Komunikat prasowy

Warszawa, 3 marca 2014 r.

Grupa Multimedia Polska publikuje wyniki finansowe za 2013 r.

- ✓ **Przychody Multimedia Polska w 2013 r. wyniosły 699,2 mln zł, co oznacza wzrost o 2% w porównaniu do 2012 r.**
- ✓ **Skorygowana EBITDA wzrosła w 2013 r. o 1,2% i wyniosła 355,5 mln zł.**
- ✓ **Liczba dostarczonych usług (RGU[1]) na koniec roku wyniosła 1,54 mln i była na podobnym poziomie jak na koniec 2012 r.**
- ✓ **Kontynuacja migracji klientów z telewizji analogowej w kierunku telewizji cyfrowej. Wzrost przychodów w segmencie telewizji o 3,1% do 346,8 mln zł.**
- ✓ **Dalszy wzrost w usłudze szerokopasmowego dostępu do Internetu: 7,3% (do 212,8 mln zł) po stronie przychodów i 4,7% (do 500 tys.) po stronie RGU.**

- Dzięki przeprowadzonym inwestycjom zbudowaliśmy wysokiej jakości ogólnopolską infrastrukturę, która w połączeniu z rozpoznawalną marką, solidną bazą klientów i sprawną siecią sprzedaży otwiera przed nami nowe możliwości rozwoju. Zgodnie z przyjętą strategią, rozszerzamy dotychczasowy model biznesowy o nowe usługi, aby spółka stała się integratorem usług niezbędnych dla domu i biura – **mówi Andrzej Rogowski, Prezes Zarządu Multimedia Polska**.

Uzyskane wyniki finansowe prezentuje poniższa tabela:

w mln zł	2012	2013	*zmiana*
Przychody ze sprzedaży	685,5	699,2	***2,0%***
Skorygowana EBITDA	351,4	355,5	***1,2%***
Zysk netto	49,0	70,7	***44,2%***

[1] *Począwszy od raportu finansowego za 2013 r. Grupa Multimedia Polska wprowadziła zmianę metodologii w zakresie prezentacji RGU.*

Przychody

Grupa Multimedia Polska wypracowała w 2013 r. 699,2 mln zł przychodów, co oznacza wzrost o 2%, w porównaniu do 2012 r. Rosnące przychody to efekt wzrostu przychodów w segmencie telewizji oraz Internetu. Wpływ na nasze wyniki miała również konsolidacja spółek przejętych w 2012 r. – Stream Communications, Diana oraz Transmitel. Na dynamikę wzrostu przychodów wpłynęły także zmiany w otoczeniu rynkowym m.in. cyfryzacja telewizji naziemnej. W pierwszym półroczu odnotowaliśmy wzrost liczby rezygnacji w segmencie telewizji. W III kwartale sytuacja ustabilizowała się, a w IV zanotowaliśmy już wzrost przychodów z tego segmentu.

Struktura przychodów z poszczególnych segmentów pozostaje stabilna. W 2013 r. przychody z segmentu telewizji stanowiły 49,6% (+0,5 pp), z Internetu 30,4% (+1,5 pp), z telefonii 16,6% (-1,6 pp), pozostałe źródła stanowiły 3,4% (-0,4 pp).

W raporcie rocznym za 2013 r. Multimedia Polska wprowadziła zmianę metodologii obliczania liczby RGU w segmencie telewizji. Dotychczas abonenci korzystający z usługi telewizji cyfrowej, w ramach której ofertowane były również kanały telewizji analogowej, liczeni byli jako dwa RGU (1 RGU telewizji cyfrowej oraz 1 RGU telewizji analogowej), co zaburzało obraz biznesu. Wprowadzona zmiana polega na raportowaniu każdego abonenta telewizji cyfrowej jako pojedynczego RGU.

Na koniec 2013 r. Grupa Multimedia Polska świadczyła usługi na rzecz 826 tys. abonentów, z których 293 tys. korzystało z dwóch usług, a 127 tys. z trzech usług. Łącznie Multimedia dostarczały swoim klientom 1,54 mln usług (RGU), czyli zbliżoną liczbę, jak na koniec 2012 r.

Wskaźnik liczby usług na jednego abonenta nie zmienił się w stosunku do ubiegłego roku i wyniósł 1,86. Średni miesięczny przychód (ARPU) na jednego abonenta wyniósł w 2013 r. 67,85 zł (o 4,1% mniej niż przed rokiem).

EBITDA i zysk netto

W 2013 r. Skorygowana EBITDA[2] wyniosła 355,5 mln zł i była o 1,2% wyższa niż w 2012 r.

Grupa utrzymuje pod ścisłą kontrolą koszty operacyjne (z wyłączeniem amortyzacji), które w 2013 r. wyniosły 359,2 mln zł (wzrost o 2,2% wobec 2012 r.). Największy wzrost kosztów odnotowano w obszarze programmingu i praw autorskich (o 12,3 mln zł), co jest konsekwencją migracji klientów do telewizji cyfrowej oraz zawartej ugody ze Stowarzyszeniem Filmowców Polskich (SFP). Z kolei obszarami, w których koszty uległy największemu obniżeniu są: interkonekt (o 5,7 mln zł) i koszty ogólnego zarządu (o 5,2 mln zł).

Zysk netto w 2013 r. wyniósł 70,7 mln zł, czyli o 21,7 mln zł więcej niż w 2012 r. Istotny wpływ na osiągnięty wynik netto miała restrukturyzacja organizacyjna Grupy.

[2] *Zysk operacyjny plus amortyzacja, skorygowany o zdarzenia jednorazowe oraz zdarzenia, które nie są bezpośrednio związane z bieżącą działalnością operacyjną Grupy, na przykład zysk (strata) ze zbycia aktywów trwałych lub aktualizacji wartości aktywów trwałych.*

Telewizja

W 2013 r. Grupa wypracowała 346,8 mln zł przychodów w segmencie telewizji, czyli o 3,1% więcej niż rok wcześniej. Zauważalny był znaczący wzrost przychodów w obszarze telewizji cyfrowej o 17,0% do 186,4 mln zł, spadek w przypadku telewizji analogowej o 13,9% do 132,2 mln zł oraz wzrost w kanałach Premium o 17,8% do 27,6 mln zł.

Po zmianie metodologii, liczba RGU telewizji wynosi 751 tys., z czego 318 tys. to telewizja cyfrowa, 350 tys. to telewizja analogowa, a 83 tys. to kanały Premium. Wskaźnik rezygnacji (churn) w usłudze telewizji kablowej pozostał na niezmienionym w stosunku do 2012 r. poziomie - 0,86% średniomiesięcznie.

Internet

W 2013 r. Grupa Multimedia Polska w segmencie Internetu wypracowała niemal 212,8 mln zł przychodów, czyli o 7,3% więcej niż rok wcześniej. Liczba użytkowników tej usługi na koniec roku wyniosła 500 tys., czyli o 4,7% więcej niż przed rokiem.

Usługi głosowe

W 2013 r. przychody Grupy Multimedia Polska z usług głosowych wyniosły 115,8 mln zł. Rok wcześniej było to 125,1 mln zł. Jest to trend zgodny z sytuacją na całym rynku telekomunikacyjnym. Na koniec roku Grupa posiadała 285 tys. usług głosowych, czyli tyle samo, co przed rokiem.

Inwestycje Multimedia Polska

Grupa Multimedia Polska zainwestowała w 2013 r. 189,8 mln zł, z czego 175,0 mln zł stanowiły nakłady związane z rozbudową i modernizacją sieci, wzrostem przepustowości szkieletu telekomunikacyjnego, a także wdrażaniem nowych usług. W ramach tych inwestycji m.in. przyłączono do sieci ok. 30 tys. nowych gospodarstw domowych. Ponadto 3,7 mln zł wynikało ze zmiany stanu zobowiązań inwestycyjnych oraz różnic przejściowych w poziomie środków trwałych. Pozostałe środki w kwocie 11,2 mln zł zostały przeznaczone na akwizycje.

W celu uzyskania dodatkowych informacji prosimy o kontakt:
Bartosz Sroka
NBS Communications
tel: +48 22 826 74 18,
e-mail: bsroka@nbs.com.pl

Jakub Rutkowski
NBS Communications
tel: +48 22 826 74 18,
e-mail: jrutkowski@nbs.com.pl