

# Strategia Netii zdobycia miliona klientów usług szerokopasmowych

18 kwietnia 2007 r.

**netia**

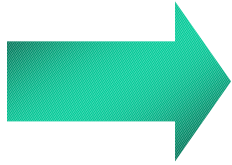
PLAYO 

 **GERMANOS**



*Informacje zawarte w niniejszej prezentacji zawierają stwierdzenia dotyczące przyszłości (prognozy). Prognozy te nie stanowią gwarancji przyszłych wyników oraz wiążą się z ryzykiem i brakiem pewności realizacji tych prognoz. Z uwagi na wystąpienie szeregu czynników faktyczne wyniki osiągnięte przez Netię mogą różnić się w istotnym zakresie od wyników przedstawionych w informacjach prognostycznych. Szczegółowy opis czynników ryzyka związanych z inwestowaniem w papiery wartościowe Netii znajduje się w raporcie rocznym Netii opublikowanym w formie raportu okresowego nr 28/2007 z dnia 1 marca 2007 roku. Netia niniejszym oświadcza, że nie jest zobowiązana do aktualizacji lub korygowania publikowanych prognoz.*

# Treść



## Przegląd rynku

Nowa strategia

Dane finansowe

Podsumowanie

# Polski rynek jest atrakcyjny i dynamicznie się rozwija

## Główne wskaźniki:

### Polityka:

- Szybka liberalizacja rynku telekomunikacyjnego
- Integracja z UE

### Gospodarka:

- Niska inflacja
- Szybki rozwój gospodarczy
- Niskie stopy procentowe

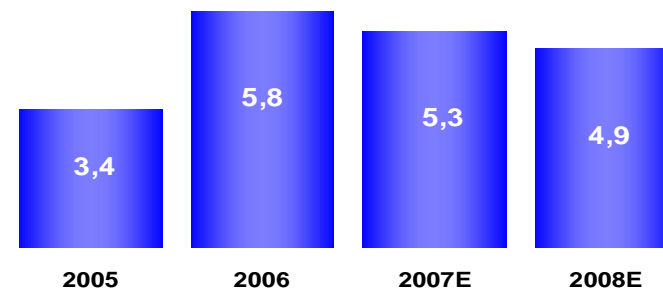
### Spółeczeństwo:

- Migracja do dużych miast i do krajów UE
- Rosnąca klasa średnia i starzejąca się populacja

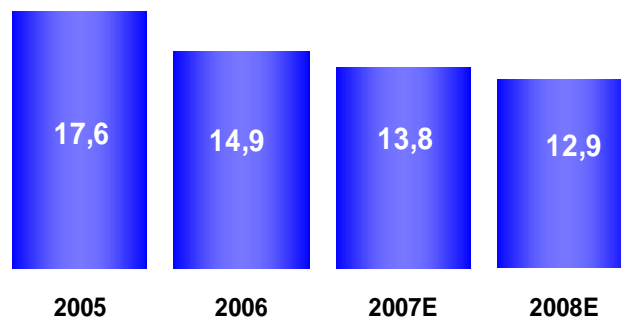
### Technologie:

- Masowe korzystanie z Internetu i telefonów komórkowych
- Szybka akceptacja nowych technologii

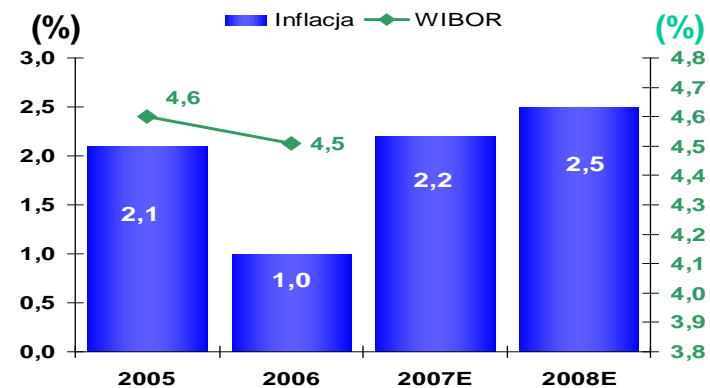
## Produkt krajowy brutto (%)



## Wskaźnik bezrobocia (%)



## Inflacja / Stopy procentowe

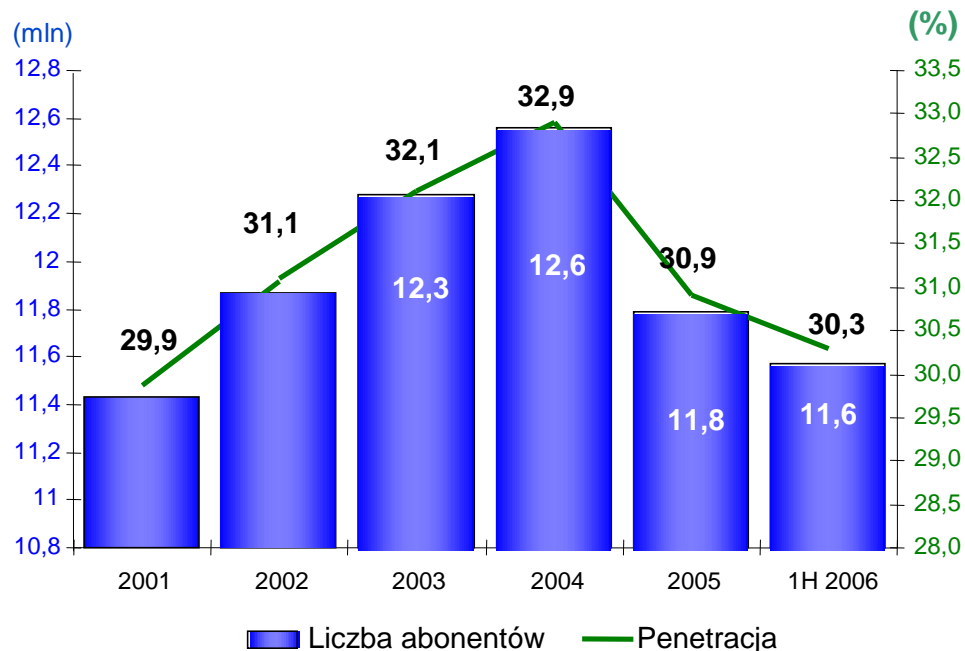


# Polski rynek telekomunikacyjny ulega szybkim zmianom

## Dane rynkowe

	2006
Ludność	38,7 mln
Gospodarstwa domowe	12 mln
Aktywne linie stacjonarne	11,32 mln
Operator dominujący	Telekomunikacja Polska (TPSA)
Użytkownicy Internetu	11,5 mln
Użytkownicy usług szerokopasmowych	4 mln
Użytkownicy usług komórkowych	36,75 mln
Dostępność TVK	40%*
Internet w TVK	2,5%*

## Klienci usług stacjonarnych



## Trendy rynkowe

Rynek	Klienci	Regulacje	Technologie
<ul style="list-style-type: none"> <li>Znaczny spadek przychodów z telefonii stacjonarnej</li> <li>Ostra konkurencja w sektorze usług dla biznesu i spadające marże</li> <li>Szybki rozwój Internetu</li> <li>Pakietyzacja usług głosowych i Internetu (również w TVK)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Szybkie zastępowanie usług stacjonarnych komórkowymi</li> <li>Silna presja cenowa głównie w segmencie klientów biznesowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bitstream 51% poniżej ceny detalicznej</li> <li>WLR 47% poniżej ceny detalicznej</li> <li>Pełen dostęp LLU za 36 zł miesięcznie</li> <li>Nowe RIO w 2006 r. – 35% redukcja stawek na terminację ruchu w sieciach stacjonarnych</li> <li>22% redukcja na terminację ruchu w sieciach komórkowych w 2006 r.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Polska 3-cim rynkiem dla usług Skype</li> <li>IPTV i VoD oferowane przez TP</li> <li>Technologie dostępu bezprzewodowego:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>HSDPA, CDMA and WiMax</li> </ul> </li> </ul>

\*dane na 2005 r.

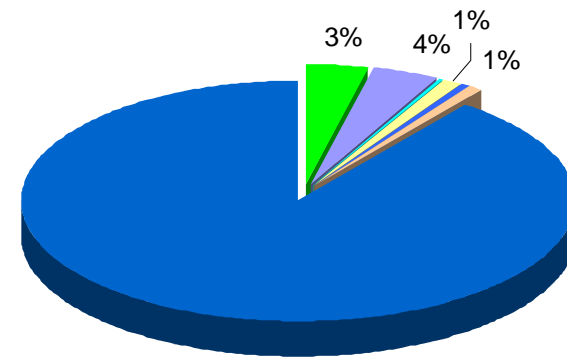
Źródło: GUS, PMR, CBOS, TNS OBOP

# Pomimo działalności wielu operatorów alternatywnych TP nadal dominuje na rynku stacjonarnym

## Główni gracze rynkowi

Operator	Usługi	Pozycja rynkowa	Przychody'06 (mln Euro)
TP	stacjonarne, Internet, transmisja danych	10,1 mln linii, 1,7 mln użytkowników Internetu	2,872
PTK Centertel (Orange)	komórkowe	12,5 mln klientów	1,950
Polkomtel (Plus)	komórkowe	12 mln klientów	1,905
PTC (Era)	komórkowe	12,2 mln klientów	1,838
Netia	Stacjonarne, Internet, transmisja danych	398 tys. linii, 55 tys. klientów Internetu	223
Exatel	stacjonarne	1,2% udział w rynku pod względem przychodów	137
Telefonia Dialog	stacjonarne, transmisja danych, Internet	438 tys. linii, 96 tys. klientów Internetu	129
GTS Energis	stacjonarne	7 tys. klientów biznesowych, ok.1% rynku pod względem przychodów	103
UPC Polska	TVK	2 mln gospodarstw w zasięgu, 994 tys. klientów TVK	97,4*
Tele2	Stacjonarne, reseller	1mln klientów stacjonarnych	61,9*
Multimedia	TVK	130 tys. klientów stacjonarnych	60,9*
Vectra	TVK	630 tys. klientów TVK	53,0*

## Rynek stacjonarny (liczba linii)



91%



\*data for 2005

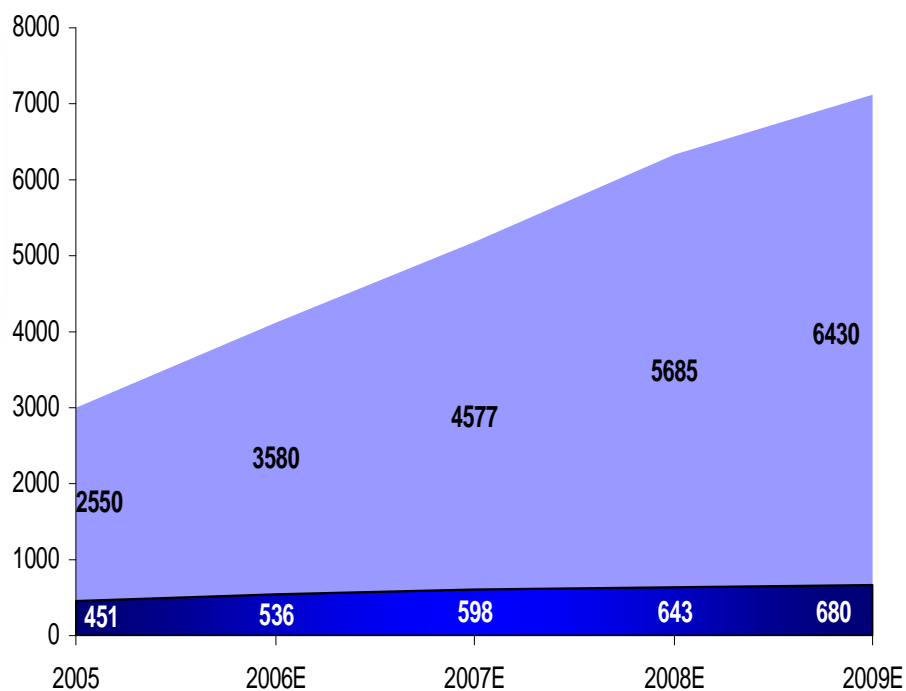
Źródło: GUS, CBOS, TNS OBOP, PMR, dane własne firmy, sprawozdania finansowe operatorów



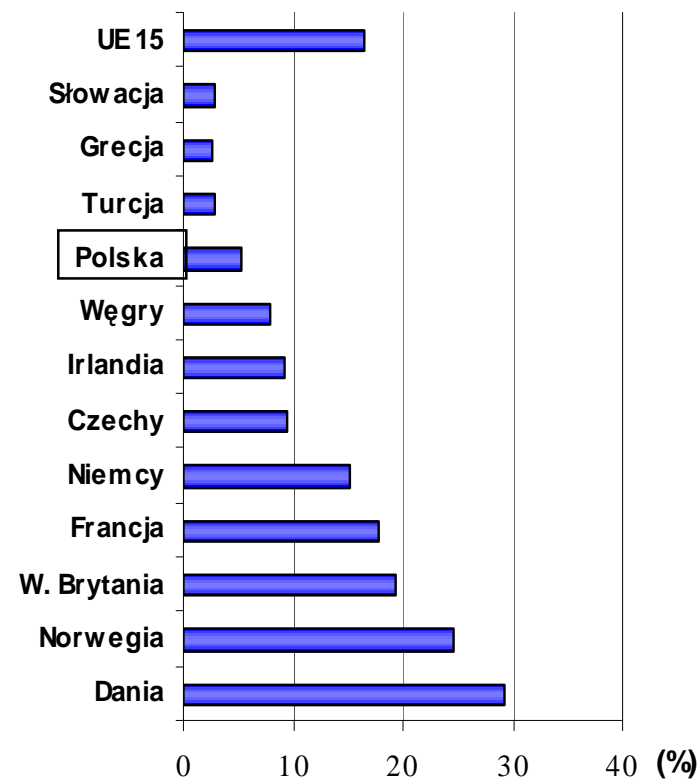
# Polski rynek szerokopasmowy rozwija się dynamicznie (przy stosunkowo niskiej penetracji)

Klienci usług szerokopasmowych w Polsce (w tys.)

Wskaźnik dostępności Internetu (2006 r.)



■ segment biznesowy ■ segment gospodarstw domowych



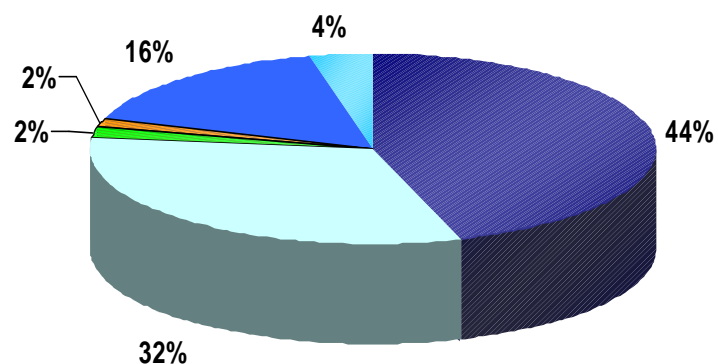
Źródło: PMR, OECD



# Rynek szerokopasmowy jest bardzo rozdrobniony

Ponad 4 tys. dostawców

Nowi gracze na rynku



■ TP      ■ Sieci lokalne      ■ Netia  
■ Dialog      ■ Operatorzy TVK      ■ Inni operatorzy

- AirBites (Swisscom)
- Hyperion (konsolidacja ISP)
- Clearwire (WiMax)

Źródło: OECD czerwiec 2006 r., UKE, Netia





# Netia jest dobrze przygotowana do wykorzystania możliwości rynkowych

- Solidna baza klientów (głównie biznesowych)
- Silna marka
- Potwierdzone umiejętności pozyskiwania klientów ADSL w oparciu o własną sieć
- Pierwsza na rynku w oferowaniu usługi BSA (obecnie ponad 100 tys. użytkowników usług szerokopasmowych)
- Udowodniona zdolność przejmowania i integrowania mniejszych firm
- Dostęp do oferty komórkowej Play
- Dostęp do rozbudowanej sieci sprzedaży Germanos
- Rozbudowana infrastruktura i wiedza technologiczna
- Doświadczona, zaangażowana i prokliencko nastawiona kadra menedżerska
- Poparcie głównych udziałowców posiadających doświadczenie w telekomunikacji



# Treść

Przegląd rynku

**Nowa strategia**

Dane finansowe

Podsumowanie

# Misja / Wizja / Strategia



# Założenia strategiczne

<b>Zdobycie pozycji lidera usług szerokopasmowych</b>	<b>1 milion klientów usług szerokopasmowych</b>
<b>Wykorzystanie inwestycji w Play</b>	<b>Usługi konwergentne od 2008 roku</b> <b>Synergie finansowe i operacyjne</b>
<b>Optymalizacja silnej pozycji w segmencie klientów biznesowych</b>	<b>Zwiększenie liczby klientów wśród małych i średnich firm</b> <b>Zwiększenie rentowności w segmencie klientów korporacyjnych przy minimalizacji dodatkowych nakładów inwestycyjnych</b>
<b>Zmiana kultury organizacyjnej wspierającej realizację strategię</b>	<b>Pracownicy skoncentrowani na potrzebach klienta, skuteczni i przedsiębiorczy</b>
<b>Inwestycje w rentowny rozwój</b>	<b>Najwyższe w branży tempo wzrostu przychodów w latach 2007- 2009</b> <b>Maksymalne wykorzystanie posiadanych aktywów</b>



Cel strategiczny:

# Zdobycie pozycji lidera usług szerokopasmowych

## Kluczowe inicjatywy

- **Pierwsza na rynku i agresywnie pozyskująca klientów BSA**
  - Dwie kampanie reklamowe w ciągu roku
  - Usługi dodatkowe jako czynnik wyróżniający
  - Wysokiej jakości obsługa klienta
- **Szybkie podnoszenie wartości klienta przez wdrożenie LLU (atrakcyjne lokalizacje o wysokim ARPU i dobrej jakości sieci TP)**
- **Lepsze wykorzystanie istniejącej sieci miedzianej oraz wybiórczy rozwój sieci**
- **Optymalizacja inwestycji w Wimax – w miastach o małej dostępności Internetu i na przedmieściach dużych miast**

Cel strategiczny:

## Wykorzystanie inwestycji w Play

### Kluczowe inicjatywy

- Sprzedaż usług komórkowych dla biznesu pod własną marką
- Wspólny z Play rozwój usług konwergentnych:
  - Marka Netii dla biznesu
  - Play dla klientów indywidualnych
- Wykorzystanie synergii kosztowych
  - Funkcje wsparcia
  - Sieć dystrybucji
  - Konsolidacja zakupów
- Dostarczenie sieci transmisyjnej Netii dla Play
- Możliwa fuzja





Cel strategiczny:

# Optymalizacja silnej pozycji w segmencie klientów biznesowych

## Kluczowe inicjatywy

- **Zmiana struktury bazy klientów z dużych korporacji na małe i średnie przedsiębiorstwa**
  - Standaryzacja produktów dla małych i średnich firm
  - Uproszczenie oferty
- **Zoptymalizowanie wydatków w segmencie klientów korporacyjnych**
- **Wprowadzenie marży jako wskaźnika dla sprzedaży do biznesu**



Cel strategiczny:

# Zmiana kultury organizacyjnej wspierającej strategię wzrostu

## Kluczowe inicjatywy

- Wprowadzenie wizji, wartości i strategii w całej organizacji
- Udoskonalenie komunikacji wewnętrznej dla szybszej współpracy wewnątrz organizacji i dla szybszej reakcji na zmiany rynkowe
- Reorganizacja wewnętrzna na poziomie przestrzeni biurowej
- Wprowadzenie nowego systemu oceny kadry zarządzającej: a) nowy model kompetencji b) zmiany w ocenie pracownika c) nowe kryteria oceny umiejętności d) stworzenie systemu premiowego
- Stworzenie systemu premiowania akcjami (opcje menedżerskie)





Cel strategiczny:

# Inwestycje w rentowny rozwój

## Kluczowe inicjatywy

- **Najwyższe w branży tempo wzrostu przychodów w latach 2007-2009**
  - 3-letnie inwestycje w usługi szerokopasmowe do 700 mln zł
  - Osiągnięcie celu wysokiego wzrostu EBITDA do roku 2009 i pozytywnych przepływów gotówkowych do 2010
  
- **Maksymalne wykorzystanie posiadanych aktywów**
  - Redukcja nakładów inwestycyjnych na istniejącą sieć
  - Lepsze wykorzystanie sieci dostępowej
  - Wykorzystanie sieci szkieletowej oraz punktów styku do świadczenia usług hurtowych oraz wynikających z liberalizacji dostępu
  - Zwiększenie rozpoznawalności marki Netia wśród klientów indywidualnych
  - Redukcja jednostkowych kosztów obsługi klienta
  - Uzyskanie środków ze sprzedaży nieruchomości



# Treść

Przegląd rynku

Nowa strategia

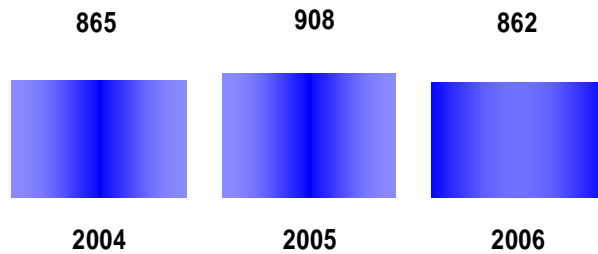
**Dane finansowe**

Podsumowanie

# Wybrane dane finansowe

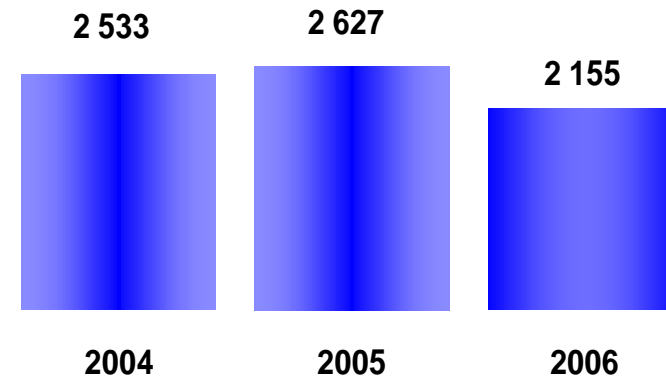
## Przychody

mln zł

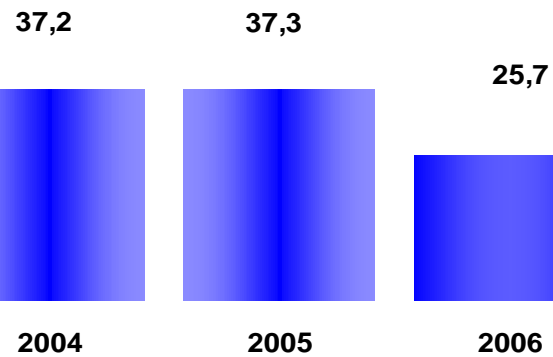


## Aktywa razem

mln zł

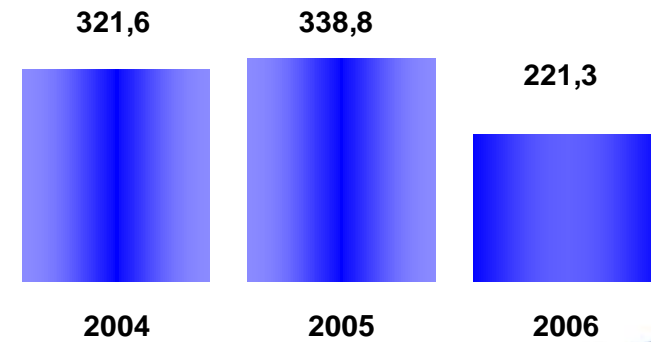


## Marża EBITDA %



## EBITDA

mln zł



EBITDA została skorygowana o odpis aktualizujący wartość aktywów trwałych w kwocie 354,7 mln zł oraz jednorazowy zysk w kwocie 64,5 mln zł wynikający z umorzenia koncesji El-Netu.

# Stablina EBITDA

W tys. zł

	2006			
	I kw.	II kw.	III kw.	IV kw.
<b>PRZYCHODY</b>	<b>218 380</b>	<b>203 422</b>	<b>230 537</b>	<b>209 718</b>
% zmiana w stosunku do poprzedniego kwartału	0,8%	(9,2%)	(0,1%)	(11,7%)
<b>SKORYGOWANA EBITDA</b> <i>Skorygowana marża EBITDA</i>	<b>58 751</b> 26,9%	<b>48 009</b> 23,6%	<b>53 994</b> 23,4%	<b>60 552</b> 28,9%
<b>Wynik operacyjny pro forma</b>	<b>(5 843)</b>	<b>(19 928)</b>	<b>(15 583)</b>	<b>(9 827)</b>
Udział w stratach jednostki stowarzyszonej	(3 007)	(4 650)	(7 262)	(15 735)
<b>Wynik netto pro forma</b>	<b>(10 638)</b>	<b>(23 101)</b>	<b>(22 919)</b>	<b>(31 494)</b>

## Prognoza wyników w 2007 r.

<b>NETIA, dane w mln zł (chyba, że zaznaczono inaczej)</b>	<b>2007</b>	<b>2006</b>
<b>Klienci usług szerokopasmowych (tys.)</b>	<b>&gt; 200</b>	<b>57</b>
<b>Przychody</b>	<b>830 - 865</b>	<b>862</b>
<b>Skorygowana EBITDA</b>	<b>130</b>	<b>221</b>
<i>z czego</i>		
straty początkowe z BSA, WLR, LLU	do 80	-
<b>Nakłady inwestycyjne</b>	<b>do 300</b>	<b>174</b>
<b>Klienci usług PLAY (tys.)</b>	<b>&gt; 500</b>	

## Nakłady inwestycyjne 2007 vs 2006

<i>W mln zł</i>	2007	2006
Istniejąca sieć	112	135
IT	32	15
Transmisja danych P4	65	-
Usługi szerokopasmowe	76 – 91	24
<i>w tym WiMax</i>	27	21
<b>Razem</b>	<b>285 - 300</b>	<b>174</b>

# Podsumowanie

- Dynamiczny wzrost rynku klientów indywidualnych i liberalizacja dostępu stwarzają nowe możliwości wykorzystania potencjału Netii.
- Szybkie zdobywanie klientów i zwiększenie ich wartości poprzez migrację usług BSA do LLU oraz poszerzanie oferty o usługi głosowe, kontentowe i konwergentne.
- Bliska współpraca z Play pozwoli na świadczenie usług konwergentnych i zdobycie korzyści skali przez wspólną sieć dystrybucji i funkcje wsparcia.
- Zoptymalizowanie pozycji Netii w segmencie kluczowych klientów biznesowych ze skupieniem uwagi na małych i średnich firmach oraz przy minimalizacji wydatków.
- Organizacja skoncentrowana na potrzebach klienta, wspomagająca implementację strategii.
- Trzyletnie inwestycje w usługi szerokopasmowe powinny doprowadzić do wysokiego wzrostu EBITDA do 2009 roku i pozytywnych przepływów gotówkowych do 2010 roku.