

Telekom România: Venituri consolidate de 228,9 milioane euro în al doilea trimestru din acest an

Grupul Telekom România a înregistrat venituri consolidate de 228,9 milioane euro în al doilea trimestru din acest an, în scădere cu 1%, fata de aceeași perioadă din 2019, anunțat, joi, operatorul.

"În trimestrul al doilea, veniturile consolidate au fost afectate de pandemia globală Covid-19 - în mod asemănător cu ale altor operatori din UE - întrucât restricțiile de călătorie au redus veniturile din roaming și din vizite, în timp ce închiderea temporară a magazinelor a afectat negativ vânzarile de terminale. Acest impact a fost acoperit aproape integral printr-o creștere a veniturilor din segmentele ICT și wholesale ale companiei, ceea ce a condus la obținerea unor venituri consolidate de 228,9 milioane euro, cu o ușoară scădere, de 1%, fata de aceeași perioadă din 2019", se menționează în comunicatul companiei remis AGERPRES.

Veniturile totale din servicii fixe s-au ridicat la 121,1 milioane euro în al doilea trimestru din 2020, în creștere anuală cu 7,2%, pe fondul avansului înregistrat de segmentul ICT, de 25,1%.

Potrivit sursei citate, segmentul de 'wholesale business' a crescut cu 21%, compensând o contractie de 6,6% în veniturile din retail pe segmentul fix. În același timp, "serviciul de voce a dat semne de stabilizare", veniturile rămânând stabile fata de cele două trimestre anterioare, la 14,3 milioane euro, ajutat de creșterea clienților FMC.

Reprezentanții companiei susțin ca transferarea bazei de clienți TV către tehnologii orientate spre viitor - precum IPTV - a continuat, determinând scăderea bazei de abonați, până la 1,26 milioane în T2 2020, în special pe serviciile DTH. "Deși impactul a fost parțial atenuat printr-o creștere a ARPU în același interval de timp, contractarea bazei de abonați TV a condus la o scădere a veniturilor din servicii de televiziune. În același timp, noua ofertă a companiei, Smart TV Stick, care permite clienților să-și transforme televizorul într-un Smart TV fără instalare suplimentară și independent de furnizor, a continuat să crească, ajungând la o bază de 17.400 abonați, de la lansarea sa la sfârșitul primului trimestru al acestui an", se mai precizează în comunicatul Grupului Telekom România.

Potrivit raportului, scăderea veniturilor din serviciile de televiziune a fost parțial compensată prin creșterea veniturilor din internet fix cu 8,4% comparativ cu T2 din anul precedent, printr-o concentrare pe clienții care au generat o valoare mai mare.

În timpul crizei Covid-19, compania nu a implementat măsuri de reducere a personalului, cum ar fi concedieri sau somaj tehnic.

"În trimestrul al doilea ne-am menținut veniturile stabile și ne-am continuat creșterea EBITDA, în ciuda circumstanțelor dificile. În acest trimestru am arătat că prin strategia noastră de control strâns al cheltuielilor și transformarea costurilor, suntem capabili să depășim și să diminuăm efectele neașteptate ale pandemiei Covid-19 pe linia noastră de vârf. Sunt fericit că am obținut creșterea EBITDA pentru cel de-al treilea trimestru consecutiv și asta îmi dă încredere că am ales abordarea potrivită pentru a realiza o recuperare stabilă și durabilă a performanței noastre financiare", a declarat Nicolas Mahler, director executiv Financiar, Telekom România.

Potrivit companiei, EBITDA ajustată după IFRS16 a crescut cu 25,7% an/an, ajungând la 36,2 milioane euro, în special datorită transformării continue a costurilor companiei și a măsurilor de reducere suplimentară a costurilor în contextul COVID-19.

Totodată, veniturile totale din servicii mobile au scăzut cu 9,2% în al doilea trimestru, până la 93,8 milioane euro

fata de aceeași perioadă a anului trecut.

"Această scădere a fost determinată de reducerea tarifelor de terminare pentru rețelele mobile, impusă de autoritatea de reglementare și, parțial, de scăderea traficului din roaming și a traficului internațional în timpul restricțiilor de călătorie cauzate de pandemia COVID-19 în T2. Mai mult, în timpul perioadei de izolare, ca parte a măsurilor impuse de instituirea stării de urgență, o treime din magazinele de vânzare cu amănuntul, mai ales cele din centrele comerciale mari, au fost închise. Acest lucru a afectat vânzările de telefoane mobile și a încetinit în general achizițiile de orice fel. Până la sfârșitul celui de-al doilea trimestru al acestui an, toate magazinele au putut fi redeschise. În ciuda acestor aspecte, baza de abonați ai serviciilor mobile (postpaid) a crescut cu 6,1% față de aceeași perioadă a anului precedent, până la 1,6 milioane de abonați", se mai spune în comunicat.

Baza de clienți pentru segmentul de importanță strategică de servicii convergente fix-mobil (FMC) a continuat creșterea în T2 2020, cu 9,4% față de aceeași perioadă din anul precedent, ajungând acum la 881.000 de abonați, reafirmând poziția de lider de piață a Telekom România pe acest segment.

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.