



קבוצת בזק

מצגת משקיעים - תוצאות כספיות Q3 - 2024

טובי פישביין : שלום וברוכים הבאים לשיחת הוועידה של קבוצת בזק לרבעון השלישי של שנת 2024. אני טובי פישביין ה-CFO של הקבוצה. אנחנו נמצאים פה עם תומר ראב"ד, יו"ר הקבוצה. ניר דוד, מנכ"ל בזק ועם אילן סיגל, מנכ"ל פלאפון ו-yes. במהלך השיחה נעבור על מצגת התוצאות שפרסמנו הבוקר. אני רוצה להסב את תשומת ליבכם בשקף מספר 2. שקף הגבלת האחריות, שהכתוב בו רלוונטי לכל אמירה שתיאמר גם בשיחה זו. כמו כן, לידעתכם, 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.

תומר ראב"ד : היי חברים צהרים טובים, שמח לראות את כולכם על הקו. אז עוד רבעון של מלחמה, אבל שמוכיח באמת את העוצמה והיציבות ושהאסטרטגיה עובדת. ראינו 2% צמיחה בהכנסות הליבה שמגיעה ברובה מצמיחה בבזק קווי שצמחה כמעט ב-4%. וגם בפלאפון בנטרול השפעות רומינג ראינו צמיחה של כמעט 4% בהכנסות ליבה. האסטרטגיה עובדת גם בסיבים גם בדור 5. ראינו עלייה של 50% בלקוחות הסיבים. אנחנו עכשיו ב-2.5 מיליון בתי אב מוקדם מהמתוכנן. תכננו להגיע לשם בסוף שנה. אנחנו כבר נמצאים שם ומגיע כבר לכיוון ה-2.6 אולי יותר בסוף שנה. עם 31% Take-up. זה כבר 781 אלף לקוחות סיבים על הרשת. פעם ראשונה שגם בסיטונאי וגם בקמעונאי יותר מ-50% מלקוחות האינטרנט הם בסיבים ולא בנחושת. בדור החמישי ראינו עלייה של 25% בלקוחות וגם בטלוויזיה המעבר לאינטרנט מהלוויין עובד בצורה מצוינת וגם ראינו יציבות בנתח השוק עם ירידה של פחות מאחוז ב-yes. ממש רואים את כל מנועי הצמיחה עובדים. ברווחיות ראינו ירידה קלה שמוסברת בעיקר מההפרשה לקרן האוניברסלית. יש פער של 30 מיליון שקל

בהשוואה לרבעון המקביל כתוצאה מהפרשה החשבונאית לקרן האוניברסאלית וגם הושפענו כמובן מהרומינג. בניטרול השפעות אלו אנחנו רואים את ה-EBITDA בבזק קווי עולה ב-2% ו-6% בפלאפון. אבל כקבוצה ירדנו בניטרול באזור ה-1%. ממשיכים לצמצם את החוב. התזרים החופשי חזק. ובאמת הפוקוס של הקבוצה על פעילויות הליבה שלה, בתשתיות ובשירותים בדיוק בהתאם לאסטרטגיה עובד מצוין. ראיתם שבוע שעבר הכרזנו על המכירה של בזק און ליין ב-50 מיליון שקל. זה עסק שמתמקד בעיקר בשירותי call center לחברות חיצוניות. אין לו כל סינרגיה עם חברות הקבוצה. זה עסק רווחי. לא משמעותי בתוצאות הקבוצה ואנחנו נכנסים ל-closing בחודשים הקרובים. נעבור לשקף הבא. קצת highlights פיננסי ותכף טובי יצלול יותר עמוק פנימה. אבל כפי שאמרתי רואים שבנטרול ההשפעות של הקרן האוניברסלית ופעילות הנדידה, ראינו כ-3% עליה בהכנסות ליבה ויציבות פחות או יותר עם ירידה קלה גם ברווח נקי וגם EBITDA מתואם. בתזרים החופשי אמנם אנחנו רואים ירידה ברבעון בעיקר בגלל פערי עיתוי וקצת CapEx ברמת תשעה חודשים אנחנו כבר מעל מיליארד שקל בתזרים חופשי ומעל הצפי שלנו ועלייה בהשפעה לשנה שעברה למרות ה-CapEx. נעבור לשקף הבא. שוב, נגענו בנתחי השוק. רואים את העלייה גם בלקוחות הסיבים. 65 אלף ברבעון צמיחה באינטרנט. יציבות בנתח השוק ב-yes למרות התחרות העזה ואת התוספות המשמעותיות בדור החמישי. בשקף הבא נסכם את האסטרטגיה שלנו גם באיפה אנחנו נמצאים היום ולאן אנחנו הולכים. נגענו בכל ה-highlights, אנחנו בדרך הבטוחה באמת להגיע ל-140 שקל ARPU באינטרנט. אנחנו כבר ב-131 אני מזכיר לכם לפני שלוש שנים דיברנו על שאיפות להגיע ל-130 עברנו את זה. מתקדמים בדרך הבטוחה ל-140 ול-40% Take-up על הרשת. אנחנו לקראת סיום פרויקט הסיבים. נשלים אותו במהלך שנה הבאה. 2.5 מיליון בתי אב היום. נגיע לאזור ה-2.8 במהלך שנה הבאה. בדור החמישי וגם ב-yes מתקדמים בצורה מצוינת וכל זה בסוף מתורגם גם ליחסים הפיננסיים

שאנחנו מתקדמים לעברם בצורה בטוחה אפילו מהר מהצפוי. כשהשורה התחתונה שם זה באמת שה-EBITDA פחות השקעות צפוי לצמוח לטווח הבינוני בין 400 ל-500 מיליון שקל. ב-2026 אחרי פרויקט הסיבים ואחרי הירידה מהלווין. באמת תראו שינוי משמעותי בתזרים החופשי של הקבוצה. וממשיכים בדרך הבטוחה לשם. אז אני אעצור פה. אתן לטובי לצלול קצת פנימה ל-highlight. תודה.

טובי פישבין: תודה תומר. האמת שעזרת לי אז אני אקצר. אנחנו רואים בתוצאות של הרבעון את הגידול בהכנסות הליבה מעל 2%. חזרנו לצמוח ברבעון הזה וגם מתחילת השנה אנחנו רואים גידול בהכנסות הליבה. להזכירכם הכנסות הליבה מהוות כבר כ-90% מהכנסות הקבוצה. לא סתם אנחנו מתייחסים לנתון הזה. הוא גם משקף את הפעילות בכל מנועי הצמיחה האסטרטגיים שהגדרנו וזו אינדיקציה שהאסטרטגיה עובדת. כמו שתומר הסביר, היו השפעות גם בעיקר הקרן האוניברסלית וגם קצת המלחמה שאומנם היא לא משפיעה באופן מהותי על הקבוצה, אבל היא ההבדל בין מספרים קצת אדומים בדוחות לעומת מספרים קצת יותר ירוקים כמו שכולנו היינו רוצים לראות. אבל החדשות הטובות הן שאנחנו רואים את הפוטנציאל של הפעילות גם בפלאפון שאומנם נפגעה בנדידה, אבל פרסמנו גם מה הפגיעה הזאת כ-20 מיליון שקל ברבעון. כ-50 מיליון שקל בתשעה חודשים שאתם מסתכלים על פעילות רגילה ללא מלחמה אתם יכולים לבד לנתח ולהבין לאן זה יכול לקחת את פלאפון ואת הקבוצה כולה. וזה משקף גם את העובדה שברבעון הזה במהות שני החלקים המשמעותיים יותר בקבוצה שזה בזק קווי ופלאפון הן בהכנסות והן ברווחיות היה להם רבעון תפעולי מצוין עם הרבה מאוד התקדמות בהתאם לתוכנית האסטרטגית. אז ראינו גם בתשעה חודשים את ההכנסות שטיפה ירדו, הושפעו יותר מהטלפוניה בעיקר במחצית הראשונה של השנה וברווחיות הטלפוניה גם מכבידה קצת אבל אנחנו חוזרים לתוואי הרגיל שראינו גם לפני הפחתת התעריפים של משרד התקשורת שבהם הצמיחה בבזק קווי גם באינטרנט וגם בעולם העסקי מפצה

על הירידה בטלפוניה ובסך הכול עם ההתפתחות החיובית של פלאפון ושל החברות בקבוצה אנחנו רואים בסופו של דבר פוטנציאל בשיפור ברווחיות ובעיקר בתזרים בטווח הבינוני. ב-KPI התפעוליים אז תומר ציין את האינטרנט. את ה-ARPU אינטרנט הקמעוני לבזק שכבר עבר את ה-130 שקל וממשיך לגדול. חייבים להגיד גם שה-ARPU של פלאפון אומנם עדיין שקל נמוך יותר מאשר לפני שנה, אבל לפני שנה לא היינו במלחמה. היה קיץ רגיל עם נוסעים לחו"ל כמו שישראלים יודעים לנסוע לחו"ל שאפשר. בקיץ הזה היה שונה מהותית ועדיין בסך הכול רק שקל מתחת ל-ARPU. אילן יתייחס לזה עוד מעט גם בהמשך. ויש את זה גם בשקפים של פלאפון. עוד חדשות חיוביות זה העבודה שנעשית בבזק בתחום הקמעונאי של האינטרנט ורואים התמתנות בירידה שראינו לפני מספר רבעונים וגם כמובן יש גידול במנויים בפלאפון ומעבר גם ל-5G. החברה מובילה בתחום הזה וראינו עוד חברות בענף שהתחילו גם לפרסם מספרים. סך הכול מוכיח שההחלטה הזאת בזמנו של פלאפון לדהור קדימה בתחום הזה הייתה מאוד נכונה. ממשיכים להוריד את החוב ולחזק את מצבנו הפיננסי. ראיתם גם העלאת הדירוג ברבעון השני. אנחנו מאוד מאוד מרוצים מהמצב הזה כי מאפשר לכל הקבוצה את היכולת להמשיך להשקיע השקעות משמעותיות לסיום cycle ההשקעות ובסופו של דבר גם לחלוק גם עם בעלי המניות דיבידנדים בשיעור שהולך ועולה לאורך השנים האחרונות. ניר.

ניר דוד :

תודה רבה טובי. בזק קווי מסיימת רבעון שתומך באסטרטגיה שלנו. אנחנו רואים את כל מוצרי הליבה שלנו, את כל שירותי הליבה שלנו בצמיחה. אינטרנט, תקשוב והפרויקטים התשתיתיים שלנו. באינטרנט אנחנו רואים בסך הכול במוצרי ליבה אנחנו רואים צמיחה של 3.6% ו-970 מיליון שקל. באינטרנט אנחנו רואים גידול של ה-ARPU ל-131 שקלים שזה כבר גידול לאורך זמן ופרצנו את ה-130 שקל. אנחנו רואים גידול גם בפריסה. אנחנו ממשיכים לפרוס בקצב מצוין עם השקעות בעולם הסיבים. עברנו את ה-2.5 מיליון משקי בית שזה קצב באמת גבוה מאוד שמאפשר לנו גם את הצמיחה

באינטרנט. בלמנו את הירידה בקמעונאי ובסופו של דבר עשינו רבעון שבאמת גם בחטיבה העסקית תומך באסטרטגיה שלנו. נעבור לשקפים של הנתונים אז אנחנו יכולים לראות שברבעון הזה גדלנו בהכנסות ביחס לרבעון הקודם גם בהשקעות שבעיקרן נובעות מהעולם של פריסה הסיבים. שאנחנו מסתכלים על תשעת החודשים האחרונים אנחנו רואים גם כן שגם בהכנסות אנחנו בסך הכול בעלייה וגם התזרים החופשי של בזק השתפר. כשאנחנו מסתכלים על הכנסות משירותי אינטרנט אז אנחנו רואים שבסך הכול אנחנו בגידול בהכנסות שנובע גם מהגידול ב-ARPU גם מהירידה בשחיקה שלנו בקמעונאי ובסך הכול תומך מאוד באסטרטגיה שלנו. וכך גם כשמסתכלים על עולם הסיבים אז אנחנו מציגים כאן היום לראשונה את החצייה שלנו של ה-500 אלף לקוחות קמעונאיים של בזק שיושבים על תשתית הסיבים שלנו. בסך הכול עם 780 אלף לקוחות שיושבים על הסיבים שלנו. זה מייצר מעל 31% Take-up על תשתית שכל הזמן צומחת ומצד שני הרבה מאוד לקוחות שאנחנו מחברים לרשת ומצליחים להעלות את ה-Take-up שלנו וה-Take-up במגמת עלייה. הקצב גבוה מאוד. בעולם העסקי הזכרתי קודם תמסורות ותקשוב אנחנו ממשיכים בצמיחה יפה - 2% לעומת הרבעון המקביל ועם קצב טוב וזה למרות המלחמה. מייצרים יציבות בעולם של ענן ודיגיטל ובסך הכול הפעילות העסקית תומכת מצוין באסטרטגיה שלנו בהוצאות, הוצאות השכר שלנו כתוצאה משינוי בשכר המינימום הושפענו מהם מצד אחד וגם האי יציאה לחופש בגלל המלחמה גם כן השפיע עלינו קצת. אבל בסוף אנחנו באופן יחסי שומרים על קצב בסך הכול קצב טוב. בבקשה אילן.

אילן סגל:

תודה. פלאפון סך הכול מציגה רבעון עם חוסן ויציבות. אנחנו שומרים על רמת ההכנסות ללא דמי קישוריות לעומת המקביל. למרות השפעות המלחמה נאמר פה השפעות המלחמה על הרומינג עם 20 מיליון שקלים ברבעון. 50 מיליון מתחילת השנה וזה סדר גודל 2.5 שקלים על ה-ARPU. ההשפעות המלחמה על הרומינג, ה-EBITDA ירד כמעט ב-6% ל-191 מיליון שקלים וגם פה השפעה בעיקר של המלחמה ועיתוי ההפרשה לקרן

האוניברסלית. ברמה התפעולית אנחנו צומחים במנויים מאוד יפה הרבעון. גם בדור החמישי מעל 52 אלף מנויים עברו למסלולי דור חמש. שזה כבר 53% מממצבת הלקוחות של פלאפון. ברבעון החברה צמחה סך הכול ב-24 אלף מנויים, צמיחה מאוד מרשימה. זה 2.64 מיליון מנויים. ה-ARPU מתחילת השנה צומח למרות השפעות המלחמה. אנחנו ב-46 שקלים וכמו שאמרתי ללא השפעות הרומינג ה-ARPU היה צומח בעוד 2.5 שקלים. התזרים החופשי הוא כ-89 מיליון. זוהי ירידה, והירידה הזאת היא כתוצאה מעיתוי. שילמנו את אגרות התדרים ברבעון הנוכחי. אבל אם מסתכלים תשעה חודשים, התזרים הוא די דומה לתשעה חודשים של 2023 למרות השפעות המלחמה. נעבור הלאה, אז פה רואים את ההכנסות משירותים די יציב. ההכנסות משירותים למרות השפעות המלחמה אבל גם ניתן לראות פה שמתחילת השנה ההכנסות צומחות. אתם רואים כאן את מצבת המנויים דור חמש כבר מעל מיליון מאתיים. מתקרב למיליון 300 וזה 53% ממנויי פוסטפייד. ברמת ההכנסות אז ההכנסות זהות, שזה הכנסות שכוללות גם ציוד קצה. זהות לרבעון המקביל. יש לנו עלייה בהכנסות מציוד קצה. אנחנו באופן קבוע מתחילת השנה אנחנו צומחים בהכנסות מציוד קצה. ה-EBITDA התייחסתי. הרווח הנקי גם כן הושפע כתוצאה מהשפעת המלחמה על הרומינג. ועל התזרים דיברתי. ההשקעות זה ענייני עיתוי. בתשעה חודשים אנחנו במדדים די דומים לרבעון אז אפשר לעבור הלאה. מבחינת הנתונים התפעוליים אז כמו שאתם רואים אנחנו עם 2.64 מיליון מנויים בסלולר. כמוכן רובם בפוסטפייד וה-ARPU אתם רואים במהלך השנה צומח ושוב ללא השפעות הרומינג הצמיחה ב-ARPU הייתה הרבה יותר משמעותית. סך הכול, למרות השפעות מלחמה, פלאפון עם רבעון חזק, יציב עם הרבה מאוד אופטימיות לעתיד. מבחינת yes, למרות פעילות מאוד משמעותית של תחרות בשוק, יש תחרות מאוד אינטנסיבית. אנחנו ביציבות בהכנסות רבעון רביעי ברציפות. ההכנסות הושפעו מהגברת התחרות ומהשפעות המלחמה. אנחנו לא מחייבים ולא נחייב לקוחות מפונים בעיקר

בצפון. יש לנו הרבה מאוד לקוחות בעיקר עסקיים, צימרים מלונות וכו' בצפון ויש לזה השפעה של חמישה מיליון שקלים על ההכנסות ברבעון ו-14 מתחילת השנה וגם השפעה של 3 שקלים על ה-ARPU. למרות זאת, גדלנו בשקל ב-ARPU לעומת הרבעון הקודם. אנחנו ממשיכים את הפעילות האסטרטגית שלנו להעביר את הלקוחות ל-IP אנחנו כבר עם 81% מהלקוחות צופים בטלויזיה על רשת האינטרנט. מתקרב ל-460 אלף מנויים וצד נוסף של האסטרטגיה שלנו זה להעביר לקוחות לחבילות משולבות של טלויזיה ואינטרנט. אז אתם רואים כבר 68 אלף מנויים נכון להיום וזה כבר 15% מהמצבת. זה סך הכול בשנה וחצי של פעילות. כאן רואים את הנתונים. אתם רואים פה את היציבות בהכנסות בארבעה הרבעונים האחרונים אפילו מיליון שקל יותר ברבעון האחרון. ה-EBITDA והרווח הנקי הושפעו כפי שאמרתי גם מהתחרות וגם במלחמה אבל אנחנו כן משפרים את ההכנסות כתוצאה ממעבר לחבילות משולבות. ההשקעות זה פערי עיתוי, למרות שאנחנו מאוד אינטנסיביים במיגרציה ובתזרים. באופן כללי חיובי בתשעה חודשים הראשונים של השנה. בתשעה חודשים, המדדים הם דומים אפשר לעבור לנתונים התפעוליים. אז אתם רואים במצבת יחסית יציבות. ירדנו ב-4,000 מנויים כתוצאה מתחרות אבל סך הכול אנחנו שומרים על המצבת. מצבת IP צומחת וצומחת חזק. ה-ARPU עלה בשקל גם ברבעון הקודם וגם ברבעון הנוכחי. ומנויי הסיבים כמו שאתם רואים ממשיכים לצמוח וכבר היום אנחנו ב-68 אלף. בבקשה טובי.

טובי פישביין: בבזק בינלאומי עם עוד רבעון שדומה למה שאפיין אותה בתקופה האחרונה. רואים ירידה בתחום הפעילות מול לקוחות פרטיים כתוצאה בעיקר מרפורמת האינטרנט האחד שבמסגרתה לקוחות עוזבים את ספק ה-ISP שלהם ועוברים בדרך כלל לספק התשתית. בזק קווי גם נהנית מכך. החברה ממשיכה במעבר שלה להתמקדות בעולם ה-ICT עם הרבה מאות פעילויות. וגם הצלחות כמו למשל בתחום הענן באמצעות חברת CloudEdge שנרכשה וצומחת מאוד מאוד יפה. במקביל יש גם חיסכון בהוצאות והתייעלות. גם

ירידה בהשקעות. בסופו של דבר רואים גם את השיפור בתזרים החופשי על אף הירידה בהכנסות. רואים גם מגמה דומה גם ברבעון וגם בתשעה חודשים. לסיכום, זה רבעון שמצד אחד הביצועים התפעוליים הם מצוינים. בעיקר בבזק ובפלאפון. התוצאות המדווחות למעשה קצת, טיפה בוא נגיד במירכאות מלוכלכות בגלל השפעות כמו הקרן האוניברסלית או המלחמה שאומנם לא מהותית, אבל עדיין הופכת את המספרים לאדומים במקום לירוקים כמו שנאמר כאן קודם. אבל החדשות הטובות שכל הקבוצה מתמקדת בהשלמת ה-cycle של השקעות ומימוש הפוטנציאל ומנועי הצמיחה שהוגדרו ואנחנו כבר לא כל כך רחוקים משנת 2026 שבה נתחיל לראות ירידת מדרגה בהשקעות ושיפור בתזרים כמו שאמר תומר גם בפתיחה. אז תודה. כעת נעבור לשלב השאלות והתשובות. מי שרוצה לשאול שאלה אנה הרימו ידכם באופן וירטואלי למי שנקרא בשמו עשו unmute ושאלו את השאלה. לטובת כל המשתתפים אנה הציגו את עצמכם ואת החברה אותה אתם מייצגים. אז אני רואה שיש לנו שאלה ראשונה מסבינה. מלידר.

סבינה לוי:

אז ככה שלוש שאלות - אחת על פלאפון. קודם כל רציתי להבין לגבי פלאפון, מבחינת ה-ARPU אז הרבעון ראינו גידול של שני שקלים ביחס לרבעון הקודם. היקפים דומים למה שראינו אצל פרטנר. נשמח להבין כמה מתוך הגידול הזה מגיע מעונתיות וכמה מזה מגיע מהמשך השיווק של חבילות דור 5. בכלל אשמח לקבל קצת יותר צבע כמה זה תורם. עד כמה זה בא לידי ביטוי. מה הפוטנציאל להצפת הערך ב-ARPU ובהכנסות משירותים שאנחנו יכולים לראות מהחברות האלה. ושאלה נוספת בהקשר הזה, אנחנו כן ראינו מגמה חיובית בהכנסות משירותים ויציבות בהכנסות מצידוד. רבעון נוכחי ביחס לקודם, אבל הרווחיות נשארה זהה מבחינת EBITDA. כלומר יש יציבות ב-EBITDA ולא שיפור ביחס לרבעון הקודם.

אילן סגל:

אוקיי, אני אתחיל, לגבי הנושא של הרבעון השלישי והשאלה שלך לגבי הנושא של ההכנסות. בדרך כלל הרבעון השלישי הוא רבעון שמתאפיין

ברומינג מאוד חזק והפעם השנה הזאת זה לא קרה בגלל המלחמה. גם הושפע באופן כללי וגם הייתה עוד מגמת ירידה בסוף יולי כתוצאה מהתרחבות המלחמה בלבנון. אז כל היציבות שאת רואה למרות השפעות המלחמה ושמנו את הגילוי של 20 מיליון על הרומינג בא מצמיחה במנויים ומעבר של לקוחות לדור החמישי שה-ARPU או הדמי שימוש של לקוחות בחבילות דור 5 הוא גבוה יותר וגם אנחנו מצרפים יותר ויותר לקוחות חדשים כבר ישירות לחבילות הדור החמישי, ולכן ההשפעה היא חיובית ורוב השיפור שלנו נקרא לזה יציבות עכשיו בין הרבעונים או הצמיחה בין רבעון לרבעון מושפעת ספציפית מהפעילות הזאת של צמיחה במינויים ומעבר לקוחות לדור החמישי. זה בעיקר ואנחנו כן מאמינים שברגע שנחזור לאיזושהי שפיות גם בחזרה לטיסות לחו"ל אז שני הווקטורים האלה או שני הטרנדים האלה יצמחו למעלה. גם הרומינג יחזור וגם הפעילות הזאת של הכנסות משירותי סלולר דור חמישי ומנויים יביא המשך של צמיחה גם ב-ARPU וגם בהכנסות. אמרתי קודם שההשפעה על ה-ARPU כתוצאה מהשפעות המלחמה של הרומינג היא 2.5 שקלים. אז אפשר לעשות את החישוב ולהבין שרוב הפעילות החיובית הרבעון באה מהכנסות משירותי הסלולר הספציפיים, הליבה. שזה פוסטפייד ודור 5. לגבי ציוד קצה, סך הכול אנחנו מאוד מרוצים לעומת שנה קודמת. אנחנו צומחים בהכנסות משירותי ציוד קצה מול המקביל כל רבעון השנה ואנחנו גם עושים עבודה. אנחנו לא נותנים על זה גילוי. אנחנו עושים עבודה יפה על נושא הרווחיות. אז בסופו של דבר הרווח הנקי בפלאפון הושפע משלושה דברים. אחד זה הרומינג. שתיים זה נושא של הקרן האוניברסלית והדבר השלישי שלפני שנה בדיוק ברבעון המקביל היו לפלאפון הכנסות ריבית מבזק מה שעכשיו אין, זה לא קיים יותר ושלושת הדברים האלה אם מנטרלים אותם, אז הרווח הנקי של פלאפון היה צומח בצורה מאוד יפה.

סבינה לוי: אוקיי, קיבלתי. שאלה נוספת זה לבזק לניר לגבי התחום הקווי. ראינו שיפור במגמה בנוגע להתפתחות מצבת המנויים בתחום הקווי. עדיין איבדתם

מנויים קמעונאיים אבל פחות ביחס למה שראינו ברבעונים האחרונים. אם אתם יכולים להתייחס קצת מה מאפשר את זה ואם המגמה צפויה להימשך גם בעתיד. וגם אולי לתת קצת צבע בכלל על הדינמיקה התחרותית בסקטור בתחום התשתית. כלומר איך מבחינת עוצמת התחרות מפרטנר, סלקום, הוט איך השוק נראה היום.

ניר דוד :

אוקיי, אז אני אתחיל ככה מלמעלה. שנראה תמונה כללית מלמעלה ואז נרד גם לנתונים של הקמעונאיים. אנחנו בסופו של דבר מסתכלים על כל השוק. השקענו הרבה מאוד בתשתיות שלנו ואנחנו רוצים לראות ניצול מקסימלי של התשתיות שלנו. הדרך להגיע לניצול מקסימלי זה גם דרך מכירה של קמעונאי וגם סיטונאי ואנחנו למעשה פתוחים לכולם לכל מי שרוצה לעשות שימוש בתשתיות שלנו ולאפשר להם לרכב על התשתיות שלנו, ובשמחה רבה. כמובן, שהיינו מעדיפים שזה יהיה לקוחות שהם לקוחות קמעונאיים שלנו. יחד עם זאת אנחנו אבל שמחים לראות שמצטרפים יותר ויותר חברות ועושות שימוש בתשתיות שלנו. אנחנו יודעים שהשירות שאנחנו נותנים הוא שירות מצוין. גם ללקוחות קצה וגם לחברות ובגלל זה גם יש עדיפות לבחור בנו כספק תשתית של החברות. עכשיו, כדי להצליח בעולם הקמעונאי צריך לדאוג שיש בידול בינינו בסוף לבין המתחרים שלנו ואנחנו מאמינים שהמוצר שלנו הוא שונה. אנחנו מסבירים את זה כמה שיותר ללקוחות ואנחנו עובדים קשה מאוד כדי שאחד, נגייס יותר ושניים נצמצם את הנטישה שלנו וזה מה שפגשת את הנטו שזה ירידה בנטישה. גידול בכמויות במכירות ואז אתם רואים נטו יותר טוב. זו משימה שלי כמנהל לשפר את זה יותר ויותר. את שואלת מה יהיה קדימה אז את יודעת למי ניתנה הנבואה. אבל לעשות מאמצים אני ממש מתחייב. אני מניח שגם יהיו תוצאות.

סבינה לוי :

אוקיי, ושאלה אחרונה זה יותר כללית אם אתם יכולים לתת קצת צבע למגזר העסקי כלומר מה המגמות במגזר העסקי גם בהיבט התחום הקווי, התמסורת, וגם בבזק בינלאומי - עד כמה אתם מתקדמים ביישום אסטרטגיית הצמיחה שמה, והאם המצב הנוכחי במשק משפיע על הפעילות.



ניר דוד :

אז אני אתייחס לעולם העסקי מהנקודה של בזק קווי ואחרי זה אני אעביר לתומר לדבר בראייה של קבוצה ובזק בינלאומי. אז אני אקח אותנו עוד פעם טיפה למעלה. אנחנו רואים שינוי משמעותי בלקוחות שלנו עם המעבר לענן. המעבר לענן מייצר הזדמנויות לחברות שמספקות קווים, לספק קווים בתשתיות יותר גבוהות. הרבה יותר קווים וגם סוג הקו משתנה. עובר לתשתיות הרבה יותר גבוהות והחטיבה העסקית של בזק בנתה מוצרים ממש ייעודים לחיבור לקוחות לענן ואנחנו מקדימים את השוק בהרבה מהבחינה הזו ונהנים מהתנופה הזאת של העננים, והעננים ימשיכו לצמוח וכך גם המכירות שלנו בעולם התשתיות. על זה הרכבנו רכיבים מאוד משמעותיים של אבטחת מידע. ניצלנו את היכולות והידע שיש לנו בעולמות של אבטחת מידע ובידלנו בין הקו לבין עולם של אבטחת מידע ואנחנו מייצרים פה באמת יתרון גדול. מה שמאפשר לנו גם למכור יותר וגם לתת שירות שהוא הרבה יותר חזק והרבה יותר אמין ואנחנו מנצלים את כל היתרונות האלה עם הידע המאוד משמעותי שיש לעובדים שלנו כולל הכשרה של עובדים מחוץ לארץ. אנחנו מטיסים אותם בכל העולם כדי שיהיו מוכשרים ברמות הכי גבוהות ויוכלו להשתתף בפרויקטים הכי גדולים ומכאן שבחטיבה העסקית אנחנו רואים את הצמיחה וגם מצפים שגם בעתיד נראה צמיחה. אגב המלחמה שהשפיעה על הסקטור העסקי בעיקר בלקוחות הקטנים פחות השפיעה בסך הכול על העולם העסקי של בזק. כי בזק נתנה מענה לכוחות הביטחון, נתנה מענה לצה"ל, לגופי בריאות ואחרים בהתמודדות במלחמה ומכאן גם אפילו הצלחנו לצמוח בצורה יפה ברבעון האחרון.

תומר ראב"ד : אני אוסיף משהו על הנקודה האחרונה כי לא דיברתי על זה קודם. אנחנו לא מדברים על זה מספיק. אבל מה שקורה פה בקבוצה באמת בהובלת ניר ואילן וטובי ורן שלא פה. התמיכה בעסקים בדרום ובצפון היא חסרת תקדים. אנחנו מתעסקים בזה בלי קשר לתוצאות. בלי קשר להשפעות. אנחנו ממשיכים לתמוך ולהשקיע בצמיחת המשק ובלשקם את האזורים האלה מכל הבחינות. פחות כספית אבל יותר באמת בליווי צמוד וגם כלכלית כמובן

לא מחייבים את הצפון והדרום. דיברנו על זה כבר על אזורים מפונים. אבל זה הרבה, הרבה מעבר לזה. גם ברמת הלקוחות פרטיים ובטח ברמת הלקוחות העסקיים חסר תקדים מה שהקבוצה הזאת עושה. אני מאוד גאה בזה. כולנו מאוד מתעסקים בזה. ואני אמשיך ללוות אותנו גם בחודשים הקרובים. בזק בינלאומי עדיין נמצאת בטרנספורמציה כפי שאת יודעת. ה-ILD, ה-ISP שרובו השתנה גם בגלל הרגולציה בעיקר ה-ISP הפרטי. והקבוצה, החברה הזאת ממשיכה להתמקד וגם להראות נתוני צמיחה. חלק עדיין פחות רואים. תראו את זה, הפוקוס באמת על המגזר העסקי. גם בתחום האינטגרציה וגם בתחום שירותי ענן וסייבר. יש להם מוצרים מאוד ייחודיים ויכולות שזוהה שאין לנו בקבוצה ובטח אם את מחברת את זה עם היכולות של חברת השרתים שגם לא גדול אבל כן מאוד רווחי. והכבל, אולי כבלים עתידיים וללא ספק אומנם חלק קטן מהקבוצה אבל שעובר בהצלחה טרנספורמציה לקראת סיומה והולך לכיוון חיובי.

סבינה לוי: תודה רבה, תודה.

טובי פישביין: תודה סבינה. תודה לך. שאלה הבאה מאילנית שרף. היי. שלום לך.

אילנית שרף: ערב טוב. יש לי מספר שאלות. אחת מהן היא שאלת המשך למה שסבינה שאלה לגבי היחס בין הקמעונאים והסיטונאים בקווי. כרגע היחס עומד על בערך 28 – 72 אני לא יודעת אם יש לכם מה להוסיף מעבר למה שעניתם לסבינה. אבל אני באמת הייתי רוצה לדעת אם אתם צופים שיכול להיות כשתגיעו ל-Take-up של 40% אתם יכולים לראות איזשהו שינוי שהוא יחסית דרמטי ביחס הזה. זה שאלה אחת בהיבט של הקווי. בהיבט של הסלולר, הייתי שמחה לדעת אם אתם יכולים ממש לתת לנו איזשהו הסבר לגידול הרבעון במספר המנויים שהוא היה יחסית יוצא דופן עם משוויים אותו לרבעונים הקודמים.

ניר דוד: היחס בין הסיטונאי לקמעונאי מושפע מהרבה מאוד משתנים. לא מעט משתנים שקשורים לחברות האחרות בשוק. לבחירות שלהם. לתפיסה שלהם בהשקעות ובהוצאות. בהרבה מאוד מרכיבים. לכן לנקוב כאן מספר זה יהיה

לא אחראי. מה שכן אני יכול להגיד שהמאמץ שלנו הוא באמת להגיע ל-Take-up מאוד גבוה ובנקודת זמן הזו שאנחנו עדיין רצים עם הפריסה קדימה יש מספיק מקום לכל השחקנים. זאת אומרת גם הסיטונאי יכול לצמוח וגם הקמעונאי יכול לצמוח. הם כמעט לא באים בסתירה היות ואנחנו נמצאים עדיין בעוד עם הרבה ספייר לקראת הפריסה וגם ב-2025 אנחנו נמשיך לפרוס כמעט כל השנה כדי להגיע לניצולת מקסימלית. אז גם שאני מסתכל קדימה על השנים הקרובות או לשנה פלוס הקרובות אנחנו יודעים להגיד בוודאות שהכול פתוח והאוקיינוס הוא מספיק גדול כדי שכל האוניות יוכלו לשחות שמה ולדוג טוב.

אילן סגל: לגבי הסלולר, אילנית אהלן. יש שלוש סיבות. אחת, הרבעון השלישי הוא תמיד עונתיות. תמיד יש בעיקר לילדים בתי ספר, אנשים קונים עוד מספרי סלולר. הרבעון השלישי בדרך כלל מתאפיין בצמיחה בכמות המנויים. שתיים, בניגוד לרבעונים קודמים הפריפייד הפסיק לדמם מינויים. המלחמה מן הסתם השפיעה גם על הפריפייד כי כמות מנויי פריפייד ירדה. הרבעון הזה זה נעצר. זה הדבר השני והדבר השלישי יותר ויותר לקוחות מצטרפים אלינו ישירות לדור חמש. אני לא משייך את זה ספציפית לקמפיין גדול שעשינו בקיץ, אבל אנחנו רואים טרנד של יותר ויותר לקוחות שמצטרפים אלינו ישירות לדור החמישי. אז אם אני רגע לוקח את שלושת הווקטורים האלה ראינו צמיחה גם בכוחות חדשים בשוק. גם עצירת הדימוס בפריפייד וגם מנויי דור חמש חדשים שהצטרפו אלינו ישירות כנראה גם מסיבות של בשלות וגם מסיבות של מהלכים שיווקיים.

אילנית שרף: אוקי תודה. אני יכולה עוד שאלה?

טובי פישביין: בבקשה כן.

אילנית שרף: לגבי הקרן האוניברסלית אם אתם יכולים לומר לנו מה אתם צופים ב-2025 אם צפוי להיות אולי תשלום הפרשה נוספת. והדבר הנוסף האחרון שרציתי לשאול זה בנוגע ל-CapEx, אם בבקשה אתם יכולים לחזור בשבילי על היקף ה-CapEx שצפוי אחרי שאתם מסיימים את פרויקט הסיבים האופטיים.

אז אני אתייחס לקרן האוניברסלית ואם תומר תרצה להוסיף משהו אז בשמחה. הקרן האוניברסלית מה שאנחנו עשינו אל מול משרד התקשורת כל קו שחזר מהחברות האחרות שלא פרסו אנחנו לקחנו ובזק לקחה אותנו אליה ולמעשה בשנה האחרונה הגדלנו את הפוטנציאל שלנו בעוד 120 אלף קווים כמעט מחברות שלא פרסו. מה זה אומר, שכמעט ייתרנו את הצורך בקרן האוניברסלית. אוקיי? וגם אנחנו, גם אמרנו קדימה שאנחנו מסתכלים קדימה יש לנו מוטיבציה שקווים יחזרו או בתים שיחזרו, אזורים שיחזרו ולא ייפרסו על ידי החברות שהתחייבו, בזק תפרוס שם. וזה גם קדימה מיותר את הצורך בקרן אוניברסלית. מכאן והלאה זה החלטה של משרד התקשורת. אבל בזק, לבזק ברור ש-1. יש לה מוטיבציה שהקרן תצטמצם למינימום. תימחק בכלל ו-2, היא גם לוקחת קדימה את האזורים שחוזרים. יש לזה יתרון גדול עבור השוק בכלל, עבור הצרכנים במדינת ישראל ובסוף בקצה גם עבור קבוצת בזק.

אילנית שרף : אז זה אומר שיכול להיות שאתם גם תקבלו החזר ממשרד התקשורת?

ניר דוד : אני מאוד אתאכזב אם לא.

אילנית שרף : אוקיי.

תומר ראב"ד : לגבי ה-CapEx אנחנו דיברנו על זה לא מעט שה-CapEx באמת בשנים האחרונות של הסיבים יהיו יותר גבוה. גם בגלל הסיבים וגם בגלל ההתכנסות של המיגרציה שתושלם שנה הבאה מהלוויין לאינטרנט. וראית עלייה בשנתיים האחרונות ויהיה איתנו גם לשנה הקרובה. שנה אחרונה ששני הפרויקטים האלה עליה של בין 200 ל-300 מיליון שקל ב-CapEx כתוצאה מהפרויקטים האלה בסדר? הגענו גם קרוב ל-20% CapEx להכנסות כפי שתקשרנו לשוק בצורה מאוד מסודרת אנחנו נגיע חזרה לאזורים של 16% עד 18% של CapEx להכנסות. ברמת קבוצה בטווח הבינוני כשאת תראי את הסימנים המשמעותיים כבר ב-2026 או לקראת סוף שנה הבאה כשהמיגרציה מושלמת והסיבים מושלמים באמת סוף שנה הבאה תחילת 2026 תתחילי לראות את המדרגות האלה ובצורה יותר



מהותית 2026 ובטח ב-2027. וביחד זה גם יתכתב עם מה שתקשרנו בצורה מסודרת ש-EBITDA פחות ההשקעות צפויי לגדול בלפחות 500 מיליון שקל בטווח הבינוני.

- אילנית שרף: אוקיי, תודה רבה.
- טובי פישביין: תודה אילנית. שאלה הבאה לירן לובלין. לירן.
- לירן לובלין: תומר רק לראות ששמעתי אותך נכון וזה לא הייתה טעות אמרת לפחות 500 מיליון שקל?
- תומר ראב"ד: הגיידנס המדויק שנתנו לפחות בין 400 ל-500 מיליון שקל לירן לובלין: אוקיי
- תומר ראב"ד: ואנחנו בדרך הבטוחה להגיע לשם.
- לירן לובלין: סבבה
- תומר ראב"ד: תודה על התיקון.
- לירן לובלין: כמעט תיקנתי במודל.
- לירן לובלין: שאלה קטנה לגבי חשמל. אני יודע שזה משהו שהתחיל רק לאחרונה אולי אתם יכולים קצת לספר מה קורה עם המכירות חשמל. מבחינת הדוחות הכספיים אני מניח שאין עדיין השפעה. אולי בצד של הפרסום כי, עדי אשכנזי שמה עושה עבודה.
- ניר דוד: אז חשמל אנחנו דיברנו בעבר. אנחנו מזהים פוטנציאל. גם פוטנציאל של הכנסות ומצד שני גם התאמה לגוף כמו בזק ומפה הבחירה להיכנס למיזם. אנחנו נמצאים עם תוכנית עסקית מאוד מדויקת. אנחנו אפילו עוקפים את התוכנית העסקית בגיוסים. אפשר להגיד ככה במספרים בלי ממש להיכנס פנימה שיש לנו כמה עשרות אלפי לקוחות כבר שמחוברים אלינו והקצב הוא באמת קצב טוב. אנחנו עומדים בתוכנית ההוצאות שלנו. השקעות אין כאן בנושא של החשמל. הכניסה שלנו למיזם היא עם חברת PowerGen. ואנחנו לא נכנסים פה להשקעות.
- לירן לובלין: משהו במספרים כבר נמצא ברבעון הזה?
- טובי פישביין: אתה יכול לראות לירן בדוחות שלנו שיש איזשהו הפסד קטן של כמה מיליוני



- שקלים בודדים שזה על חלקנו בתחום החשמל. לא משהו שמפתיע מן הסתם
לירן לובלין : אוקיי.
- רק תזכור בחישוב שנייה שזה לא נכנס ל-P&L רק ברווח הנקי. בסדר? זה
חשוב.
טובי פישביין : זה נכנס בשורה של האקוויטי.
- תומר ראב"ד : לא מופיע בהוצאות פרסום. לא מופיע ב-CapEx. מופיע רק כתוספת לרווח
הנקי.
- לירן לובלין : ברור. בסדר גמור ושאלה רק לגבי אני זוכר שבזמנו כשהתחילו המעברים
בסלולר ונתנו לעשות את המעברים החופשיים האלה בתחילת השנים היפות
של התחרות אז היה המון בעיות במעברים ובניודים. בחשמל זה גם מתנהל
ככה?
- ניר דוד : אני חושב שזה יותר גרוע מהסלולר. התהליך הוא תהליך ידני היום מקצה
לקצה שהמשך שלו הוא בממוצע חודשיים אוקיי? אז זה אירוע שהוא אירוע
פחות טוב. מה שכן אבל יש מוטיבציה מאוד גדולה לגופים הרגולטוריים
לשנות את זה וכבר החודש אנחנו צפויים לקבל מהם מידע ליצירה של API
מול נגה על מנת שיהיה אפשר לעבור תהליך שהוא תהליך אקטיבציה פשוטה
וקלה שיאפשר לצרכנים בסוף לעשות את הבחירה הנכונה הכלכלית הנכונה
שלהם.
- לירן לובלין : סבבה. ושאלה אחרונה אם אפשר בהמשך לשאלה של סבינה על הלקוחות
שאתם מאבדים או הצלחתם לבלום את האובדן של הלקוחות באינטרנט.
חלק הרי הולך ל-yes וסליחה אם עניתם בנקודה הזו ופספסתי, אבל חלק
הולך ל-yes חושב שאפילו אפשר רבעונים שבהם מכירות תוכן די אפשר
לחשב את המספר של התרומה של זה למכירות. כמה מבחינתכם יש איזושהי
העדפה שהלקוחות האלה יישארו לקוחות בזק קווי או לקוחות yes וכמה
אתם מנסים לעשות אם כבר מאבדים אז לאבד ל-yes ומנסים לדחוף את
הלקוחות לשם.
- תומר ראב"ד : אז כפי שאתה יודע אני אתייחס, יש הפרדה מבנית מלאה בתחרות הלקוחות

ו-yes היא שחקן שוק סיטונאי מלא כמו האחרות. בלי IRU כיום אפילו חיסרון אפשר לטעון. אבל אין שום יכולת לשתף פעולה היום, yes יכולה למכור טריפל אבל לבזק כמובן אין שום קשר לזה. כמובן שברמת קבוצה אתה יכול להסתכל על הלקוחות הקמעוניים בקבוצה של האינטרנט ולראות שיש תמיכה שאתה מחבר את בזק + yes. אבל ברמת היתרון היחסי והתחרות על הלקוח היא אותה תחרות. מפסידים אחד לשני לקוחות. לי מותר להגיד את זה. אין לזה שום יכולת להעדיף. כמובן שלא צריכה להיות הפרדה מבנית ואין לזה שום צדק. אפשר לפתח את הנושא הזה אבל אנחנו בתהליך

לירן לובלין: בוא נפתח.

תומר ראב"ד: בתקווה גם לסיים בהסרה של אותה ההפרדה. אבל אין שום יכולת בעצם לתעדף.

לירן לובלין: יש איזשהו שינוי בנושא הזה? שמעתי שממנים מנכ"ל. כנראה ממנים מנכ"ל חדש למשרד התקשורת לפחות זמני.

תומר ראב"ד: מונה. מונה מנכ"ל. סמנכ"ל כלכלה. מונה מנכ"ל בתחילת השבוע למשרד התקשורת שאנחנו כמובן מכירים היטב. הוא והמשרד אמונים על התהליך שלפי תוכנית העבודה נכנס לעבודה יותר אקטיבית ברבעון הרביעי שזה עכשיו. אנחנו בשיחות אקטיביות עם המשרד. התהליך מתקדם, אבל מוקדם לשים על זה לוחות זמנים.

לירן לובלין: תודה.

טובי פישביין: ברשותך לירן אני רוצה להוסיף נקודה כי השאלה הזאת נשאלת הרבה פעמים על כמות המנויים הקמעונאיים בבזק קווי וניר הסביר קודם את המאמצים שעושים ושנעשה בשביל כל הזמן להשתפר שמה. אבל יש משהו שאולי בגלל שאנחנו לא מפרסמים עדיין את הנתון שאולי אתם מפספסים. שזה כמות הלקוחות החדשים בסיבים שבזק מגייסת והתרומה שלהם הכלכלית מן הסתם גם ל-ARPU ובכלל להכנסות היא הרבה מעבר לאובדן של אותם לקוחות שבדרך כלל הם בתחום הנחושת שהולכים למתחרים. לזה

יש משמעות, אחרת אתם לא הייתם רואים את הפעילות של בזק צומחת בהכנסות באינטרנט. גם כשלמשל מורידים את התעריפים על התשתית הפאסיבית שלנו כמו שקרה בשני הרבעונים האחרים שקצת הוריד את שיעור הצמיחה. אבל סך הכול שיעור הלקוחות החדשים בסיבים הוא הרבה יותר גבוה ממש שתכננו וגם ממה שהתחלנו איתו ואני חושב שהיא מגמה מאוד מאוד חיובית לבזק.

לירן לובלין: זה נתון שאתם חושבים לפרסם?

טובי פישביין: עדיין לא.

לירן לובלין: אז נמשיך לפספס.

טובי פישביין: אבל בשביל זה אני מסביר.

לירן לובלין: לא, תודה תודה הכול בסדר.

טובי פישביין: תודה. שאלה הבאה אילנית שרף. שאלת המשך.

אלנית שרף: כן, רק שאלה קטנה סליחה. לגבי הדיבידנד. זה משהו שעולה כל שיחת

ועידה ואנחנו כל הזמן שואלים אם צפוי שינוי ב-payout ratio. אני דווקא רוצה לקחת את זה טיפה יותר קדימה. כי אני כן מעריכה שב-2025 כנראה אתם תעלו את היחס. ואני רוצה לשאול לגבי 2026 דווקא כי דווקא שבאמת נראה את הירידה ב-CapEx בצורה יותר מהותית ושהחוב ממשיך לרדת אני שואלת את עצמי אם אנחנו לא נראה בעצם payout ratio שעולה על 90%. עכשיו אני יודעת שזה שאלה לא פיירית וכנראה אתם תגידו לי שאתם לא יכולים לדעת אבל אני בכל זאת אשמח אם אתם שוקלים את זה.

תומר ראב"ד: זה שאלה פיירית. ואני רוצה שטובי יענה.

טובי פישביין: אז אני אענה אילנית דווקא מהמקום של איך שאתם מסתכלים ומנתחים את הביצועים של הקבוצה ואת המצב הפיננסי. כמו שאתם יודעים הדירקטוריון של בזק אימץ מדיניות לפני מספר שנים והוא קבע כיעד לשמור על רמת דירוג בקבוצת ה-AA. אז היינו ב-AA מינוס. היום אנחנו ב-AA שזה אמצע הקבוצה. זה מקום מצוין להיות בו. גם מבחינת ניהול הסיכונים הפיננסיים ובכלל וכמובן שאנחנו ממשיכים להתקדם ומממשים את התוכניות

האסטרטגיות שלנו כולל השלמה של cycle מאוד גדול של השקעות של החמש שנים האחרונות והמגמות העסקיות תישמרנה ונראה באמת את אותה ירידת מדרגה ב-CapEx מן הסתם יהיה עודף תזרימי שבפתחו של הדירקטוריון תבוא השאלה מה עושים איתו. האם משפרים דירוג שוב פעם ל-AA פלוס או משהו אחר או מגדילים את שיעור הדיבידנד. לדירקטוריון הפתרוניס אבל אני חושב שיש עוד טיפה זמן.

אלנית שרף : אוקיי. תודה רבה.

טובי פישביין : תודה. כנראה שאין עוד שאלות בשלב הזה אז אני רוצה להודות לכולם על ההשתתפות. לכל שאלה נוספת ניתן לפנות אלינו או למחלקת קשרי משקיעים. ערב נעים ושקט לכולם.