

GODIŠNJE IZVJEŠĆE 2007.

OT - Optima Telekom d.d.

The image shows a low-angle view of a modern building facade. The building is dark grey with several windows that have bright yellow frames. On the left side of the facade, the word "Optima" is written in large, silver, 3D block letters. The letter 'O' is stylized with a red arrow pointing upwards and to the right, integrated into its top curve. The sky is blue with scattered white clouds.

Optima

Ožujak 2008.

Sadržaj

Glavne značajke Grupe	3
Tržišno okruženje i mogućnosti	4
Poslovanje Optima Telekoma u 2007. godini	4
Tržišna strategija	5
Prebacivanje korisnika na vlastitu mrežu	5
Poslovni korisnici	5
Veleprodaja - prodaja drugim operatorima	5
Preustroj prodaje tijekom 2007.	6
Javni natječaji	6
Prihodi od prodaje telekomunikacijskih usluga	6
Kapitalna ulaganja/projekti u 2007. godini	6
Kolokacije	7
Tržišni potencijal - dostupnost Optimine usluge u modelu raspetljane lokalne petlje	7
Optička mreža	7

Glavne značajke

- Konsolidirani prihodi u 2007. iznose 329,1 mil HRK, odnosno povećani su za 68,9% odnosu na 2006. godinu
- Prihodi od prodaje telekomunikacijskih usluga u 2007. u odnosu na 2006. porasli su 65,0%, od toga najveći porast bilježe prihod od podatkovnih usluga 282,3%, prihod od Interneta 104,5%, te prihod od javne govorne usluge 63,1%
- Jaki proboj na tržište širokopojsnog Interneta (engl. Broadband Internet - BB)
- Penetracija na rezidencijalno tržište (domaćinstva) Broadbanda
- Intenzivna migracija korisnika usluge predodabira operatora na Optiminu mrežu:
 - Broj LLU¹ korisnika porastao je 6215% (s 371 na 23.428)
- Potpisano 38.749 LLU ugovora, od čega 13.592 za širokopojsni Internet (35%)
- Porast prihoda velikih poslovnih korisnika 28%, malih i srednjih poslovnih 40%, SOHO 67%, a rezidencijalnih 84%
- Rast broja kolokacija² za 450% (2006. godina 22 kolokacije, 2007. godina 121 kolokacija)
- Povećanje broja potencijalno dostupnih priključaka za 773% (sa 44.280 na 386.746 priključaka) što čini 23% tržišta aktivnih priključaka fiksne telefonije
- Poboļššan EBITDA u 2007. za iznos od 47,7 mil HRK (47,2%) u odnosu na prethodnu godinu i iznosi -53,3 mil HRK. Negativan EBITDA za 2007. je očekivan i rezultat je troškova nastalih daljnjim širenjem vlastite mreže kao i troškova prijelaza/spajanja korisnika na mrežnu infrastrukturu Optime
- Unatoč boljem EBITDA rezultatu, EBT iznosi -131,0 mil HRK te je na razini rezultata prethodne godine, čemu je uzrok porast troškova amortizacije i troškova financiranja
- U veljači 2007. na tržište su plasirane obveznice Optima Telekomu u vrijednosti 250 mil HRK
- Optima Telekom preoblikovan 24. srpnja 2007. iz d.o.o. u d.d.
- U studenom 2007. izdano 800.000 novih redovnih dionica koje su prodane putem inicijalne javne ponude. Redovne dionice su 07. siječnja 2008. uvrštene na Službeno tržište Zagrebačke burze
- Usvojena prodajna strategija temeljem koje je pokrenuta prodaja usluga Kontaktnog centra i ostalim pravnim osobama. Sektor za brigu o korisnicima je u cijelosti prebačen u sestrinsku tvrtku Optima Grupa Holding d.o.o. (u nastavku teksta OGH) čija je temeljna djelatnost:
 - Pružanje usluga brige o korisnicima za Optima Telekom
 - Teleprodaja
 - Prodaja rezidencijalnim i SOHO korisnicima
 - Pružanje usluga kontaktnog centra ostalim pravnim osobama (BPO³)

¹ LLU - eng. Local Loop Unbundling - raspjetljavanje lokalne petlje, odnosno proces kojim postojeći operator (vlasnik postojeće pristupne infrastrukture) omogućuje drugim operatorima korištenje pristupne infrastrukture za pružanje usluga njihovim korisnicima

² Kolokacija - lokacija smještaja vlastite telekomunikacijske opreme priključene na vlastitu ili HT pristupnu infrastrukturu

³ BPO - eng. Business Process Outsourcing - rastući trend premještanja poslovnih funkcija vanjskim pružateljima usluga radi smanjenja troškova poslovanja

Tržišno okruženje i mogućnosti

Premda je liberalizacija fiksnog telekomunikacijskog tržišta u Hrvatskoj započela u prosincu 2004. godine, kada je Optima Telekom dobio dozvolu za pružanje javne govorne usluge u nepokretnoj mreži, prvi pravi učinci liberalizacije vidljivi su tek u drugoj polovici 2007.

Tijek 2006. godine obilježio je razvoj tržišta utemeljen većinom na usluzi predodabira operatora, te uvođenju novih naprednih usluga poslovnim korisnicima. Optima Telekom je 2006. godine učvrstio svoj vodeći položaj među alternativnim operatorima akvizirajući veliki broj CPS⁴ korisnika, te gradeći kolokacije i pripremajući se za osvajanje tržišta raspeljane lokalne petlje.

Nastavno na odlične rezultate ostvarene u 2006., te na izgrađenu infrastrukturu 2007. godine Optima je postala jedina prava alternativa u pružanju klasične telefonske usluge kao i u pružanju Internet usluga, čime je omogućen stvarni izbor usluga krajnjim korisnicima.

Nastavljen je trend pružanja inovativnih rješenja i za poslovne korisnike. Optimina Centrex usluga je do kraja 2007. godine ugovorena na više od 470 korisničkih lokacija s ukupno više od 12.000 priključaka! Polaganjem optičkih kablova u većim gradskim središtima omogućena je vrlo visoka kvaliteta pružanja podatkovnih servisa.

2007. godinu obilježio je prvi val konsolidacije tržišta - spojena su dva kabela operatora koji danas posluju pod nazivom B.net, Metronet je kupio Vodatel, a uslijedila su i dva IPO⁵-a telekom tržišta: T-HT-a i Optima Telekom. Unatoč tim događanjima leaderska pozicija Optime među alternativnim operatorima nije se promijenila. Ključni čimbenik uspjeha Optime je prepoznata kvaliteta i pouzdanost usluge.

Od ostalih bitnih okolnosti na tržištu, valja napomenuti da je regulatorni okvir postigao svoj napredak tijekom 2007. godine k afirmativnom odnosu prema alternativnim operatorima, iako je regulator (HAT) i dalje nedovoljno brz za ovako dinamičko tržište. Optima Telekom stalnim naporima nastoji skrenuti pozornost na probleme iz regulatornog područja, te aktivno sudjeluje u njihovu rješavanju kroz svoje prijedloge i inicijative. Očekuje se da će najavljeni novi Zakon o elektroničkim komunikacijama, čija je javna rasprava upravo u tijeku, dati jasnije okvire za daljnji razvoj tržišta.

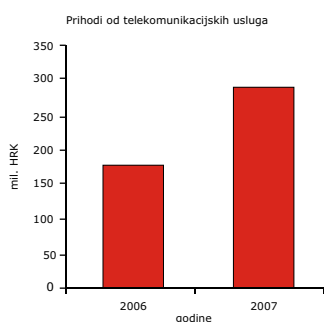
Planirani nastavak izgradnje optičke mreže, izgradnje kolokacija, te osobito novi servisi koje će Optima Telekom ponuditi na tržištu tijekom 2008. godine i već potvrđena kvaliteta usluga, svakako će dodatno utvrditi Optiminu vodeću poziciju među alternativnim operatorima.

Poslovanje Optima Telekoma u 2007. godini

Optima Telekom je vodeći alternativni operator fiksne telefonije u Republici Hrvatskoj. Nakon inauguralnog izlaska na tržišta kapitala izdanjem obveznica početkom 2007. godine, uslijedio je drugi korak kroz inicijalnu javnu ponudu dionica krajem 2007., čime je Optima Telekom jedini alternativni operator s dionicom u prvoj kotaciji Zagrebačke burze. Nakon što je, u 2006. Optima Telekom ostvario značajnu tržišnu prisutnost na području CPS-a, 2007. je obilježio kao hrvatski lider u procesu raspeljavanja lokalne petlje. Time je, koristeći poziciju ostvarenu u 2006. godini, započela snažna migracija postojeće baze CPS korisnika na vlastitu telekomunikacijsku infrastrukturu. U usporedbi s EU, RH ima vrlo nisku stopu penetracije širokopoljnog Interneta, što je dalo snažan impuls ekspanziji Optime, pogotovo u zadnjem kvartalu 2007.

Dugoročna strategija poslovnog razvoja Optime razvijena je sukladno poslovnim modelima renomiranih telekom tvrtki u svijetu.

Aktivnosti vezane za jaki proboj na tržište Broadbanda kao i penetracija na rezidencijalno tržište Broadbanda, imale su za posljedicu snažan rast prihoda od prodaje telekomunikacijskih usluga od 65,0% s obzirom na godinu prije. Zbog toga su rasli: troškovi prijelaza/spajanja korisnika na vlastitu mrežnu infrastrukturu, troškovi inicijalne uspostave kolokacija i trošak najma DTK⁶.



⁴ CPS - eng. Carrier Pre Selection - predodabir operatora

⁵ IPO - eng. Initial Public Offering - inicijalna javna ponuda dionica

⁶ DTK - distributivno kanalizacijska mreža

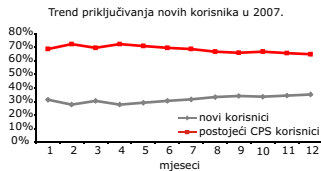
Tržišna strategija

Unatoč skromnom marketinškom budgetu, intenzivnim prodajnim aktivnostima, ali i FER odnosom prema tržištu, Optima Telekom postiže dobre rezultate. Nacionalnom kampanjom „Optima je najviše FER“ u zadnjem kvartalu 2007. promoviran je FER pristup, čime Optima Telekom stavlja korisnika na prvo mjesto. U tijeku i nakon te kampanje (zadnji kvartal 2007.), broj potpisanih ugovora raste do gotovo 5.000 mjesečno.

Povećanje broja ugovora za prijelaz na Optiminu mrežu bazirano je na dva strateška koraka:

1. prebacivanje postojećih Optiminih korisnika koji već koriste uslugu CPS-a (tzv. migracija)
2. ugovaranje novih korisnika na Optiminu mrežu

Zbog velikog broja korisnika usluge CPS-a, u 2007. je dominiralo upravo prebacivanje postojećih CPS korisnika. No, važno je napomenuti da su intenzivirane i prodajne aktivnosti u smjeru priključivanja novih korisnika gdje su ostvareni dobri rezultati.

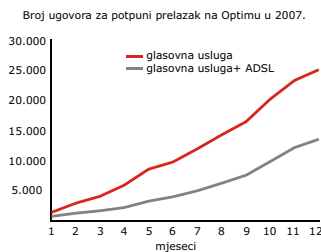


Prebacivanje korisnika na vlastitu mrežu

Zbog ulaganja u proces raspletavanja lokalne petlje i intenziviranog podizanja broja kolokacija, linearno je rastao broj korisnika na vlastitoj mreži kao i broj korisnika širokopojasnog pristupa Internetu.

Do kraja 2007. potpisano je 38.749 ugovora za potpuni prelazak na mrežu Optime (na slici crveno). Time Optima Telekom nastavlja zacrtanu strategiju prebacivanja, ali i akvizicije novih korisnika na vlastitu mrežu. Prelaskom korisničke baze na infrastrukturu Optime, smanjuju se interkonekcijski troškovi prema drugim operatorima čime se stvaraju preduvjeti za poboljšanje margine.

Od tog broja, 13.592 je ugovora za Optimin širokopojasni pristup Internetu (na slici sivo), što predstavlja čak 35% od ukupnog broja ugovora. S obzirom na stanje na kraju 2006. godine kada je taj broj iznosio svega 387 ugovora, konstatirano je povećanje od gotovo 35 puta.



Poslovni korisnici

Poslovna prodaja Optima Telekoma nudi usluge svim poslovnim subjektima neovisno o industrijskoj grani. Tijekom 2007. Optima Telekom je snažno prisutan u turizmu, trgovini, prijevozu i visokom obrazovanju. Veliki poslovni korisnici Optima Telekoma su najviše zastupljeni u djelatnostima:

- hoteljerstva (osobito kada je riječ o višim kategorijama): HUP Zagreb, Liburnia Riviera Hoteli, Jadranski luksuzni hoteli, Turisthotel, Grand hotel Lav
- trgovini: Brodomerkur, Pevec, Magma, Kika, Elektromaterijal
- prijevozu: Coratia Airlines, Jadrolinija
- visokom školstvu: većina fakulteta u sveučilišnim centrima Split, Osijek i Rijeka
- medijima na nacionalnoj i regionalnoj razini: uz NCL media grupu i Hrvatsku press grupu, Optima Telekom je odabrani pružatelj usluga i za 20 radijskih postaja diljem Hrvatske.

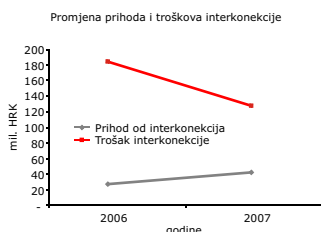
Kumulativni broj poslovnih korisnika se povećao za 20% s 5.938 na kraju 2006. na 7.417 na kraju 2007.



Veleprodaja - prodaja drugim operatorima

Optima Telekom je sklopio Ugovore o međusobnom povezivanju (tzv. interkonekcija) s 22 međunarodna operatora, 3 nacionalna operatora pokretnih mreža i 9 nacionalnih operatora nepokretnih mreža. Ovaj broj ugovora osigurava dodatne veleprodajne prihode koji čine 12,3 % ukupnih prihoda u 2007. Iako su troškovi interkonekcije povećani s obzirom na 2006. godinu 44,4%, prihodi su rasli 54,7%. Više od 86,5% prihoda interkonekcije dolazi od inozemnih operatora.

T-HT je i dalje najveći Optimin dobavljač, ali i najveći domaći kupac zbog mjesečne razmjene prometa iz jedne mreže u drugu. Također, tu su prisutni i VIPnet, H1, Metronet, B.net Hrvatska, Voljatelj, Primatelj i Iskon.



Preustroj prodaje tijekom 2007. godine

Nastojeći se stalno prilagoditi novim tržišnim uvjetima, tijekom 2007. napravljen je preustroj prodaje kroz dvije ključne organizacijske cjeline unutar Grupe:

1. Poslovna prodaja - kroz ekspertni tim poslovne prodaje Optima Telekom koji je organiziran na nivou cijelog teritorija RH
2. Rezidencijalna i SOHO prodaja - putem teleprodaje, te regionalno organiziranih prodajnih zastupnika i indirektnih partnera ("outsourc") kroz OGH. Valja napomenuti da je tijekom 2006. ovaj segment obrađivan isključivo poslovnim odnosom s indirektnim partnerima

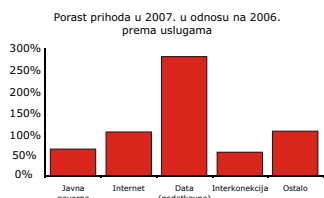
Javni natječaji

Unatoč tradicionalnoj dominaciji bivšeg državnog telekoma u segmentu javne nabave, Optima Telekom je, sudjelujući u većem broju javnih natječaja i tijekom 2007., ugovorio velik broj poslova s javnim institucijama (npr. Sveučilište u Zagrebu, Agronomski fakultet, Ured državne uprave Splitsko dalmatinske županije, Plovpup, Sveučilište u Splitu, Građevinsko-arhitektonski fakultet, Tehnički fakultet Rijeka, Opća bolnica Zadar).

Prihodi od prodaje telekomunikacijskih usluga⁷

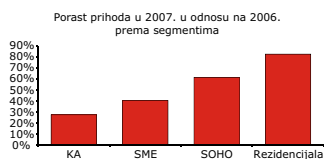
Prihodi prema uslugama

Prihodi od prodaje telekomunikacijskih usluga su u 2007. u odnosu na 2006. rasli 65%, sa 175,3 mil HRK na 291,5 mil HRK. Prikaz prema vrstama usluga pokazuje, da je najviše rastao promet od podatkovnih usluga, čak 282.3%. Ukupno je najviše rastao prihodi od javne govorne usluge 63,1%, a od Interneta 105,5%.



Prihodi prema korisničkim segmentima

Zbog intenziviranih prodajnih aktivnosti tijekom 2007. svi korisnički segmenti su zabilježili rast. Prihodi u segmentu velikih korisnika (Key Accounts - KA) je rastao 27,6%, u segmentu malih i srednjih poslovnih (Small Medium Enterprise - SME) 40,4%, a u SOHO (Small Office Home Office) segmentu 66,9%. No najveći porast, od 83,7%, se dogodio u segmentu kućanstava zahvaljujući aktivnosti u procesu raspletavanja lokalne petlje.

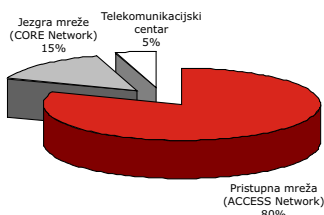


	mil HRK 2006	mil HRK 2007	% promjene
KA	28,6	36,5	27,6%
SME	14,6	20,5	40,4%
SOHO	14,5	24,2	66,9%
Rezidencijala	92,1	169,2	83,7%

Kapitalna ulaganja / projekti u 2007. godini

OT - Optima Telekom d.d.	2007. u HRK	udio %
Opća ulaganja	8.996.831	7,5%
Kapitalna ulaganja tehnike	110.698.227	92,5%
<i>Pristupna mreža (ACCESS Network)</i>	89.257.279	80,6%
<i>Jezgra mreže (CORE Network)</i>	16.140.551	14,6%
<i>Telekomunikacijski centar</i>	5.300.397	4,8%
Ulaganja UKUPNO	119.695.058	

Kapitalna ulaganja Optima Telekom u 2007. iznosila su 119,7 mil HRK. Manji postotak (7,5%) uložen je u opće investicije (građevinske investicije, uredska oprema), dok se većina odnosi na kapitalna ulaganja u vlastitu mrežu (92,5%) koja su se uglavnom bazirala na izgradnju pristupne mreže (89,3 mil HRK), dok je 16,1 mil HRK investirano u jezgru mreže, a 5,3 mil HRK u telekomunikacijski centar.



⁷ izvor podataka je Billing sustav Optima Telekom, koji uključuje samo prihode prema krajnjim korisnicima

Kolokacije

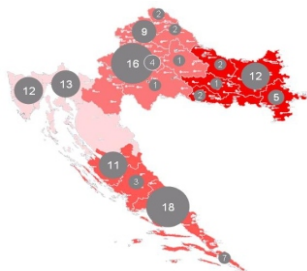
Tijekom 2007. Optima Telekom je postavio svoju opremu u 99 novih kolokacija. U odnosu na 22 kolokacije na kraju 2006. radi se o povećanju od 4,5 puta (450%).



Broj aktivnih kolokacija	2006	2007	% promjene
Hrvatska	22	121	450%
Sjever	3	35	1067%
Zapad	4	25	525%
Istok	10	22	120%
Jug	5	39	680%

Povećani broj korisnika na vlastitoj infrastrukturi neposredno je povezan s povećanjem aktiviranih kolokacija u gradovima i mjestima. Tako su na kraju 2006., aktivirane kolokacije u svega 4 grada u kojima su i aktivirani Optimini korisnici (Osijek, Split, Rijeka, Vukovar). Tijekom 2007. taj je broj porastao na 52 grada i mjesta širom Hrvatske čime je višestruko povećan tržišni potencijal.

Rasprostranjenost aktivnih kolokacija po Hrvatskoj



Strategija izgradnje mreže, slijedila je ravnomjerni regionalni razvoj, pa je tako Optimina mreža do kraja 2007. bila prisutna u 21 mjestu gdje ima 100%-tnu pokrivenost. Unatoč veličini, ali i složenosti stanja DTK sustava u gradu Zagrebu, pokrivenost glavnog grada dosegla je četvrtinu od ukupno 330.000 priključaka. U regionalnim centrima u Osijeku, Rijeci i Splitu, pokrivenost mrežom je veća od 52%, a u drugim većim gradovima i iznad 64% (Varaždin, Zadar, Dubrovnik, Koprivnica, Velika Gorica, Rovinj, Poreč, Pazin, Pula, Trogir, Đakovo, Županja).

Također je na 10-ak poslovnih i rezidencijalnih lokacija u Hrvatskoj, instalirana i razvijena vlastita infrastruktura, te su priključeni novi korisnici pružajući uslugu bez oslanjanja na lokalnu petlju.

Tržišni potencijal - dostupnost Optimine usluge u modelu raspetljane lokalne petlje



Tržišni potencijal Optimine usluge u modelu raspetljane lokalne petlje predstavlja broj telefonskih priključaka (kućanstava i poslovnih subjekata) kojima je usluga dostupna. Tako su 22 aktivne kolokacije krajem 2006., omogućavale Optiminu uslugu putem raspetljane lokalne petlje za 44.280 telefonska priključaka. Tijekom 2007. aktivirano je novih 99 kolokacija čime se broj dostupnih telefonskih priključaka popeo na 386.746. Na taj način je stvoren tržišni potencijal od 23% (prema procjeni HAT-a, u Hrvatskoj je 1.650.000 aktivnih telefonskih priključaka). Time je tržišni potencijal tj. dostupnost Optimine usluge u modelu raspetljane lokalne petlje povećan 773% (gotovo 8 puta).

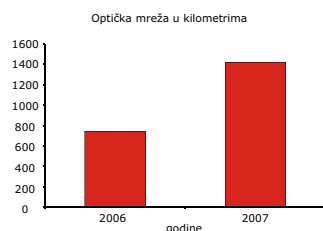
Kapacitet sustava

Na ukupno 121-oj aktivnoj kolokaciji instalirano je 135 DSLAM uređaja⁸ s ukupnim kapacitetom od 80.000 priključaka koji omogućavaju direktno spajanje isto toliko korisnika. Time je omogućeno preuzimanje preko 20% korisnika na pokrivenom području u modelu raspetljane lokalne petlje.

Gotovo više od 50 kolokacija bilježi popunjenost iznad 50%, a 25 kolokacija bilježi popunjenost od čak 75%. Nakon značajnog inicijalnog troška izgradnje kolokacije i postavljanje početne opreme, daljnje širenje se odvija prema potrebi i zahtjevima tržišta uz znatno manje troškove po pojedinom priključku.

Optička mreža

Do kraja 2006. Optima je izgradila 746 kilometara optičke mreže na području cijele Hrvatske. U ožujku 2007. godine Optima Telekom je s T-HT-om potpisao novi ugovor o zajedničkom korištenju DTK, te na taj način osigurao visoku pouzdanost već postavljene mreže. Time je omogućeno spajanje svih kolokacija na mrežu Optimine Telekoma. Tijekom godine nastavlja se izgradnja, te je postavljeno dodatnih 624 kilometara optike, rezultirajući povećanjem od 83,6%.



Optička mreža u kilometrima	2006	2007	% promjene
Hrvatska	746	1370	83,6%
Sjever	300	540	80,0%
Zapad	270	500	85,2%
Istok	0	80	
Jug	176	250	42,0%

⁸ DSLAM - uređaj na strani operatora, instaliran u lokalnoj centrali, koji služi za uspostavu digitalne veze (digitalna pretplatnička linija) između operatora i korisnika