

TELE2 РОССИЯ: итоги 2008 года и планы на 2009

Донна Корднер,
Президент «TELE2 Россия»

Юрий Домбровский,
Председатель правления «TELE2 Россия»

Москва,
12 февраля 2009

The logo consists of the word "TELE2" in a bold, black, sans-serif font. The letters are thick and blocky. The "2" is particularly large and stylized, with a white cutout in the middle of its top curve. The entire logo is positioned in the bottom right corner of the slide.

«TELE2 РОССИЯ» 2008

- **10 422 000 абонентов в 17 регионах России** (по данным на 31 декабря 2008 года)
- Единственная услуга – мобильная телефония на собственной инфраструктуре. Рыночная стратегия – простые в использовании, качественные услуги сотовой связи по низким ценам
- **18 новых GSM-сетей** будут запущены в 2009-2010.
В 2009 году для новых 17 лицензий OPEX оценивается в 65-90 миллионов долларов и CAPEX – в 142-167 миллионов долларов
- TELE2 является оператором №1 в **4 регионах** и №2 – еще в **7 регионах** (по данным AC&M research на декабрь 2008 года)
- **Более 61 миллиона человек** проживает на территории **35 регионов**, в которых у TELE2 есть лицензии.

The logo for TELE2, featuring the word "TELE2" in a bold, black, sans-serif font. The "2" is significantly larger and more stylized than the other characters, with a white outline and a black fill.

■ Регионы присутствия TELE2
 ■ Регионы, в который готовится запуск TELE2 в 2008-2010 гг.
 ■ Роуминговая зона TELE2 *



* Роуминг не предоставляется в следующих регионах России: Чукотский АО, Еврейская АО, Иркутская и Магаданская области, Камчатский и Забайкальский края, Республики Бурятия и Саха (Якутия).

ЗНАЧИМЫЕ СОБЫТИЯ 2008 ГОДА

- **Приобретение сети сотовой связи в Республике Адыгея**
(Февраль – апрель 2008)
- **10 миллионов абонентов – новая веха**
(Октябрь 2008)
- **Приобретение сети сотовой связи «Цифровая экспансия»**
(Калининградская область)
(27 ноября 2008)
- **Запуск сети в Краснодарском крае**
(28 ноября 2008 года)



TELE2

КРАСНОДАР: ПЕРВЫЙ ЗАПУСК С МАЯ 2007 ГОДА



«TELE2 РОССИЯ»: ИТОГИ 2008 ГОДА (SEK)

- ➔ Прирост абонентской базы – 1 858 000 (2 541 000 – in Y2007) человек
- ➔ Операционная выручка – 6 867 миллиона шведских крон (4 837 миллиона шведских крон – в 2007)
- ➔ EBITDA – 2 368 миллиона шведских крон (1 526 миллиона шведских крон в 2007)
- ➔ CAPEX – 1 699 миллиона шведских крон (1 537 миллиона шведских крон в 2007)
- ➔ Абонентская база – 10 422 000 (8 560 000 – в 2007)

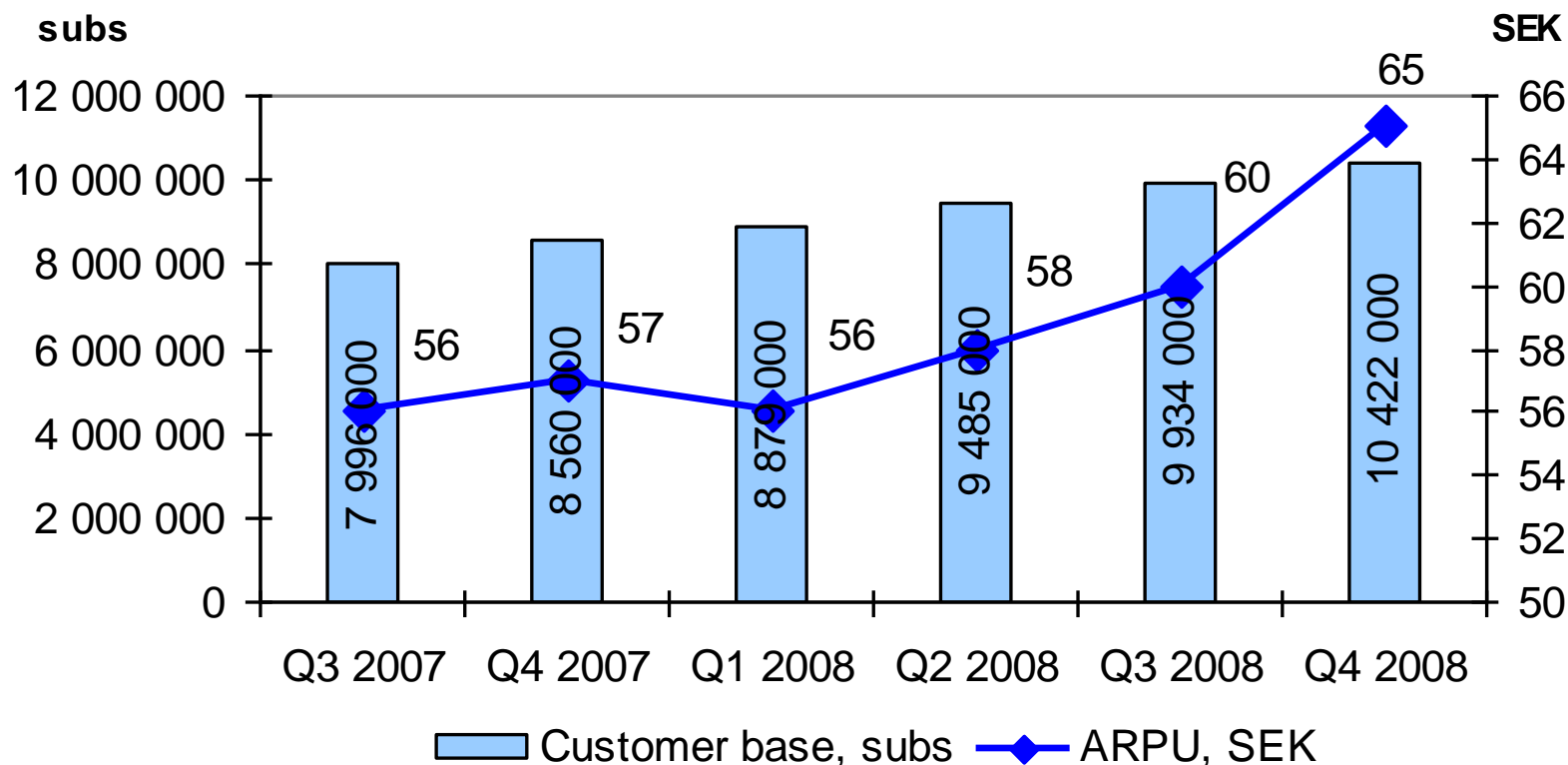
TELE2

«TELE2 РОССИЯ»: ИТОГИ 2008 ГОДА (RUR)

- ➔ Прирост абонентской базы – 1 858 000 (2 541 000 – в 2007) человек
- ➔ Операционная выручка – 25 773 миллиона рублей (18 262 миллиона рублей – в 2007)
- ➔ EBITDA – 8 956 миллиона рублей (5 793 миллиона рублей в 2007)
- ➔ CAPEX – 6 584 миллиона рублей (5 820 миллиона рублей в 2007)
- ➔ Абонентская база – 10 422 000 (8 560 000 – в 2007) человек

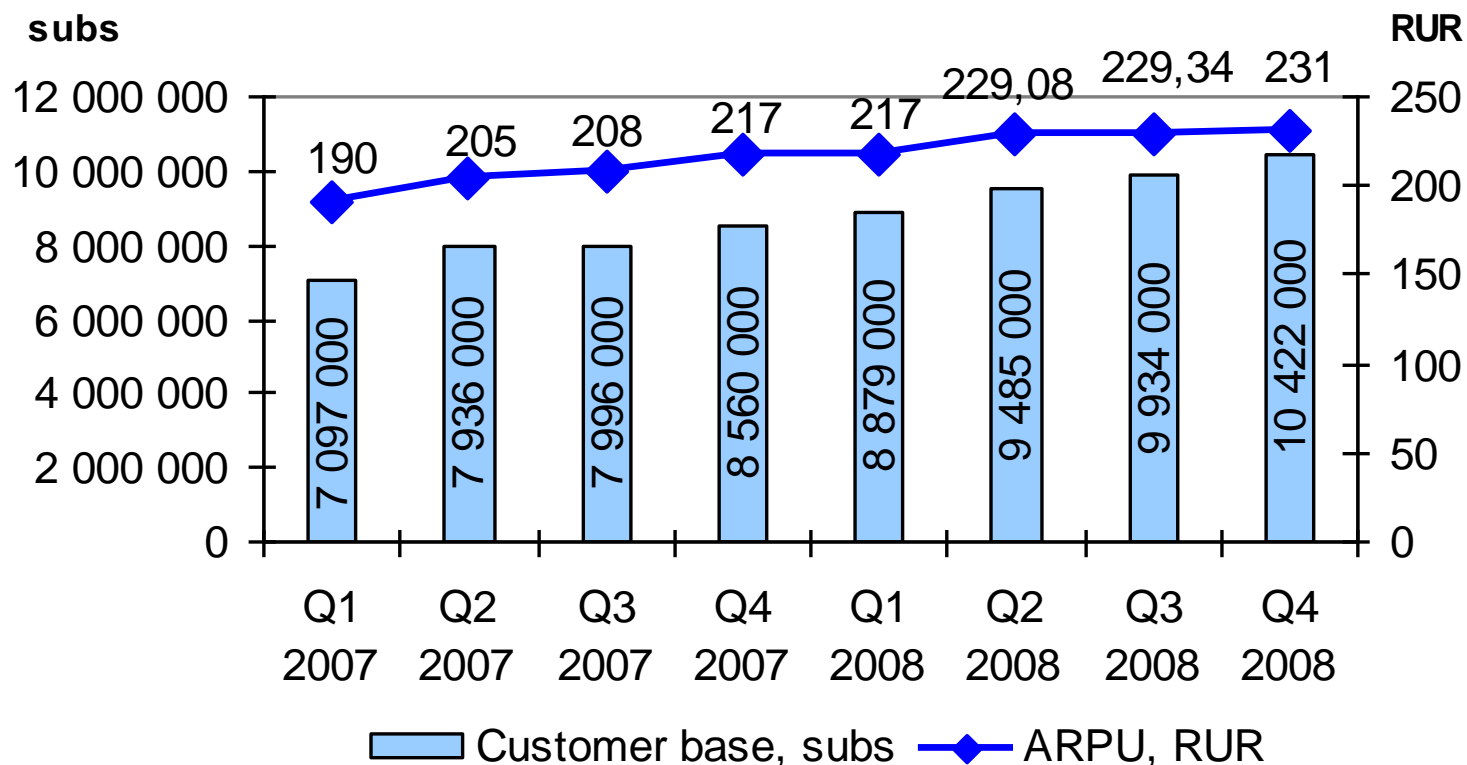
The logo for TELE2, featuring the word "TELE2" in a bold, black, sans-serif font. The "2" is significantly larger and more stylized than the other characters.

ЗНАЧИМЫЙ ARPU В СОЧЕТАНИИ С РОСТОМ АБОНЕНТСКОЙ БАЗЫ (SEK)



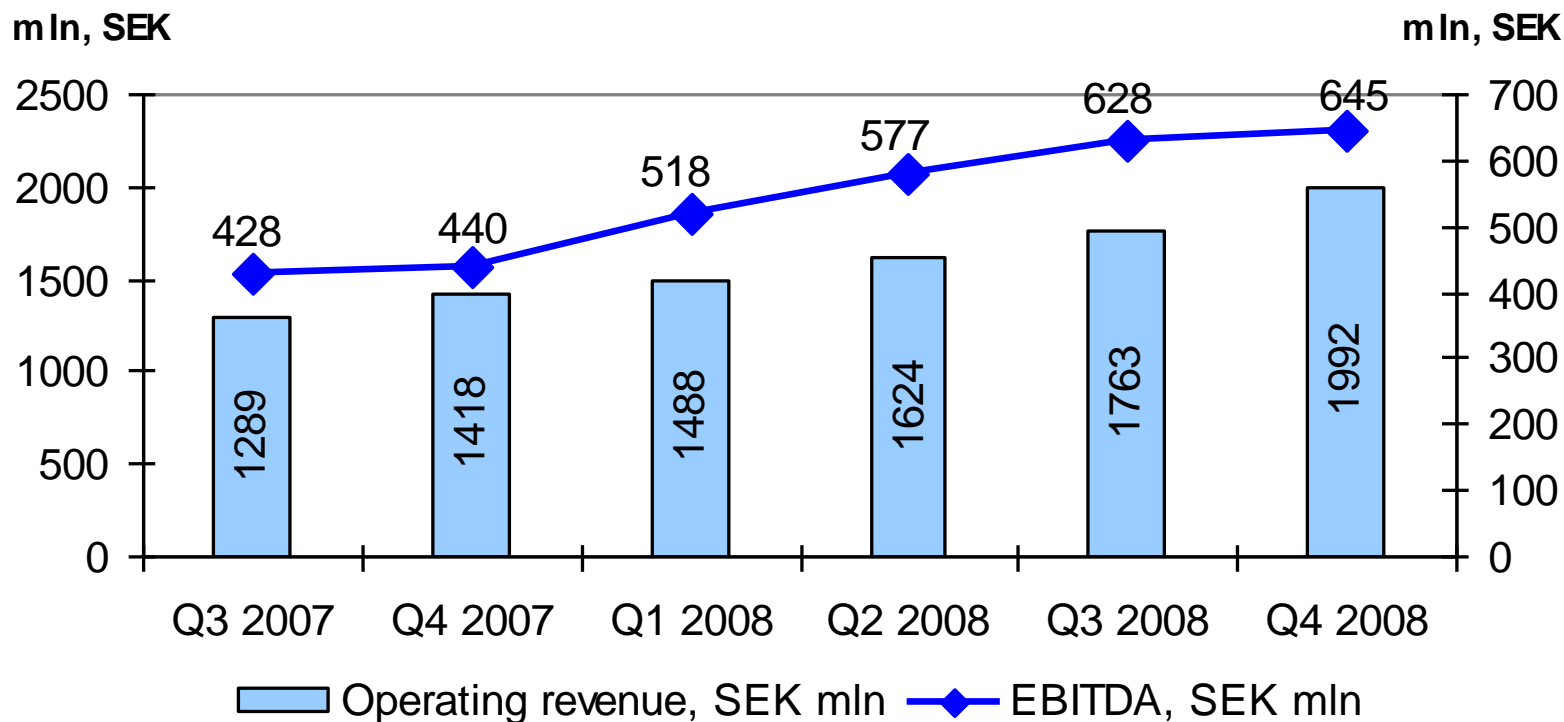
TELE2

ЗНАЧИМЫЙ ARPU В СОЧЕТАНИИ С РОСТОМ АБОНЕНТСКОЙ БАЗЫ (RUR)



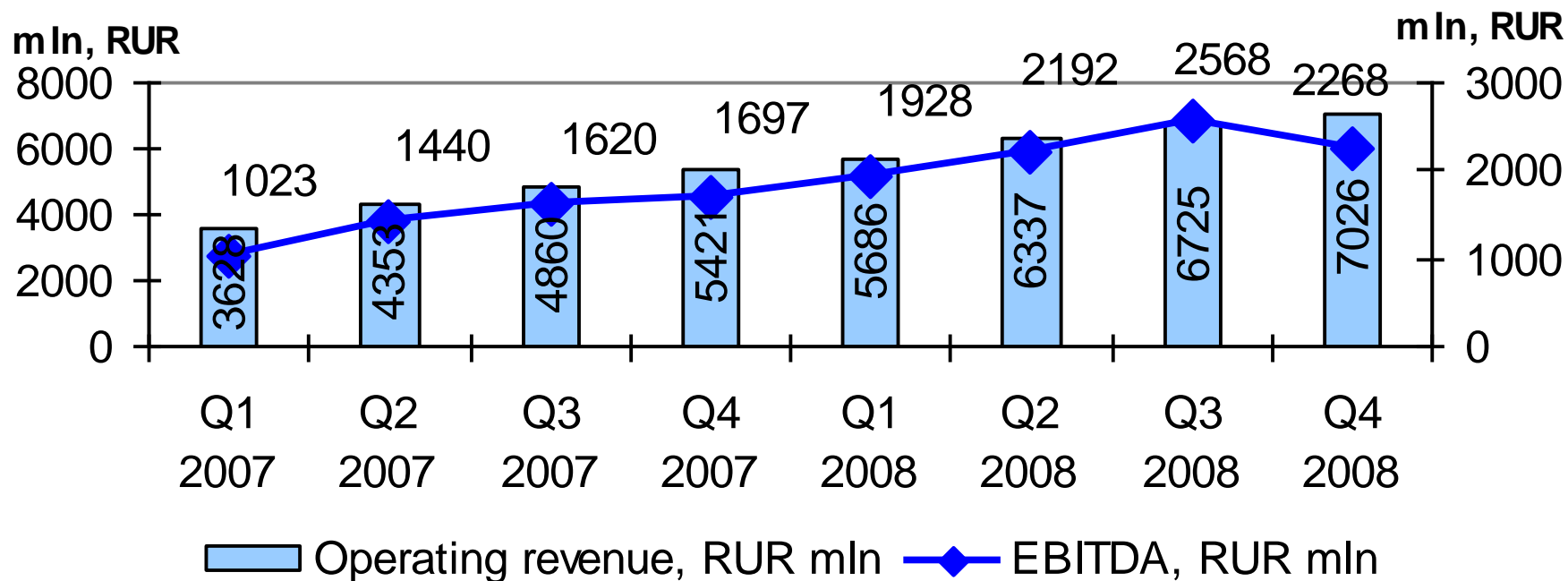
TELE2

РОСТ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ (SEK)



TELE2

РОСТ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ (RUR)



TELE2

«TELE2 РОССИЯ»: ИТОГИ 4 КВАРТАЛА (SEK)

- ➔ Прирост абонентской базы – 484 000 (554 000 – Q4 2007) человек
- ➔ Операционная выручка – 1 992 миллиона шведских крон (1 418 миллиона шведских крон в Q4 2007)
- ➔ EBITDA – 645 миллиона шведских крон (440 миллионов шведских крон в Q4 2007)
- ➔ ARPU – 65 шведских крон (57 шведских крон в Q4 2007)

TELE2

«TELE2 РОССИЯ»: ИТОГИ 4 КВАРТАЛА (RUR)

- ➔ Прирост абонентской базы – 484 000 (554 000 – Q4 2007) человек
- ➔ Операционная выручка – 7 026 миллиона рублей (5 421 миллиона рублей в Q4 2007)
- ➔ EBITDA – 2 268 миллиона рублей (1 697 миллиона рублей в Q4 2007)
- ➔ ARPU – 231 рубль (217 рублей в Q4 2007)

TELE2

ДОЛЯ БИЗНЕСА «TELE2 РОССИЯ» В ГРУППЕ TELE2 В 2008

АБОНЕНТСКАЯ БАЗА

Абонентская база «TELE2 Россия» превышает **54%** от количество абонентов в сегменте мобильной связи TELE2 AB

ОПЕРАЦИОННАЯ ВЫРУЧКА

Операционная выручка «TELE2 Россия» составляет порядка **28%** от операционной выручки от мобильных операций TELE2 AB

The logo for TELE2, featuring the word "TELE2" in a bold, black, sans-serif font. The "2" is significantly larger and more stylized than the other characters, with a white outline and a black fill.

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ УСПЕХА

- ➔ **СТРАТЕГИЯ НИЗКИХ ЦЕН.** Мы мобильный дискаунтер, и этот подход близок российским потребителям
- ➔ **РАСШИРЕНИЕ И РАЗВИТИЕ СЕТИ.** На национальном (новые лицензии и приобретения) и локальном (быстрый рост покрытия сети)
- ➔ **ЯРКАЯ И ПРОВОКАЦИОННАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ.** Приводит к высокой узнаваемости бренда и более экономному продвижению
- ➔ **ВЫСОКОКЛАССНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ АБОНЕНТОВ.** Мы №1 по обслуживанию.
- ➔ **КОМАНДА.** У нас очень профессиональная команда на центральном и локальном уровне.

TELE2

ПЕРСПЕКТИВЫ НОВЫХ РЕГИОНОВ

ТАЙМИНГ:

До 12 из 18 новых регионов будут запущены в 2009.

ФИНАНСОВЫЕ ИНДИКАТОРЫ

- **Точка безубыточности** – в течение трех лет после коммерческого запуска.
- В долгосрочной перспективе **доля рынка** не должна существенно отличаться от существующей доли рынка «TELE2 Россия»

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

«TELE2 РОССИЯ»: СТРАТЕГИЯ СОТОВОГО ДИСКАУНТЕРА

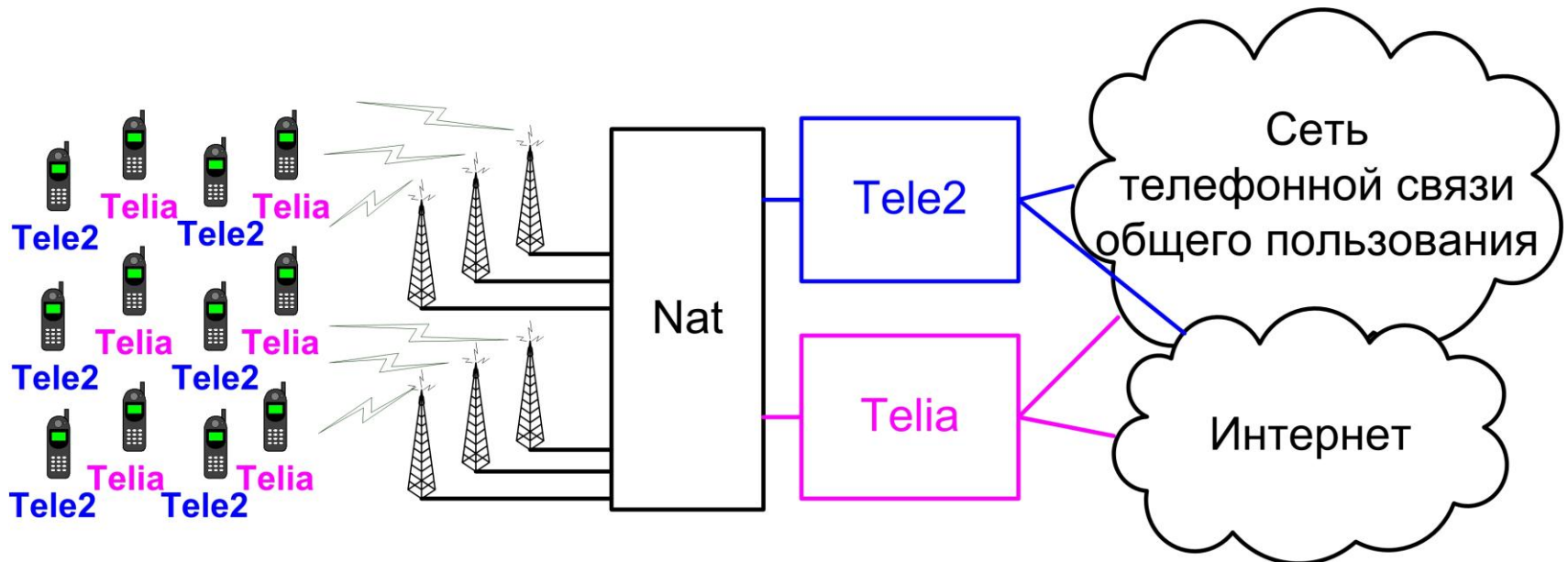
- ➔ **Позиция долгосрочного инвестора**
- ➔ **Сотовый оператор – дискаунтер**, предлагающий качественную связь и лучшее абонентское обслуживание. Среди абонентов TELE2 много представителей социально незащищенных слоев населения: студенты, пенсионеры, бюджетники
- ➔ **Эффективная бизнес-модель**, которая позволяет предлагать низкие цены при поддержании прибыльности операций
- ➔ **Сохранение прежнего объема инвестиций** в разворачивание сети, несмотря на финансовый кризис, планируется запуск сетей в 18 регионах
- ➔ **Опыт разворачивания сети стандарта 3G**, в том числе с использованием моделей MVNO и network sharing (см. следующий слайд), в Европе и **желание оказывать эту услугу в России**

The logo for TELE2, featuring the word "TELE2" in a bold, black, sans-serif font. The "2" is significantly larger and more stylized than the other characters, with a small gap at the top.

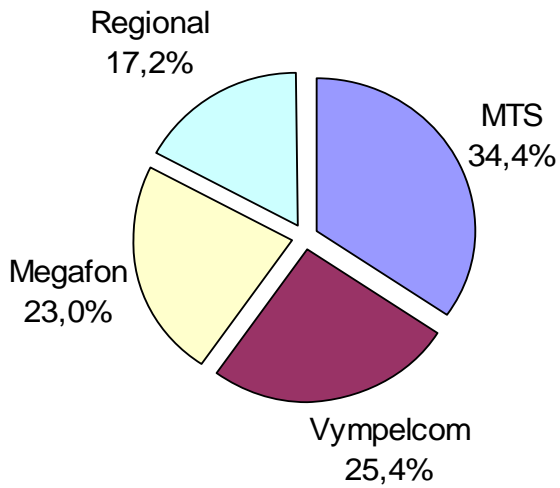
TELE2: ОПЫТ СОВМЕСТНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕТИ 3G В ШВЕЦИИ

В декабре 2000 года TELE2 выиграла одну из лицензий 3G в Швеции, обойдя Telia – крупнейшего шведского оператора. Однако вскоре конкуренты создали на паритетных началах совместное предприятие Nat (“Svenska UMTS-nat”), которому и была передана эта лицензия.

Обе стороны инвестировали в строительство общенациональной сети, которую теперь эксплуатирует Nat, а TELE2 и Telia обслуживаются в ней как **MVNO**.



ДОЛЯ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ (Q4 2008)



➔ Согласно данным исследования ComNews Research (июнь 2008), присутствие региональных операторов, таких, как TELE2, стимулирует конкуренцию и существенно снижает цены на услуги связи, в том числе операторами Большой тройки

Региональные операторы	Абонентов, млн.
TELE2	10,4
Уралсвязьинформ	5,7
Сибирьтелеком	4,9
СМАРТС (Поволжье)	3,5
НСС (Поволжье)	2,5
Екатеринбург-2000	1,5
НТК (Владивосток)	1,2

TELE2

ПОЗИТИВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РЕГУЛИРОВАНИИ

- В отрасли предстоят изменения в таких важных сферах регулирования как распределение и использование РЧ спектра, лицензирование, порядок построения сетей электросвязи, их ввода в эксплуатацию и пропуска трафика.
- Первые предложения от рабочих групп, в которые входят специалисты крупнейших участников рынка под руководством Заместителя Министра связи Н.С.Мардера, опубликованы на сайте Ассоциации документальной электросвязи www.rans.ru.
- В конце 2008 года издан приказ о лицензировании MVNO.

TELE2

Спасибо за внимание!

TELE2

TELE2 РОССИЯ: итоги 2008 года и планы на 2009

Донна Корднер,
Президент «TELE2 Россия»

Юрий Домбровский,
Председатель правления «TELE2 Россия»

Москва,
12 февраля 2009

The logo consists of the word "TELE2" in a bold, black, sans-serif font. The letters are thick and blocky, with a modern, slightly geometric feel. The "2" is particularly large and stylized, with a thick stroke and a small gap at the top. The overall appearance is clean and professional.