

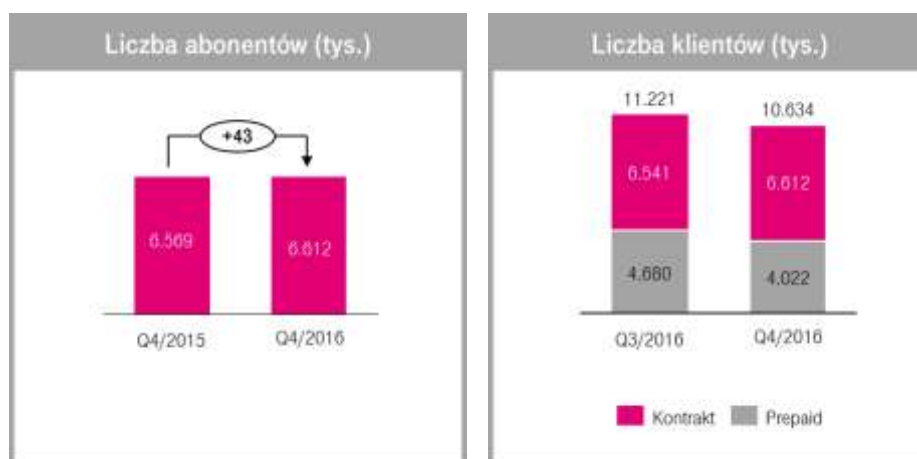
INFORMACJA PRASOWA

2 marca 2017 r.

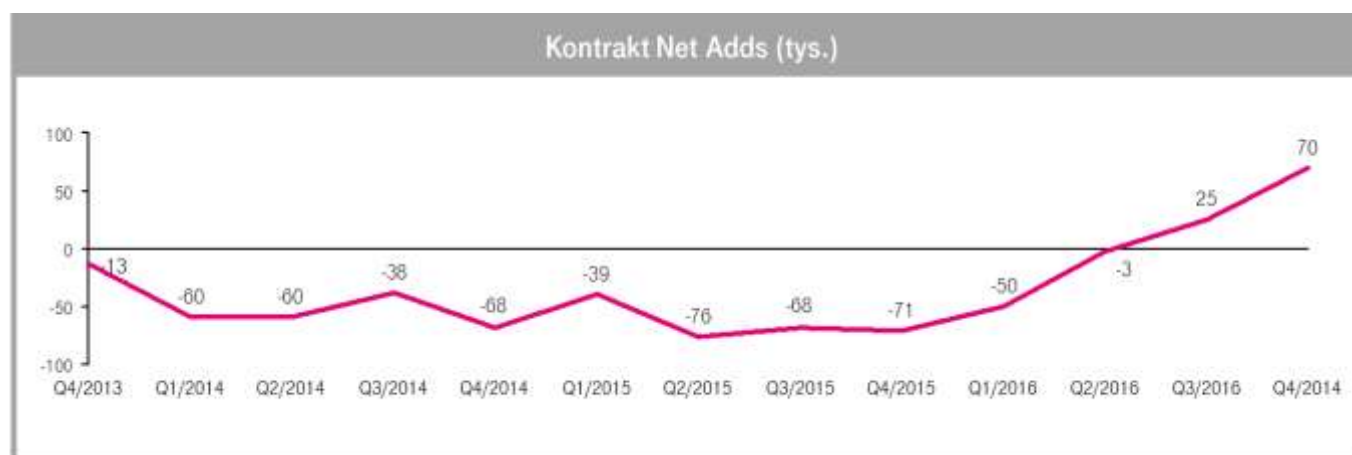
T-Mobile odwrócił trendy

Nowa filozofia działania oraz wprowadzone przez T-Mobile Polska zmiany przynoszą pierwsze efekty. Spółka kolejny kwartał z rzędu zakończyła ze wzrostem bazy abonentów oraz przychodów całkowitych. W 2016 roku klienci T-Mobile otrzymali większy zasięg LTE oraz nową ofertę SuperNet z nieograniczonym dostępem do Internetu w wybranych aplikacjach. Działania T-Mobile cieszą się coraz większą popularnością, co jest szczególnie dobrze widoczne w rekordowej liczbie wyświetleń spotów marki na YouTube.

T-Mobile Polska na koniec grudnia 2016 roku obsługiwała bazę 10,634 miliona klientów. W przypadku segmentu usług przedpłaconych Spółka zamknęła rok liczbą 4,022 miliona klientów, a niższa o 657 tysięcy liczba kart SIM w czwartym kwartale odzwierciedlała trendy rynkowe związane z wprowadzeniem obowiązkowej rejestracji numerów usług przedpłaconych. W czwartym kwartale 2016 roku liczba abonentów T-Mobile Polska wzrosła o 70 tysięcy i Spółka na koniec roku obsługiwała bazę 6,612 miliona abonentów.



W przypadku segmentu usług abonamentowych liczba klientów T-Mobile Polska zwiększyła się kolejny kwartał z rzędu zgodnie z trendem widocznym w wynikach operacyjnych od początku ubiegłego roku. Dzięki temu bilans T-Mobile Polska na koniec 2016 roku w segmencie klientów abonamentowych jest dodatni, a liczba klientów zwiększyła się o 43 tysiące w porównaniu do roku 2015.

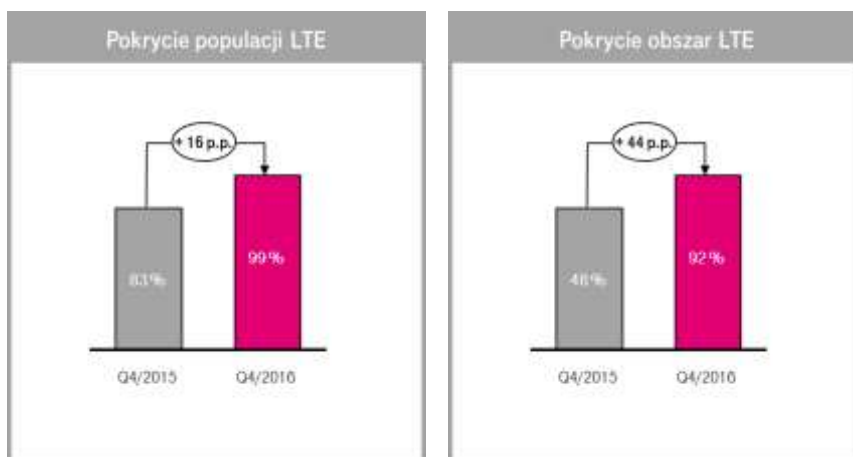


„Z satysfakcją możemy powiedzieć, że zakończyliśmy ubiegły rok ze wzrostem bazy abonentów i przychodów. Nasze nowe podejście przynosi już pierwsze efekty, choć wiemy, że to początek drogi i wiele pracy jeszcze przed nami” - mówi Adam Sawicki, prezes T-Mobile Polska S.A. i dodaje „Inwestycje w rozbudowę sieci LTE oraz dbałość o najwyższą jakość oferowanych usług przyczyniły się do uzyskania przez T-Mobile certyfikatu najlepszej sieci trzeci rok z rzędu. Cieszymy się, że coraz więcej klientów docenia nasze starania, bo to potwierdza, że idziemy w dobrym kierunku”.

W 2016 roku T-Mobile Polska zwiększył swoją aktywność promocyjną oraz reklamową. Udział wydatków reklamowych Spółki na tle branży telekomunikacyjnej zwiększył się z około 18% w 2015 roku do około 24% w 2016 roku. Dużą popularnością cieszyły się spoty T-Mobile Polska, które na kanale operatora na portalu YouTube wyświetlono ponad 27 milionów razy. W porównaniu z 2015 rokiem liczba wyświetleń spotów T-Mobile zwiększyła się blisko 7 razy. Sama platforma Electronic Beats zgromadziła społeczność ponad 450 tysięcy fanów zainteresowanych nowymi trendami w muzyce i w świecie kultury miejskiej. W 2016 roku dzięki szeroko prowadzonym działaniom nastąpiła wyraźna zmiana w postrzeganiu marki T-Mobile, która zaowocowała wzrostem świadomości spontanicznej oraz Top of Mind.

W segmencie klientów biznesowych T-Mobile Polska uzyskał w 2016 roku wzrost przychodów ze sprzedaży usług ICT oraz M2M w porównaniu do 2015 roku. Stawiając na najwyższą jakość obsługi klientów Spółka w segmencie małych i średnich przedsiębiorstw uzyskuje wynik ponad 9 na 10 spraw załatwionych przy pierwszym kontakcie telefonicznym. Dzięki optymalizacji procesów T-Mobile Polska skróciła również o 25% czas dostarczenia usług i produktów dla klientów biznesowych. O pozycji Spółki w segmencie usług biznesowych w 2016 roku świadczy również dodatni bilans przenoszalności numerów stacjonarnych, który wyniósł blisko 95 tysięcy numerów.

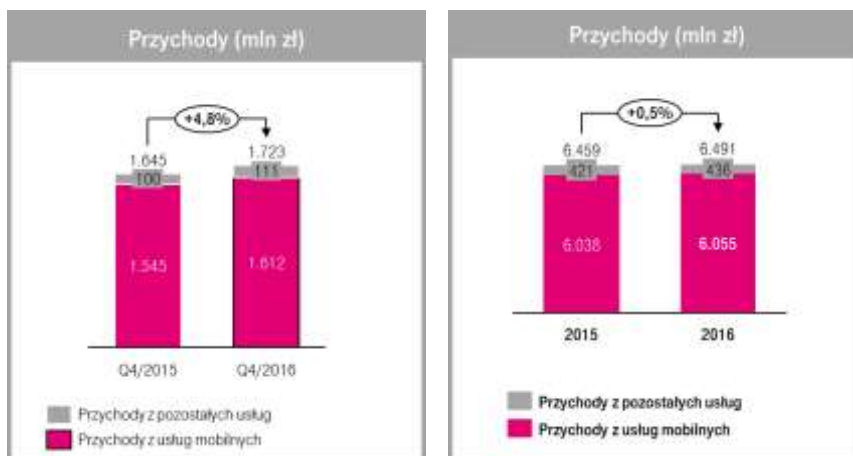
W 2016 roku nakłady inwestycyjne T-Mobile Polska wraz z zakupem częstotliwości osiągnęły poziom 5,025 miliarda złotych, z czego znaczną część stanowiło pozyskanie częstotliwości 800 MHz i 2600 MHz. Realizowane przez Spółkę w ciągu roku inwestycje zaowocowały zwiększeniem o 16 punktów procentowych zasięgu LTE, który obecnie jest oferowany ponad 99% populacji Polski. W tym samym czasie Spółka niemalże podwoiła powierzchnię kraju, na której oferuje dostęp do technologii LTE zwiększając ją o blisko 44 punkty procentowe do ponad 92% powierzchni kraju.



O najwyższej jakości usług oferowanych w sieci T-Mobile Polska świadczy wynik badania sieci mobilnych w Polsce przeprowadzonego przez niezależną międzynarodową firmę badawczą P3 Communications, w którym T-Mobile Polska już po raz trzeci uzyskała największą liczbę punktów oraz Certyfikat: Best In Test 2016.

„W 2016 roku przychody całkowite T-Mobile Polska utrzymały się na stabilnym poziomie. Natomiast na wynik EBITDA wpłynęły m.in. większe nakłady marketingowe i wyrównanie poziomu komunikacji z naszą bezpośrednią konkurencją oraz wyższe koszty rozliczeń międzyoperatorskich związanych z rosnącą popularnością taryf z nielimitowanymi usługami wliczonymi w abonament” – powiedział Szabolcs Gaborjani, Członek Zarządu ds. Finansowych T-Mobile Polska S.A.

Przychody całkowite T-Mobile Polska osiągnęły w czwartym kwartale 2016 roku 1,723 miliarda złotych i były wyższe o 4,8% w porównaniu do ubiegłego roku. W całym 2016 roku przychody całkowite Spółki wyniosły 6,491 miliarda złotych i były wyższe o 0,5% w porównaniu do 2015 roku.



W czwartym kwartale 2016 roku skorygowany zysk EBITDA Spółki wyniósł 598 milionów złotych. Marża EBITDA w tym okresie osiągnęła poziom 34,7% zmniejszając się o 1,8 punktu procentowego w porównaniu do czwartego kwartału 2015 roku. Wypracowany przez Spółkę skorygowany zysk EBITDA w 2016 roku wyniósł 2,1 miliarda złotych i był niższy o 13,4% w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku.

