

Proximus Groep - Tweede kwartaal 2019

De Proximus Groep sluit het tweede kwartaal af met een aanhoudende klantengroei voor zijn belangrijkste producten en herbevestigt zijn jaarverwachting

- Aanhoudende groei van de klantenbasis op de thuismarkten in een zeer concurrentiële omgeving:
 - +6.000 voor vast internet,
 - +5.000 voor tv,
 - +25.000 postpaidkaarten, gesterkt door multi-playaanbiedingen en de segmenteringsstrategie
- Het effect van de druk op de omzet op de thuismarkten (-1,8% excl. toestellen) blijft beperkt op het niveau van de directe marge
- Onderliggende ebitda op de thuismarkten voor het tweede kwartaal van 446 miljoen EUR, - 0,8% t.o.v. een hoge vergelijkbare basis van 2018. Inclusief BICS eindigde de onderliggende groepsebitda 0,9% lager
- Stevige vrije kasstroom van 278 miljoen EUR in het eerste semester, exclusief de impact van overnames
- Jaarvooruitzichten voor 2019 bevestigd

Dominique Leroy, CEO van de Proximus Groep:

"We zijn erin geslaagd onze klantenbasis verder uit te breiden in een zeer concurrentiële omgeving dankzij onze tweemerkenstrategie en onze gesegmenteerde aanpak. Voor ons Consumer-segment hebben we nieuwe internet- en tv-klanten aangetrokken en bereikten we opnieuw een normale groei van het aantal mobiele postpaidklanten. Almaar meer gezinnen zijn convergent: meer dan 59% van de multi-playgezinnen neemt vaste en mobiele diensten af van Proximus. Het aantal abonnees op onze all-inaanbiedingen Tuttimus/Bizz All-in was tegen eind juni gestegen tot 552.000. Daarnaast hebben we ook een mooie groei gezien van onze convergente 3-play-aanbiedingen Minimus en Epic combo.

We bleven onze mobiele klantenbasis in het Enterprise-segment verder uitbreiden, ondanks toenemende concurrentie die de klantengroei en de mobiele tarieven onder druk zet, en daardoor dus ook de winstgevendheid van de klantencontracten. Wat onze vaste activiteiten betreft, zien we echter een bemoedigende bijdrage van ons groeiende P2P-glasvezelpark voor businessklanten, die de aanhoudende terugval van de traditionele diensten verzacht, en we bleven groeien inzake Advanced Business Services en ICT.

Terwijl we onze digitale transformatie verder zetten, realiseren we kostenefficiënties voor onze activiteiten op de thuismarkten. Dit leidt tot stabiele kosten, ondanks de

personeelsuitgaven door overnames in het ICT-domein. Als gevolg hiervan bleef de daling van onze ebitda op de thuismarkten beperkt tot -0,8% t.o.v. een hoge vergelijkbare basis.

Op basis van onze verwezenlijkingen tot hiertoe bevestigen we onze jaarvooruitzichten voor 2019 en zullen we voor de rest van het jaar focussen op de uitvoering van onze #shifftodigital-strategie. In dit verband, bijna vijf jaar na de lancering van het huidige Proximus-merk, maakten we onze nieuwe merkbelofte 'Think possible' bekend. Hiermee willen we geavanceerde digitale ervaringen voor al onze klanten toegankelijk maken. Tegelijk lanceerden we vijf innovatieve, gepersonaliseerde toepassingen en diensten die het dagelijks leven van onze klanten zullen vergemakkelijken, met onder meer Proximus Pickx, een nieuwe tv-interface en contentplatform.

Bovendien zal onze #shifftodigital-strategie onze transformatie versnellen om relevant te blijven op de Belgische markt en om de toekomst van ons bedrijf veilig te stellen. Op 10 januari 2019 zijn we van start gegaan met de informatie- en consultatiefase met de vakorganisaties, als onderdeel van de sociale dialoog, en op 10 juni zijn we de onderhandelingsfase ingegaan. We analyseren voortdurend hoe we ons plan kunnen bijsturen en het aantal ontslagen tot een minimum kunnen beperken, zonder de noodzakelijke transformatie en de doelstelling van kostenefficiëntie, die ons bedrijf een duurzame toekomst moeten geven, in het gedrang te brengen. We zullen het overleg met de vakorganisaties voortzetten en het is onze vaste intentie om na de zomer een akkoord te kunnen bereiken over de verschillende maatregelen.

We zullen ook de beoogde overeenkomst voor het delen van mobiele toegangsnetwerken met Orange Belgium, waarvoor we op 11 juli de ondertekening van een term sheet hebben aangekondigd, verder uitwerken. Dit zal ons in staat stellen tegemoet te komen aan de toenemende vraag van klanten naar mobiele netwerkkwaliteit en een beter 'deep indoor'-bereik. Daarnaast zal ze een snellere en bredere uitrol van 5G in België mogelijk maken, waarbij ook de 2G-, 3G- en 4G- technologieën betrokken zullen zijn. Tegelijk zullen we de volledige controle over ons spectrum en onze kernnetwerken behouden, waarbij een sterk gedifferentieerde klantenervaring verzekerd is. We verwachten een zeer goede return van de overeenkomst, die ons zal helpen om bijkomende operationele kostenefficiënties te realiseren.

Tot slot waren we verrast door de lage wholesaleprijzen die de regulator voorstelt in het kader van zijn raadpleging over de ontwerpbesluiten betreffende de groothandelstarieven voor kabeldiensten, gepubliceerd op 5 juli. We wachten nu de raadpleging over de tarieven voor glasvezel af, die verwacht wordt in de loop van september. In lijn met onze eerdere verklaringen beschouwen we billijke regulering, met de juiste voorwaarden om te investeren, als essentieel voor elke toekomstige beslissing betreffende onze glasvezeluitrol."

De klantenbasis voor mobiele postpaid groeit verder aan, de goede dynamiek voor internet en tv blijft behouden, zowel voor Proximus als voor Scarlet, en het Enterprise-segment boekt verdere vooruitgang met zijn nieuwe diensten

In het tweede kwartaal van 2019 breidde Proximus zijn klantenbasis voor mobiele postpaid verder uit en behield het een positieve dynamiek voor zijn vaste klantenbasis in een zeer concurrentiële context. Het aantal internet- en tv-klanten nam toe, gesterkt door convergente en gesegmenteerde aanbiedingen van Proximus en Scarlet. Dit moet worden afgewogen tegenover een sterke daling in de verkoop van toestellen en een aanhoudende terugval van vaste telefoniediensten.

In het Enterprise-segment groeide de mobiele klantenbasis verder aan, zij het tegen een lagere waarde gezien de concurrentiële marktsituatie. Op het vlak van M2M ging Proximus sterk vooruit dankzij de uitrol van slimme meters en de Europese tolheffing. De onderneming realiseerde groei voor dataconnectiviteit op glasvezel, die gedeeltelijk de verdere terugval van de traditionele datadiensten en vaste spraak compenseerde. Slimme mobiliteitsoplossingen kenden een sterke groei als gevolg van de overname van Mediamobile. Ook ICT ging vooruit, met inbegrip van de bijdrage van gespecialiseerde bedrijven die in 2018 werden overgenomen.

- **De klantenbasis voor tv** telde in totaal **1.631.000** klanten, met **5.000** nieuwe abonnementen in het tweede kwartaal van 2019 (+2,4% op jaarbasis).
- Het aantal **klanten voor vast internet** steeg eind juni tot **2.071.000**, een aangroei met **6.000** lijnen in het tweede kwartaal (+1,9% op jaarbasis).
- Eind juni 2019 waren er in totaal **2.477.000** lijnen voor **vaste spraak**, een daling met 36.000 lijnen in het tweede kwartaal van 2019 (-4,8% op jaarbasis).
- **De klantenbasis voor mobiele postpaid groeide** in het tweede kwartaal **aan met 25.000 kaarten** (+2,9% op jaarbasis), tot een totaal van 4.066.000. Het **totale aantal prepaidkaarten kwam uit op 753.000** (-29.000 kaarten in het tweede kwartaal, of -14,9% op jaarbasis), terwijl het **aantal M2M-kaarten eind juni 1.566.000** bedroeg (+134.000 in het tweede kwartaal, +25,8% op jaarbasis).
- In het tweede kwartaal van 2019 voegde Proximus 13.000 klanten toe aan zijn convergente klantenbasis. **59,2% van de gezinnen en kleine ondernemingen is nu convergent**, een stijging met 1,9 p.p. op jaarbasis.

Proximus beperkt in het tweede kwartaal de daling van zijn onderliggende ebitda op de thuishanden, ondanks een hoge vergelijkbare basis voor Q2 2018

Voor het tweede kwartaal van 2019 **rapporteerde Proximus een onderliggende omzet op de thuishanden van 1.084 miljoen EUR**. De omzetsdaling met -2,6% was grotendeels het gevolg van de lagere verkoop van mobiele toestellen (zonder impact op de marge). Dit buiten beschouwing gelaten, lag de onderliggende omzet op de thuishanden over het tweede kwartaal 1,8% lager dan het jaar voordien. In het eerste semester noteerde Proximus voor zijn activiteiten op de thuishanden een daling van de onderliggende omzet met 1,4%, exclusief de verkoop van toestellen.

Proximus noteerde in Q2 2019 een **onderliggende directe marge op de thuishanden van 844 miljoen EUR**, 0,6% lager t.o.v. een hoge vergelijkbare basis van 2018 (exclusief eenmalige gunstige elementen in 2018 zou dit c. +0,4% bedragen). Voor de eerste helft

van 2019 ligt de onderliggende directe marge op de thuismarkten 0,2% hoger dan in de vergelijkbare periode in 2018.

De totale kosten van Proximus voor zijn activiteiten op de thuismarkten kwamen in het tweede kwartaal van 2019 uit op 398 miljoen EUR, of 0,3% lager dan in dezelfde periode in 2018. Binnen de mix stegen de niet-personeelskosten op de thuismarkten met 0,4% op jaarbasis, terwijl de personeelskosten met 0,7% daalden, ondanks de personeelsuitgaven door overnames in het ICT-domein. De lagere personeelskosten zijn het resultaat van de daling van het organische personeelsbestand van Proximus, bereikt door structurele kostenefficiënties en digitalisering, in het bijzonder inzake klantenoperaties. Over de eerste jaarhelft lagen de totale kosten op de thuismarkten iets lager (-0,3%) dan in 2018.

Door de lagere directe marge op de thuismarkten en met vrijwel stabiele bedrijfskosten **rapporteerde Proximus in het tweede kwartaal een onderliggende ebitda op de thuismarkten van 446 miljoen EUR**, een daling met 0,8% op jaarbasis t.o.v. een hoge vergelijkbare basis. Over de eerste helft van 2019 steeg de onderliggende ebitda op de thuismarkten met 0,6% tot 874 miljoen EUR.

BICS verhoogt zijn directe marge onder impuls van niet-spraakgebonden activiteiten; hogere bedrijfskosten leidden tot een lagere ebitda in het tweede kwartaal

Over het tweede kwartaal van 2019 boekte **BICS een directe marge van 80 miljoen EUR, een stijging met 0,8%**, dankzij een positieve evolutie in de directe marge voor niet-spraakactiviteiten, terwijl de impact van de omzetsdaling uit spraak op de directe marge werd beperkt. In de eerste helft van 2019 steeg de directe marge van BICS met 1,8% op jaarbasis.

BICS rapporteerde over het tweede kwartaal van 2019 een ebitda van 38 miljoen EUR, een daling op jaarbasis met 1,8%. Dit cijfer houdt rekening met hogere bedrijfskosten (+3,2%) als gevolg van personeelskosten bij TeleSign en HR-gerelateerde provisies. In het eerste semester van 2019 bedroeg de ebitda van BICS 73 miljoen EUR (-0,3% in vergelijking met dezelfde periode in 2018).

Onderliggende groepsebitda in het tweede kwartaal licht gedaald t.o.v. dezelfde periode in 2018; vrije kasstroom blijft sterk

Globaal sloot de Proximus Groep het tweede kwartaal van 2019 af met een onderliggende omzet van 1.413 miljoen EUR, een daling met 2,7% in vergelijking met dezelfde periode in 2018. De Proximus Groep boekte over de eerste zes maanden van het jaar een onderliggende omzet van 2.828 miljoen EUR, 2,2% lager dan in dezelfde periode van 2018.

De onderliggende ebitda van de Proximus Groep in het tweede kwartaal van 2019 bedroeg 484 miljoen EUR, een daling met 0,9% t.o.v. een hoge vergelijkbare basis. Over de eerste zes maanden van 2019 steeg de onderliggende ebitda van de Proximus Groep met 0,5% tot een totaal van 947 miljoen EUR.

Tot slot bedroeg de **vrije kasstroom van Proximus 241 miljoen EUR in het eerste semester van 2019**, of 278 miljoen EUR exclusief de kasuitstroom voor overnames. Dit staat in verhouding tot 180 miljoen EUR voor 2018. De stijging op jaarbasis van de vrije kasstroom was vooral het resultaat van lagere voorafbetalingen van belastingen, de lagere behoefte aan cash voor het operationele bedrijfskapitaal, lagere interestbetalingen, de YTD groei van de onderliggende ebitda en de lagere cash betaald voor capex.

Hoge investeringen in digitale platformen, het project 'Glasvezel voor België', het transportnetwerk en de mobiele netwerkqualiteit gehandhaafd

Tegen eind juni 2019 had de Proximus Groep 466 miljoen EUR geïnvesteerd, exclusief de spectrumgelateerde capex. Dit bedrag ligt iets hoger dan de 459 miljoen EUR die in dezelfde periode van 2018 werd geïnvesteerd.

Proximus investeerde onder meer verder in nieuwe digitale platformen, in zijn project 'Glasvezel voor België' en in de verdere modernisering van zijn transportnetwerk TITAN (een meerjarenplan). Tot hiertoe rolt Proximus glasvezel uit in 11 steden, waarbij de uitrol in Aalst en Vilvoorde werd aangekondigd in de eerste helft van 2019. Daarnaast investeerde Proximus verder in zijn mobiele netwerk om een mobiele dienst van hoge kwaliteit aan te bieden en tegelijk de voortdurende stijging van het dataverbruik op te vangen. Eind juni 2019 bedroeg het gemiddelde dataverbruik meer dan 2,7 GB/maand, een stijging op jaarbasis met bijna 50%.

Vooruitzichten voor 2019 en winstuitkering aan de aandeelhouders

Proximus bevestigt zijn vooruitzicht van een vrijwel stabiele 'omzet op de thuismarkten exclusief toestellen' voor het volledige jaar 2019, ondanks de druk van de concurrentie, met een evolutie van de omzet in de tweede helft van het jaar in lijn of licht beter ten opzichte van de eerste helft van het jaar, afhankelijk van meer volatiele inkomsten uit ICT.

Proximus bevestigt ook zijn vooruitzichten voor een stabiele onderliggende groepsebitda, met een lichte groei van de onderliggende ebitda op de thuismarkten. Die zal naar verwachting worden geneutraliseerd door een ongunstige ebitdavariorantie voor BICS. Door de verlenging van de overeenkomst met MTN zal de insourcing van het

transport en het beheer van het verkeer van MTN in het Midden-Oosten en delen van Afrika naar verwachting vanaf het derde kwartaal in de resultaten van BICS worden weerspiegeld.

Voor het volledige jaar 2019 verwacht Proximus dat regulering de onderliggende marge op de thuismarkten met ca. 20 miljoen EUR zal doen dalen.

De groepsapex voor 2019, uitgezonderd het spectrum, zal naar verwachting stabiel blijven in vergelijking met het niveau van 2018. Dit omvat de stijgende investeringen in het project 'Glasvezel voor België', waarvan de uitrol is gestart in 11 steden.

In overeenstemming met zijn op 16 december 2016 aangekondigde verbintenis op drie jaar verwacht Proximus over de resultaten van 2019 een stabiel brutodividend van 1,50 EUR per aandeel uit te keren.