

קבוצת בזק

שיחת ועידה – רבעון ראשון 2024

טובי פישביין: שלום וברוכים הבאים לשיחת הוועידה של קבוצת בזק לרבעון הראשון של שנת 2024. אני טובי פישביין, ה-CFO של הקבוצה. אנחנו נמצאים פה עם תומר ראב"ד - יושב ראש הקבוצה, ניר דוד - מנכ"ל בזק החדש ואילן סיגל מנכ"ל פלאפון ו-yes. במהלך השיחה נעבור על מצגת התוצאות שפרסמנו הבוקר. אני רוצה להסב את תשומת לבכם לשקף מספר 2, שקף הגבלת האחריות, שהכתוב בו רלוונטי לכל אמירה שתיאמר גם בשיחה זו. כמו כן, לידיעתכם, שיחה זו מוקלטת. לאחר הצגת הדברים נעבור לשלב השאלות והתשובות, על מנת לשאול שאלה יש להרים את ידכם באופן וירטואלי בזום. כעת אעביר את רשות הדיבור לתומר. נעבור יחד על התוצאות העסקיות והפיננסיות ולאחר מכן נפתח את הדיון לשאלות ותשובות.

תומר ראב"ד: היי כולם תודה שהצטרפתם. כיף לראות פרצופים מוכרים. אנחנו במלחמה וברור שזו תקופה לא פשוטה, אבל אנחנו גאים להיות, בתוך המלחמה הזאת, אי של יציבות - גם פיננסית וגם תשתיתית. אנחנו רואים בתוצאות שמנועי הצמיחה האסטרטגיים ממשיכים לעבוד בכל הכיוונים ובכל החברות שלנו. הכנסות הליבה שלנו צמחו ב-2%, מושג חדש שאנחנו מציגים לכם היום, המהווה 90% מההכנסות. אנחנו מדברים עליו כבר מספר שנים באמת, כבר החלק הארי של ההכנסות. מדובר בהכנסות ללא קישוריות שהוסר ולא רלוונטי. מה שנקרא Legacy Product ללא טלפוניה וללא ISP בשוק הפרטי שגם אזורי שאנחנו לא משקיעים בהם ולא מפוקסים בהם. צמחנו בכל אזורי הליבה. ממשיכים להראות תוצאות טובות. שימו לב ל-highlight באמת ב-Free Cash Flow הוא חלק בגלל עיתוי וחלק בגלל תוצאות מעל לציפיות. צמחנו מעל 30% ב-Free Cash Flow ברבעון הנוכחי. מעבר לזה היציבות הפיננסית עליה דיברנו והורדת המינוף המשמעותית בשנה האחרונה הובילו גם את S&P וגם את מודי'ס להעלות את הדירוג המקומי שלנו ל-AA ואנחנו מאוד גאים בזה. מאוד חשוב במיוחד בתקופה כזו. למלחמה אם כן יש השפעות קטנות לא מהותיות אך שליליות על הקבוצה. וגם הובילו לירידה ב-EBITDA המתואם ב-2%. ההשפעה המשמעותית או המרכזית שהובילה לירידה הזו נובעת מהרומינג בפלאפון ומהעובדה שאנחנו לא מחייבים גם בצפון וגם בדרום באזורי לחימה החל מהשבעה באוקטובר. קצת על התוצאות. ה-EBITDA המתואם הסתיים עם 917 מיליון שקל. שומרים על שיעורי EBITDA המתואם של כ-41%. מאוד קונסיסטנטי גם לציפיות שלנו והרווח הנקי המתואם כמעט ב-300 מיליון שקל. נעבור לשקף הבא. אתם רואים את ה-KPI המרכזיים של הקבוצה. אנחנו נמצאים כבר בכ-30% take-up בסיבים. הוספנו 70,000 לקוחות סיבים ברבעון האחרון. אנחנו כבר מעל 2.2 מיליון משקי בית ונגיע השנה למעל 2.5. מעבר לציפיות שלנו. אנחנו מאוד מפוקסים בפריסה. ה-ROI על הסיבים הוא אטרקטיבי. ממשיכים להשקיע

כמה שיותר בשנתיים הקרובות עד תום פרויקט הסיבים. בדור חמש כבר הגענו ל-1.1 מיליון יוזרים שזה 50% מה-postpaid. מזכיר לכם ששמנו תחזית להגיע ל-80% בטווח הבינוני. נעבור לשקף הבא שמראה את מפת הדרכים ואת המצפן שעליו אנחנו מפוקסים גם בשנתיים האחרונות וגם בשנתיים שלוש הקרובות. אנחנו רואים התקדמות בכל האזורים גם בבזק גם בפלאפון וגם ב-yes. דיברנו על פרויקט הסיבים שגם רואים את העלייה ב-ARPU וככל שיש יותר ויותר מיגרציה לסיבים. יש לנו היום מעל 664,000 מנויים על התשתית – קמעונאי וסיטונאי על תשתית הסיבים. ב-yes המיגרציה ממשיכה בשיא הכוח. כבר מעל 75% מהמנויים ב-yes מנויי IP. נעבור לשקף הבא. דיברנו על הכנסות ו-EBITDA. הרווח הנקי המתואם ממשיך להיות באזורים מאוד בריאים וההשקעות כצפוי ימשיכו להיות גבוהות השנה וגם בשנה הבאה קצת לרדת לאור סוף פרויקט הסיבים וגם הירידה מהלוויין שתשפיע משמעותית על ה-OpEx.

טובי פישיין: תודה תומר אמרנו גם שהתזרים החופשי מאוד חזק. אבל, כתוצאה בעיקר מפערי עיתוי בהון החוזר. כשמסתכלים על הנתונים התפעוליים העיקריים, רואים שהם בסך הכול טובים בדגש על ה-ARPU אינטרנט ריטייל שממשיך לטפס. הוא כבר ב-127 שקלים. ה-ARPU של yes שירד ל-173 שקלים משקף בין היתר, גם את השפעת אי-חיוב של לקוחות בקו העימות. גם בעוטף עזה וגם בצפון. משהו כמו שלושה שקלים שהיה יכול להיות יותר גבוה. ולגבי ההכנסה לקו בטלפוניה. אתם כבר רואים בעצמכם את ירידת המדרגה של רפורמת התעריפים של משרד התקשורת שהיא כבר איתנו שלושה רבעונים אבל, כשמסתכלים על התוצאות נראה את זה עוד מעט בתוצאות של בזק קווי. רואים את ההשפעה של הירידה מול הרבעון המקביל שבו עדיין היינו לפני ירידת המדרגה הזו. כשמסתכלים על החוב הפיננסי אנחנו לא יכולים להיות יותר מרוצים מהתוצאות. גם ביכולת שלנו להפחית את החוב בד בבד עם שדרוג בשיעור הדיבידנד מתוך הרווח נקי. מה שהכרזנו לפני חודשיים ל-70% ועדיין על רקע המלחמה והורדת דיהוג למדינה וכיוצא בזה גם מעלות וגם מידרוג שדרגו את הדירוג שלנו ל-AA וזה קורה חמש שנים אחרי הורדת הדירוג הקודמת. כך שזה לא ביטוי רק של משהו רגעי שקרה בקבוצה השנה או הרבעון, אלא זה דרך שתכננו ואני חושב שהביצוע עד כה הוא יוצא מן הכלל. קודם כל בצד האסטרטגי, בצד העסקי תשתיתי ובסוף גם משתקף כמו שאתם רואים בעולמות הפיננסיים. אז, אנחנו מאוד מאוד מרוצים. אנחנו חוזרים על התחזית שנתנו לכל השנה היא לפניכם. אמרנו שבעולם הפריסה גם לפני כן אנחנו כנראה נעבור את ה-2.5 אבל, זה לא יהיה כזה מהותי בשביל לעדכן את המספר בצורה רשמית. ניר אליך.

ניר דוד: שלום לכולם. גאה להציג פעם ראשונה את התוצאות של הרבעון הראשון של בזק כמנכ"ל. תוצאות שמשקפות רבעון משמעותי שהחברה עברה. גם בתקופה של מלחמה וגם

בתקופה של חילופי מנכ"לים. בסך הכול אנחנו רואים תוצאות מצוינות וצמיחה של שני אחוז בהכנסות הליבה שלנו. הכנסות הליבה אלה הכנסות של כל השירותים למעט הטלפוניה. אנחנו רואים צמיחה יפה מאוד ב-ARPU ל-127 שקלים. שזה 5.8% עלייה ואנחנו רואים המשך גידול של הלקוחות על תשתית הסיבים שלנו. ברבעון האחרון צמחנו ב-70,000 ש-40,000 מתוכם הם בקמעונאי. אנחנו מסתכלים קדימה על היזמות והחדשנות שלנו. ובשבוע הבא אנחנו ניכנס למיזם החשמל, אז אנחנו מתחילים רבעון גם ברגל ימין, מסיימים רבעון ברגל ימין לקראת הרבעון הבא. בשקף הבא אנחנו רואים את התוצאות העיקריות שלנו. עיקר ההכנסות שלנו, ירידה נבעה מההחלטה של משרד התקשורת. אבל, למרות ההחלטה הצלחנו לקזז אותה עם גידול משמעותי והכנסות שלנו בשירותי הליבה כמו שציינתי קודם הרווח הנקי המתואם שלנו עלה וגם התזרים החופשי שלנו. בשקף הבא אנחנו רואים את הגידול ושירת השיא בהכנסות האינטרנט שלנו. עברנו את החצי מיליארד שקל לראשונה ברבעון. אנחנו גם רואים את הגידול ב-ARPU כמו שאמרתי ל-127 שקלים שזה גידול של 5.8% שנבע ממאמץ גדול של המרת לקוחות לעולם של סיבים, של מכירה של שירותי ערך מוסף וגם של גידול בקצבים שאנחנו מוכרים. בשקף הבא, אנחנו רואים את החיבור לאינטרנט ורואים ברבעון האחרון למרות השפעת המלחמה תוספת של 40,000 לקוחות בקווים הקמעוניים שלנו ועוד 30,000 בסיטונאים שלנו. שזה בסך הכול קפיצה, קפיצה משמעותית מקצה לקצה. בשקף הבא אנחנו רואים את הפריסה שלנו. פריסת הסיבים. עברנו את ה-2.2 מיליון משקי בית שאנחנו מחוברים אליהם. טובי הזכיר קודם שאנחנו בכוונה להמשיך בקצב ולהגביר אפילו את הקצב עד סוף השנה. כל משק בית שאנחנו מחברים אותו מייצר פוטנציאל גדול למכירה גם עבורנו ובכלל עבור השוק. והגענו בסך הכול ל-70,000 כמו שציינתי קודם משקי בית שחיברנו אותם השנה שמתוכם 40,000 בעולם הקמעונאי שלנו. אפשר לראות בשקף הבא את הגידול שלנו בשירותי הדאטה בעולם העסקי. גם בענן והדיגיטל כחלק מהכנסות הליבה שלנו ואת הירידה שדיברנו עליה קודם בעולם הטלפוניה. נעבור שקף. הוצאות השכר שלנו ירדו כתוצאה מהחזר שקיבלנו, מהביטוח הלאומי עבור משרתי המילואים שלנו. ויש לנו ירידה בהוצאות התפעול שנבעה בעיקר מירידה בתשלום לקבלנים ששילמנו ברבעון האחרון. בבקשה אילן.

אילן סיגל: תודה ניר, בהצלחה.

ניר דוד: תודה רבה

אילן סיגל: הכותרת שלי לפלאפון זו צמיחה על אף המלחמה. יש לנו עלייה בהכנסות משירותי הסלולר. אנחנו צומחים במנועי הדור החמישי. צמחנו מאוד משמעותי ב-60,000 מנויים ברבעון

הראשון. ה-EBITDA המתואם גם כן צמח למרות המלחמה ועמד על 185 מיליון שקלים הרבעון. אנחנו בעולם הציוד קצה כבר ברבעון שלישי ברציפות של עלייה בהכנסות כתוצאה ממיקודים אסטרטגיים שיצרנו והגענו ל-167 מיליון שקלים וברווחיות טובה. דבר נוסף שחשוב לציין פה - ה-ARPU של פלאפון עומד על 43 שקלים, זה ה-ARPU הגבוה בענף. עלה בשקל לעומת הרבעון הקודם וזהה לרבעון המקביל. בסך הכול החברה כולה ממוקדת בדור החמישי והכול סביב זה אם זה ברמת השירות, הפריסה, מעבר הלקוחות לחבילות הללו ובסופו של דבר לייצר צמיחה בהכנסות כתוצאה מהמעבר הזה. כאן רואים את ההכנסות משירותים אז אתם רואים שלמרות המלחמה אנחנו עם גידול קל בהכנסות משירותים וגם מצבת מנויי הדור 5 כבר עברה את ה-1.1 מיליון. כאשר 60,000 התווספו רק ברבעון הזה. תסתכלו רגע מה זה אומר מול הרבעון המקביל. צמיחה של מעל 30%. בהכנסות, כמו שאמרתי הכנסות משירותים צמחו. ההכנסות מציוד קצה די דומות לרבעון המקביל. ה-EBITDA המתואם גם כן צמח. מבחינת הרווח הנקי, הירידה ברווח הנקי המתואם נובעת בעיקר משירותי הרומינג שירדו ביחס לרבעון המקביל בגלל המלחמה. אפשר לעבור הלאה. מבחינת הנתונים התפעוליים אנחנו ממשיכים לצמוח במנויי הפוסטפייד. מנויי הפריפייד ירדו וזו כתוצאה מהמלחמה מכיוון שאין תיירות נכנסת ועובדים זרים ועובדים פלסטינאיים אז יש פחות מנויי פריפייד שמצטרפים למצבת. ולגבי ה-ARPU דיברתי כמו שאתם רואים יציבות לעומת הרבעון המקביל ועלייה של שקל שזה באמת הישג פנומנלי לעומת הרבעון הקודם. מבחינת yes, הכותרת שלי ל-yes היא שאנחנו ממוקדים, ממקודים מאוד בשני וקטורים. אחד במיגרציה מהלוויין לשירות לטלוויזיה מבוססת אינטרנט. אנחנו עומדים על 422,000 מנויים נכון להיום שעברו לצפות בטלוויזיה על האינטרנט. והווקטור השני שאנחנו ממוקדים בו זה מעבר של לקוחות לחבילות טריפל. מרק טלוויזיה אל הטלוויזיה וסיבים יחד. אז, כבר הגענו ל-50,000 מנויים שיש להם חבילות משולבות של טריפל, של סיבים וטלוויזיה. אנחנו מפרסמים לראשונה פה גם את הכמות המנויים שיש לנו בשירותי הסטרימינג השונים שלמעשה הלקוחות משלמים דרך החשבונת של yes 150,000 דיסני נטפליקס ודיסקברי. והתזרים החופשי הוא חיובי. מבחינת ההכנסות, ההכנסות יש פה בעיקר שני וקטורים. אחד האי חיוב. אנחנו מאוד חזקים בצפון וגם בדרום בקווי העימות. בצפון בעיקר צימרים, בתי הארחה ובכלל בתי הקיבוצים לקוחות של yes. לקוחות ממשיכים להיות עם המוצר. אנחנו לא מחייבים מהשבעה באוקטובר וזה השפיע גם על מעבר של לקוחות מחבילות הפרמיום לחבילות הדיסקאונט. מבחינת הנתונים התפעוליים סך הכול יציבות במצבת המנויים יש לנו ירידה של 3,000 ברבעון הזה לעומת הרבעון הקודם. כמו שאתם רואים מנויי IP 412,000 נכון לסיום הרבעון. אבל, נכון להיום כבר 422,000 ומבחינת הפוקוס שלנו במעבר לחבילות טריפל אז עלייה של 230% לעומת הרבעון המקביל. נאמר קודם על ידי טובי מבחינת ה-ARPU, ה-ARPU ירד מהסיבות שצינתי גם מעבר לקוחות מפרמיום לדיסקאונט וגם האי חיוב שמשפיע בכמה שקלים

הרבעון. תודה.

טובי פישיבין: תודה אילן. בבזק בינלאומי אם שמתם לב שעדיין נמשכת הירידה בהכנסות של החברה שנובעת מהרפורמה של האינטרנט האחד ויפה לראות שההתמקדות של בזק בינלאומי בעולם העסקי ובעיקר באזורים הצומחים בעולם ה-ICT כמו סייבר אינטגרציה, ענן ציבורי וחווות שרתים מאפשרים לקזז את רוב הירידה הזאת בהכנסות. כאשר במקביל נעשית עבודה משמעותית של צמצום בהוצאות. בטח מה שקשור לעולם הפרטי, כי לא נדרשים שם משאבים כמו בעבר. אבל, בנוסף נעשית עבודה של התייעלות תפעולית בכל הקבוצה וגם בבזק בינלאומי שמטרתה לשפר את התוצאות הפיננסיות גם קדימה. רואים תזרים שהיה חיובי והרבה יותר טוב מברבעון המקביל, שנובע מזה שבמקביל בזק בינלאומי שילמה עבור עובדים שפרשו במסגרת אותם תוכניות התייעלות שדיברתי עליהם קודם. התוצאות פה הן לפניכם. ירידה בהכנסות של כ-7%. וגם ב-EBITDA המתואם. אבל, במיליוני שקלים במספרים אבסולוטיים אלה לא מספרים משמעותיים. נסכם ברמת הקבוצה אנחנו מאוד מרוצים מהתוצאות על פי הצפי שלנו הפנימי ובטח בתקופה כזאת בארץ, אנחנו מצליחים גם להמשיך בתוכניות האסטרטגיות שלנו וגם לתמוך בכל הקבוצה, בכל האזורים, בכל הקהילות שאנחנו נמצאים בהם בתקופה זאת. מאוד מרוצים כמובן כמו שאמרנו קודם מהעלאות הדירוג. נפתח לשאלות ותשובות. מי שרוצה לשאול שאלה אנה הרימו ידכם באופן וירטואלי וכשנקרא בשמו אנא עשו unmute ושאלו את השאלה לטובת שאר המשתתפים אנא הציגו עצמכם ואת שם החברה אותה אתם מייצגים. אוקיי, יש לנו שאלה ראשונה מסבינה מלידר. היי סבינה.

סבינה לוי: אהלן מה נשמע. אני רציתי לקבל קצת צבע לגבי האינטרקציה שלכם מול משרד התקשורת בנוגע גם לסוגיית ביטול הפרדה מבנית וגם לנושא של השוק הסיטונאי. האם יש במשרד התקשורת... איך מתקדמים שמה תהליכים. האם יש שמה מספיק נכונות לקדם את הדברים בפועל. האם זה כרגע משהו שהוא הצהרתי. עד כמה באמת אנחנו יכולים לקוות לשמוע דברים קונקרטיים עד סוף השנה מבחינת ממצאי הבחינה שלהם לביטול הפרדה המבנית. איך להתייחס לזה. כי אנחנו באמת מחכים לזה כמעט עשור.

תומר ראב"ד: אני אתחיל ואם מישהו רוצה להוסיף אז בבקשה. תודה סבינה. אנחנו עובדים מול משרד התקשורת כחברה כבר לא מעט שנים בנושא קידום נושא ביטול הפרדה המבנית. אנחנו כמובן, כולם, כולכם מכירים את עמדתנו. הנושא של הפרדה המבנית כבר הרבה שנים פחות רלוונטי וכל אותם תנאים רגולטוריים, תחרותיים ותנאי שוק כבר התממשו לפני הרבה שנים. השיח עם הרגולציה הוא קונסיסטנטי והוא קורה כל הזמן. כולל המשרד הקודם והמשרד

הנוכחי בשנה וחצי האחרונות. המשרד כמובן עסוק בענייני מלחמה לא מעט ועושה המון פעולות בתחום שנוגע לכל חברות הקבוצה וחברות במשק בכלל. בנושא ההפרדה, כפי שראיתם, הם הודיעו שבוע שעבר במסגרת תוכנית העבודה שלהם שהם מתכוונים לבחון את הנושא השנה. אנחנו בשיח עם הדרגים המקצועיים להציב את הבחינה. אנחנו לא יודעים להעריך בשלב זה לוחות זמנים או סיכוי. לכן אין לי איזה תשובה עם יותר פרטים מעבר לזה. אבל זה כן אחרי לא מעט שנים, נמצא בתוכניות העבודה ובכוונתם לדון בזה. מעבר לזה אין לי הרבה to comment. אבל, אני כן יכול להגיד לך שעבודה מול המשרד, מול רגולטורים בכלל ואל מול הדרגים המקצועיים ממשיכה בכל התחומים בקבוצה. גם בנושא השוק הסיטונאי והשימוע שפורסם כפי שראית. גם הודענו שאנחנו מורידים את התעריף הפסיבי עוד לפני שהסתיים השימוע. כמובן בשלב זה אין שינוי בסיטונאי אקטיבי בסיבים. מעבר לזה יש לא מעט רפורמות שהמנכ"לים פה בתהליך כפי שאת יודעת טוב במשרד התקשורת ועם רגולטורים אחרים. אבל, בתקופת מלחמה, הרגולטורים בישראל עסוקים בלא מעט דברים. לכן קשה מאוד לשים לוחות זמנים על תהליכים ספציפיים.

סבינה לוי: אוקיי. עכשיו יש לי עוד שאלה, שתיים. אחת לגבי בזק בינלאומי. אתם ציינתם בדוחות שזכיתם במספר פרויקטים חדשים גם בתחומי אינטגרציה גם בתחום חוות שרתים ושאתם צופים לראות את ההשפעה שלהם על התוצאות בהמשך השנה. אז, אני רציתי להבין אולי אפשר לקבל קצת צבע עד כמה זה משמעותי ואיך זה ישפיע על המגמה בנוגע לתוצאות של בזק בינלאומי. זה דבר אחד. דבר שני, אני רוצה לנסות להבין קצת יותר טוב מה קרה ב-yes. כי אתם ציינתם כמה גורמים שהשפיעו על התוצאות. גם אי חיוב, גם תחרות, גם תמהיל. אז, להבין מה משפיע יותר ומה השפיע פחות. מה היה יותר כבד.

טובי פישביין: אני אתחיל בבזק בינלאומי ואז אני אעביר לאילן. אכן, בבזק בינלאומי יש מגמה חיובית של עשייה בעולם ה-ICT כמו שצינתי קודם. החברה מצליחה גם לזכות בפרויקטים מול לקוחות עסקיים ומוסדיים חלקם גדולים. תזכרו, מדובר בפעילות ICT. חלקה זה פעילות אינטגרציה. חלקה זה פעילות משולבת בחלק מהמוצרים שהחברה נותנת. הרווחיות פה היא לא מאוד גבוהה אבל כן מאפשר לחברה להתפתח, לצמוח ותוך כדי עבודה והתייעלות תפעולית כמו שצינתי קודם. השאיפה זה כן להגיע לאיזשהו רווח תפעולי. נקרא לזה חד ספרתי בינוני. אפילו טיפה יותר. עוד פעם, זה לא משהו שנראה ברבעון או שניים הקרובים. הדברים האלה לוקחים קצת זמן להתפתח. וברמת הקבוצה ההשפעה של זה באופן טבעי היא תהיה יותר נמוכה. אבל, ממצב שבזק בינלאומי יורדת בהכנסות וברווח בשנים האחרונות כתוצאה מהרפורמה של האינטרנט האחוד אנחנו כן מצליחים למתן את אותה ירידה לקזז אותה ושאתם תסתכלו על רמת

הקבוצה והתרומה של בזק בינלאומי. השאיפה שלנו היא שתהיה גם תרומה חיובית בשנים הבאות.

אילן סיגל: סבינה, אני אענה על השאלה על yes כמובן. קודם כל, החברה נמצאת בתנופת עשייה. החברה רצה לשדרג את הלקוחות מהלוויין לשירותי ה-IP טלוויזיה וגם אנחנו מעבירים לקוחות מחבילות סינגלים טלוויזיה לטריפל שכולל גם סיבים. שני הווקטורים שמשפיעים אחד זה האי חיוב. הלקוחות נשארים למעשה בתוך מצבת המנויים אבל, הם לא משלמים. ה-ARPU של yes כמו שראית הוא 173 שקלים. אז תביני שכמות כזאת של לקוחות יש לנו לא מעט. גם בדרום וגם בצפון ברגע שהם לא מחויבים כל כך הרבה זמן יש לזה השפעה. זה דבר אחד. הדבר השני יש לחץ תחרותי. זה קיים. גם מסיבות של המקרו כלכלה. המצב במשק. וגם כניסה של Free TV. שני הדברים האלה מייצרים לחץ תחרותי והם גורמים לנו לייצר מצב שבו לקוחות פרימיום שלנו עוברים לדיסקאונט. לקוחות שמחפשים מחיר. שם אנחנו עם Sting. אנחנו נותנים פתרון למי שמבקש מחירים יותר מוזלים. והלקוחות האחרים, אנחנו עושים להם את השילוב של טלוויזיה עם הסיבים. אז, אם אני רגע מסכם את התשובה, את השאלה שלך אחד זה הנושא של האי חיוב. ושתיים זה השינוי של המעבר מפרמיום לדיסקאונט כתוצאה גם מהמקרו כלכלה וגם מלחץ תחרותי.

טובי פישביין: אני רוצה גם להזכיר לכולם שה-ARPU של yes הוא רק על הטלוויזיה. הוא לא כולל את ההכנסות מעולם הסיבים. זה נותן עוד נדבך של הכנסות ל-yes.

אילן סיגל: אני אוסיף עוד משהו שטוב שהזכרת. גם הנושא הזה של הסיבים שאנחנו ממשיכים לצמוח זה יביא הכנסות נוספות מעבר לטלוויזיה. וגם שיתופי הפעולה שיש לנו עם נטפליקס, דיסני ודיסקברי אני מזכיר זה לא שיתוף פעולה שיווקי. אלא, זה מעבר לשיתוף פעולה שיווקי, יש פה גם בילינג משותף. זאת אומרת, הלקוחות משלמים דרכנו וכך וזה הכנסות נוספות שנכנסות ל-yes. זה רק הולך וגדל. מן הסתם זה יוביל לעוד הכנסות בעתיד.

סבינה לוי: תודה.

טובי פישביין: תודה. שאלה הבאה מלירן לובלין מ-IBI.

לירן לובלין: אהלן. יש לי שאלה לניר. קודם כל ברוך הבא ובהצלחה.



ניר דוד: תודה רבה.

לירן לובלין: קצת בנוגע לחטיבה העסקית שהגעת ממנה. קודם כל דיברנו קצת קודם על רגולציה ואם זכור לי נכון היו כותרות על זה שהרגולטור מסתכל על המובילות או הדומיננטיות של בזק בשוק העסקי. אז, אם אתם יודעים, שמעת על זה משהו. האם אתם יודעים איפה זה עומד, איפה בוחנים את זה. זה אחד, ושתיים, אתה יכול לתת קצת צבע בעולם התחרות בעולם העסקי אולי זה יעזור לנו קצת להבין מה הולך שם.

ניר דוד: בהחלט. אז, קודם כל משרד התקשורת פתח בקול קורא לעולם העסקי. הוא פתוח כבר מלפני מעל שנה וחצי משהו כזה אולי אפילו יותר. וקיבל תגובות של החברות. אנחנו לא רואים שיש להם מוטיבציה מאוד גדולה לטפל בזה. אני חושב, בעיקר בגלל שאם מסתכלים אובייקטיבית על השוק הזה הוא נמצא בתחרות שהיא תחרות עזה מאוד. זאת אומרת שאני מפריד רגע את המובילות של בזק בשוק שנובעת מ-Install Base מאוד גדול של לקוחות. אם אנחנו מסתכלים על הלקוח השולי שמצטרף לשוק אז הוא נמצא בתחרות מאוד, מאוד משמעותית. למעשה לכל השחקנים בשוק יש את אותם שירותים. אנחנו בוחרים את אותם שירותים. והבחירה בבזק היא בחירה אך ורק בגלל רמת שירות מאוד גבוהה שאנחנו מספקים בעולם העסקי. כי בסוף המתחרים של בזק יודעים לתת את אותם שירותים בכל הארץ במיוחד עכשיו אחרי שראינו שהמחירים של הפסיבי ירדו ובעצם עלות הסיב ללקוח ירדה בצורה משמעותית. אז, השירות הופך להיות עוד יותר תחרותי. היתרון של בזק בא לידי ביטוי בעיקר בשירות וביכולת שלנו לספק שירותים שהם שירותים נוספים מעבר לשירותים הרגילים. אנחנו קוראים להם שירותי ה-PRO של בזק. השירותים האלה הם בעיקר עולמות של אבטחת מידה ו-networking. שהם יושבים על הקווים שאנחנו מספקים ומייצרים ללקוח פתרון אחד חזק מאוד ומשמעותי מבית אחד וזה היתרון ומכאן מגיעה בעיקר הבחירה של הלקוחות בבזק, בבזק עסקים.

לירן לובלין: תודה רבה.

ניר דוד: תודה לך.

טובי פישביין: אם אין עוד שאלות, אז אני רוצה להודות לכולם על ההשתתפות. שמח לעדכן שאנחנו נערוך מפגש המשקיעים Capital Markets Day הראשון שלנו ב-1.7 הקרוב. נשמח לראות את כולכם שם. בכל שאלה נוספת ניתן לפנות למחלקת קשרי משקיעים שלנו. ערב נעים ושקט לכולם.

הגבלת אחריות (Disclaimer)

מסמך זה כולל תמליל שיחת הוועידה שהתקיימה ב-22.5.2024 בנוגע לתוצאות הכספיות של החברה לרבעון הראשון של שנת 2024, לאחר פרסום הדוחות הכספיים של החברה באותו מועד בהתאם לחוק ניירות ערך תשכ"ח-1968 ("חוק ניירות ערך"), וכן פרסום מצגת המשקיעים של החברה.

מסמך זה כולל הצהרות שנאמרו באותה שיחת ועידה ולפיכך מכיל מידע חלקי בלבד לגבי תוצאותיה הכספיות של החברה והדוחות התקופתיים של החברה המתפרסמים לפי חוק ניירות ערך. ניתן לעיין בדוחות באתר האינטרנט של רשות ניירות ערך, www.magna.isa.gov.il. עיון בתמליל זה ו/או במצגת המשקיעים הנ"ל שפורסמה על ידי החברה אינו מהווה תחליף לעיון בדוחות המפורטים של החברה לפי חוק ניירות ערך ולא נועד להחליף או לסייג את הדוחות המלאים. החברה אינה אחראית לדיוק או לשלמות המידע הכלול במסמך זה. תמליל זה אינו מהווה הצעה או הזמנה לרכוש ניירות ערך או יחידות השתתפות, ואין להשתמש בתמליל זה ובמידע הכלול בו כבסיס או להסתמך עליהם בקשר לכל חוזה או התחייבות.