

t2 Россия: итоги 2011 года

7 февраля 2012 года

Наталия Соседкина
Финансовый директор
t2 Россия



TELE2

ьтаты 2011 года

Млрд руб.	2010	2011	II полугодие 2010	II полугодие 2011
Абоненты (тыс.) Прирост	18 438	20 636 12%	18 438	20 636 12%
Выручка Прирост	42,7	51,9 21%	23,1	27,4 18%
ЕБИТДА Прирост	15,0	20,3 36%	8,2	11,0 35%
Маржа	35,1%	39,1%	35,4%	40,3%
Сарех CF Прирост	6,6	7,6 15%	4,2	4,5 7%
Свободный денежный поток*	6,8	9,1	3,0	4,8
ARPU (руб.)	216	221	221	226
MOU (мин.)	231	241	235	245

* EBITDA – CAPEX – Tax paid

TELE2

ели развития 2011 года

+ 2,3 млн. новых абонентов в 2011 году

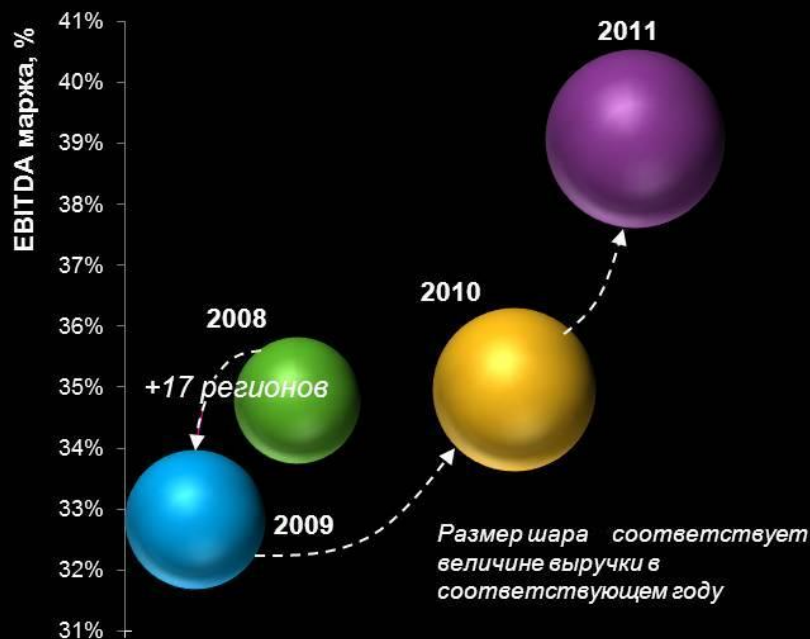
+ 21 % годовой прирост выручки.

Лидер по росту выручки
(«Секрет Фирмы»)

+ 4 п.п. годовой рост EBITDA маржа

(+4 п.п. старые регионы/
+24 п.п. новые регионы)

+ 34 % прирост свободного
денежного потока



- 16 новых регионов вышли на уровень безубыточности
- 15 регионов-лидеров
- Успешное размещение облигационного займа
- Устойчивый рост и постоянное повышение эффективности

Эмиссия облигационного займа

Эмитент	ОАО «Санкт-Петербург Телеком»
Поручитель:	t2 Russia Holding AB (-/-/BB+) и t2 Financial Services AB
Кредитный рейтинг выпуска:	(P) BB+ (агентство Fitch)
Тип купона:	Полугодовой
Организаторы:	ВТБ Капитал, Райффайзенбанк

	Выпуск 1-3	Выпуск 4-5
Объем	13 млрд руб.	7 млрд руб
Дата размещения	24 июня 2011 года	13 февраля 2012 года
Срок до оферты	5 лет	2 года
Ставка купона	8,4%	9,2-9,7% (ориентир.)

t2 Россия: ключевые события 2011 года

Инесса Галактионова
Коммерческий директор
t2 Россия

The logo for TELE2, featuring the word "TELE2" in a bold, white, sans-serif font. The "2" is significantly larger and more stylized than the other characters, with a vertical line through its center.

Ключевые события 2011 года

- Новые лицензии GSM на Дальнем Востоке
- 20 миллионов абонентов в России
- Новый фирменный стиль
- Единая система тарификации для массового рынка
- Развитие интернет-продаж
- Монобрендовая розница в новом формате и стиле
- Старт продаж унифицированных тарифов для предпринимателей во всех регионах присутствия
- Тариф «Звони дешевле»

t2 на Дальнем Востоке

- По итогам конкурсов №№ 1-4/2011 получены лицензии на оказание услуг связи стандарта GSM 1800 в Камчатском крае, Корякском округе, Чукотском автономном округе, Сахалинской, Магаданской и Еврейской автономной областях
- Образован макрорегион «Дальний Восток» с административным центром в городе Хабаровск
- Коммерческий запуск сети на Дальнем Востоке – конец 2012 года

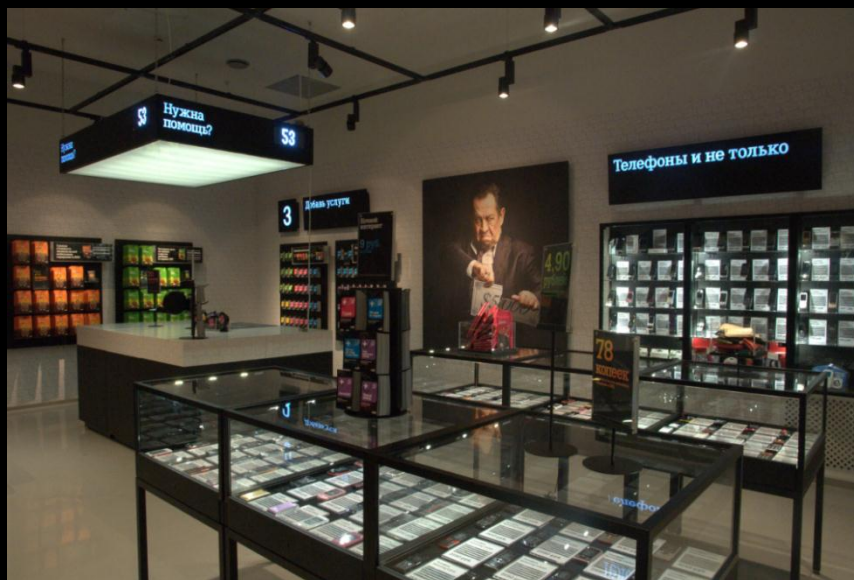
20 миллионов абонентов в России



Виктория Белая из Краснодара выбрала t2 благодаря выгодным тарифам. Услугами t2 пользуется вся семья Виктории

- Лучшее соотношение цены и качества
- Высокое качество связи и обслуживания абонентов

Монобрендовая розничная сеть



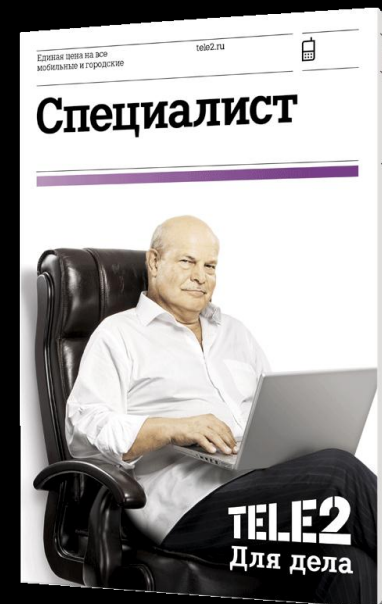
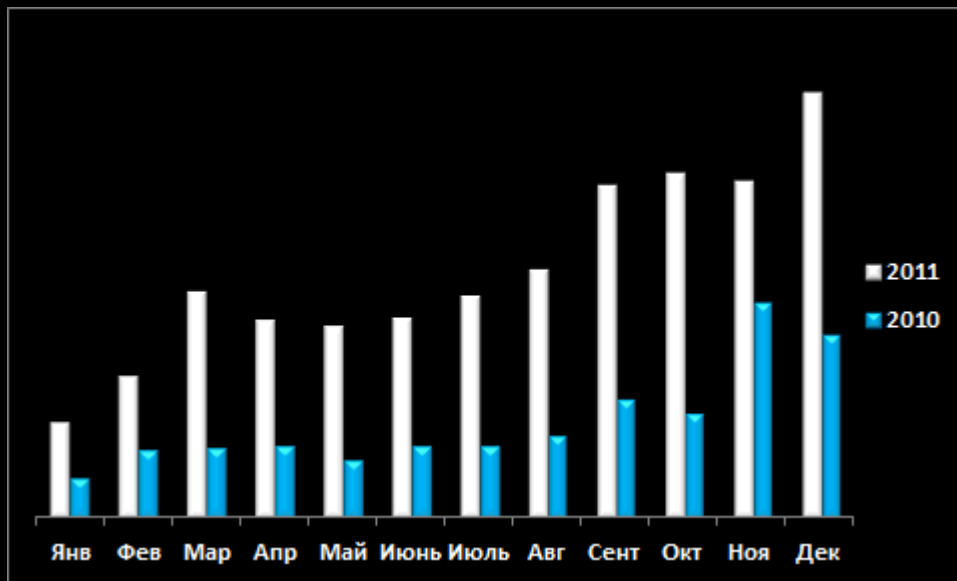
- 15% монобрендовых салонов переведены в новый фирменный стиль
- Рост основных операционных показателей после переоформления салонов – 10-15%
- Действует программа франчайзинга с системной поддержкой партнеров
- Универсальный подход к ассортименту товаров

Развитие интернет-продаж

The screenshot displays the TELE2 website interface. At the top left is the TELE2 logo. Navigation links include "Частным клиентам", "Бизнес-клиентам", and "О Tele2". A search bar is present, and regional information for Novosibirsk is shown. A main menu on the left lists "Интернет-магазин" and "Сервисы Tele2". The central "SIM Cards" section features four SIM card offers: "Знай наших", "Все на связи", "Привет на Родину", and "Так Просто", each with a "купить" button and a "подробнее" link. A right sidebar contains a "Корзина" (Shopping Cart) with one item, "Золотой номер", priced at 150.00 p. Below the cart is a "Корзина" summary box with a message about a missing tariff plan and a "Оформить заказ" button. A green call-to-action box at the bottom right says "Подключи друга. Получи бонус."

- Новый подход к организации продаж онлайн
- Возможность выбора номера и дополнительных услуг
- Система самообслуживания Web Care

Предложения для предпринимателей



- Унифицирована структура тарифов для бизнес-абонентов во всех регионах
- Единые названия и идеология тарифных предложений
- Единые рекламные кампании с использованием нового фирменного стиля

Вопросы и ответы

TELE2

Вопросы и ответы

TELE2