

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



DALSZY WZROST PRZYCHODÓW ORAZ UTRZYMANIE MARŻY EBITDA GRUPY TVN W TRZECIM KWARTALE 2011

Warszawa – 10 listopada 2011 r.

- **Wzrost przychodów o 6% rok do roku przy silnym udziale segmentów płatnej telewizji i Online oraz dobrych wynikach segmentu TV w trudnym otoczeniu rynku reklamowego**
- **EBITDA wzrosła o 6% do 107 mln zł przy utrzymaniu 19% marży, głównie dzięki dźwigni operacyjnej w segmencie Online i dyscyplinie kosztowej w segmencie TV**
- **Wszystkie segmenty zanotowały doskonale wskaźniki operacyjne:**
 - **We wrześniu 2011, TVN był po raz pierwszy w historii najbardziej popularną stacją telewizyjną w Polsce we wszystkich grupach docelowych, zarówno w godzinach szczytu jak i ujęciu całodobowym, będąc jednocześnie jedyną dużą stacją telewizyjną, która odnotowała poprawę wyników oglądalności**
 - **'n' zwiększyła swoją bazę abonencką o 119 tysięcy rok do roku oraz o 32 tysiące w samym trzecim kwartale, przy wzroście ARPU z usług post-paid do 61,4 zł w III kw. z 60,3 zł roku temu**
 - **Onet ponownie przyciągnął nowych klientów oraz z sukcesem promował nowe formaty reklamowe, w szczególności podwajając sprzedaż reklam video**
- **Strata przypadająca akcjonariuszom TVN S.A. wyniosła 357 milionów zł w III kw. ze względu na wynik finansowy netto w wysokości -415 milionów zł, którego głównym składnikiem stanowiło 335 milionów zł niezrealizowanych strat na różnicach kursowych**
- **Grupa utrzymała wysoką płynność na poziomie 786 milionów zł w gotówce i płynnych aktywach, podczas gdy stosunek długu netto do porównywalnego wskaźnika EBITDA wzrósł do 4,2x wyłącznie w wyniku wpływu słabszego złotego na Euroobligacje**
- **Biorąc pod uwagę niższy niż oczekiwany wzrost rynku reklamy telewizyjnej oraz potencjalny wpływ projektów korporacyjnych, Zarząd Grupy TVN aktualizuje oczekiwania spółki odnośnie wyników roku 2011**



W milionach zł	3 miesiące zakończony 30 września 2011 r.	3 miesiące zakończony 30 września 2010 r.	Zmiana
Przychody	566	533	+ 6%
Segment TV	327	326	+ 0%
Platforma 'n'	185	159	+ 16%
Segment Online	64	55	+ 16%
EBITDA	107	101	+ 6%
Marża EBITDA	18,9%	18,9%	0 pp.
Zysk (Strata) Netto	- 357	61	n/a

Markus Tellenbach, Prezes Zarządu, powiedział:

„Wyniki Grupy TVN w trzecim kwartale potwierdzają naszą wiodącą pozycję na rynku. We wszystkich segmentach działalności wykazaliśmy się koncentracją na utrzymaniu wzrostu i rentowności. Przychody platformy 'n' wzrosły w efekcie znacznego przyrostu bazy abonentów oraz dalszej poprawy ARPU. W samym trzecim kwartale liczba aktywnych abonentów usług post-paid wzrosła o 32 tysiące – wynik znacznie lepszy niż rok temu i potwierdzający nasz cel osiągnięcia 900 tysięcy abonentów na koniec roku oraz dodatniego rocznego wyniku EBITDA pomimo wpływu intensywniejszej działalności marketingowej na rentowność platformy w trzecim kwartale. Segment Online, funkcjonując na rynku rosnącym w dwucyfrowym tempie, efektywnie przekłada ten wzrost na poprawę przychodów, a co ważniejsze – na rosnącą rentowność, która dzięki bardzo wysokiej dźwigni operacyjnej osiąga poziom porównywalny do najlepszych wyników na rynku. Poziom przychodów, które bezpośrednio zostały przełożone na wzrost rentowności wyniósł 76% - wskaźnik wymagający okazania zdecydowanego szacunku dla umiejętności zespołu zarządzającego Grupą Onet. I na koniec, segment telewizyjny, który działając w trudnym otoczeniu rynkowym utrzymał poziom przychodów i rentowności dzięki świetnym wynikom jesiennej ramówki we wrześniu, przy jednoczesnym utrzymaniu ścisłej dyscypliny kosztowej. Po wzroście w pierwszej połowie tego roku, rynek reklamy telewizyjnej odnotował nieznaczny spadek w trzecim kwartale i spodziewamy się, że czwarty kwartał będzie co najmniej tak samo trudny. Dlatego też oczekujemy obecnie niskiej jednocyfrowej dynamiki wzrostu tego rynku w całym roku 2011, w porównaniu do poprzedniego założenia o średnim jednocyfrowym wzroście. W takich warunkach nawet mocna ramówka jesienią nie jest w stanie obronić TVN od wpływu spadku wartości rynku, co odpowiednio zostało odzwierciedlone w naszych zaktualizowanych oczekiwaniach co do wyników tego roku.”

Grupa TVN – Zrównoważony wzrost przychodów i EBITDA

Przychody Grupy TVN w trzecim kwartale wzrosły o 33 miliony zł rok do roku, co stanowi 6% stopę wzrostu. Głównymi czynnikami poprawy przychodów były:

- Przychody platformy 'n' wyższe o 26 milionów zł w efekcie wzrostu bazy abonentów netto o 119 tysięcy rok do roku i poprawy ARPU z usług post-paid o 1,1 zł do poziomu 61,4 zł w III kw.;
- Wzrost przychodów reklamowych segmentu Online o 8 milionów zł dzięki poszerzeniu bazy reklamodawców i rosnącej sprzedaży nowych formatów reklamowych;
- Przychody z reklamy telewizyjnej oraz opłat za kanały tematyczne wyższe o 11 milionów zł, kompensujące słabsze przychody ze sponsoringu i wpływ ograniczonego Audiotele.



Przychody ze źródeł pozareklamowych w trzecim kwartale wyniosły 46% przychodów ogółem, w porównaniu z 44% rok temu, zgodnie z założeniami równoważenia i różnicowania struktury przychodów.

EBITDA wzrosła o 6 milionów zł rok do roku do poziomu 107 milionów zł w trzecim kwartale. Poprawa ta jest wynikiem silnej dźwigni operacyjnej w segmencie Online i dyscypliny kosztowej segmentu TV. Jednocześnie EBITDA segmentu płatnej telewizji odzwierciedla wzrost kosztów marketingu na wejściu w okres sezonowo wyższej sprzedaży.

Strata netto przypadający akcjonariuszom TVN S.A. wyniosła 357 milionów zł, co oznacza spadek z poziomu 61 milionów zł zysku w roku ubiegłym i jest związany głównie z negatywnym wpływem różnicy pomiędzy znacznymi niezrealizowanymi stratami z różnic kursowych w bieżącym roku, a zyskami z tego tytułu w roku ubiegłym.

Dług netto wyniósł 2,7 miliarda zł, podczas gdy stosunek długu netto do porównywalnego wskaźnika EBITDA wzrósł do 4,2x w wyniku osłabienia złotego względem Euro w trzecim kwartale wpływającego na wycenę Euroobligacji. Grupa TVN utrzymuje wysoką płynność na poziomie 786 milionów zł w gotówce i płynnych aktywach.

Oczekiwane wyniki Grupy TVN

Biorąc pod uwagę niższy niż oczekiwany wzrost rynku reklamy telewizyjnej oraz potencjalny wpływ projektów korporacyjnych, Zarząd Grupy TVN aktualizuje oczekiwania spółki odnośnie wyników roku 2011. Szczegółowe zmiany zostały przedstawione w poniższej tabeli:

Poprzednie założenia	Zaktualizowane założenia
Średnia jednocyfrowa dynamika wzrostu rynku reklamy telewizyjnej w 2011	Niska jednocyfrowa dynamika wzrostu rynku reklamy telewizyjnej w 2011
Wzrost rynku reklamy internetowej na poziomie wysokich kilkunastu procent w 2011	Potwierdzone
Wzrost rocznych skonsolidowanych przychodów o ok. 7% w 2011	Wzrost rocznych skonsolidowanych przychodów o ok. 5% w 2011
Wartość skonsolidowanej EBITDA na poziomie ok. 680 milionów zł w 2011	Wartość skonsolidowanej EBITDA w przedziale 660-670 milionów zł w 2011 z możliwym dodatkowym kosztem w wysokości do 20 milionów zł jako wynik realizacji projektów korporacyjnych (koszty korporacyjne związane z planowanym połączeniem platformy 'n' z Cyfra+, reorganizacja segmentu TV)
Skonsolidowane nakłady inwestycyjne na poziomie ok. 250 milionów zł w 2011	Skonsolidowane nakłady inwestycyjne na poziomie ok. 230 milionów zł w 2011
Brak zmian w polityce dywidendowej, przy spodziewanym wzroście wskaźnika wypłaty dywidendy do poziomu 50% skonsolidowanego zysku netto od 2012	Potwierdzone
Nie oczekuje się realizacji transakcji kapitałowych do końca 2012	Możliwe połączenie platformy 'n' z Cyfra+
Brak znaczącego nowego finansowania lub refinansowania	Potwierdzone
Kurs wymiany EUR/PLN zgodnie z aktualnymi oczekiwaniami rynku finansowego	Potwierdzone



Oczekiwania na 2012 r. pozostają bez zmian – wpływ partnerstwa z Canal + na biznesowy model Grupy TVN nie jest jeszcze w pełni określony, a spodziewana ewolucja rynku reklamy w przyszłym roku jest jeszcze zbyt niewyraźna, aby przedstawiać wiarygodną zmianę założeń.

Zarząd Grupy TVN powróci do tematu ewentualnej aktualizacji oczekiwań na 2012 r. we właściwym czasie, jednak nie później niż w dniu publikacji wyników za rok 2011.

Segment TV – Dobre wyniki w trudnych warunkach rynkowych

Przychody segmentu TV wzrosły o 1 milion zł rok do roku do poziomu 327 milionów zł, w wyniku wyższych przychodów z reklamy i z opłat za kanały tematyczne co zrekompensowało spadek sponsoringu i Audiotele. Wzrost przychodów reklamowych wyniósł 5 milionów zł w efekcie rewizji polityki rabatowej oraz najlepszej dotychczas zanotowanej oglądalności na początku sezonu jesiennego we wrześniu. TVN był po raz pierwszy w historii najbardziej popularną stacją telewizyjną w Polsce we wszystkich grupach docelowych, zarówno w godzinach szczytu jak i w ujęciu całodobowym oraz jedyną dużą stacją telewizyjną, której udało się poprawić wyniki oglądalności. Wynik ten został osiągnięty w trudnych warunkach rynkowych gdyż na podstawie raportu Starlink szacujemy, że rynek spotowej reklamy telewizyjnej zmalał o 0,5% rok do roku w trzecim kwartale 2011 roku. Opłaty za kanały tematyczne wzrosły o 13% dzięki dalszemu wzrostowi bazy abonentów naszych kanałów tematycznych dodatkowo wzmocnionemu przez wpływ kursów walutowych na ich ceny, które są wyrażone w Euro.

EBITDA wzrosła o 4 miliony zł lub 4% rok do roku, osiągając 101 milionów zł z marżą 31% w porównaniu z 30% rok temu. Wzrostowi przychodów towarzyszyły oszczędności kosztów na poziomie 3 milionów zł wynikające ze ścisłej dyscypliny kosztowej, głównie w obszarze marketingu.

Platforma 'n' – Wzrost bazy abonentów oraz ARPU poprawia przychody

Przychody płatnej telewizji wzrosły o 26 milionów zł czyli o 16% rok do roku. Kluczowym czynnikiem był wzrost bazy abonentów o 119 tysięcy do poziomu 858 tysięcy, w połączeniu z dalszym wzrostem ARPU z usług post-paid do poziomu 61,4 zł w trzecim kwartale z 60,3 zł w roku ubiegłym. Baza aktywnych klientów pre-paid wzrosła z poziomu 279 tysięcy do 311 tysięcy ze stale rosnącym udziałem klientów oferty HD podnoszącym ARPU z usług pre-paid, w efekcie czego przychody z oferty pre-paid wzrosły o 35%.

EBITDA zmniejszyła się o 2 miliony zł rok do roku do 5 milionów zł. Odzwierciedla to bardziej intensywny marketing w trzecim kwartale 2011 w porównaniu do ograniczonych działań promocyjnych w roku ubiegłym, gdy zwiększenie bazy abonenckiej wyniosło mniej niż jedną trzecią z 32 tysięcy w tym roku.

Segment Online - Onet na fali wzrostu rynku i znacznej dźwigni operacyjnej

Przychody segmentu Online wzrosły o 9 milionów zł lub 16% rok do roku, przy czym przychody gotówkowe były wyższe o 8 milionów zł osiągając takie samo tempo wzrostu. Tak znakomity wynik jest przede wszystkim efektem rosnącej bazy reklamodawców i zwiększenia sprzedaży nowych formatów reklamowych. Najwyższy wzrost odnotowała branża detaliczna, która prawie podwoiła swoje wydatki w Onecie (+95%) podczas gdy kolejna wiodąca branża – higiena i pielęgnacja – osiągnęła wzrost o 58%. Kluczowymi formatami reklamowymi były reklamy video, których sprzedaż również została podwojona (+98%), na sprzedaż oferty sponsoringowej wzrosła o 34%.



Onet jako samodzielny serwis zwiększył swoje przychody o 8 milionów zł, czyli 17% rok do roku, przekładając blisko 70% wzrostu przychodów na wzrost rentowności EBITDA, która wyniosła 22 miliony zł z marżą powyżej 38%.

EBITDA wzrosła o 7 milionów zł do 21 milionów zł, osiągając wysoką stopę wzrostu na poziomie 47% rok do roku. Wysoka dźwignia operacyjna umożliwiła przełożenie ponad trzech czwartych wzrostu przychodów na poprawę wyniku EBITDA i wzrost marży do 33% w porównaniu do 26% w roku ubiegłym.

Onet osiągnął rentowność EBITDA na poziomie 38% - znaczny wzrost w porównaniu do 33% w trzecim kwartale 2010 roku. Gotówkowa EBITDA wzrosła o 6 milionów zł, czyli o 40% do poziomu 21 milionów zł, osiągając marżę 42% - wyższą o 6,5 punktów procentowych w porównaniu do wyniku sprzed roku.

W celu uzyskania dalszych informacji proszę kontaktować się z:

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

Karol Smolağ
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 telesprzedazowy, 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 **Onetu**, który jest największym i najczęściej odwiedzanym medium internetowym w Polsce. Onetu jest 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.



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



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



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”.

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.



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.: dekoder 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 bezpośredniej 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.

W celu uzyskania dalszych informacji proszę kontaktować się z:

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

