



## COMUNICAT DE PRESĂ

București, 14 mai 2020

### Performanță stabilă pentru Telekom Romania în T1 2020

#### Grupul de companii Telekom Romania

Grupul Telekom Romania anunță indicatorii cheie de performanță pentru primul trimestru din 2020, încheiat la 31 martie 2020, așa cum au fost raportați astăzi de către OTE Group.

Cu o creștere de la an la an a principalilor indicatori de performanță financiară - venituri și EBITDA - compania a reușit să își îmbunătățească rezultatele în primul trimestru din 2020, comparativ cu aceeași perioadă de timp din anul precedent. Veniturile consolidate au crescut la 237,1 mil. €, o creștere de 9,5% față de rezultatul din primul trimestru al anului 2019. În același timp, EBITDA ajustată după IFRS16 a crescut cu 31,5% până la 33,8 mil. €. Evoluția pozitivă a EBITDA a fost ajutată în plus de o performanță mai slabă în primul trimestru al anului 2019, amplificând în continuare tendința pozitivă.

Veniturile totale din servicii fixe s-au ridicat la 125,8 mil. € în primul trimestru al anului 2020, înregistrând o creștere de 23,9% an/an, determinată în special de dezvoltarea puternică a segmentului ICT al companiei, cu un salt de peste 100%, și de segmentul wholesale care a crescut cu 31%. Veniturile din retail pe segmentul fix au înregistrat o ușoară scădere, de 2,2%, cauzată de declinul continuu al serviciului tradițional de telefonie fixă, care a fost doar parțial compensat de creșterea veniturilor din internet fix.

Veniturile din internet fix au crescut cu 11,8% an/an, la valoarea de 18 mil. € în T1 2020, datorită creșterii venitului mediu per utilizator (ARPU), care a putut astfel compensa scăderea bazei de clienți. Veniturile din servicii TV au rămas stabile, cu o bază de 1,3 mil. de abonați, în scădere comparativ cu T1 2019, în special pe segmentul DTH (satelit), în procesul transferului către noua tehnologie IPTV. În cadrul orientării către tehnologiile moderne de televiziune, Telekom Romania a introdus un produs nou, Smart TV Stick, la finalul trimestrului întâi al acestui an, oferindu-le clienților posibilitatea de a-și transforma televizoarele cu ecran plat în Smart TV-uri cu care să vizioneze conținutul premium de la Telekom, fără a mai avea nevoie de vreun upgrade tehnologic. Astfel, a fost facilitată accesarea conținutului TV prin intermediul unui stick TV, fără a mai fi necesare alte cabluri sau o reinstalare tehnică – „plug & play”.

Numărul clienților serviciilor convergente fix-mobil (FMC) a continuat să crească pentru al optulea trimestru consecutiv, ajungând la 857.000 utilizatori, întărind și mai mult poziția de piață a companiei pe ofertele convergente fix-mobil.

Veniturile din servicii mobile au scăzut cu 3,8% comparativ cu T1 2019, la 73,3 mil. €. Scăderea a fost provocată de o reducere a tarifelor și a volumelor de interconectare în rețelele mobile și parțial de scăderea traficului generat de vizitatorii din afara țării, ca efect al restricțiilor de călătorie impuse în urma Covid-19 în T1 2020. Baza de abonați ai serviciilor mobile, inclusiv FMS, a crescut cu 1,6% comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut, la 1,6 mil. de abonați.

În T1 2020, procesul de transformare a costurilor companiei, aflat în desfășurare, a continuat să producă efecte, cu scăderi semnificative pe categoriile majore de cost. Prin externalizarea activităților de producție TV, Telekom Romania a implementat cu succes un nou pas în îmbunătățirea costului structural și transformarea organizațională, planificând mai multe optimizări pentru restul anului și pe alte segmente. Numărul angajaților a scăzut cu 17% an/an și a ajuns la 4.923 la finalul T1 2020.

„În ciuda situației economice actuale, provocatoare, am obținut un rezultat bun pe primul trimestru al anului, cu o creștere a veniturilor și a EBITDA. Continuăm pe direcția creșterii pe care am inițiat-o și vedem rezultatele transformării continue a companiei noastre. Cu primul impact al crizei Covid-19 deja vizibil și impactând deja veniturile previzionate, ne vom intensifica eforturile de ne reduce cheltuielile pentru a atinge obiectivele pentru EBITDA și fluxul de numerar pe anul 2020”, a declarat Nicolas MAHLER, Chief Financial Officer, Telekom Romania.

#### TELEKOM ROMANIA

TELEKOM ROMANIA COMMUNICATIONS S.A.

TELEKOM ROMANIA MOBILE COMMUNICATIONS S.A.

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

E-mail: [mediarelations@telekom.ro](mailto:mediarelations@telekom.ro)

Further information for journalists: [www.telekom.ro](http://www.telekom.ro)

„Rezultatele primelor trei luni ale anului confirmă abordarea corectă pe care am avut-o până acum. Efectele închiderii economiei, impusă de pandemia Covid-19, au început să se vadă la final de T1. Telekom Romania s-a adaptat la noul context dar, și noi, ca orice alt business, trebuie să ne pregătim de impactul din lunile următoare, din moment ce suntem parte integrantă a economiei României. Facem și vom face tot ceea ce ne stă în puteri pentru a depăși cu bine această perioadă”, a declarat Miroslav MAJOROS, CEO Telekom Romania.

Nicolas MAHLER a continuat: „Actuala pandemie Covid-19 din România, Europa și din întreaga lume ne-a ridicat multe provocări, la fel ca întregii economii. Primul nostru obiectiv în această situație a fost, desigur, siguranța și bunăstarea angajaților noștri. Am reușit să reacționăm rapid la situația în schimbare și ne-am adaptat la noile circumstanțe. În doar câteva zile, 64% dintre angajații noștri, adică 3.200 de persoane, au început să lucreze de acasă și ne-am luat toate măsurile de precauție pentru a asigura siguranța acelor colegi a căror poziție nu a permis munca la distanță.”

„O mulțumire specială trebuie să le transmitem angajaților din prima linie, în special din funcțiile tehnice, a căror muncă nu poate fi efectuată de acasă. Prin angajamentul lor, am reușit să ne menținem rețeaua funcțională în condițiile creșterii valorilor de trafic. Mai mult, ne-am mărit eforturile de digitalizare, oferind clienților mai multe opțiuni de a intra în contact cu noi sau de a plăti facturile, fără a fi nevoiți să viziteze fizic spațiile noastre, iar creșterea semnificativă a ponderii tranzacțiilor digitale ne arată că sunt apreciate aceste oferte de către clienți. Pe [site-ul](#) nostru, clienții au acces cu ușurință la toate opțiunile de plată a facturilor și de a alege în funcție de preferințele lor.”

„În același timp, suntem conștienți de obligația noastră față de societate, acum mai mult ca niciodată. În calitate de furnizor de telecomunicații, ne urmăm misiunea „Ținem România conectată”. Rolul nostru este să oferim sprijin în aceste momente dificile, permițând oamenilor din toată țara să lucreze de la distanță și să rămână în contact cu familiile și persoanele dragi lor. Susținem sistemul educațional prin acces gratuit la platforma Adservio până la finalul anului, care permite săli de clasă la distanță pentru școlile din România. Am donat telefoane mobile și am deschis linii de donații prin SMS către diverse organizații neguvernamentale implicate în lupta cu Covid-19. Pentru clienții noștri de afaceri am oferit pachetul Business Continuity, prin care aceștia pot primi acces la o serie de servicii pentru a-și menține activitatea funcțională, fără costuri suplimentare timp de 3 luni. Pentru a răspunde nevoilor crescute de divertisment la domiciliu, nu numai că am introdus noul Smart TV Stick, dar am și oferit clienților serviciului nostru TV M acces la întreaga gamă de canale, fără o taxă suplimentară.”

„În primul trimestru din 2020, am continuat, de asemenea, progresele în ceea ce privește transformarea costurilor structurale ale companiei noastre. Prin finalizarea proiectului de outsourcing pentru activitățile noastre de producție TV către un terț specializat, am pus următoarea piesă în funcțiune. Reabilitarea structurii de costuri va continua și constituie un element vital al strategiei noastre. Economii realizate prin această optimizare ne permit să planificăm investiții importante în viitor și să asigurăm o creștere continuă a activității noastre. Acest lucru devine și mai critic în timpul incertitudinii economice provocate de pandemia Covid-19. Chiar dacă efectele pe care le-am experimentat până acum au fost gestionabile, este clar că o criză de genul acesta nu are vreodată un câștigător și un impact suplimentar asupra veniturilor noastre este probabil să apară în viitor. Pentru a acoperi acest lucru și pentru a proteja performanța financiară a grupului OTE, luăm măsuri de precauție, în special printr-o reducere drastică a cheltuielilor și a activităților care nu au un impact direct asupra veniturilor noastre. Lucrăm la limitarea severă a costurilor, în special pentru elemente precum călătoriile, utilitățile și achizițiile, totodată renegociem cu furnizorii noștri din toate categoriile relevante.”

„În această perioadă de incertitudine economică, suntem mai convinși ca niciodată că strategia adoptată este corectă. Transformarea noastră într-o companie mai digitală, simplificată, continuă, iar succesele pe care le-am obținut deja ne oferă o bază mai stabilă pentru a anticipa turbulențele actuale. De aceea, vom continua să ne concentrăm pe reducerea costurilor și să lucrăm la digitalizarea proceselor și în trimestrul II, precum și în restul anului. Chiar mai mult ca oricând: disciplina costurilor! În același timp, ne vom continua misiunea de a elibera internetul, bucurând clienții cu oferte atractive și produse noi, inovatoare. Lansarea noilor noastre oferte Smart TV Stick și Smart WiFi reprezintă un alt pas către acest obiectiv și suntem bucuroși să vedem că ne împărtășesc convingerea și clienții noștri, deoarece sondajele noastre de opinie arată că majoritatea noilor clienți ar recomanda serviciile Telekom altora.”



**EXPERIENȚE ÎMPREUNĂ.**

Nicolas MAHLER a adăugat: „Putem vedea clar transformarea și putem fi mândri de îmbunătățirile pe care le-am obținut deja. În același timp, nu suntem încă unde vrem să fim. Marja noastră EBITDA de 11,9% în primul trimestru al anului 2019 a fost nesustenabilă și, chiar dacă am reușit să creștem această marjă până la 14% în trimestrul I al anului curent, suntem totuși departe de obiectivul nostru. Pentru a rămâne pe o bază financiară sănătoasă și pentru a ne finanța nevoile de investiții, trebuie să vizăm o marjă EBITDA de peste 20% la jumătatea perioadei. Pentru a atinge acest obiectiv, trebuie să ne continuăm creșterea, continuând transformarea costurilor structurale.”

\*\*\*

## **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 România. 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](mailto: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), 18<sup>th</sup> Floor, 1st District, 013702, Bucharest

E-mail: [mediarelations@telekom.ro](mailto:mediarelations@telekom.ro)

Further information for journalists: [www.telekom.ro](http://www.telekom.ro)