



## BILANCIO VODAFONE OMNITEL 2001/2000

**Ricavi da servizi a 5.773 milioni di euro (+27%), EBITDA 2.792 milioni di euro (+24%), pari al 46% dei ricavi totali.**

## OMNITEL VODAFONE CAMBIA NOME E MARCHIO

### Nuova CampagnaMedia sul brand

*Londra, 28 maggio 2002* - Sono stati annunciati oggi i risultati annuali del Gruppo Vodafone per il periodo dal 1 aprile 2001 al 31 marzo 2002. I dati di Vodafone Omnitel di questo comunicato, gli importi dei ricavi e dell'EBITDA (redatti in conformità ai principi contabili inglesi), sono stati calcolati trasformandoli in Euro e riproporzionando al 100% i valori comunicati dalla capogruppo.

I risultati di Vodafone Omnitel al 31 marzo 2002 confermano l'ottimo andamento dell'azienda con un miglioramento di tutti i principali indicatori economico finanziari.

Nel corso del 2001/2002 Vodafone Omnitel ha conseguito ricavi totali per 6.042 milioni di euro e ricavi da servizi per 5.773 milioni di euro in crescita del 27%, principalmente grazie all'incremento della base clienti. Su base omogenea, includendo nel calcolo dei ricavi anche per il 2000/2001 gli sconti ai dealer sulle carte ricaricabili, i ricavi da servizi sono cresciuti del 22%.

I ricavi da SMS e dati sono aumentati complessivamente dell'83%, con un'incidenza pari al 9% dei ricavi da servizi. Tale risultato è riconducibile principalmente al successo degli SMS legato ai nuovi servizi ed alle attività promozionali.

L'ottimo risultato è il frutto di un anno caratterizzato da un notevole sforzo commerciale e innovativo, con l'introduzione di nuovi servizi via SMS, soprattutto nel campo dell'informazione e dell'entertainment. Inoltre, Vodafone Omnitel ha lanciato i servizi GPRS sia per il mondo corporate che consumer ed è l'unico operatore italiano a fornire il servizio GPRS roaming in tutti i paesi in cui è presente il Gruppo Vodafone.

A conferma del positivo andamento della gestione, l'EBITDA (utili prima degli oneri finanziari, ammortamenti e tasse) è cresciuto del 24% raggiungendo i 2.792 milioni di euro. Il margine dell'EBITDA sui ricavi totali, includendo per omogeneità di confronto anche nei ricavi del 2000/2001 gli sconti riconosciuti ai dealer sulle carte ricaricabili, è cresciuto dal 43% al 46%. Tale risultato è stato ottenuto grazie all'incremento dei ricavi e alla continua attenzione al controllo dei costi. La media dei costi di acquisizione per cliente si è attestata intorno ai 35 euro in ulteriore diminuzione rispetto ai 37 euro dell'anno scorso.

Vodafone Omnitel ha raggiunto i 17.711.000 di clienti (+13%), confermandosi secondo operatore nel mercato mobile italiano con una quota di mercato del 34%. Nel periodo il churn rate totale (tasso di abbandono dei clienti) è passato dal 14% al 19% in linea con le attese. Continua il successo del programma di loyalty, Omni One, che conta 6.900.000 iscritti e che premia i clienti di alto valore sia abbonati sia prepagati; il successo di Omni One ha contribuito alla stabilizzazione

dell'ARPU confermando la leadership di Vodafone Omnitel in termini di customer satisfaction.

Viene confermato il rallentamento del trend di riduzione dell'ARPU, grazie alla stabilizzazione del traffico voce per SIM ed all'aumento dei ricavi dati che hanno beneficiato del lancio, nel periodo in questione, di nuovi servizi. L'ARPU relativo al solo segmento abbonamenti è cresciuto da 756 euro a 769 euro, mentre l'ARPU relativo al segmento delle carte prepagate è rimasto stabile nonostante la riduzione volontaria da parte di Vodafone Omnitel delle tariffe fisso-mobile. L'ARPU totale, includendo per il 2000/2001 per omogeneità di confronto nel calcolo il valore gli sconti riconosciuti ai dealer sulle carte ricaricabili, è passato da 352 euro a 345 euro.

Il personale di Vodafone Omnitel impiegato nelle diverse funzioni aziendali è ulteriormente aumentato nel periodo, attestandosi a 9578 unità. Per favorire una completa analisi, viene di seguito fornita una tabella comparativa dei principali indicatori di bilancio.

Dal primo di giugno Omnitel Vodafone cambia denominazione sociale e marchio distintivo. Il nuovo nome della società passa da Omnitel Pronto Italia S.p.A. a Vodafone Omnitel S.p.A., mentre il nuovo brand mantiene l'impostazione di affiancamento del marchio Omnitel a quello della Capogruppo, invertendone le proporzioni e le posizioni, inserito nella SIM rossa già in uso per il marchio Vodafone.

Entrata a far parte del Gruppo Vodafone nel 2000, Vodafone Omnitel rappresenta oggi una grande realtà industriale italiana, nonché parte importante del più grande Gruppo internazionale di telefonia mobile, presente in 29 Paesi, 5 continenti, con oltre 100 milioni di clienti su base proporzionale, ma il cui impatto raggiunge 250 milioni di persone nel mondo.

Dal 28 maggio il nuovo marchio dell'azienda sarà protagonista di una campagna TV, per poi essere estesa dal 3 giugno prossimo a tutti gli altri canali media.