

## שיחת ועידה עם שוק ההון – תוצאות לרבעון ראשון 2023

טובי פישביין: שלום וברוכים הבאים לשיחת הוועידה של קבוצת בזק לרבעון הראשון של שנת 2023. אני טובי פישביין, CFO של הקבוצה. אנחנו נמצאים פה עם גיל שרון, יושב ראש הקבוצה. רן גוראון, מנכ"ל בזק ואילן סיגל, מנכ"ל פלאפון ו-yes. במהלך השיחה נעבור על מצגת התוצאות שפרסמנו הבוקר. אני רוצה להסב את תשומת הלב 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 לגיל. נעבור יחד על התוצאות העסקיות והפיננסיות ולאחר מכן נפתח את הדיון לשאלות ותשובות. גיל.

גיל שרון: אחר הצהרים טובים. אנחנו מפרסמים היום את התוצאות שלנו לרבעון והדבר הבולט מכל, הוא המשך הצמיחה בהכנסות. למעשה זה רבעון שיא בהכנסות מאז 2018, עם צמיחה של 2.4% בהכנסות של הקבוצה, שבאה מצמיחה בהכנסות בכל הפעילויות שלנו. אנחנו רואים בקבוצה 2.4%, בבזק קווי 1.4%, בפלאפון, 2.7% ב-yes ו-4.1% ואפילו בבזק בינלאומי, 1.6%. למעשה, כולם זוכרים שלפני שנה וחצי, פרסמנו את האסטרטגיה העסקית העדכנית של הקבוצה והכותרת שלה הייתה - חזרה לצמיחה. אז עכשיו אנחנו כבר יכולים לומר ביתר ביטחון, אחרי למעלה משישה רבעונים רצופים של צמיחה מתמשכת, שהאסטרטגיה עובדת, וכאשר אנחנו כקבוצה, פועלים באופן מאוד מאוד ממוקד, אנחנו מביאים את הצמיחה ב-top line, בכל החברות, כתוצאה מאסטרטגיה מאוד ממוקדת, שתיכף נזכיר אותה ונעבור עליה. אם כן, אנחנו רואים גם רבעון שיא בצירוף לסיבים, וזה חלק מאותה אסטרטגיה ברורה. אנחנו רואים את yes, מספקת היום, כבר רבעון שני, חבילות משולבות של סיב וטלוויזיה וכן בנוסף את חבילת דיסני. אנחנו רואים גידול בחבילות ה-5G, כמובן שבנוסף, התוצאות הטובות אפשרו לנו להגדיל את שיעור הדיבידנד ל-60%, שמשקף תשואה של קרוב ל-4%. ראינו ששתי סוכנויות הדירוג, העלו את אופק הדירוג של החברה. אם כן, נראה קצת יותר

בזק – החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

פנימה בשקף הבא את עיקרי האסטרטגיה, שהיא שילוב של אסטרטגיה טכנולוגית ועסקית. למעשה, דיברנו באסטרטגיה על 3 רגליים או 3 צירים עיקריים שיביאו לצמיחה ושיפור בתוצאות. הראשון הוא המעבר לסיבים. למעשה, המהלך המואץ שלנו של פריסת סיבים וההאצה של צירוף לקוחות לסיבים, מאפשר גידול מתמשך ב-ARPU. אנחנו רואים שה-ARPU גדל בצורה מאוד משמעותית בשנתיים האחרונות. וזו תוצאה מאוד מאוד ברורה ומתוכננת, כי כאשר אנחנו מעבירים לקוח מ-DSL לסיב, הוא מכפיל את המהירות שלו פי 10 ומוסיף לתשלום 15 או 20 שקלים בחודש. ההיענות גדולה, הביקוש גבוה ולמעשה הגדלנו את ה-ARPU בכ-18% משנת היציאה לפני שנתיים ועד היום. אנחנו שואפים להמשיך, כי למעשה אנחנו עדיין בשלבי פריסה. נגיע בסוף השנה לשני מיליון בתים ובהמשך אפילו ל-2.7 מיליון. בסופו של דבר, מתוך מיליון ומעלה משקי בית שמחוברים היום אצלנו לאינטרנט, רק כרבע עברו לסיבים, כך שעוד יש אוקיינוס ענק להוסיף ולצמוח ובהתאמה לשפר את ה-ARPU. אני מזכיר שאם מסתכלים בתוצאות, רואים שהכנסות האינטרנט הקווי, צמחו ב-10%. גם בפלאפון המעבר ל-5G, שוק שהיה מאוד מאוד תחרותי, עם מחירים מהנמוכים בעולם, למעשה חבילות ה-5G מאפשרות למשוך את ה-ARPU בהדרגה כלפי מעלה. זה תהליך מתמשך. אבל בדומה לקווי, אמנם בעצמה פחותה, אבל מאפשר למשוך את ה-ARPU בהדרגה כלפי מעלה, ככל שתמהיל הלקוחות עובר ל-5G. ב-yes אנחנו רואים שתי תופעות מעניינות. האחת, המשך צמיחה בבסיס המנויים ובהכנסות, כתוצאה מחבילות הבאנדל המשולבות והחבילות המשולבות עם דיסני. שני הדברים מאפשרים גם גידול בהכנסות וגם גידול בבסיס המנויים. לצד זה, אנחנו עושים מיגרציה טכנולוגית משידורים בלוויין לשידורים ב-IP, דבר שבהדרגה חוסך לנו בהוצאות ובהשקעות ולקראת 2026. ב-2026, התוכנית שלנו להפסיק לחלוטין את שידורי הלוויין ובכך לחסוך עשרות מיליוני שקלים בשנה, על התשלום למקטע הלוויין וכמובן גם על ההוצאות הנלוות מסביב, כמו CAPEX גבוה של הממירים הלווייניים, טכנאים, צלחות וכדומה. כך שאנחנו on track לפחות 6 רבעונים ברציפות, של צמיחה מתמשכת בהכנסות, שמובילה את הקבוצה קדימה. אתם רואים כמה מה-highlights, רבעון שיא בהכנסות עם 2.3 מיליארד

שקל, אנחנו רואים ירידה קלה ב-EBITDA, אבל חלקה הגדול זה שינויים חד פעמיים. טובי יתייחס לזה. הרווח הנקי המתואם יציב. ולשאר הדברים טובי יתייחס. כמובן, אנחנו המשכנו לרדת בחוב על אף העלייה בדיבידנד, וקיבלנו אופק חיובי מסוכנויות הדירוג. רבעון שיא בצירוף לסיבים עם 84,000. וכנ"ל גם, כפי שאמרנו, ב-yes ובפלאפון, תוצאות טובות. כל החברות מראות גידול בהכנסות וגידול במנויים. אני אזכיר גם את בזק בינלאומי במילה אחת. בזק בינלאומי שעוברת טרנספורמציה עסקית אדירה. למעשה משתחררת מהפעילות של ה-ISP הפרטי, כתוצאה מהשינוי הרגולטורי, מרבית הלקוחות עוברים לבזק. כאשר אנחנו רואים שם ירידה די תלולה בהכנסות ISP פרטי ועל אף זאת, החברה הצליחה לפצות ואף טיפה יותר, באמצעות השירותים העסקיים, שזה ליבה של החברה קדימה - שירותי הענן, שירותי הדאטה סנטר, שירותי הקווים הגלובליים וכדומה. כך שנראה שגם אסטרטגיית השינוי, הטרנספורמציה העסקית בבזק בינלאומי, מצליחה ועובדת. ולצד זה אנחנו נראה המשך ירידה בבסיס העלויות, דרך יישום הסכם קיבוצי, שיאפשר לנו לשחרר עוד עובדים במהלך השנה הזו והשנה הבאה. מכאן אני אפנה לטובי שיתייחס מעט ביתר פירוט לתוצאות.

טובי פישביין: תודה גיל. אז לפנינו, בשקף 7, עיקר התוצאות. לא אוסיף על ההכנסות, כי גיל התייחס לזה בהרחבה. ב-EBITDA המתואם, יש לנו ירידה מסוימת, שהיא נובעת בעיקר מתשלום מענק חד פעמי לעובדים קבועים בבזק קווי, בעקבות ההסכמות במגזר הציבורי. וגם תוספות מסוימות שהיו גם, בעלות אופי חד פעמי, בפלאפון בעיקר, כי ברבעון הראשון בשנה שעברה, עשינו עדכון אומדן עלות נכסי שימוש של רשת הסלולר, כתוצאה מהסכם עם רשות מקרקעי ישראל, בגין תקופות עבר ולכן כשעושים את ההשוואה, נראה כאילו יש עלייה מסוימת. בנוסף, גם עלויות ציוד קצה יותר גבוהות. בהתאם גם מכירות יותר גבוהות של ציוד קצה ברבעון זה, וב-yes גם עם הפעילות המואצת בעולם של חבילות תוכן עם שחקנים בינלאומיים כמו דיסני פלוס ואחרים, אז גם ההוצאות קצת עלו וגם השקה של הבאנדל של הסיבים, תרמה גם היא להוצאות כתוצאה מזה. אני אולי כבר אגיד כאן, במידה והשאלה הזו תעלה אחר כך, שאנחנו עומדים מאחורי התחזית לכל השנה, שמדברת על שיפור ב-

בזק – החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

EBITDA המתואם, לעומת שנה קודמת. התזרים החופשי שנראה פה בשקף עם ירידה של כ-40%, זה נובע מזה שהרבעון הראשון בשנה שעברה, היה חריג, חריג לטובה, עם גביה, בעיקר בפלאפון ובזק בינלאומי, שלא נגבה בסוף שנת 2021, עקב העיצומים שהיו שם. עדיין, הרמה הזאת של 345 מיליון תזרים חופשי לקבוצה, ברבעון אחד, היא רמה פנטסטית. כשמסתכלים על ה-KPIs התפעוליים ברמת קבוצה, אז אנחנו רואים המשך עלייה, המשך גידול ב-ARPU של האינטרנט הקמעונאי, מעל 9%. אנחנו רואים גם צמיחה, גם במנויים בסלולר, באינטרנט הקמעונאי ובטלוויזיה. ומה שאנחנו עוד רואים, וזאת פעם ראשונה מאז 2018, גידול מרבעון קודם, רבעון רביעי, פעם ראשונה, בסך הכל מנויי הולסייל שיש לנו. גם סיבים וגם נחושת, תמיד היינו בירידה, בגלל שהנחושת עובר לסיבים של מתחרים. והפעם, גם בגלל שיש לנו הסכמים עם שחקנים כמו פרטנר, אז גם אנחנו מצליחים להגדיל סך הכל הולסייל ואנחנו נתייחס לזה עוד מעט. בשקף 9 רואים את המשך ירידת החוב נטו שלנו ל-5.3 מיליארד שקל. לאחרונה ראיתם את הדיווחים שלנו, גם מידרוג וגם S&P מעלות אישרו את הדירוג הגבוה שלנו והעלו את האופק מיציב לחיובי, עם ציונים חיוביים לא רק על היחסים הפיננסיים שממשיכים להשתפר, אלא גם על האסטרטגיה, על הניהול העסקי ועל התפעול של כל הקבוצה. כאמור, התחזית שלנו עומדת בעינה לכל השנה וכאן אנחנו מתארים את האבולוציה שאנחנו עושים בעולמות ה-ESG. גם החברות הבנות בקבוצה, מצטרפות למיקוד הזה. זה נושא מאוד חשוב אצלנו בקבוצה. נעבור לרן שיסקור את בזק קווי.

טוב, שלום לכולם. אני אתייחס בקצרה לתוצאות של הקווי. הכותרת בקווי היא, סיבים סיבים ושוב סיבים. למעשה הנתונים מאוד מאוד חזקים. קרוב ל-50,000 לקוחות ריטייל, 48,000 צרפנו ברבעון הראשון. מעל 80 אלף - 84,000 לקוחות כולל הולסייל. ואם תיקחו את זה לקצב של אפילו 4 חודשים, אלה קצבים של 100,000 לקוחות. במדינת ישראל זה הרבה מאוד. ברור שזה מזניק את שיעור ה-Take-Up שלנו שהגיע כבר כמעט ל-22% על רשת סיבים של 1.75 מיליון משקי בית, בדרך לשני מיליון. עם כמעט 400,000 לקוחות פעילים על הרשת. נתונים מאוד מאוד חזקים. 60% מלקוחות הריטייל שלנו, כבר משתמשים בנו כ-

רן גוראון:

בזק – החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

ISP ובסך הכל מנוע האינטרנט עובד מאוד מאוד חזק. תראו מיד שגם מייצר הכנסות בצמיחה מאוד מאוד גבוהה, שמסייעים לצמיחה הכוללת של החברה בהכנסות, שעומדת על 1.4%. וגידול ב-ARPU שכבר מגיע ל-120 ש"ח. אז לעיקרי הדברים, בואו נראה כמה פרטים בפנים. סך הכל רואים את הגידול בהכנסות, יש לנו ירידה נקודתית ב-EBITDA המתואם, בעיקר בגלל תשלום חד פעמי לעובדים, בגלל הסכם השכר הציבורי במשק שבזק צמודה אליו ועוד השפעות של רפורמת הטלפוניה, שלמעשה לא הייתה ברבעון הראשון של 2022. בסך הכל, שאר הנתונים הם טובים והירידות הן נקודתיות. שקף הבא, פה רואים את מנועי הצמיחה העיקריים שלנו, גידול די דרמטי של 10% בהכנסות משירותי אינטרנט, 10% ב-ARPU. בהיקפים הסיטונאיים, אמנם רבעון מול רבעון יש ירידה, כי הייתה ירידה כל השנה האחרונה, אבל שימו לב שדווקא ברבעון הראשון מול הרביעי, אחרי הרבה שנים חזרנו לצמוח בסך הכל הקווים ואלה פירות של עסקת ה-IRU עם פרטנר. אפשר להתקדם. השקף הבא מראה בצורה מאוד מאוד בולטת את הזינוק בכמויות. אז גם את הזינוק בכמות ההולסייל, גם את הזינוק בסך הכל הקווי, מספרים מאוד מאוד חזקים. מצבת הלקוחות הפעילים שלנו בריטייל עומדת היום על 263,000 לקוחות. אפשר לעבור הלאה. רואים פה את הזינוק החד מאז שהתחלנו את שני המנועים שלנו. גם תוכנית ההאצה בריטייל וגם ההצטרפות להולסייל וגם צמיחת הפריסה הולכת מאוד מאוד יפה. הצגנו לאחרונה, לפני כשבועיים, את מפת הדרכים שלנו קדימה. היום, אנחנו נמצאים בקצבים של 2.5 גיגה בייט בטכנולוגיה הנוכחית עם WIFI 6. במהלך 2024, בשאיפה בחציון הראשון, נשיק קצב של 10 ג'יגה עם WIFI 7 שיפזר את האינטרנט בצורה יותר טובה בבית ולקראת 2027 נעבור לדור הבא, שגם המחשנו אותו בניסוי עם נוקיה, עד 25 גיגה והתקדמות ב-WIFI, בסך הכל, הדבר הזה אומר דבר מאוד מאוד פשוט - האופק של הרשת מעבר לפריסה הוא שדרוגים. מרבית הלקוחות היום ב-1 גיגה. נרצה לשדרג אותם גם עד 2.5, אבל גם בעתיד, כמו שאתם רואים, נרצה להמשיך ולשדרג עוד ועוד וגם יהיה צורך ברוחב הפס הזה. אפשר לעבור הלאה. תמסורת תקשורת נתונים, נראה מאוזן. קחו בחשבון שאנחנו הולכים ויורדים בהכנסות מהגיגות, ההכנסות שהגיעו מ-ISP ומפצות עליהן הכנסות אורגניות במגזר

העסקי, אז סך הכל אנחנו מאוד שבעי רצון שם וכמובן הירידה בטלפוניה, שכולם מכירים. בהוצאות, התייחסתי להוצאות החד פעמיות שיש לנו. מעבר לכך, יש לנו הוצאות שקשורות לפרויקט הסיבים. אם בהעסקת עובדים, אם בקבלני משנה, להוצאות שמייצרות צמיחה, בסך הכל נמצאות בשליטה ובמבט מאוד קרוב שלנו. ולסיכום, חיבור מהיר של לקוחות, אסטרטגיה כפולה, עסקת ה-IRU עם פרטנר שתמכו בנו וצמיחה במגזר הפרטי, מעבר לאינטרנט אחוד, צמיחה בהכנסות, בסך הכל מומנטום מאוד טוב בקווי ואני אעביר לאילן שידבר על פלאפון ואחר כך על yes.

תודה רן. אז בפלאפון וב-yes הכותרת היא שאנחנו מסכמים רבעון ראשון מצוין. כל חברה ממשיכה להוביל בתחום הפעילות שלה וממוקדת באסטרטגיה שהוגדרה. אנחנו ממשיכים להשקיע באפיקי הצמיחה, גם של פלאפון וגם של yes. פלאפון, דור חמישי וב-yes, בקידום חבילות משולבות של טלוויזיה וסיבים ושיתופי פעולה בינלאומיים בתוכן. כשמסתכלים על פלאפון, אז רואים שיא בהכנסות מאז 2018, עם גידול של 2.7%. זה נובע גם מהמשך צמיחה של ישראלים שיוצאים לחו"ל ומשתמשים בשירותי הרומינג שלנו. אנחנו ממשיכים לצמוח במנויים. מגייסים גם חבילות דור 5 וגם חבילות דור 4 רחבות, ומעבר של לקוחות לחבילות הדור החמישי, הלקוחות הקיימים שלנו, וכבר הגענו למספרים של 860,000 מבחינת הבייס. הרבעון הזה, גם אנחנו ממשיכים לצמוח בהכנסות מצידוד קצה. גם אל מול הרבעון המקביל וגם אל מול הרבעון הקודם. ה-ARPU עלה בשקל, גם בנטרול דמי הקישוריות וגם ללא הנטרול. ומבחינת הרווחיות, אנחנו בשיפור ברווחיות ונטרול נושא חד-פעמי, כפי שטובי ציין, שהיה ברבעון הראשון. מבחינת עיקרי התוצאות, אז רואים פה, כמו שאמרתי, את הצמיחה בהכנסות ל-616 מיליון שקל, צמיחה של 2.7% גם אל מול הרבעון המקביל וגם אל מול הרבעון הקודם. כל מדדי הרווחיות, כפי שצינתי נבעו כתוצאה מנושא חד-פעמי שהיה ברבעון הראשון. בנוסף לזה, סיום פרויקט משרד החינוך, שהסתיים ברבעון השלישי של שנת 2022. אפשר לעבור הלאה. מבחינת נתונים תפעוליים, אז החברה צמחה ב-11,000 מנויי פוסט פייד וירדה מעט במינוי הפרי פייד, שוב, כתוצאה מסיום פרויקט משרד

בזק – החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

החינוך. אתם רואים כאן למטה את מצבת מנויי חבילות דור 5, אנחנו צומחים בסדר גודל של 50,000 ברבעון. הגענו ל-860,000. החברה משקיעה מאמצים רבים למעבר של לקוחות לדור החמישי, וגם כמובן משקיעה בפריסה, אז כמו שאמרתי, ה-ARPU עלה כתוצאה גם מהרומינג וגם ממעבר של לקוחות לדור החמישי. כאן רואים את שינוי המגמה בהכנסות משירותים בפלאפון. רבעון ראשון, כבר מ-2019 עד 2023, הייתה מגמה שהתחילה ב-2021, היא חזרה לצמיחה כל רבעון והכנסות משירותים ברבעון הראשון 2023 גבוהות מההכנסות ברבעון הראשון של 2019, שזה היה טרום קורונה. מבחינת yes, רבעון מצוין. גם גידול בהכנסות של 4.1% וזה גם כתוצאה מההשקה של החבילות המשולבות, שיש להם ביקוש רב בקרב הלקוחות שלנו וגם בשוק, חבילות משולבות של טלוויזיה וסיבים של בזק. והחבילות שלנו עם השותפים הבינלאומיים שזה דיסני פלוס, נטפליקס ודיסקברי. אנחנו מזהים ביקושים ערים והלקוחות נהנים מהחבילות הללו. שימו לב שזה כבר רבעון עשירי ברציפות של צמיחה בכמות הלקוחות ב-yes. יש שוק מאוד, מאוד, מאוד תחרותי. וזה דבר לא טריוויאלי בכלל. התזרים החופשי צמח ב-115% ל-56 מיליון. זה עקב פערי עיתוי שיקוזזו ברבעון הבא. מבחינת המעבר, ה-transition ל-IP, אז אנחנו בתהליך מואץ וכבר 356,000 מהמנויים שלנו הם צופים בטלוויזיה על בסיס האינטרנט. זה 61%, מתוכם 110,000 הם ב-Sting TV והשאר הם ב-yes פלוס. יש לנו גם שיפור ברווח הנקי המתואם, לאחר כמה רבעונים שליליים, עם איזון ברבעון הזה לעומת הפסד נקי של 7 מיליון ברבעון המקביל. מבחינת עיקרי התוצאות, אז אמרתי שההכנסות עלו והתזרים החופשי עלה. ה-EBITDA המתואם ירד בעיקר מעלויות תוכן וגידול בפעילות הסיבים. אפשר לעבור. מבחינת הנתונים התפעוליים, אז אנחנו ממשיכים לצמוח במנויים כמו שאתם רואים, רבעון אחר רבעון באופן כללי וגם ב-STING, וה-ARPU צמח ב-4 שקלים אל מול הרבעון הקודם. בשקף הבא אפשר לראות את שינוי המגמה, את השינוי שהחברה עוברת ברמת ההכנסות. מירידה בהכנסות ברבעון מול רבעון מקביל, לעלייה בהכנסות ברבעון מול רבעון מקביל. תודה.

טובי פישביין: תודה, אילן. בבזק בינלאומי, אז אנחנו רואים הרבעון, שהצמיחה בהכנסות בפעילות ה-ICT, שזה המיקוד האסטרטגי של החברה, מצליחה לקזז ואף מעבר לכך, על הירידה בהכנסות משירותי ה-ISP בשוק הפרטי, כתוצאה מהרפורמה של האינטרנט האחד שנכנסה באפריל שנה שעברה. כשמסתכלים על עיקרי התוצאות, אז יש כאמור את הצמיחה בהכנסות. יש שיפור די משמעותי ב-EBITDA המתואם, כ-46%, שנובע מזה שברבעון המקביל הייתה הסטה של הפעילות לעולם ה-ICT, אז גם הורדנו הוצאות שקשורות לעולם ה-ISP הפרטי וזה מה שאנחנו מתכוונים לעשות בהדרגה, תוך כדי אובדן ההכנסות מהעולם הזה, כדי למקד את כל החברה בעולמות ה-ICT. כשמסתכלים על כל הקבוצה, אז רק לסכם, רבעון שיא בהכנסות. הכי טוב מאז 2018. רבעון שיא גם בסיבים. גם קמעונאי וגם סיטונאי. הצלחה בשיווק החבילות המשולבות. וגם yes מצליחה להביא גידול גם במנויים וגם בהכנסות. ובסוף רואים שאנחנו מצליחים גם לשפר את שיעור הדיבידנד ל-60%, עם תשואת דיבידנד של כ-4%. בד בבד עם שיפור תחזית הדירוג שלנו על ידי שתי סוכנויות הדירוג המקומיות לחיובית. סך הכל אסטרטגיה, כמו שגיל אמר בפתיחה, שעושה שכל, נותנת אופק לשנים טובות קדימה והיא גם עובדת. אז תודה רבה. ועכשיו נעבור לשלב שאלות ותשובות. מי שרוצה לשאול שאלה, אנא הרימו את ידכם באופן וירטואלי בלשונית של המשתתפים, PARTICIPANTS. או באפליקציה במובייל, אפשר להרים את היד, בלחיצה על לשונית עוד, MORE. מי שנקרא בשמו, אנא עשו UNMUTE, ושאלו את השאלה. לטובת כל המשתתפים, אנא הציגו את עצמכם ואת שם החברה אותה אתם מייצגים. השואל הראשון, לירן לובלין, מ-IBI.

לירן לובלין: אהלן חברים, מה נשמע?

טובי פישביין: היי לירן. בסדר גמור.

לירן לובלין: שתי שאלות קצרות, א', נתתם גילוי על ההשפעות אינפלציה, בעיקר על הוצאות המימון שלכם. רציתי לדעת אם יש איזשהן השפעות, אני מניח שיש השפעות נוספות, גם על ההוצאות, אם זה שכירות אתרים או, אם אתם יכולים לתת קצת יותר מידע על זה. ושאלה שנייה, לגבי ההשפעות של הרומינג. אני יודע שאתם לא נותנים מספרים של כמה הרומינג



מתוך ההכנסות של פלאפון, אבל אם אתם יכולים לעשות אולי, איזושהי השוואה קטנה

למספרים שהיו לפני הקורונה, לעולם נורמטיבי, האם אתם חווים ירידה ובאיזה היקפים? טובי פישביין: תודה לירן, אני אענה לשאלה הראשונה ואני אתן לאילן להתייחס לנושא של הרומינג. אז באמת האינפלציה משפיעה עלינו, בעיקר בנושא של החשיפה לחוב צמוד מדד, שחלקו אגב מגודר, אבל עדיין בנטו, בסוף עדיין יש לזה השפעה, שהייתי אומר היא ההשפעה העיקרית. יתר ההשפעות, כמו למשל שכר דירה בבזק או בפלאפון או במקומות אחרים, היא קיימת, אבל היא לא משמעותית.

אילן סיגל: לגבי הרומינג, 2019, לפני הקורונה, הייתה שנת שיא ביציאות ישראלים לחו"ל וכתוצאה מזה גם חבילות רומינג. מן הסתם הייתה עצירה בתקופת הקורונה וברבעון ראשון 2022 ראינו חזרה, רמה של חזרה של לקוחות ישראלים שיצאו לחו"ל ולקחו חבילות רומינג. אנחנו רואים המשך מגמה שהיא די מקבילה לכמות היציאות של ישראלים לחו"ל, שכתוצאה מזה לוקחים יותר חבילות חו"ל. ככל שיש יותר ישראלים שיוצאים לטיולים או לכנסים, שחזרו למעשה באופן מלא, לעומת מה שהיה בשנת 2019. בסך הכל אני יכול לומר שההכנסות של הרומינג ממשיכות להיות בעלות השפעה משמעותית על ה-ARPU של פלאפון.

לירן לובלין: אז מול 2019 אתם לא רואים שחיקה?

אילן סיגל: לא. אנחנו רואים המשך מגמה של ישראלים שיוצאים לחו"ל. זאת אומרת יש עליה. לירן לובלין: לא, את זה אני יודע. אני שואל על ההכנסות רומינג. זה שאנשים יוצאים לחו"ל, זה בסדר. השאלה היא...

אילן סיגל: הכנסות הרומינג ממשיכות להיות משמעותיות לפלאפון. גם ב-2022 וגם ב-2023. כמו שאתה מבין, אני לא יכול להתייחס ספציפית להבדלים, אבל בסך הכל אני יכול לומר לך, כמו שחזרתי ואמרתי, הישראלים יוצאים וגם לוקחים חבילות רומינג.

לירן לובלין: בסדר, תודה.

אילן סיגל: בבקשה.

טובי פישביין: שאלה הבאה מאילנית שרף.

אילנית שרף: היי חברים.

טובי פישביין: היי אילנית.

אילנית שרף: יש לי כמה שאלות, האמת. אני אנסה לקצר. אז קודם כל, רק כדי לחדד את מה שאמרתם, אתם אומרים שקצב ההצטרפות של הלקוחות בסיבים זה 100,000 בשנה. והדבר השני שרציתי להבין לגבי העלייה ב-ARPU, האם אתם צופים את אותו קצב כמו שראינו ברבעונים האחרונים? עוד שאלה היא בהקשר של שכר העובדים. מה שראינו ברבעון, שמדובר בעלייה של בערך, קצב של 70 עד 80 מיליון שקלים, קצב שנתי, שזה היה פי שניים משנה שעברה. אז באמת הייתי רוצה לדעת, האם מדובר בעיקר בעליית שכר שנובעת מתוספת עובדים בהיבט של הסיבים, ואם זה משהו שאחרי שאתם תסיימו להגיע לכמות שאתם רוצים להגיע אליה, אז זה משהו שירד? וגם לגבי קצב ההשקעות, האם הוא צפוי להיות ב-1.25 מיליארד שקלים בשנה הנוכחית?

טובי פישביין: אני אתן לך להתחיל בהתייחסות. אני אשלים השקעות ואולי שכר.

רן גוראון: טוב, היי אילנית, כיף לראות אותך. את שאלת בכתב ברבעונים האחרונים. אז שמחים שחזרת אלינו אונליין. אני אנסה לזכור מה ארבע השאלות. תזכיר לי אם לא עניתי וטובי ישלים אותי. לגבי הקצב, אולי לא הובנתי. ריטייל והולסייל ברבעון הראשון, 84,000 דיווחנו. אמרתי שאם משליכים את המספר הזה ל-4 חודשים, שליש שנה זה יוצא מאה, זה המתמטיקה, לא תחזיות או משהו. בסדר? אמרתי כי זה פשוט מספר עגול שקל להבין אותו. טובי פישביין: היא התבלבלה עם שנה, זה לא שנה. 84,000 ברבעון.

אילנית שרף: כן, כן.

רן גוראון: 84 ברבעון ומאה זה בשליש שנה. זה איזושהי אקסטרפולציה שעשיתי, אולי קצת מבלבלת. בואי נישאר עם ה-84. והתייחסו לזה כהבנתכם. זה הקצב, אנחנו שואפים להמשיך בקצבים גבוהים. כמובן, את ההולסייל אנחנו לא יכולים לחזות. זה שחקנים אחרים שפועלים על הרשת שלנו. ברשת שלנו באופן טבעי, ברבעון השני היה פסח והחגים הלאומיים, יום העצמאות וכו'. מעט, פחות ימי עבודה, מקווים להמשיך בקצב וזו השאלה הראשונה. שאלה שניה נגעה, למיטב זכרוני, ל-ARPU, אז יש את התחזית ARPU שנתנו לטווח הבינוני. ה-120 שדיווחנו, בהחלט In-line, אפילו טיפה מהיר יותר. אנחנו לא משנים את התחזיות

שלנו, עומדים מאחוריהם, זה נתון פורמלי של החברה. אפשר להתייחס אליו. ה-120 הוא  
אבן דרך נכונה וטובה ובמועד נכון, בדרך לתחזית לטווח ארוך זה היה 130?

טובי פישביין: 130

רן גוראון: כן, 130. פשוט לא זכרתי בעל פה. אני מדלג רגע לשאלת ההשקעות. רמת ההשקעות  
שמאפיינת אותנו בשנתיים האחרונות, אני מדבר בקווי, לא ברמת הקבוצה, מותאמת  
לפרויקט הסיבים. היא צפויה ללוות אותנו בשנים של הפריסה. השנים המשמעותיות של  
הפריסה, הם נגיד השנתיים הקרובות. עוד 23 כמובן, 24, 25 כבר תתחיל הפריסה לרדת  
ו-26 זה כבר יהיה, מה שאפשר לקרוא לו, זנבות. אז אנחנו מעריכים שההתנהגות של  
ההשקעות תהיה בהתאם. כלומר, הם יתגרמלו אי שם בקצה טווח התחזית ונדמה לי  
שהשאלה הרביעית נגעה לעובדים, אז אני אתן תשובה, ככה בצורה גסה יחסית וטובי ישלים  
אותי לפי הצורך. שאלת אם ההתייקרות היא כמות של עובדים שמשויכים לפרויקט הסיבים,  
או עלייה בעלויות שכר והאם העלויות האלה יישארו איתנו בתום הפרויקט, אם אני זוכר נכון  
את השאלה, אז בואי נגיד, בגדול, חצי חצי, קודם כל, לקחנו יותר עובדים, כן, כמובן. יותר  
טכנאים, יותר אנשי תשתיות, יותר פריסה. המקומות שאנחנו לוקחים את זה, זה מקומות  
שאנחנו זקוקים להם, בשביל אותה פריסה ויש אירועים אקסוגניים, כמו הסכם שכר במגזר  
הציבורי, שהיה כרוך בתשלום חד-פעמי וגם העלויות ילוו אותנו. בהחלט לחברה יש תוכנית  
בתום אותה תקופת השקעות שגם תיארתי. לחזור, העובדים הנוספים שנלקחו לפרויקט  
הסיבים, בעצם נשחרר אותם. זה גם נתמך בהסכם הקיבוצי שלנו, שבשנת 2026 מאפשר  
פרישה משמעותית של עובדים, אז זאת למעשה התוכנית של החברה, וככל שאנחנו רואים  
כרגע, אנחנו עומדים בתוכנית הזאת. אם אתה רוצה להוסיף משהו, טובי.

טובי פישביין: רק בקצרה, על הנושא של ההשקעות, אנחנו לא נותנים תחזיות בין חברה על היקף  
ההשקעות השנתי. כן נתנו לכל הקבוצה. אמרנו 1.75 מיליארד שקל, CAPEX ברוטו. אי  
אפשר להשליך מההשקעות של חברה כזו או אחרת לרבעון מסוים, לפי עיתוי בתשלומים.  
בסוף זה מושפע מזה ואנחנו עומדים מאחורי התחזית השנתית שנתנו לקבוצה. תודה.

אילנית שרף: תודה. אני יכולה לשאול עוד שאלה או שתיים לגבי yes ופלאפון?

בזק – החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

טובי פישיבין: בבקשה.

אילנית שרף: אוקיי, לגבי yes, מה שראיתי ברבעון, זה שהיקף מנויי הפרמייום ממשיך לרדת כמובן. והיקף המנויים של STING עולה ועדיין, נרשמה עלייה ב-ARPU מטלוויזיה. זאת אומרת, מן הסתם אפשר היה להניח שכשמנויי הפרמייום יורדים, אז גם, סך הכל ה-ARPU הממוצע הזה, אמור להשפיע על ה-ARPU הממוצע. אז אני אשמח אם תתייחסו לזה. ולגבי פלאפון, השאלה שלי היא, נראה לי שזה קצת ממשיך את השאלה של לובלין. הייתי רוצה לדעת אם באמת אפשר לתת לנו קצת יותר תחושה לגבי, מה התרומה של ה-5G לעומת מה התרומה של הרומניג.

אילן סיגל: טוב, לגבי yes, אילנית, אנחנו מצליחים גם לגייס וגם לשמר לקוחות פרמייום, מה שנקרא לקוחות yes פלוס, בקצב מרשים ואכן יש לנו עלייה בסטינג וירידה קלה בלקוחות yes פלוס. בנוסף לזה, ציינתי קודם גם, שיש לנו חבילות משולבות עם מגוון רחב של שירותי תוכן, גם חבילות שכוללות את דיסני פלוס וגם חבילות שכוללות את נטפליקס ודיסקברי, ויחד, כאשר מחברים את החבילות המשולבות האלה, אז ההכנסה בגיבן גדלה. אז לשאלתך, זאת אומרת, יש חבילות STING, חבילות yes פלוס - ויש גם חבילות משולבות שכוללות גם עוד שירותי תוכן נוספים, שמן הסתם הן חבילות רחבות יותר. אז זה לגבי yes. לגבי ה-ARPU בפלאפון, כמה דברים. קודם כל הרומינג והמעבר לדור 5 משפיע לחיוב על ה-ARPU. זה דבר אחד. דבר שני, מהצד השני יש קיזוז קל כתוצאה מזה שסיימנו את פרויקט משרד החינוך שעזר ל-ARPU וגם בחבילות תוכן בדור 4, כל מיני חבילות תוכן או שירותי תוכן יש לומר, כמו הרחבת חבילות או שירותי ערך מוסף, שהם כבר לאט לאט הופכים להיות Legacy, יורדים מהחבילה וככה יש שחיקה קלה בחבילות דור 4. אבל כן, מה שמשפיע בצורה יפה על ה-ARPU זה המעבר של הלקוחות לדור החמישי, שנראה יותר ויותר השפעה שלהם בהמשך, והרומינג, כשהישראלים יוצאים לחו"ל ולוקחים חבילות רומינג. שני הפרמטרים האלה הם המשפיעים העיקריים לחיוב, על ה-ARPU של פלאפון.

אילנית שרף: אוקיי. בסדר גמור. תודה רבה לכם.

טובי פישיבין: תודה אילנית. השואל הבא, עמרי לפידות מלאומי פרטנרס. היי עמרי.

בזק – החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

עמרי לפידות: היי. עמרי מלאומי פרטנרס. אז כמה שאלות. אני אתחיל אולי עם השאלה העיקרית שלי. זה נוגע לתחזית EBITDA המתואם השנתית של החברה. אם אנחנו לוקחים את ה-EBITDA המתואם הנוכחי ברבעון הזה, ומכפילים ב-4, אנחנו עדיין קצת מתחת לתחזיות החברה. עכשיו, לפי ההבנה שלי, למרות עלייה בסגמנטים הנוספים שאנחנו רואים, הטלפוניה, מהרבעון הקרוב, חוטפת את הפעימה השנייה, תורמת יותר חזק מהשיפור שאנחנו רואים במגזרים האחרים. כלומר, לפי ההנחה שלי כרגע, אני רואה שדווקא ה-EBITDA המתואם ברבעונים הקרובים, צריך להיות אפילו טיפה נמוך יותר ממה שראינו ברבעון הנוכחי. ולפי קצב גידול העלויות שראינו בחברה באמת, ברבעון הראשון, גם אם מנטרלים את הכמה דברים החד-פעמיים האלה שציינתם, אז לא ברור לי איך אפשר לעמוד בתחזית הזאת. הדבר העיקרי שיכול להסביר את זה ואולי אני לא אומד נכון, זה מה היקף הוצאות השכר שאתם רואים שאתם יכולים לחסוך השנה. אז אם השנה ושנה הבאה, אם תוכלו אולי לתת קצת יותר צבע על ההיקף הכספי שאתם רואים בגזרה הזאת, זה יעזור. או, אם אני מפספס משהו אחר.

טובי פישביין: תודה. אז אני אתייחס. אני אתן לרן אחר כך להשלים. בשמחה. אבל, אנחנו קודם כל עומדים מאחורי התחזית שנתנו לכל השנה, ובהחלט לא כל רבעון מתנהג אותו דבר. וכמו שהסברנו גם עכשיו, היו אלמנטים חד-פעמיים שהשפיעו גם על ההוצאות ברבעון הנוכחי. דבר שני, הטלפוניה ברבעון השני אמורה להמשיך להתנהג כמו שהתנהגה ברבעונים האחרונים. הירידה בתעריפים היא ברבעון השלישי, החל מיולי. אז היא בהחלט תשפיע בהמשך השנה, אבל פחות ברבעון השני. וכשאנחנו רואים את כל הפעילויות של הקבוצה, זה שילוב של האזורים שבהם אנחנו צומחים ועם עבודה מאוד ממוקדת בתחומי ההוצאות העיקריות בכל החברות בקבוצה, אז אנחנו רואים את המקומות שבהם עוד יהיו שיפורים. כדי שנוכל לעמוד בתחזית הזאת שנתנו.

רן גוראון: אני רק אוסיף עוד משהו אחד מניתוח מגמות, פתחתי לראות שאני לא טועה. למעשה, ה-EBITDA המתואם ברבעון הראשון, אולי נמוך לעומת הרבעון הראשון שנה שעברה, אבל הוא נתון שיא, אולי משלושת הרבעונים האחרונים. אז אני מצטרף לכל מה שטובי אומר,

לקחת את הטלפוניה טיפה מוקדם, אני חושב שבעובדים יש הוצאות חד-פעמיות, שאולי הצוות שלנו יכול טיפה לעזור לנטרל. ותסתכל גם על כל חמשת הרבעונים האחרונים, כולל הרבעון הזה ולא רק על המקביל. זה נמצא במצגת גם, אז אני חושב שזה נותן תמונה. לנו לפחות זה מסתדר ועומדים מאחורי הדברים.

טובי פישביין: אולי אני גם אזכיר עומרי, שאתה יודע, יש גם עונתיות אצלנו, בתחומי התקשורת. למשל בנדידה, זה תחום כידוע, רווחי, הרבעונים החזקים בנדידה, הם לא הראשון. הם בדרך כלל השני, השלישי וזה עוד לפנינו.

עומרי לפידות: כן. אני כמובן עניתי על הקווי והשאלה שלך אולי הייתה על הקבוצה, אז יש אפשרות אולי לקבל קצת צבע על היקפים מספריים, שאתם רואים בהוצאות השכר, שאפשר לחסוך השנה? כמה אתם רואים דרישה בבינלאומי, שתתרום להוצאות השכר, כמה בפלאפון? טובי פישביין: אני אנסה לעזור קצת. אנחנו לא נותנים ברזולוציה כזאת תחזיות, לא להוצאות שכר. אבל כן אמרנו, ואפשר לחזור על זה, שבבזק בינלאומי, שם נחתם הסכם קיבוצי, יש מתווה של פרישה מרצון, שבמסגרתו יצאו כ-260 עובדים. חלקם כבר יצאו ואנחנו חוסכים, במהלך הזה, עשרות מיליוני שקלים ברמה שנתית. חלק מהמתווה הזה יסתיים אי שם ב-2024, עם המשך ירידה של פעילות ה-ISP הפרטי, ונראה את ההשפעות האלה גם בהמשך. עמרי לפידות: הבנתי. עוד משהו, אולי בהקשר קצת של פרישת עובדים שרן ציין קודם ולא כל כך הכרתי. ב-2026 יש לפי ההסכם הקיבוצי, אפשרות לפרישה משמעותית של עובדים, אתם מדברים על בזק קווי ופרויקט הסיבים?

רן גוראון: נכון, אנחנו מדברים על בזק קווי בכלל, ההסכם הקיבוצי בבזק קווי, הוא עד סוף שנת 2025. בסופו, כלומר ההנהלה יכולה להפריש את המנה האחרונה של העובדים. המספר הזה לא נמצא שם במקרה, הוא נמצא שם על מנת כשנגמור לפרוס את פרויקט הסיבים ולצרף את המסה הגדולה של הלקוחות, תוכל ללוות את זה בפרישת עובדים מתאימה. בהחלט. פרסמנו את זה בעבר וזה נתמך בהסכם הקיבוצי.

עמרי לפידות: כלומר, יש אפשרות לקבל איזשהו, איזושהי כמות מספרים, כמו ה-260 בבינלאומי?

את המספר שכתוב בהסכם הקיבוצי לפרישה שמותרת לנו, לדעתי הוא פומבי, אז אני אבקש שהצוות יבדוק את זה ויעביר לך. כן, בהחלט. הוא גם למעשה, ההסתכלות שלנו קדימה מבוססת על זה, שבתום הגל הזה תהיה פרישת עובדים, תהיה התכנסות של חלק מתקציבי ההשקעות, על מנת לחזור לאיך שנראתה החברה, לא בתוך פרויקט כזה גדול.

אילן סיגל: עוד מילה אני אשלים על פלאפון. בפלאפון נחתם הסכם קיבוצי חדש בדצמבר 2022. בו גם כן יש הסכם לפרישה מרצון של כמאה עובדים בשלוש שנים, לשלושת שנות ההסכם, אז גם זה נתון פומבי.

עמרי לפידות: ואולי עוד שאלה אחרונה קטנה. מבחינת התזרים החופשי, אז אמרתם שהמספרים הם לא כל כך מדויקים, בעקבות מה שאנחנו מכירים במספרי ההשוואה, ושהדבר הזה אמור להתאזן בחזרה ברבעונים הקרובים. אבל אם אנחנו מסתכלים קצת על המאזן של החברה, אז על פניו נראה שיתרת ההון החוזר ברבעון, דווקא ירדה משמעותית. יתרת הספקים גדלה מאוד, ועל פניו אולי הייתי מצפה שדווקא ברבעונים הבאים, יהיה תשלום על הון חוזר גדול. טובי פישביין: אז כן. אילן התייחס לזה שהוא דיבר על התזרים של yes. היו פערי עיתוי שם בתזרים, מדי פעם זה דברים שקורים בין הרבעונים. הרמה של התזרים שלנו, היא כן מדויקת. רק שהיא פשוט נמוכה מהמקביל, בגלל שהייתה גביה מאוד גבוהה שהיא הייתה חריגה בשנה שעברה, ברבעון הראשון. מה שאני יכול לציין, זה שאותה רמה של התזרים החופשי שדיווחנו עליה הרבעון, 345 מיליון ברמת קבוצה, בניכוי אותו פער עיתוי שדיברנו עליו עכשיו ב-yes, שאילן התייחס אליו קודם, זו רמה בהחלט, שמשקפת תכנון שלנו ברמה השנתית. אנחנו עומדים בזה יפה מאוד.

עמרי לפידות: אוקיי. תודה רבה.

טובי פישביין: תודה עומרי. שאלה הבאה, מסבינה מלידר. היי סבינה.

סבינה לוי: היי, אני רציתי לשאול לגבי התחום הקווי, אם אפשר לקבל קצת צבע. אתם מגייסים מאוד יפה וגייסתם הרבה לקוחות בסיבים והקמעונאי ואני מנסה להבין את האזורים שאתם מגיעים עכשיו, מבחינת החפיפה מול סלקום ופרטנר. זאת אומרת, אתם מצליחים לגייס כל כך הרבה

כי אתם פועלים כרגע באזורי חפיפה איכותיים יותר, או כי פשוט אתם מצליחים לגייס כל כך הרבה?

רן גוראון: טוב, אז קודם כל שלום שוב. את יכולה לבוא גם למסיבת העיתונאים בבוקר. אנחנו כבר ביום הזה מופיעים 3 פעמים. את מוזמנת.

סבינה לוי: אני שמעתי שיותר נחמד אצלנו.

רן גוראון: כן. אצלכם יותר נחמד. תראי, אני אגיד באופן כללי. אנחנו פחות או יותר מגייסים את הלקוחות שלנו, חצי מאזורים שבהם יש לפעמים שתיים ושלוש רשתות. גם רשת פרטנר עוד פרוסה וחצי מאזורים שאנחנו מגיעים אליהם בפריסה חדשה. ששם אנחנו מתחרים עם סלקום ופרטנר, שפועלות על הרשת שלנו בהולסייל. המאפיין הגדול באזורים החדשים, שכשהם מגיעים לשכונה או לאזור חדש, יש 20% או 30% מהלקוחות שמחכים לסיבים. והגל הראשון של המצטרפים הוא מאוד מהיר. הוא מתחלק מול כל השחקנים שפועלים באותו אזור, אז אנחנו משתדלים להיות מאוד טובים באזורים האלה ובאמת לגייס. את שאר הלקוחות אנחנו מגייסים באזורים שהמתחרים גם פרוסים בהם. צריך להבין שבגלל שיש לנו, כמו שגיל ציין בהתחלה, יש לנו מיליון לקוחות אינטרנט, שמתוכם רק 263,000 הם בסיבים, אז באופן טבעי, לקוחות בזק מחכים שבזק תציע להם. ואחד המקומות של שחקן, שיש לו בסיס לקוחות גדול, יכול להשתמש בו, זה להציע ללקוחות שלו סיבים ואנחנו משכנעים עוד ועוד לקוחות שלנו לעבור ולהצטרף. זה נכון גם באזורים שבהם התחרות יותר גדולה. הלקוחות מצטרפים בגלים, אבל באופן טבעי, הדבר הראשון שהם בודקים זה הספק הקיים שלהם. ולקוחות בזק, סך הכל אוהבים את בזק. מצטרפים אלינו בשמחה. שימי לב גם שכל השוק צומח יותר מהר. זאת אומרת שגם העוגה גדלה בשלב הזה מהר. הדרישה בארץ לסיבים היא גדולה ובסך הכל הגשם הזה יורד על כולם. אנחנו שמחים שיורד יותר אצלנו.

סבינה לוי: רציתי לשאול גם לגבי בזק בינלאומי, שככה ממשיכה להפתיע אותי, לפחות לחיוב. מבחינת המעבר של הלקוחות ISP או נטישת לקוחות ISP בזק בינלאומי, לטובת בזק קווי כנגד הצמיחה בעסקי. מתי אנחנו נראה את ההשלמה של המסה הקריטית של הנטישה של ה-



ISP? אני פשוט מנסה להבין כי הייתה איזושהי דעה רווחת בשוק, וגם אתם עשיתם בזמנו הפרשה לירידת ערך בבזק בינלאומי ולתחושה שלי שהספדתם אולי מוקדם מדי את העסק והשוק אולי לא, לא מגלם בצורה מספיק טובה את הפוטנציאל. כי אנחנו רואים כבר כמה רבעונים של שיפור.

גיל שרון: אולי אני אתחיל בבזק בינלאומי, אנחנו הגדרנו אסטרטגיה, אסטרטגיית קבוצה, לפני שנה וחצי והיה בה פרק גם על בזק בינלאומי, ואמרנו שבזק בינלאומי תעבור transition period, תיפרד מפעילות ה-ISP הפרטית ותצמיח את פעילות האינטרנט העסקי, הדאטה סנטר. הקווים הגלובליים, ה-ICT. עכשיו, לחזות במדויק איך זה יקרה, אני מסכים איתך שהיא מפתיעה אפילו קצת לטובה. זאת אומרת, פעילות ה-ICT והפעילות העסקית הצליחה לצמוח יותר מאשר הירידה בפעילות ה-ISP. ואנחנו בהחלט מרוצים מזה. יש לנו את החברה הקטנה שרכשנו CloudEdge שמתמחה בתחום הענן הציבורי של מיקרוסופט, שהיא תורמת לצמיחה הזאת. לצד הפעילות האורגנית. בכלל, תחושה של ביקושים בתחום ה-IT וה-ICT ובפרויקטים הגדולים ובחווות שרתים. אז כן, מעולם לא הספדנו את בזק בינלאומי. ההפך- אמרנו שהיא עוברת transition period לא קל. בינתיים היא עוברת אותו. אולי באמת, כפי שציינת, קצת בצורה מפתיעה לטובה. הפרדנו אותה גם כחברה נפרדת. יש לה היום הנהלה שהיא ממוקדת בפעילות העסקית, וזה בוודאי גם תורם. ובנוסף גם אנחנו משחררים שם עובדים, כפי שכבר טובי ציין.

סבינה לוי: אבל מה שאני חושבת, יכולה להיות עוד בטן בגלל ה-ISP או שפחות או יותר, זה הקצב וזו המגמה? אני לא מצליחה להבין את האירוע עד הסוף.

טובי פישביין: אני אתייחס. כן, יכולים להיות רבעונים שבהם לא בהכרח תהיה צמיחה ב-top-line. כי הירידה בפעילות ה-ISP, היא עובדת חיים, שאנחנו לא יכולים לשנות אותה. לא תקוזז באופן מלא על ידי הצמיחה שנראה מעולמות ה-ICT. בטווח הבינוני, בסופו של דבר האירוע הזה יסתיים, זאת אומרת, מתישהו הפעילות של ה-ISP תיגמר ונשאר עם חברה ממוקדת ICT שצומחת ועוסקת גם כמובן בהתרחבות ובשיפור הרווחיות.

אוקי, השאלה האחרונה. הנה לירן, אתה רואה? אני היום חिकית בסבלנות. לא הייתי ראשונה עם הרבה שאלות. נתתי לכולם, אז עכשיו מותר לי. פלאפון, למה לא מגייסים? זאת אומרת, זה כבר רבעון שני שאין מספיק, כאילו, גיוסים יותר מתונים ואני שומעת את ההסבר על המשרד החינוך או משהו שהיה ומסיים עכשיו. השאלה היא קדימה. כלומר, קצב הגיוסים. אז אנחנו רואים את הגיוסים המרשימים בקווי, מה קורה בסלולר? זה פשוט פחות צומח, פחות מגייסים, אנשים פחות זזים, וגם אני מצטרפת לשאלת החברים לגבי ה-ARPU. כלומר, מלא סימני שאלה, כי גם לא רואים יותר מדי גיוסים וגם ה-ARPU לא מתאושש כפי שאנחנו קיוונו שהוא יתאושש. אז עד כמה זה מייצג?

אוקיי. לגבי הגיוסים סבינה, אנחנו ממשיכים לצמוח בפוסט פייד צמחנו ב-11,000, מנויים בפוסט פייד. יש ירידה בפריפייד, אבל הפוסט פייד אלה המנויים עם השליטה כמוני כמוך. לקוחות שהם לקוחות פרטיים. אנחנו מתמקדים בגיוס לקוחות דור 5 ולקוחות דור 4, בחבילות רחבות. עם ARPU יותר גבוה בגיוס. כמו כן, גם בשוק יש יותר מתינות מבחינת המעברים בין חברות. רואים את זה בניודים. זה נתון פומבי. רואים ירידה בכמות הניודים ומצד שני אנחנו גם משדרגים את הבייס שלנו למסלולי דור 5. לגבי ה-ARPU, אני חוזר שוב, אמרתי וגם את הדברים החיוביים. ה-ARPU צומח. יש לו השפעה חיובית כתוצאה מהרומינג וממעבר לדור 5. אנחנו עם 860,000 מנויים בדור 5 מתוך 2.6 מיליון. זה תהליך שאנחנו עושים 50,000 ברבעון ואנחנו נמשיך להעביר לקוחות לדור החמישי מהצד השני. משהו חד-פעמי, קרי סיום פרויקט משרד החינוך וחבילות דור 4. שנשחקות באזורים של מה שנקרא, חבילות תוכן על דור 4 שהם כבר legacy ופחות מנויים לוקחים את הפתרונות האלה: הרחבות חבילה, MMS ודברים כאלה שבעבר היו חלק מההכנסה של חבילה דור 4, לאט לאט נשחקות. אבל אנחנו די בטוחים במעבר של לקוחות לדור חמישי והם ב-ARPU גבוה יותר. גם בכניסה כלקוחות חדשים וגם במעבר של לקוחות קיימים.

אוקיי. אני רק אומרת שבאסטרטגיה שהצגתם לפני שנה וחצי, אתם אמרתם שלקוח דור 5 הוא תורם בערך 8-8.5 שקלים לשיפור ב-ARPU, ובגלל זה אני חושבת שזה אולי מייצר איזשהו בלבול, אבל קיבלתי את התשובה. שאלה האחרונה, המכירות ציוד. אני רואה גידול

בשיעור של הוצאות הפעלה וכלליות בפלאפון. ומצד שני אני גם ראיתי מכירות גבוהות של ציוד, אני מניחה שיש קשר בין השניים.

אילן סיגל: נכון.

סבינה לוי: אני תוהה. אני יודעת שזה השקות ועיתוי והכל, אבל אני גם ערה לזה שיש איזשהו שונות בסביבה העסקית בסגמנט של הציוד ואני תוהה, מה יצר את המגמה ברבעונים הבאים, בנוגע לעסקיות של הציוד.

אילן סיגל: אנחנו צמחנו בהכנסות מציוד קצה מול רבעון מקביל ומול רבעון קודם. נכון, היו השקות ברבעון אחד. גם שההשקה מאוחרת של אפל של אייפון וגם של הסמסונג, יש השפעה מסוימת, רואים האטה במשק. אבל אנחנו ממשיכים למכור בצורה מרשימה גם ברבעון הזה. יש השפעות מאקרו שקורות. גם המדד, וגם שער הדולר, שמשפיעים על המחיר של הקנייה שלנו של המכשירים וגם המדד שמייצר השפעות גם כן.

סבינה לוי: תודה רבה.

טובי פישביין: תודה סבינה. אם אין עוד שאלות, אני רוצה להודות לכולם על ההשתתפות. כל שאלה נוספת ניתן לפנות למחלקת קשרי משקיעים שלנו. ערב נעים לכולם.