



Szanowni Akcjonariusze,

Rok 2019 był bardzo udany dla Orange Polska. Dzięki konsekwentnej realizacji naszej strategii osiągnęliśmy założone cele finansowe. Daje to nam pewność, że pomimo licznych wyzwań jesteśmy na dobrej drodze do przywrócenia trwałego wzrostu.

Rok 2019 potwierdził odwrócenie trendów finansowych

Wyniki finansowe za 2019 rok przyniosły potwierdzenie naszych ambicji w zakresie wzrostu. Wskaźnik rentowności operacyjnej (pod standardem rachunkowości MSSF 16 jest nim EBITDAaL – EBITDA po uwzględnieniu kosztów leasingu) zwiększył się drugi rok z rzędu. Co więcej, po raz pierwszy osiągnęliśmy wzrost nawet z wyłączeniem zysków ze sprzedaży aktywów. Do tego osiągnięcia przyczyniły się poprawiająca się ewolucja przychodów oraz dalsza znacząca optymalizacja kosztów. Mam przyjemność przekazać, że w 2019 roku nasze przychody zwiększyły się o 2,9% – to pierwszy zaraportowany przez nas wzrost przychodów od 13 lat. Stanowi to przekonujący dowód, że przyjęta w 2017 roku strategia się sprawdza i jest skutecznie realizowana pomimo wymagającego otoczenia oraz utrzymującej się presji na tradycyjne usługi stacjonarne. Wzrost efektywności jest efektem kompleksowej transformacji procesów biznesowych we wszystkich obszarach (takich jak sieci, działalność komercyjna, sieć dystrybucji i obsługa klienta), podjętej w ramach strategii Orange.one.

Przełom na rynku telekomunikacyjnego w Polsce

Ubiegły rok przyniósł przełom na rynku telekomunikacyjnym w Polsce: operatorzy przyjęli podejście „więcej za więcej”. Skorygowaliśmy ceny większości usług dla klientów indywidualnych, wprowadzając zmiany w cennikach jako pierwsi na rynku. Jesteśmy przekonani, że strategia „więcej za więcej” jest kluczowa dla długofalowego budowania wartości Orange Polska, a jej realizacja sprzyja powrotowi na ścieżkę trwałego wzrostu. Cieszy nas, że to podejście spotkało się z dobrym przyjęciem ze strony klientów, zwłaszcza w segmencie mobilnym. W abonamentowych usługach głosowych liczba przyłączeń netto była wyższa, a wskaźnik odejść niższy niż w 2018 roku. W tym kontekście należy także podkreślić, że we wskaźniku satysfakcji klientów NPS (*Net Promoter Score*) przesunęliśmy się z trzeciego miejsca na drugie, co potwierdza słuszność naszego podejścia zorientowanego na klienta.

Sieć światłowodowa: inwestycja w długoterminową budowę wartości

Na koniec 2019 roku, w zasięgu naszej sieci – która rzeczywiście doprowadza światłowód do domu – znajdowało się 4,2 mln gospodarstw domowych w 142 miastach. Stanowi to blisko 30% wszystkich gospodarstw domowych w Polsce i oznacza, że już w ponad 80% zrealizowaliśmy cel, jakim jest objęcie zasięgiem 5 mln gospodarstw domowych do końca 2020 roku. Liczba klientów usług światłowodowych zwiększyła się w ujęciu rocznym o ponad 40%, osiągając poziom 520 tys. Stanowią oni już 20% całkowitej bazy klientów usług szerokopasmowych (wobec 14% rok wcześniej). Nasycenie sieci usługą światłowodową przekroczyło 12%, przy czym wskaźnik ten rośnie z każdym kolejnym kwartałem. W 40 miastach nasycenie przekracza już 15%, a w 16 miastach – 20%. Należy przy tym podkreślić, że ponad 80% pozyskanych w 2019 roku użytkowników to nowi klienci Orange Polska – co potwierdza, że zwiększamy udział w rynku kosztem konkurencji, a klienci doceniają zalety światłowodu. Jesteśmy głęboko przekonani, że inwestujemy w przyszłościową technologię, która na dziesięciolecia zapewni nam przewagę konkurencyjną.

Nabycie BlueSoft wzmocnieniem działalności w obszarze klientów biznesowych

W strategii Orange.one podkreśliłszy zamiar rozwijania usług ICT, dostrzegając ich znaczącą synergię z naszą podstawową ofertą telekomunikacyjną dla klientów biznesowych. W ostatnich latach ta synergia stała się większa niż kiedykolwiek ze względu na digitalizację działalności przez przedsiębiorstwa. Oznacza to, że poza łącznością i infrastrukturą, firmy



potrzebują także oprogramowania, usług w chmurze oraz innych usług w zakresie transformacji cyfrowej. Od kilku lat z powodzeniem rozwijamy technologie ICT w Orange Polska za pośrednictwem naszej spółki zależnej Integrated Solutions, która znajduje się wśród trzech największych integratorów IT w Polsce. W naszej ofercie brakowało jednak komponentu oprogramowania, a nabycie BlueSoft wypełniło tę lukę. Doskonale uzupełnia to nasze dotychczasowe możliwości i znacząco zwiększa konkurencyjność zarówno względem innych operatorów telekomunikacyjnych, jak i podmiotów świadczących wyłącznie usługi ICT. BlueSoft to sprawna i efektywna firma, notująca stabilny wzrost i dysponująca zespołem wysoko wykwalifikowanych konsultantów z zakresu informatyki oraz ukształtowanymi kontaktami biznesowymi z wieloma znanymi firmami. Spodziewamy się, że od 2020 roku będziemy realizować synergię przychodów z tej transakcji.

Przygotowania do wdrożenia 5G

Aukcję częstotliwości pod 5G zaplanowano w Polsce na 2020 rok, ale już ubiegły rok był dla nas bardzo istotny w tym obszarze. Po przeprowadzeniu w 2018 roku pierwszych testów poza laboratorium w paśmie 3,5 GHz, na początku 2019 roku przeprowadziliśmy w Zakopanem testy przy wykorzystaniu częstotliwości 26 GHz. Były to pierwsze testy sieci 5G w Polsce w oparciu o to pasmo. Będzie ono wykorzystywane głównie do wsparcia funkcjonowania sieci w obszarach o największej gęstości zaludnienia, a także do zapewnienia stacjonarnego dostępu bezprzewodowego dla licznych aplikacji biznesowych. W drugiej połowie roku, rozpoczęliśmy najszerze do tej pory testy z udziałem klientów na terenie Warszawy (wspólnie z Ericssonem) i Lublina (wspólnie z Nokią), w paśmie 3,4-3,6 GHz. Średnia prędkość transmisji wyniosła około 350 Mb/s, czyli dziesięć razy więcej od przeciętnej prędkości w obecnej sieci 4G. Jesteśmy bardzo zadowoleni z wyników, które potwierdzają, że będziemy gotowi do wdrożenia 5G niezwłocznie po uzyskaniu częstotliwości. Zbliża się aukcja na to pasmo, która będzie kluczowym wydarzeniem 2020 roku. Liczymy na to, że procedura aukcyjna będzie przebiegać w sposób sprawny i przejrzysty.

Priorytety na kolejny rok: realizacja celów strategicznych nakreślonych do 2020 roku

Rok 2020 będzie ostatnim rokiem realizacji naszej obecnej strategii. Kluczowym celem jest naturalnie podtrzymanie wzrostu, który osiągnęliśmy w ostatnich dwóch latach. Zamierzamy nadal realizować strategię budowania wartości we wszystkich obszarach działalności. Sytuacja makroekonomiczna Polski jest w dalszym ciągu korzystna, pomimo prognozowanego niewielkiego spadku tempa wzrostu gospodarczego. Tegoroczne wyzwania będą przede wszystkim wynikały z zewnętrznego otoczenia inflacyjnego. To motywuje nas do dalszego podnoszenia efektywności, co zwiększy nasz potencjał wzrostu w kolejnych latach. Podejmiemy także intensywne prace nad nową strategią, którą w stosownym czasie przedstawimy rynkowi.

Jean-François Fallacher
Prezes Zarządu Orange Polska S.A.