

KONCERNCHEFENS KOMMENTAR

VIKTIGA STEG TAGNA I FÖRVERKLIGANDET AV STRATEGIN

2019 var året då vår strategi att bli något mer än vad telekommunikationsbolag traditionellt har varit verkligen blev tydlig. Förvärvet som skapade vår nya Tv- och media-enhet, med TV4, C More och MTV, ger oss en unik position att erbjuda våra kunder en ny värld av digitala upplevelser i Norden. Under året fortsatte vi att investera i vår infrastruktur för att tillgodose en ständigt växande kundefterfrågan på högkvalitativ uppkoppling på de marknader där vi är verksamma. Vi konkretiserade stegen mot att bli klimatneutrala inom vår egen verksamhet 2022 och samtidigt uppnådde vi de finansiella mål vi hade satt upp för året.

Digitalisering och hållbarhet

Den ökande digitaliseringstakten har påverkat och fortsätter att påverka samhället i grunden. Vi befinner oss i hjärtat av den förändringen, därför har vi såväl möjlighet som ansvar att driva på för en hållbar digitalisering. Idag erbjuder vi våra företagskunder en kombination av kärntjänster och nya typer av tjänster. Det handlar om ICT (Information and Communications Technology) och uppkopplade saker, vanligen benämnt sakernas internet, vilket öppnar upp helt nya möjligheter för kunderna. ICT och digitalisering är inte bara viktiga för vår verksamhet, de är viktiga utifrån hur vi, våra leverantörer och kunder kan begränsa klimatförändringen och det icke hållbara användandet av naturresurser.

Vår infrastruktur är central för att växla över till en mer hållbar utveckling. Vi har fortsatt att investera i regionen, till stor del drivet av kundefterfrågan och vårt förvärv av Get i Norge. Vi fick erkännanden för kvaliteten i våra nät i flera olika oberoende studier vilket formar en viktig plattform för att stärka kundupplevelsen. Under 2019 lanserade vi också 5G på några av våra marknader, med ett fullskaligt kommersiellt erbjudande i Finland, investeringsbeslut i Norge samt flera framgångsrika pilotprojekt på våra marknader.

Digitala lösningar är viktiga delar i Telia Companys miljöagenda (the Daring Goals) som vi kommunicerade i mars 2019. Under året har vi ytterligare konkretiserat vägen framåt för att nå målen om noll miljöavfall och noll koldioxidutsläpp, genom målsättningen att bli klimatneutrala inom vår egen verksamhet till 2022. I linje med de målen fortsätter vi att utveckla våra erbjudanden, till exempel genom att öka återanvändandet av nätutrustning och telefoner. Vi stödjer FN:s globala mål för hållbar utveckling och Global Compact-principerna helhjärtat.

Ökat kundvärde genom bättre erbjudanden

Det var ett händelserikt år då vi lyckades stärka vår kommersiella agenda, med fokus på hur vi kan skapa ytterligare värde till våra kunder. Vi såg gradvisa förbättringar under året, men vi har ännu inte nått vår fulla potential. Konvergens förstärker kundupplevelsen och kundlojaliteten, vilket i sin tur minskar antalet förlorade kunder, inom både konsument- och företagssegmentet. Därför kommer det att fortsatt vara en viktig del i våra kommersiella aktiviteter framöver. Vårt mobila familjeerbjudande är ett bra exempel inom detta område. I Sverige har vi också fortsatt att arbeta för att nå ut till fler fiberkunder, via vår egen infrastruktur och via stadsnät. Detta banar väg för oss att rikta fler konvergerade erbjudanden till slutkunder.

Uppnår finansiella mål

Operationellt fritt kassaflöde uppgick till 12,6 GSEK under året, en ökning med 16 procent jämfört med 2018 och inom målet om 12-12,5 GSEK om vi exkluderar en pensionsåterbetalning om 0,4 GSEK i det fjärde kvartalet. Justerad EBITDA i rapporterad valuta växte med 17 procent, inklusive den positiva effekten från IFRS 16, och följde den tänkta strukturen med gradvis förbättring under året. Detta var främst drivet av positiva effekter från IFRS 16, förvärv

”DIGITALISERING PÅVERKAR SAMHÄLLET I GRUNDEN”

och förbättrad effektivisering i kostnader för sålda varor och ytterligare sänkning av de operativa kostnaderna. Vi är nöjda med, och ska vara stolta över, den kostnadsutvecklingen samtidigt som vi fortsätter att arbeta för högre tjänsteintäkter.

Baserat på operationellt fritt kassaflöde föreslår styrelsen en utdelning för 2019 om 2,45 SEK per aktie motsvarande en ökning med 3,8 procent jämfört med 2018. Sedan starten av återköpsprogrammet av aktier 2018 har vi använt 10 GSEK, vilket motsvarar ytterligare cirka 6 procent avkastning till våra aktieägare. Då vi har en långsammare återhämtning av tjänsteintäkter än förväntat, vilket påverkar förväntad skuldsättningsgrad negativt, och med en potentiellt svagare konjunkturutveckling, beslutade styrelsen i oktober att inte genomföra de återstående 5 GSEK av det tre-åriga återköpsprogrammet.

Slutligen vill jag framföra min tacksamhet till mitt team och alla mina medarbetare på Telia Company för det hårda arbete som alla bidragit med under 2019. Tack också till alla 472 000 aktieägare för ert förtroende för vårt företag.

Stockholm 11 mars 2020

Christian Luiga

Tillförordnad vd och koncernchef