

COMUNICAT DE PRESĂ
București, 26 februarie 2021

Creștere consecventă a EBITDA pentru grupul Telekom Romania în 2020

- *EBITDA ajustată după IFRS-16 a crescut cu 6,6%, datorită disciplinei costurilor, limitând astfel impactul negativ generat de pandemie în venituri;*
- *Creșterea numărului de abonați pe segmente cheie;*
- *OTE a anunțat acordul de vânzare către Orange România a participației sale de 54% deținute în Telekom Romania Communications S.A.*

Grupul Telekom Romania anunță indicatorii cheie de performanță pentru anul 2020, încheiat la 31 decembrie 2020.

Compania a realizat o majorare continuă a EBITDA ajustată după IFRS-16, care a crescut cu 6,6% în comparație cu anul 2019, ajungând la 150,7 milioane euro, fiind al doilea an consecutiv de creștere a acestui indicator. În același timp, fluxul de numerar a înregistrat o creștere semnificativă în 2020, revenind la generarea pozitivă de numerar. Această îmbunătățire a venit în ciuda veniturilor ușor mai mici obținute anul trecut, care au fost influențate de efectele pandemiei asupra economiei românești, cum ar fi, spre exemplu, un număr mai mic de turiști internaționali, dar și de reducerea tarifelor reglementate de terminare a serviciilor de telefonie mobilă în 2020. Drept urmare, veniturile totale au ajuns la 950,9 milioane euro, înregistrând o ușoară scădere, de 3,0% față de anul precedent.

„Rezultatele bune ale Telekom Romania au arătat capacitatea extraordinară a companiei de a-și transforma operațiunile și de a oferi produse și servicii pentru a-și sprijini clienții în timpul pandemiei și au evidențiat importanța serviciilor de telecomunicații în economia generală. Recunoștința mea se adresează întregii echipe, pentru menținerea companiei pe o cale sustenabilă, în timp ce s-a adaptat la un context nou. În 2021, vom continua procesul de digitalizare, cu scopul de a satisface pe deplin nevoile clienților noștri prin produse și servicii standard sau personalizate. Vom continua să ne implementăm strategia, să promovăm inovația și să luăm decizii îndrăznețe, în beneficiul clienților noștri”, a declarat Vladan PEKOVIC, CEO Telekom Romania.

Veniturile totale din servicii fixe au rămas stabile, la 480,1 milioane euro, în 2020, fiind determinate în special de o creștere anuală de 11,5% a veniturilor din Wholesale, care au ajuns la 152,2 milioane euro, atenuând o reducere a serviciilor fixe, precum și a veniturilor ușor reduse din ICT, determinate de o sezonizare diferită a contractelor.

Serviciile tradiționale de voce au dat semne suplimentare de stabilizare, scăderea anuală a veniturilor încetinind în 2020, în ciuda impactului negativ determinat de pandemia Covid-19.

Reducerea trimestrială a numărului de abonați ai serviciilor de televiziune a încetinit și mai mult în 2020, baza totală de clienți rămânând stabilă în T4 2020, la 1,24 milioane de clienți, în ciuda declinului continuu al tehnologiilor mai vechi, precum serviciile DTH. Numărul de abonați la produsul inovator Smart TV Stick a continuat să crească pe parcursul întregului an, ajungând la 70.000 de clienți la finalul anului trecut. Smart TV Stick le permite clienților să își transforme fără efort televizorul obișnuit într-unul inteligent, fără a fi nevoie de instalare tehnică, cum este în cazul produselor de televiziune clasice.

În același timp, veniturile din internet fix au crescut cu 6,7% comparativ cu aceeași perioadă a anului anterior, ajungând la 70,3 milioane euro în 2020, ca efect al concentrării asupra clienților care au generat venituri mai mari. Un alt produs inovator al companiei, Smart Wi-Fi, care permite instalarea simplă și rapidă a internetului acasă, fără a fi nevoie de nicio intervenție tehnică, a continuat să câștige clienți, numărul de abonați crescând cu peste 300% în comparație cu 2019.

Numărul de contracte postpaid de telefonie mobilă a crescut cu 6,3% față de anul 2019, ajungând la 1,65 milioane în 2020, cu trei trimestre consecutive de creștere a numărului de abonați. În același timp, veniturile din serviciile mobile au fost afectate negativ de reducerea tarifelor de terminare a apelurilor în rețelele mobile,

impusă de reglementări, precum și de scăderea traficului din roaming și a traficului internațional, generate de reducerea turismului în 2020, pe fondul pandemiei Covid-19. Ca urmare, veniturile totale din serviciile mobile au scăzut cu 6,5% față de anul precedent, înregistrând o valoare de 400,2 milioane euro.

Pe segmentul de servicii convergente fix-mobil (FMC), Telekom Romania și-a reafirmat creșterea continuă, cu o majorare a bazei de abonați cu 10% anual, până la 931.000 de clienți în 2020, înregistrând pentru al treilea an consecutiv o creștere cu două cifre a numărului de abonați pe acest segment.

Un factor cheie care a stat la baza îmbunătățirii continue a rezultatelor companiei a fost succesul programului de transformare a costurilor, care a fost inițiat în a doua jumătate a anului 2018. Prin îmbunătățiri structurale pe toate segmentele, Telekom Romania a diminuat costurile indirecte cu 8,6% în 2020, comparativ cu anul precedent, implementând și finalizând pași importanți ai procesului de transformare, cum ar fi cei referitori la optimizarea operațiunilor IT și producției TV. În plus, pentru a atenua cât mai mult impactul pandemiei Covid-19, Telekom Romania a inițiat măsuri suplimentare de optimizare a costurilor în 2020.

Performanța companiei în trimestrul 4 al anului trecut a fost semnificativ afectată de efectele unice. Veniturile totale s-au ridicat la 240,8 milioane euro, în timp ce EBITDA după IFRS-16 a atins 30,4 milioane euro în T4 2020.

„În ciuda unei situații economice foarte dificile cauzate de pandemia globală, suntem bucuroși să raportăm că ne-am continuat creșterea EBITDA și a fluxului de numerar. Rezultatele financiare bune obținute în 2020 arată nu numai că strategia noastră funcționează, ci și că transformarea companiei, pe care am început-o în urmă cu doi ani, ne-a ajutat să devenim rezistenți în fața perturbărilor externe”, a declarat Nicolas MAHLER, Chief Financial Officer Telekom Romania.

„În timp ce am experimentat unele efecte generate de pandemia Covid-19 asupra veniturilor noastre, am reușit totuși să ne creștem profitabilitatea în ultimul an, focusându-ne în principal pe trei piloni strategici: orientarea către client, digitalizarea și transformarea costurilor”.

Nicolas MAHLER a continuat: „Orientarea către client se află în centrul afacerii noastre, fiind un element de bază al culturii organizaționale. Acest lucru se reflectă în efortul pasionat și implicarea angajaților noștri din prima linie, care au continuat să ofere clienților servicii la calitatea de care au nevoie și pe care o merită - chiar și în ciuda situației extraordinare din timpul pandemiei din 2020. Îmi exprim recunoștința pentru toate acestea. În 2020, am continuat să le oferim clienților noștri produse noi și inovatoare pentru a-și îndeplini toate nevoile de comunicare, iar reacția din piață arată că acest lucru este apreciat de către români. Produsele Smart WiFi și Smart TV Stick atrag abonați într-un ritm foarte rapid. În același timp, observăm o creștere semnificativă a numărului de abonați pe segmentele cheie de clienți strategici pentru contractele de telefonie mobilă și serviciile convergente, care stau la baza dezvoltării viitoare”.

„Pentru clienții persoane juridice, continuăm să ne valorificăm poziția unică pe piață pentru a oferi soluții personalizate de ICT. În special în mediul actual, multe companii caută să-și digitalizeze operațiunile și am dovedit că suntem partenerul potrivit în această călătorie. În același timp, continuăm să colaborăm cu autoritățile locale din întreaga țară pentru a implementa proiecte de tip Smart City, care îmbunătățesc calitatea vieții românilor. De exemplu, am început să instalăm stații de încărcare rapidă pentru mașini electrice în mai multe orașe din România, Telekom fiind prima companie de telecomunicații din țara noastră care a inițiat un astfel de proiect”.

„În 2020, am continuat, de asemenea, să implementăm propriile inițiative de digitalizare, atât ale operațiunilor interne, cât și pentru clienți. Cu ajutorul roboților pentru automatizarea proceselor (RPA), continuăm să creștem rata de automatizare a proceselor interne. În 2020, pentru al treilea an la rând, am dublat numărul de roboți activi din cadrul companiei. În plan extern, ne propunem să simplificăm cât mai mult experiența clienților noștri în gestionarea interacțiunilor cu produsele și serviciile companiei din confortul caselor lor, făcând-o mai rapidă, mai ușoară și cel mai important - mai sigură. Astfel, numărul clienților care își primesc factura în format digital a crescut cu peste 60% și am mărit ponderea clienților care utilizează canale de plată digitale cu aproximativ 30% față de 2019”.

„În cele din urmă, pilonul cheie al strategiei noastre de schimbare este concentrarea continuă pe transformarea costurilor structurale. Prin programul Cash for Growth, pe care l-am implementat în a doua



EXPERIENȚE ÎMPREUNĂ.

jumătate a anului 2018, ne-am îmbunătățit fundamental baza de costuri, aducând reduceri semnificative, în special pe categoriile de costuri indirecte. Prin disciplină și concentrare riguroasă a implementării, împreună cu transformări cheie, cum ar fi externalizarea activităților IT, ne-am dezvoltat baza structurii financiare la un nivel stabil și rezistent. Transformarea costurilor va continua să joace un rol vital și în viitor, pentru a ne asigura consolidarea financiară”.

Nicolas MAHLER a concluzionat: „Am demonstrat în mod constant că strategia noastră oferă rezultatele necesare, chiar și în circumstanțe externe dificile. Prin eforturi concentrate, am reușit să ne îmbunătățim performanța financiară, demonstrând în mod constant creștere pe principalii indicatori de performanță ai EBITDA și FCF. Cu toate acestea, procesul de transformare merge mai departe. Vom continua să executăm inițiativele noastre și să asigurăm o bază financiară sănătoasă, necesară pentru viitoarele investiții care sunt semnul distinctiv al industriei noastre. Suntem pe o cale bună și începem 2021 dintr-o poziție puternică, pentru a ne îmbunătăți atât zona fixă, cât și pe cea mobilă”.

În 2020, OTE S.A. a anunțat că a încheiat un acord pentru vânzarea cotei sale de 54% din Telekom Romania Communications S.A. către Orange România. Tranzacția face obiectul aprobărilor instituțiilor cu rol de reglementare și a altor condiții, finalizarea acesteia fiind estimată în a doua jumătate a anului 2021. Până atunci, nimic nu se schimbă pentru clienți, compania continuând să ofere aceleași servicii, ca și până acum.

*

Despre Telekom Romania

Telekom Romania este un brand dinamic, care oferă servicii de telecomunicații fixe și mobile complete, inovatoare, personalizate pentru o comunitate vastă de clienți.

Soluțiile noastre deschid o lume infinită de oportunități de a împărtăși cele mai frumoase și emoționante experiențe cu familia, prietenii, colegii și cu cei din jurul nostru. Misiunea noastră este să îmbogățim viețile oamenilor, oferindu-le acestora servicii integrate fixe și mobile, tehnologii de ultimă generație 4G, fibră optică, precum și Internet TV, care aduce utilizatorilor o nouă experiență de divertisment, cu acces la conținut exclusiv și de calitate, pe toate ecranele, și funcționalități interactive avansate. Telekom Romania este partenerul de încredere al companiilor, pentru care oferim soluții complete de comunicații și IT&C. Rețeaua noastră conectează oameni, mașini și conținut, pentru un viitor mai bun, mai sigur și mai simplu.

Telekom Romania este prezentă pe piața românească din 2014, după rebranding-ul comun al Romtelecom și COSMOTE Romania.

Telekom aparține Deutsche Telekom, una dintre companiile lider global de telecomunicații integrate.

CONTACT:

TELEKOM ROMANIA

TELEKOM ROMANIA COMMUNICATIONS S.A.

TELEKOM ROMANIA MOBILE COMMUNICATIONS S.A.

Corporate Communication

E-mail: mediarelations@telekom.ro

TELEKOM ROMANIA

TELEKOM ROMANIA COMMUNICATIONS S.A.

TELEKOM ROMANIA MOBILE COMMUNICATIONS S.A.

3-5 Piața Presei Libere, City Gate (North Tower), 18th Floor, 1st District, 013702, Bucharest

E-mail: mediarelations@telekom.ro

Further information for journalists: www.telekom.ro