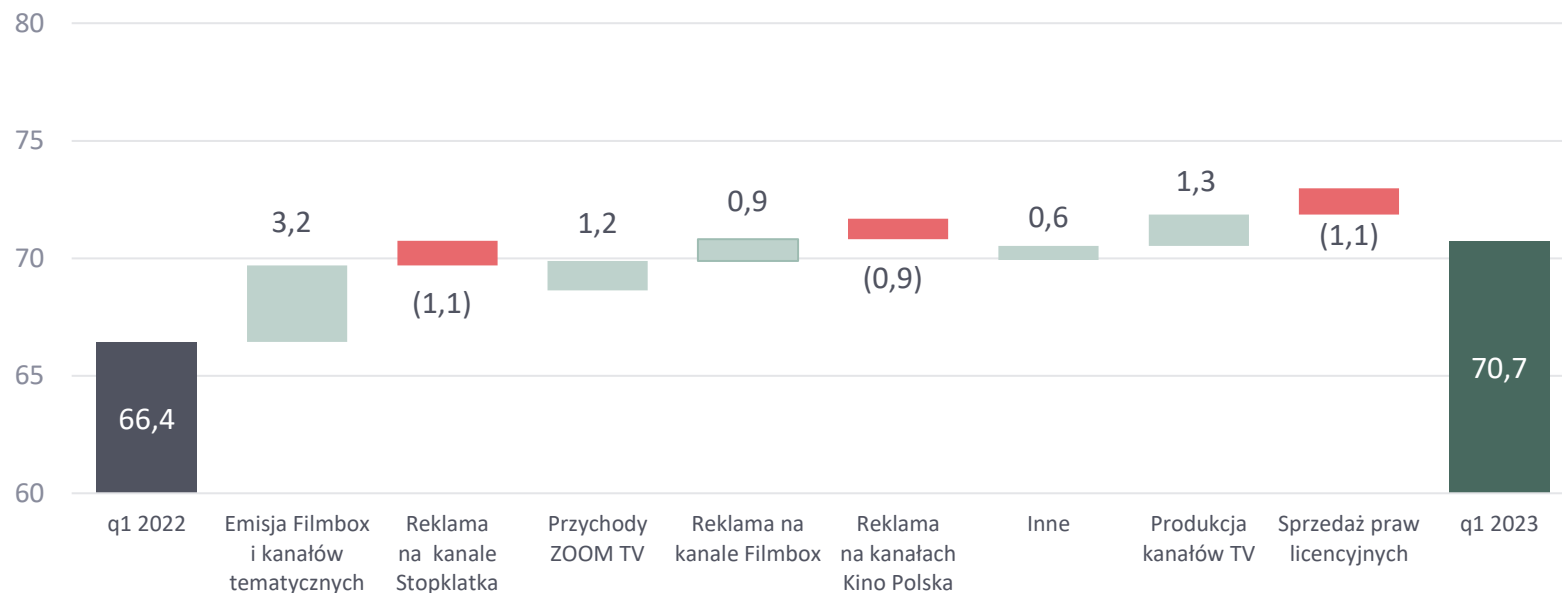


- Grupa utrzymywała trend wzrostu przychodów w segmencie kanałów filmowych marki FilmBox i kanałów tematycznych notując wzrost w Q1 2023 o 4,6 mln zł (+13,2%) r/r.
- Segment zanotował wzrost przychodów zarówno z emisji jak i ze sprzedaży reklam.
- Rentowność segmentu wzrosła do 35,1%.
- Kanały FilmBox i kanały tematyczne odnotowały największe wzrosty w Polsce (wzrost liczby subskrybentów kanałów marki Premium w Cyfrowym Polsacie) i na Węgrzech.

► Przychody Q1 2023

W MLN ZŁ

Zmiana: +4,3 mln zł; +6,5% r/r

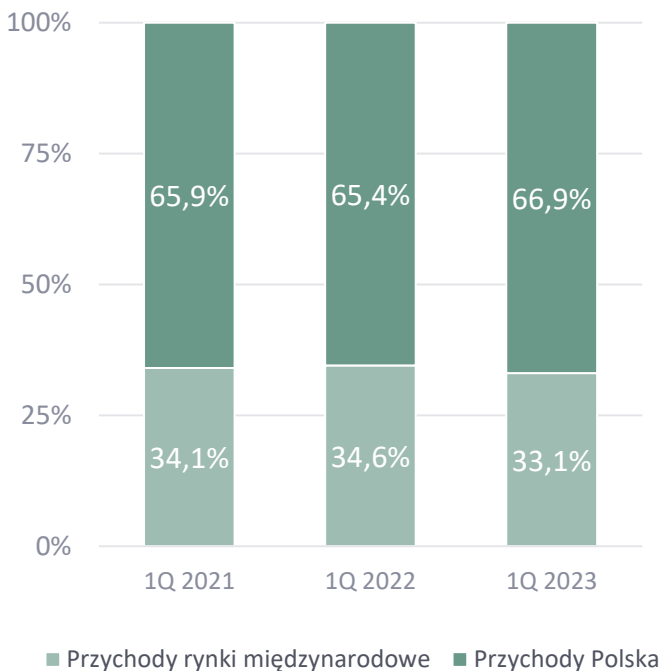
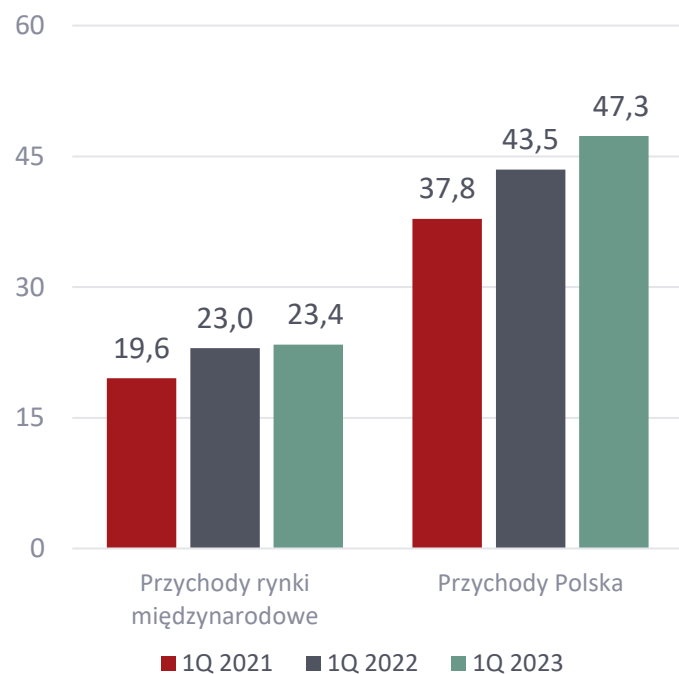


- Przychody Grupy ze sprzedaży w Q1 2023 wzrosły o 4,3 mln zł i wyniosły 70,7 mln zł.
- Największe wzrosty przychodów odnotowano w obszarach emisji kanałów filmowych marki FilmBox i kanałów tematycznych (+3,2 mln zł, +14,9% r/r), sprzedaży reklamy na kanale Zoom TV (+1,2 mln zł, +28% r/r) oraz sprzedaży reklam w segmencie Kanały filmowe marki FilmBox i kanały tematyczne (+0,9 mln zł, +24% r/r).
- Znaczący wzrost przychodów odnotowano również w segmencie produkcji kanałów TV (+1,3m zł, +366% r/r).

▶ Przychody ogółem wg terytorium

* PRZYCHODY OBEJMUJĄ EMISJĘ, REKLAMĘ, PRODUKCJĘ, SPRZEDAŻ LICENCJI I INNE

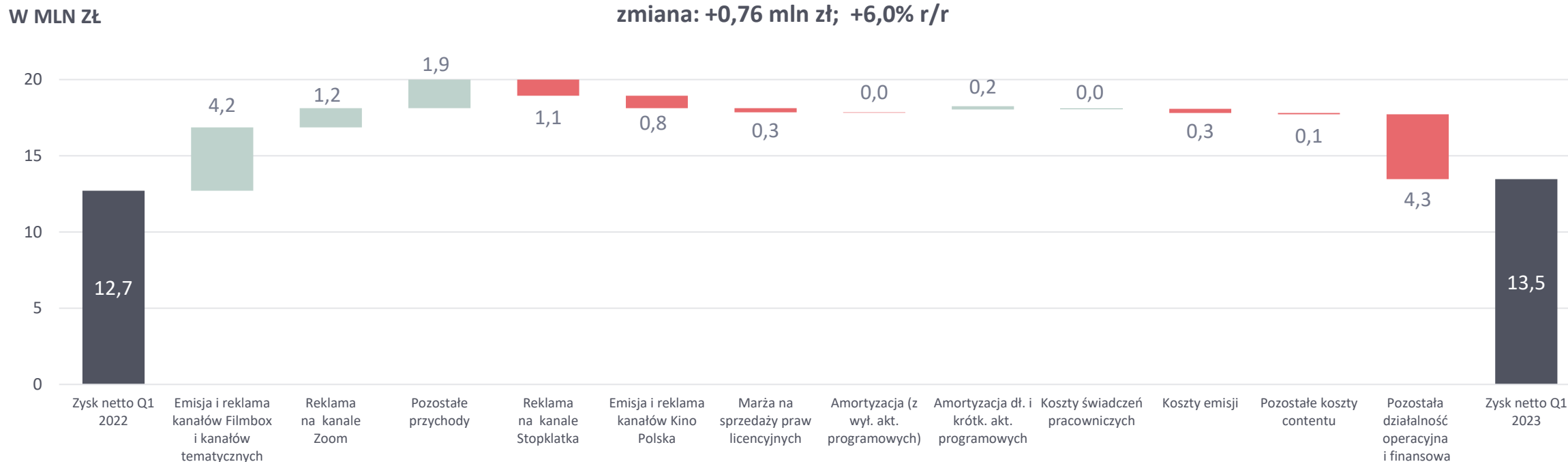
W MLN ZŁ



- Przychody na rynku polskim wzrosły o 8,9% r/r (+3,9 mln zł), głównie dzięki wyższym o 18% r/r przychodom z emisji kanałów marki FilmBox i kanałów tematycznych oraz kanałów marki Kino Polska.
- Grupa utrzymuje tempo wzrostu na rynkach międzynarodowych, głównie dzięki wzrostowi przychodów reklamowych w segmencie kanałów filmowych marki FilmBox i kanałów tematycznych.
- Wzrost przychodów ze sprzedaży reklam w Czechach sięgnął 40% r/r.

► Zysk netto Q1 2023

- Zysk netto Grupy Kino Polska w Q1 2023 wyniósł 13,5 mln zł (+6% r/r). Do wzrostu zysku netto w największym stopniu przyczyniły się większe przychody w segmencie kanałów filmowych marki FilmBox i kanałów tematycznych, z takich rynków jak Polska, Węgry czy Bułgaria. Dobry wynik tego segmentu pozwolił zrównoważyć spadek rentowności segmentu Stopklatka, wynikający z utrzymującego się negatywnego wpływu zmian standardu nadawania. Wzrost pozostałych przychodów jest efektem m. in. wyższych wpływów z produkcji kanałów TV przy wysokiej rentowności tego segmentu. Wzrost kosztów pozostałej działalności operacyjnej wynika ze zwiększonej aktywności marketingowej w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku oraz większych wydatków ponoszonych na licencje programowe używane na zagranicznych kanałach marki FilmBox.



► Podsumowanie i perspektywy



Rosnące
przychody

01

Grupa zwiększała przychody zarówno z emisji płatnych kanałów, jak i ze sprzedaży reklam na kanałach naziemnych, pomimo niekorzystnej sytuacji rynkowej



Duże możliwości produkcji
telewizyjnej i usług
telewizyjnych

02

Grupa Kino Polska ma duże możliwości w zakresie produkcji oryginalnych treści i świadczenia usług telewizyjnych zarówno na własny użytek, jak i dla Grupy Canal+



Więcej synergii i możliwości
korzyści z członkostwa
w Grupie Canal+

03

Znaczący potencjał wzrostu przychodów dzięki możliwości skalowania projektów telewizyjnych i synergii z podmiotami z Grupy Canal+

Załączniki



► Najważniejsze definicje

- **TG** (target group): grupa docelowa. Określenie grupy społecznej ograniczonej cechami demograficznymi (np. wiek, płeć, sposób odbioru sygnału telewizyjnego), która podlega analizie. Najczęstszym ograniczeniem jest wiek (cecha grupy komercyjnej – wiek pomiędzy 16 a 49 rokiem życia).
- **AMR** (average minute rating) – średnia minutowa oglądalność. Średnia liczba widzów w minucie. Liczba widzów wyrażona w procencie jest odsetkiem populacji badanej grupy demograficznej (TG)
- **SHR%** (share): udział kanału telewizyjnego. Udział średniej liczby widzów oglądających program lub kanał telewizyjny wśród liczby wszystkich widzów oglądających telewizję w określonym czasie.
- **RCH** (reach) – zasięg widowni. Zasięg to suma widzów, którzy przynajmniej przez jedną minutę oglądali telewizję w określonym zakresie czasu. Wzór: $\sum AMR$. Wartość procentowa, podobnie jak w przypadku AMR jest odsetkiem populacji analizowanej grupy demograficznej.
- **ATV** (average time viewed) – średni czas oglądania. Średni czas oglądania telewizji przez populację. Wskaźnik wyrażony w godzinach i minutach. Wzór: $\frac{AMR}{populacja\ TG}$
- **ATS** (average time spent) – średni spędzony czas. Średni czas oglądania telewizji przez wszystkie osoby, które włączyły telewizor. Wskaźnik wyrażony w godzinach i minutach. Wzór: $\frac{AMR}{RCH}$
- **GRP** (gross reach point) – zasięg brutto widowni. Suma widzów pojedynczych emisji spotów reklamowych. Wartość wyrażana tylko w procentach jako suma AMR% poszczególnych spotów reklamowych. Wzór: $\sum AMR\%$.
- **CPP** (cost per point) – koszt zakupu 1 GRP.

► Zastrzeżenie prawne

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.

Źródłem przedstawionych w Prezentacji danych dotyczących oglądalności jest Nielsen Audience Measurement (dane live)

KINO POLSKA TV S.A.

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

Marta Kruk-Bogusz

Investor Relations Manager

email: mbogusz@kinopolska.pl