

KOMUNIKAT PRASOWY

TVN S.A.

ul. Wiertnicza 166
02-952 Warszawa
tel. (22) 856 60 60
fax. (22) 856 66 66

www.investor.tvn.pl

www.tvn.pl

www.onet.pl

www.n.pl

www.tvn.pl/grupatvn/media



GRUPA TVN PRZYSPIESZA WZROST PRZYCHODÓW W DRUGIM KWARTALE 2011

Warszawa – 11 sierpnia, 2011

- Przychody wzrosły o 10% rok do roku, przy dalszym znaczącym udziale segmentów płatnej telewizji i Online, podczas gdy segment TV powrócił na ścieżkę wzrostu w efekcie przyspieszenia rozwoju rynku i poprawy oglądalności
- EBITDA na poziomie 224 milionów zł oraz przy 31% marży odzwierciedla dalszy wpływ dźwigni operacyjnej segmentów płatnej telewizji i Online, skompensowany przez dalsze inwestycje w treści programowe dla segmentu TV
- Wszystkie segmenty wykazały świetne kluczowe wskaźniki operacyjne:
 - Główny kanał TVN zwiększył w II kwartale swój udział oglądalności w godzinach szczytu w grupie docelowej 16-49 o 0,9 punktu procentowego rok do roku
 - Baza abonentów 'n' wzrosła o 97 tysięcy rok do roku przy ARPU z usług post-paid na poziomie 60,9 zł w II kwartale, w porównaniu do 58,3 zł rok temu
 - Onet.pl w oparciu o wiodącą pozycję na rynku przyciąga nowych reklamodawców z kluczowych sektorów gospodarki
- Zysk przypadający akcjonariuszom TVN S.A. wzrósł w II kwartale do 68 milionów zł dzięki pozytywnej różnicy pomiędzy niezrealizowanymi stratami z różnic kursowych w zeszłym roku, a zyskami z tego tytułu obecnie
- Grupa utrzymała wysoką płynność na poziomie 712 milionów zł w gotówce i płynnych aktywach, podczas gdy wskaźnik Długu Netto do porównywalnej EBITDA poprawił się do poziomu 3.7x
- Zarząd Grupy TVN oczekuje wzrostu rocznych skonsolidowanych przychodów na poziomie ok. 7% w tym roku i ok. 11% w 2012 roku, podczas gdy EBITDA powinna osiągnąć w tych latach odpowiednio ok. 680 milionów zł i 770 milionów zł
- Oczekiwania te oparte są na założeniu, że PKB w Polsce wzrośnie o ok. 4% rocznie w latach 2011-2012, co powinno przełożyć się na przyspieszenie stopy wzrostu rynku reklamy telewizyjnej ze średniego jednocyfrowego poziomu w roku 2011 do wysokiego jednocyfrowego w roku 2012, natomiast rynek reklamy internetowej powinien osiągać wysokie kilkunastoprocentowe poziomy wzrostu zarówno w roku 2011 jak i 2012



W milionach PLN	3 miesiące zakończone 30 czerwca 2011	3 miesiące zakończone 30 czerwca 2010	Zmiana
Przychody	724	658	+ 10%
Segment TV	483	454	+7%
Platforma 'n'	180	151	+ 19%
Segment Online	72	60	+ 19%
EBITDA	224	227	- 1%
Marża EBITDA	30,9%	34,5%	- 2,9 pp
Zysk Netto	68	- 98	n/a

Markus Tellenbach, Prezes Zarządu, powiedział:

"Wyniki drugiego kwartału w pełni potwierdzają nasze założenia dla całego roku: rynek reklamy telewizyjnej przyspiesza zgodnie z naszymi oczekiwaniami, platforma 'n' kontynuuje poprawę swojej rentowności, a wyniki Onet są dodatkowo stymulowane przez wyjątkowe tempo wzrostu rynku reklamy internetowej. Wszystkie najważniejsze wskaźniki operacyjne, takie jak udziały w oglądalności, liczba abonentów i zaangażowanie użytkowników naszych serwisów internetowych są realizowane zgodnie z planem i jesteśmy przekonani, że osiągniemy wszystkie cele roczne. Biorąc pod uwagę fakt, że nasz strategiczny udziałowiec ogłosił zamiar sprzedaży udziałów w TVN, zdecydowaliśmy się rozszerzyć zakres naszych oczekiwań co do przyszłości, którymi dzielimy się z rynkiem. Wierzimy, że pomoże to wszystkim zainteresowanym w obiektywnej i właściwej ocenie tak ważnej potencjalnej transakcji."

Grupa TVN – Wzrost przychodów we wszystkich segmentach

Przychody Grupy TVN w II kwartale wzrosły o 66 milionów zł rok do roku, co stanowi 10% stopę wzrostu. Wynik ten można przypisać głównie:

- Wzrostowi reklamy telewizyjnej oraz zwiększeniu sprzedaży treści podmiotom zewnętrznym łącznie o 30 milionów zł, dzięki rosnącej roli naszych kanałów tematycznych oraz umowie z TP S.A.;
- Wzrostowi przychodów 'n' o 29 milionów zł w efekcie bazy abonentów wyższej o 97 tysięcy netto rok do roku oraz wzrostowi ARPU z usług post-paid o 2,6 zł do poziomu 60,9 zł w II kwartale dzięki podwyżkom cen;
- Przychodom reklamowym segmentu Online, które zwiększyły się o 20 milionów zł dzięki naszej wiodącej pozycji w najszybciej rozwijającym się segmencie rynku reklamowego, pozwalającej przyciągnąć zwiększone budżety marketingowe od istniejących klientów, jak również nowych klientów, którzy stopniowo migrują swoje wydatki reklamowe z mediów innych niż elektroniczne do Internetu.

Strategiczna dywersyfikacja źródeł przychodów skutkuje dalszą poprawą ich struktury, podnosząc udział źródeł pozareklamowych w II kwartale do 36% łącznych przychodów, w porównaniu do 34% w roku ubiegłym.

EBITDA zmniejszyła się o 3 miliony zł rok do roku do 224 milionów zł w II kwartale. Zmiana ta jest wynikiem dalszej silnej poprawy rentowności płatnej telewizji i dźwigni operacyjnej w



segmencie Online, przy czym rentowność segmentu TV odzwierciedla dalsze inwestycje programowe w celu wzmocnienia ramówki kanałów TVN na tle wzrostu zasięgu naszego głównego konkurenta. Inwestycje te przynoszą efekty w postaci wzrostu w II kwartale udziałów oglądalności kanałów TVN rok do roku, jednocześnie jednak kompensując wzrosty rentowności płatnej telewizji i segmentu Online w efekcie czego skonsolidowana EBITDA zmniejszyła się o 1%.

Zysk netto przypadający akcjonariuszom TVN S.A. wyniósł 68 milionów zł, czyli o 166 milionów zł więcej w porównaniu do ubiegłego roku. Poprawa jest głównie efektem dodatniej pozytywnej różnicy pomiędzy niezrealizowanymi zyskami z różnic kursowych w bieżącym roku, a stratami z tego tytułu rok temu.

Dług Netto wyniósł 2,4 miliarda zł, podczas gdy wskaźnik Długu Netto do porównywalnej EBITDA poprawił się do 3,7x. Grupa TVN utrzymuje wysoki poziom płynności finansowej w wysokości 712 milionów zł w gotówce i płynnych aktywach.

Oczekiwania na lata 2011-2012

Zarząd Grupy TVN, po analizie sytuacji makroekonomicznej w Polsce, kierunków rozwoju rynku reklamowego i wynikami osiągniętymi przez Grupę w pierwszym półroczu 2011 roku, spodziewa się, że:

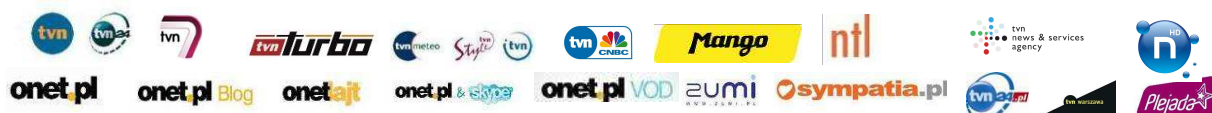
- Wzrost PKB w Polsce wyniesie rocznie ok. 4,0% w latach 2011 i 2012, zakładając brak znaczących negatywnych wydarzeń makroekonomicznych (np. problemy z zadłużeniem publicznym, itp.),
- Na takiej podstawie tempo wzrostu rynku reklamy telewizyjnej powinno przyspieszyć ze średniego jednocyfrowego poziomu w roku 2011 do wysokiego jednocyfrowego w roku 2012, podczas gdy oczekiwana stopa wzrostu rynku reklamy internetowej powinna kształtować się na poziomie wysokich kilkunastu procent zarówno w roku 2011 jak i w 2012,
- Dzięki dalszemu rozwojowi rynku i pozycji lidera Grupy TVN, szacuje się, że roczne skonsolidowane przychody Grupy wzrosną o ok. 7% w roku 2011 i w przybliżeniu o 11% w 2012 roku.

Na podstawie powyższych założeń Zarząd prognozuje, że roczna skonsolidowana EBITDA wyniesie około 680 milionów zł w 2011 roku i 770 milionów zł w 2012 roku.

Ponadto Zarząd dokonał następujących założeń dotyczących działalności inwestycyjnej i finansowej:

- Brak zmian w polityce dywidendowej, przy spodziewanym wzroście wskaźnika wypłaty dywidendy do poziomu ok. 50% skonsolidowanego zysku netto poczynając od roku 2012,
- Skonsolidowane nakłady inwestycyjne na poziomie ok. 250 milionów zł rocznie w latach 2011-2012,
- Nie oczekuje się realizacji transakcji kapitałowych przez Spółkę do końca roku 2012,
- Brak znaczącego nowego finansowania lub refinansowania,
- Kursy wymiany EUR/PLN zgodne z aktualnymi oczekiwaniami rynku finansowego.

W perspektywie wykraczającej poza rok 2012, Zarząd spodziewa się osiągnąć złożoną stopę rocznego wzrostu skonsolidowanych przychodów na poziomie ok. 10% w latach 2013-2015. Należy jednak podkreślić, że trafność szacunków wzrostu przychodów w bardziej odległych okresach jest znacznie trudniejsza ze względu na poziom niepewności co do światowej gospodarki.



Segment TV – Poprawa oglądalności na przyspieszającym rynku

Przychody segmentu TV wzrosły o 30 milionów zł czyli o 7% rok do roku, dzięki poprawie oglądalności w warunkach przyspieszenia wzrostu rynku reklamy. Starlink szacuje, że rynek reklamy telewizyjnej w Polsce wzrósł w drugim kwartale 2011 roku łącznie o 6,6% rok do roku, podczas gdy tylko sama sprzedaż czasu reklamowego wykazała wyższą dynamikę osiągając 8,5% tempo wzrostu. Dodatkowo odnotowaliśmy wzrost sprzedaży treści podmiotom zewnętrznym, głównie dzięki naszemu porozumieniu z TP S.A. Poza tym, opłaty za kanały tematyczne wzrosły o 5% na tle dalszego wzrostu bazy ich abonentów. Na rosnącym rynku byliśmy w stanie zwiększyć oglądalność osiągając średnią na poziomie 20,2% dla naszego głównego kanału TVN w godzinach szczytu w komercyjnej grupie docelowej (16-49 lat), co stanowi wzrost o 0,9 punktu procentowego rok do roku. Znalazło to odzwierciedlenie w wysokich poziomach wyprzedzaży czasu reklamowego, które poprawiają się od czwartego kwartału 2010 roku i pozwalają na stopniowe zwiększanie cen.

EBITDA zmniejszyła się o 7 milionów zł lub 3% rok do roku, osiągając 209 milionów zł przy marży 43% w porównaniu do 48% rok temu. Wzrost przychodów został z nadwyżką skompensowany przez inwestycje w wiosenną ramówkę programową TVN, która została przedłużona w porównaniu z rokiem ubiegłym i w efekcie przyniosła wzrost oglądalności.

Platforma 'n' - Konsekwentna realizacja planu

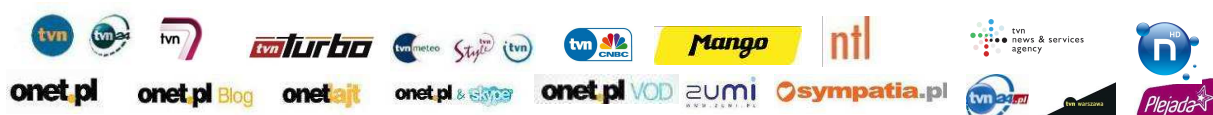
Przychody platformy 'n' wzrosły o 29 milionów zł czyli o 19% rok do roku. Główny udział w tym wzroście miała baza abonentów wyższa o 97 tysięcy netto niż rok temu, która przełożyła się na wzrost przychodów przy silnym wsparciu ARPU z usług post-paid, które osiągnęło 60,9 zł w II kwartale w porównaniu do 58,3 zł w roku ubiegłym. Baza klientów pre-paid została utrzymana na poziomie 256 tysięcy z stopniowym wzrostem udziału klientów oferty HD, co w konsekwencji zwiększyło ARPU z usług pre-paid, skutkując wzrostem przychodów z ofert pre-paid o 26%.

EBITDA poprawiła się o 6 milionów zł rok do roku, do poziomu 7 milionów zł potwierdzając plany na osiągnięcie pozytywnego wyniku EBITDA w całym roku 2011. Porównywalna EBITDA (z wyłączeniem zdarzeń jednorazowych i odwrócenia rezerw, łącznie w wysokości 15 mln zł w II kwartale 2010 roku) wzrosła o 21 milionów zł, co daje wskaźnik przełożenia wzrostu przychodów na EBITDA na poziomie przekraczającym 70%.

Segment Online – Wyższe tempo wzrostu przychodów

Przychody segmentu Online wzrosły o 12 milionów zł czyli 19% rok do roku. Przychody gotówkowe, bardziej bezpośrednia miara naszych wyników, wzrosły o 11 milionów zł lub o 21% rok do roku. Tak dobre wyniki sprzedaży były przede wszystkim efektem przyciągnięcia większych budżetów reklamowych od istniejących klientów oraz zwiększenia bazy klientów o nowe podmioty, które migrując swoje wydatki marketingowe z mediów tradycyjnych wybierają Onet jako ich internetową platformę reklamową.

Sam portal Onet zwiększył swoje przychody o 8 milionów zł, lub 15% rok do roku, podczas gdy nasze pozostałe serwisy internetowe, głównie Zumi.pl - multimedialny lokalizator internetowy, zapewniły przychody wyższe o 4 miliony zł niż rok temu, co stanowi roczną stopę wzrostu na poziomie 47%.



EBITDA wzrosła o 4 miliony zł do poziomu 27 milionów zł, co stanowi wzrost o 19% rok do roku. Wpływ zwiększonych przychodów został częściowo skompensowany przez wyższą bazę kosztową, głównie w efekcie wzrostu kosztów treści i kosztów personalnych, związanych z wyższym poziomem aktywności. Marża EBITDA została ostatecznie utrzymana na poziomie 37%.

Portal Onet samodzielnie osiągnął rentowność EBITDA na poziomie 39%, w porównaniu do 44% w II kwartale 2010 roku. EBITDA gotówkowa wzrosła o 3 miliony zł do poziomu 25 milionów zł, osiągając marżę 46%.

W celu uzyskania dalszych informacji proszę kontaktować się z:

Tomasz Poźniak
Dyrektor Investor Relations
Tel. (+48 22) 856 66 14
Tel. kom.: (+48) 516 444 316
e-mail: t.pozniak@tvn.pl

Karol Smołąg
Dyrektor Działu Relacji Zewnętrznych
Rzecznik prasowy
Tel. (+48 22) 856 66 88
Tel. Kom. (+48) 516 444 388
e-mail : k.smolag@tvn.pl



Grupa TVN jest wiodącą prywatną grupą medialną w Polsce. Nadaje dziesięć kanałów telewizyjnych.



TVN, główny kanał telewizyjny Grupy, jest na polskim rynku uznawany za czołowy program telewizyjny, oferujący wysokiej jakości programy rozrywkowe oraz rzetelne i niezależne audycje informacyjne. TVN dociera do 91% gospodarstw domowych w Polsce.



TVN7 to kanał telewizyjny o profilu filmowo-serialowym, uzupełniający ofertę programową TVN. Kanał dociera do 64% gospodarstw domowych w Polsce.



TVN24 jest pierwszym polskim 24-godzinnym informacyjno-publicystycznym kanałem telewizyjnym docierającym do 58% gospodarstw domowych w Polsce.



TVN CNBC jest kanałem informacyjnym o tematyce biznesowej, przygotowywanym we współpracy z CNBC Europe. Kanał dociera do 35% gospodarstw domowych w Polsce.



TVN Meteo to pierwszy polski kanał telewizyjny o pogodzie, docierający do 55% gospodarstw domowych w Polsce.



TVN Turbo jest pierwszym polskim kanałem tematycznym adresowanym do mężczyzn i zarazem pierwszym poświęconym głównie motoryzacji. Kanał dociera do 56% gospodarstw domowych.



TVN Style jest kanałem telewizyjnym poświęconym urodzie, stylom życia, modzie oraz zdrowiu adresowanym do kobiet. Dociera do 56% gospodarstw domowych.



ITVN jest kanałem telewizyjnym skierowanym do widowni pochodzenia polskiego zamieszkałej za granicą, dostępnym w Europie, Ameryce Północnej i w Australii.



Telezakupy Mango to jedyny w Polsce całodobowy kanał telesprzedażowy, docierający do 58% gospodarstw domowych.



NTL jest lokalnym kanałem telewizyjnym adresowanym do mieszkańców Radomska i okolic.



Do Grupy TVN należy również **TVN News & Services Agency**, najbardziej wszechstronnie działająca agencja mediowa w Europie Środkowej i Wschodniej, która jako jedyna w regionie oferuje pełną kompleksowość usług.





Grupa TVN jest też właścicielem **Onet.pl**, który jest największym i najczęściej odwiedzanym portalem internetowym w Polsce.

Onet.pl jest pionierem dywersyfikacji przychodów wśród polskich portali. Poza przychodami marketingowymi (reklama, e-commerce, reklama wyszukiwarkowa) osiąga przychody z usług świadczonych użytkownikom portalu (płatne serwisy treściowe, usługi pocztowe i hostingowe, serwisy aukcyjne, ogłoszeniowe i towarzyskie, usługi telekomunikacyjne). Od 2000 roku Onet.pl jest nieprzerwanie niekwestionowanym liderem na rynku reklamy internetowej.

Onet.pl jest także liderem pod względem liczby użytkowników w głównych kategoriach tematycznych: biznes, finanse, prawo; informacje, publicystyka, media; sport; turystyka.

Sukces w swoich kategoriach odnoszą również:



OnetBlog – największa blogosfera w polskiej sieci.



Sympatia.pl – najpopularniejszy w Polsce serwis towarzysko-randkowy.



Onet.tv – innowacyjna platforma multimedialna.



OnetLajt – specjalna wersja portalu dla użytkowników telefonów komórkowych i urządzeń mobilnych.



OnetSkype - polska wersja najpopularniejszego na świecie komunikatora internetowego.



Zumi - nowe, niespotykane wcześniej na polskim rynku narzędzie, łączące cechy serwisów mapowych, nawigacyjnych i ogłoszeniowych.



vod.onet.pl to najnowszy wspólny projekt Onetu i TVN. Internetowy serwis „wideo na życzenie” umożliwia oglądanie za pomocą przeglądarki internetowej polskich i zagranicznych seriali, programów telewizyjnych oraz pełnometrażowych filmów fabularnych.

Do Grupy TVN należy również:



tvn24.pl - pierwszy w Polsce wortal informacyjny, który łączy w sobie tekst, dźwięk i obraz. Znajdują się w nim rozbudowane relacje wideo z najważniejszych wydarzeń w Polsce i na świecie. Serwis umożliwia również odpłatny odbiór kanału TVN24 oraz dostęp do informacji i materiałów, których nie było na antenie.



tvnwarszawa.pl - projekt medialny poświęcony Warszawie i jej mieszkańcom. TVN Warszawa koncentrując się na życiu stolicy, oferuje wysokiej jakości treści o charakterze informacyjnym i rozrywkowym. Dostępny jest pod adresami: www.tvnwarszawa.pl oraz www.tvn.pl.



plejada.pl - multimedialny serwis internetowy poświęcony informacjom ze świata show-biznesu. Plejada.pl jest pierwszym na polskim rynku projektem, dostępnym od razu na trzech platformach - w internecie, w telefonach komórkowych (wersja lajt) oraz na platformie „n”.



Grupa TVN jest też właścicielem telewizji nowej generacji „n”.

Telewizja nowej generacji „n” została uruchomiona 12 października 2006 roku. Jest to pierwsza w Polsce i pierwsza w Europie środkowo - wschodniej platforma satelitarna, która umożliwia jednoczesny odbiór programów w technologii HD, nagrywanie wybranych pozycji programowych (PVR) oraz zapewnia dostęp do biblioteki filmów i programów na życzenie (VOD). Jako pierwsza platforma w Polsce uruchomiła regularną usługę 3D – nShow3D, gwarantującą „trzeci wymiar rozrywki”.

Oferta programowa telewizji „n” to największa spośród platform cyfrowych w Polsce oferta aż dwudziestu siedmiu kanałów HD: nFilmHD, nFilmHD2, TVN HD, TVN HD+1, TVP HD, TVP1 HD, Polsat HD, HBO HD, HBO2 HD, HBO ComedyHD, FOX HD, AXN HD, MGM HD, FILMBOX HD, DISCOVERY HD, nSPORT HD, EUROSPORT HD, EUROSPORT2 HD, MTV HD, ANIMAL PLANET HD i NAT GEO WILD HD, National Geographic Channel HD, BBC HD, FOX life HD, BBC Knowledge HD, Cinemax HD, Cinemax 2 HD. W portfolio telewizji n znajdują się kanały własnej produkcji, takie jak: nFilmHD, nfilmHD2, WOJNA I POKÓJ, nSPORT HD i MGM.

Telewizja nowej generacji n jest zdecydowanym liderem w zakresie najnowszych technologii telewizyjnych dostępnych na polskim rynku. Obok bogatej oferty programowej, telewizja n to także innowacyjne usługi takie jak m.in.: dekodery wyposażony w dysk o pojemności 500 GB, nPORTAL, czyli sześć tematycznych serwisów informacyjnych dostępnych po podłączeniu dekodera HD do Internetu, nRADIO i nRADIO HD z dźwiękiem 5.1, najnowocześniejsze EPG umożliwiające proste korzystanie z wielu jego unikalnych funkcji.

Na sieć dystrybucji telewizji nowej generacji n składają się punkty sprzedaży bezpośrednio w całej Polsce, sprzedaż za pośrednictwem Internetu oraz nowoczesne Telefoniczne Centrum Abonenta i Internetowe Centrum Abonenta, korzystające z najnowszego oprogramowania oraz zaawansowanych rozwiązań technologicznych.



Akcje TVN S.A. zadebiutowały na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych 7 grudnia 2004 r. i wchodzi w skład indeksu WIG 20 oraz WIG Media.

