Geconsolideerd Jaarverslag

2016

proximus

Bespreking en analyse van de financiële resultaten door het management

1. Inleidende opmerkingen

Onderliggende omzet en EBITDA

De bespreking door het management van Proximus focust op de onderliggende cijfers, d.w.z. na aftrekt van incidentele items.

Om een vergelijking op vergelijkbare basis mogelijk te maken, verschaft Proximus een duidelijk beeld van de operationele trends van de business door incidentele factoren eruit te zuiveren: omzet en kosten die uitzonderlijk zijn of geen rechtstreeks verband houden met de bedrijfsoperaties van Proximus, en die een significante impact hadden op de variantie op jaarbasis van de omzet of de EBITDA van de Proximus Groep. De gecorrigeerde omzet en EBITDA worden als 'onderliggend' omschreven.

Definities zijn te vinden vanaf pagina 33 van dit document

(EUR miljoen)	Omzet			EBITDA		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Gerapporteerd	**6.112**	**6.012**	**5.873**	**1.755**	**1.646**	**1.733**
Onderliggend	**5.864**	**5.994**	**5.871**	**1.653**	**1.733**	**1.796**
Incidentele items - Totaal	248	17	3	102	-87	-63
Niet-recurrente items	62	0	0	34	2	-95
Andere incidentele items:	187	17	3	67	-90	32
Niet-recurrente items	62	0	0	34	2	-95
Plan voor vervroegd vertrek en collectieve overeenkomst	0	0	0	0	0	-103
Verkoop van geconsolideerde bedrijven	62	0	0	27	0	0
Andere: in 2016 hoofdzakelijk de schrapping van de gunstige bepaling inzake vervroegd pensioen	0	0	0	7	2	8
Andere incidentele items:	187	17	3	67	-90	32
Meerwaarde op de verkoop van gebouwen	46	17	3	46	17	3
Verkoop TLS FR/UK	134	0	0	3	-1	0
Tegendraaien van de voorziening voor belasting op pylonen 2014 & 2015	0	0	0	0	0	29
Akkoord ivm geschillen rond mobiele tarieven	0	0	0	0	-116	0
Verkoop Scarlet NL/Sahara Net	7	0	0	0	0	0
Akkoord ivm een geschil rond het netwerk	0	0	0	22	10	0
Compensatiebetaling pensioen vorige jaren	0	0	0	10	0	0
Herziening verplichting aandelenoptie	0	0	0	-14	0	0
Transformatie en rebranding	0	0	0	-16	0	0
Andere	0	0	0	16	0	0

Wijzigingen in de segmentrapportering

Om de relevantie van de gerapporteerde cijfers te verbeteren, heeft Proximus de volgende wijzigingen toegepast, met aanpassingen voor 2014 en 2015:
Thuismarkten bestaan uit drie klanten segmenten: Consumer, Enterprise en Wholesale, waarvoor omzet en de directe marge wordt gegeven.

Segmentresultaten' (bijdrage aan de EBITDA van de Groep) worden niet langer gerapporteerd, omdat deze cijfers niet relevant waren, aangezien er geen volledige kostentoerekening werd toegepast.

De kosten (na directe marge) worden opgesplitst in personeel en niet-personeelskosten, enkel op groepsniveau,

Thuismarkten en BICS, en op een meer relevante manier.

- Personeelskosten: kosten in verband met de eigen werknemers (vroegere HR-kosten), alsook externe medewerkers (deel van vroegere niet-HR-kosten) voor Proximus NV. Voor de filialen worden enkel interne HR-kosten gerapporteerd onder personeelskosten.

- Niet-personeelskosten: alle andere kosten (deel van vroegere niet-HR-kosten)

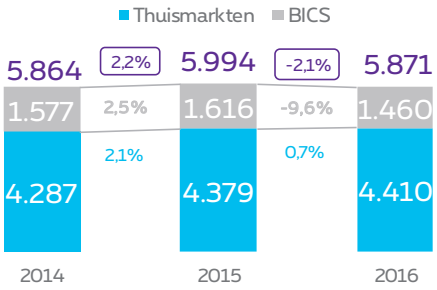
Afronding

Algemeen gezien worden alle cijfers afgerond. Varianties worden berekend op basis van de brongegevens vóór afronding, wat inhoudt dat een aantal varianties niet konden worden samengeteld

- Proximus heeft zijn omzet op de thuismarkten in 2016 met 0,7% vermeerderd en zijn groepsebitda met 3,6% op onderliggende basis, ondanks de tegenwind van de regelgeving.
- De EBITDA voor de thuismarkten is met 4,7% gestegen, dankzij een positieve bijdrage van de directe marge en in het bijzonder door een forse vermindering van de kosten.
- De sterke vooruitgang van de omzet uit vaste diensten kon de druk op de omzet uit mobiele diensten, als gevolg van lagere roamingtarieven, ruimschoots compenseren.
- In het kader van een verschuiving van spraak naar data, tekende BICS een ebitdadaling met 7,2% op een hoge vergelijkbare basis op.
- Solide vrije cashflow van 559 miljoen EUR

2. Proximus Groep

Onderliggende omzet



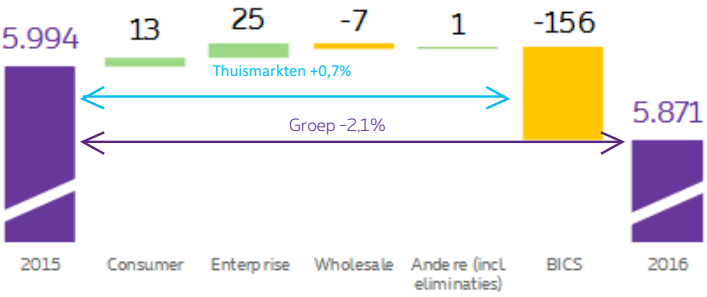
De Proximus Groep sloot het jaar 2016 af met een totale onderliggende omzet van 5.871 miljoen EUR, of 2,1% lager dan het jaar voordien. De lagere onderliggende omzet van de Groep was het gevolg van een gedaalde omzet bij BICS, de International Carrier-businessunit van Proximus. Dit werd deels gecompenseerd door de activiteiten op de thuismarkten van Proximus, die in 2016 bleven groeien.

Omzet - Overzicht over drie jaar (onderliggend, M€)

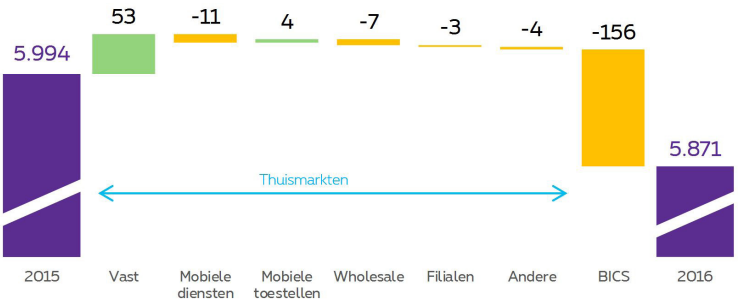
Over het volledige jaar 2016 bedroeg **de totale omzet van Proximus op zijn thuismarkten 4.410 miljoen EUR,** een verbetering met 0,7% t.o.v. 2015. De omzetgroei was te danken aan zowel het Consumer- als het Enterprise-segment van Proximus.

BICS genereerde in 2016 een totale omzet van 1.460 miljoen EUR, of 9,6% lager in vergelijking met zijn recordomzet van 2015. De daling was het gevolg van de aanhoudend hoge volatiliteit in de spraakbusiness en een minder gunstige bestemmingenmix. De niet-spraakgebonden omzet bleef een solide groei optekenen.

Omzet - Overzicht over drie jaar (onderliggend, M€)



Thuismarkten onderliggende omzet +0,7%

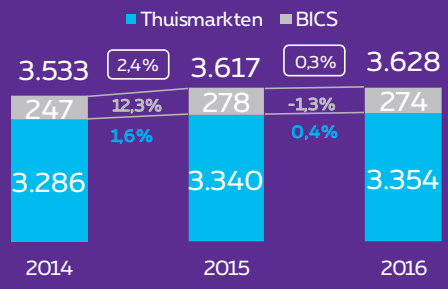


De omzet van het **Consumer-segment** steeg met 0,4% tot 2.905 miljoen EUR. Dit was te danken aan de solide omzet uit vast internet en televisie door de aangroeiende klantenbasis. Proximus kon de vruchten plukken van zijn grote inspanningen op het vlak van klantgerichtheid en zijn convergentiestrategie. Dankzij zijn succesvolle multiplayaanbod verbeterde Proximus zijn klantenmix en verhoogde het zijn klantentrouw en -waarde. Dit resulteerde in een mooie omzetgroei voor de vaste activiteiten, ondanks de aanhoudende achteruitgang van de omzet uit vaste spraak. In 2016 kwam de omzet uit mobiele activiteiten onder druk te staan. In lijn met de Europese regelgeving werden de Europese roamingtarieven op 30 april 2016 verlaagd, wat zich sindsdien zichtbaar weerspiegelde in de omzet van de mobiele diensten.

Het **Enterprise-segment** van Proximus toonde in 2016 een onderliggende omzetgroei van 1,9% en steeg tot 1.360 miljoen EUR. Dit was voornamelijk het gevolg van een solide omzetgroei in ICT en Be-Mobile NV [1], een onderneming op het vlak van slimme mobiliteit die medio maart 2016 werd opgericht. De groei deed de aanhoudende omzetdaling voor vaste spraak ruimschoots teniet. De omzet uit mobiele diensten bleef redelijk stabiel in vergelijking met 2015, ondanks de grote impact van roaming.

De hierboven beschreven gunstige trends voor de omzet van Proximus op zijn thuismarkten werden gedeeltelijk tenietgedaan door een omzetdaling bij **Wholesale,** meer bepaald door de verlaging van de vaste terminatietarieven in de regelgeving en.de gestopte omzetstroom van Snow. Snow wholesale-klanten werden sinds medio 2015 volledig uitgefaseerd, waarvan veel verwelkomd werden door Scarlet.

Directe marge - Overzicht over drie jaar (onderliggend, M€)



De totale onderliggende directe marge van de Proximus Groep voor 2016 bedroeg 3.628 miljoen EUR. Dit is een stijging met 0,3% tegenover het jaar voordien, waarbij de groei in de directe marge voor de thuismarkten deels werd tenietgedaan door een lagere directe marge voor BICS.

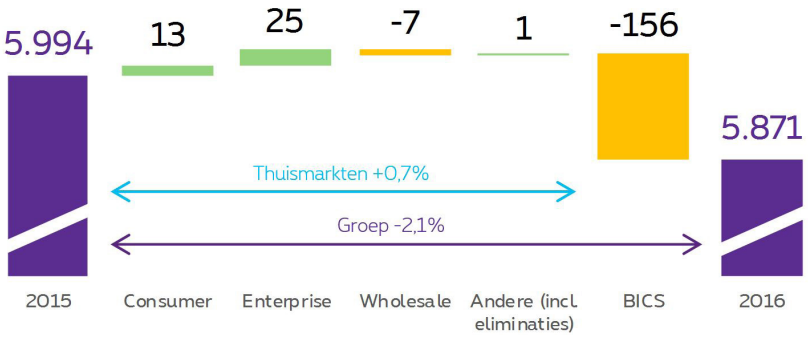
De directe marge van de thuismarkten steeg met 0,4% tot 3.354 miljoen EUR dankzij een gunstige evolutie van zowel het Consumer- als het Enterprise-segment.

De directe marge van BICS van 274 miljoen EUR lag 1,3% lager dan in 2015, toen BICS kon profiteren van gunstige, zij het volatiele voorwaarden op de spraakmarkt.

1 Be-Mobile, acfief in the Smart Mobility domain, is de combinatie van de entiteiten van Be-Mobile NV (eerder Mobile-For NV), Be-Mobile Tech NV, en Flow NV. Als meerderheidsaandeelhouder, consolideert Proximus de omzet van al deze entiteiten. De omzet wordt gerapporteerd in 'Andere producten ".

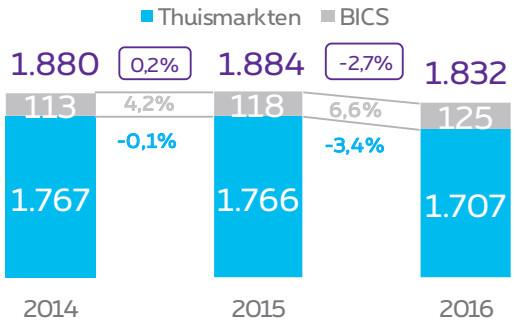
Directe marge van de Groep

+0,3%



Onderliggende bedrijfskosten

Bedrijfskosten - Overzicht over 3 jaar (onderliggend, M€)

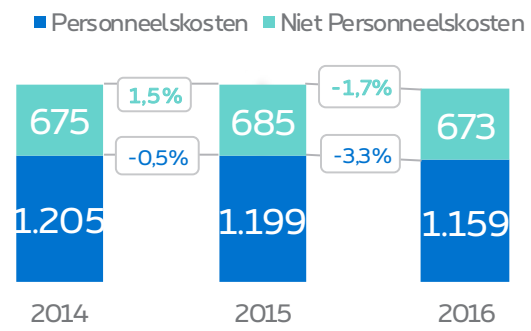


Door haar Fit for Growth-strategie uit te voeren, en specifiek door te focussen op efficiëntie en productiviteit, **slaagde Proximus erin om zijn kosten in 2016 te verminderen tot 1.832 miljoen EUR, een verbetering met 2,7% of 52 miljoen EUR tegenover** 2015. Doordat zijn kosten op de thuismarkten in 2016 met 3,4% of 59 miljoen EUR daalden, is Proximus goed op weg om zijn kostenreductie plan, dat streeft naar een 150 miljoen euro netto daling tegen 2019, uit te voeren. Dit resulteerde uit een algehele verbetering van de efficiëntie en productiviteit. De kostenbasis profiteerde van de optimalisering van de fysieke verkoopkanalen van Proximus (integratie van The Phone House) en netwerk vereenvoudiging. De volumes in contact centers daalden, door een verbeterde interactie met de klant (first-time-right) en verbeterde digitale oplossingen die zelfzorg stimuleren alsook een verdere digitalisering van facturatie en bestellingen.

Voor BICS lagen de bedrijfskosten in 2016 6,6% of 8 miljoen EUR hoger dan het jaar voordien. De belangrijkste redenen hiervoor waren de investeringen in nieuwe geografische regio's en in toekomstige groeidomeinen.

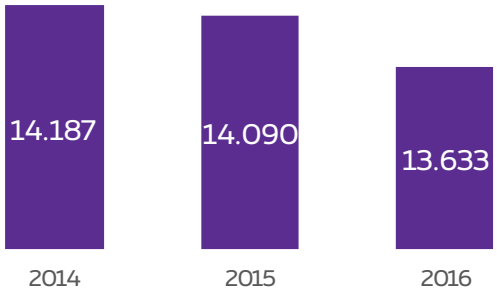
-3,4%
Kosten op de thuismarkten

Opsplitsing bedrijfskosten (M€)



De personeelskosten van Proximus daalden op jaarbasis met 3,3% tot 1.159 miljoen EUR, ondersteund door een kleiner intern personeelsbestand, als gevolg van een vrijwillig plan voor verlof voorafgaand aan het pensioen. Het gunstige effect hiervan op de kostenbasis van Proximus werd echter gedeeltelijk tenietgedaan door de impact van een loonindexering in juli 2016

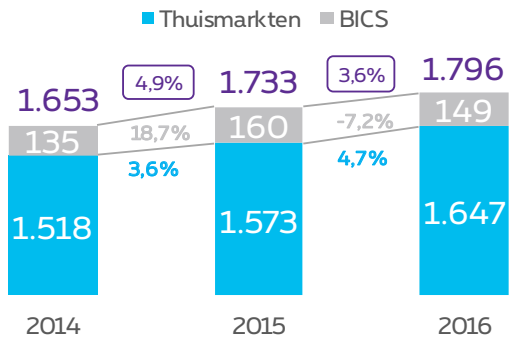
Evolutie van het personeel (in fte's)



Einde 2016 stelde Proximus in totaal 13.633 fte's te werk. Dit was 457 fte's minder dan een jaar voordien, vooral dankzij een combinatie van medewerkers die de onderneming hebben verlaten via het vervroegd vertrekplan en via gewone pensionering en de versterking van de human resources door een aantal businesskritieke profielen in huis te halen om onder meer nieuwe domeinen te ondersteunen.

EBITDA

EBITDA - Overzicht over drie jaar (onderliggend, M€)

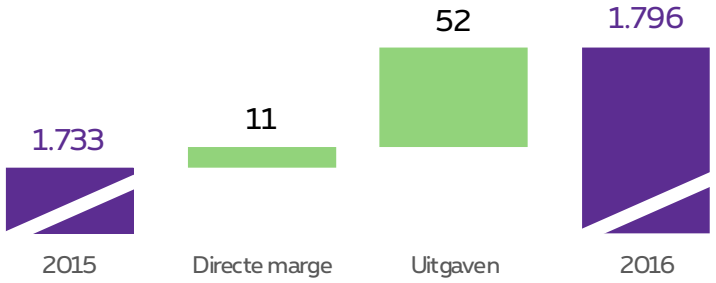


Over 2016 boekte de Proximus Groep een onderliggende EBITDA van 1.796 miljoen EUR, een stijging met 3,6% tegenover 2015. De activiteiten op de thuismarkten van Proximus deden de EBITDA aangroeien met 4,7% tot in totaal 1.647 miljoen EUR. BICS sloot 2016 af met een totaal segmentresultaat van 149 miljoen EUR. Dit is 7,2% lager dan de recordcijfers van 2015, toen BICS kon profiteren van gunstige – zij het volatiele – marktomstandigheden.

Onderliggende EBITDA voor de Groep

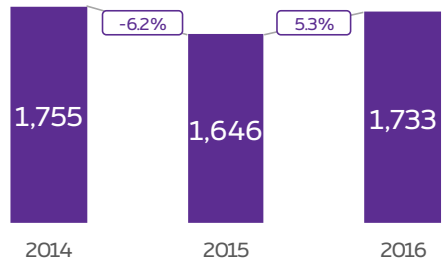
3,6%

EBITDA - Evolutie (onderliggend, M€)



Gerapporteerde EBITDA (inclusief incidentele items)

Gerapporteerde EBITDA – overzicht over drie jaar (M€) inclusief incidentele items

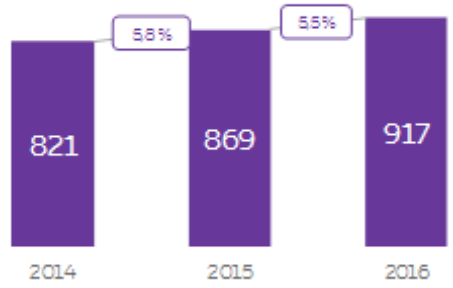


In 2016, heeft de Proximus-Groep -63 miljoen EUR netto EBITDA incidentele items geboekt.

Inclusief deze incidentele items bedroeg de gerapporteerde EBITDA van de Proximus-Groep 1.733 miljoen EUR, dit is namelijk + 5,3% tegenover de 1.646 miljoen EUR voor het jaar voordien. Zie hoofdstuk 1 voor meer informatie over de incidentele items.

Afschrijvingen

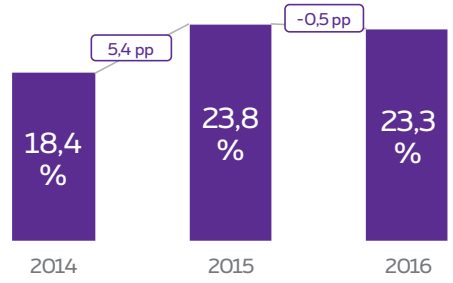
Afschrijvingen overzicht over drie jaar (M€)



In 2016, de afschrijvingen bedroegen 917 miljoen EUR. Dit in vergelijking met 869 miljoen EUR voor 2015, met de toename vooral te danken aan een hogere asset base om af te schrijven.

Belastingen

Belastingvoet – Overzicht over 3 jaar

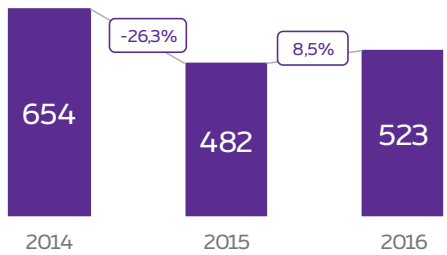


De belastingen over het volledige jaar 2016 bedroegen 167 miljoen EUR. Dit komt neer op een belastingvoet van 23,3%, wat behoorlijk stabiel is in vergelijking met de 23,8% van 2015.

De belastingvoet van 2016 is het gevolg van de toepassing van de Belgische fiscale wetgeving en ligt lager dan de vennootschaps-belastingvoet van 33,99%, ingevolge een aantal belasting-aftrekken en eenmalige transacties.

Nettowinst

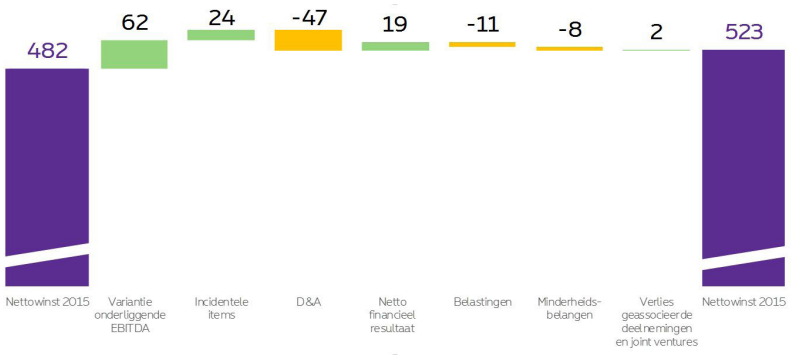
Nettowinst (aandeel van de Groep) - Overzicht over drie jaar (M€)



Proximus rapporteerde over 2016 een nettowinst (aandeel van de Groep) van 523 miljoen EUR. De stijging op jaarbasis met 41 miljoen EUR of 8,5% is vooral te verklaren door een hogere groepsebitda en lagere financiële kosten, die gedeeltelijk werden gecompenseerd door hogere afschrijvingen en belastingen.

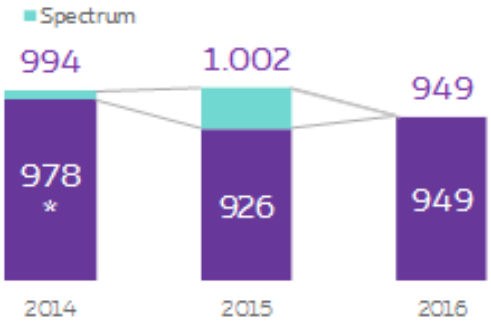
8,5%
Nettowinst

Evolutie van de nettowinst (M€)



Capex

Capex - Overzicht over 3 jaar (M€)



*Inclusief de uitzendrechten voor drie jaar van de Belgische Jupiler Pro league.

In 2016 investeerde Proximus een totaalbedrag van 949 miljoen EUR, geheel in lijn met de opgegeven capexvooruitzichten voor 2016. Ter vergelijking: in 2015 bedroeg de totale capex 1.002 miljoen EUR, inclusief de 75 miljoen EUR capex in verband met de vernieuwing van het spectrum.

€ 949 M

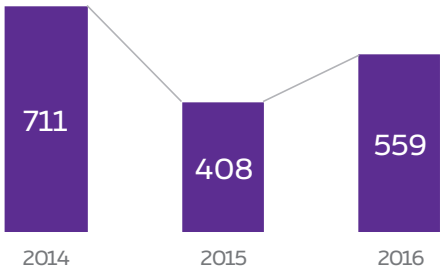
geïnvesteerd om de

globale klanten-tevredenheid te verbeteren

In 2016 investeerde Proximus onder meer in zijn vaste en mobiele netwerken om het bereik en de snelheid te verbeteren, alsook in IT-systemen, in verdere vereenvoudiging en transformatie, die alle bijdroegen tot de verlaging van de kostenbasis. Bovendien startte Proximus met succes zijn Fiber-to-the-Business-uitrol in 2016, rolde het greenfieldglasvezelprojecten voor nieuwbouwwoningen uit en gaf het de aanzet voor een brownfieldproject in Brussel.

Vrije kasstroom

Vrije kasstroom - Overzicht over 3 jaar (M€)

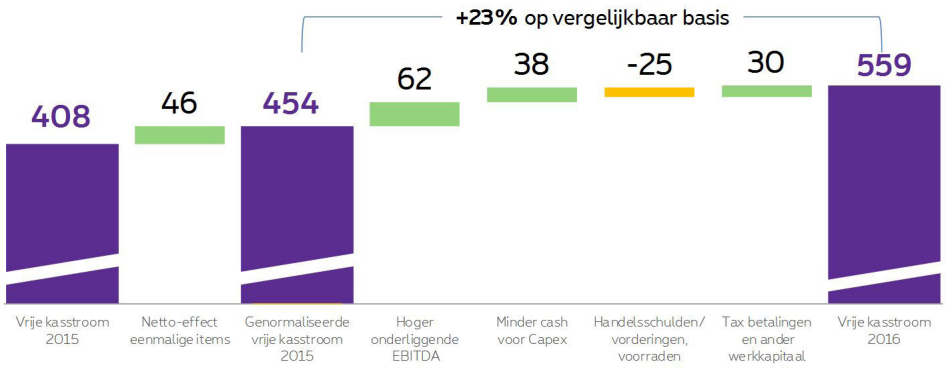


De totale vrije kasstroom van Proximus voor het jaar 2016 kwam uit op 559 miljoen EUR, ondersteund door het initiatief inzake transversaal
cashbeheer, dat medio 2015 werd gelanceerd om vrije kasstroom te optimaliseren. De 2016 vrije kasstroom steeg met 151 miljoen EUR ten opzichte van de 408 miljoen EUR vrije kasstroom gerapporteerd in 2015. Uitgezonderd het netto-effect[2] van omvangrijke eenmalige cash items in 2015, steeg de vrije kasstroom jaar-op-jaar met 105 miljoen EUR, of 23% op vergelijkbaar basis. Dit werd vooral gedreven door de groei van de onderliggende EBITDA en minder cash nodig voor Capex. Voorraden echter, stegen jaar-op-jaar tot een normaal niveau, ten opzichte van een laag niveau in 2015

2 Netto-effect van: grote schikkingsovereenkomsten, contant geld betaald voor dochterondernemingen, verwijdering van gebouwen en andere materiële vaste activa

€ 559 M
vrije kasstroom

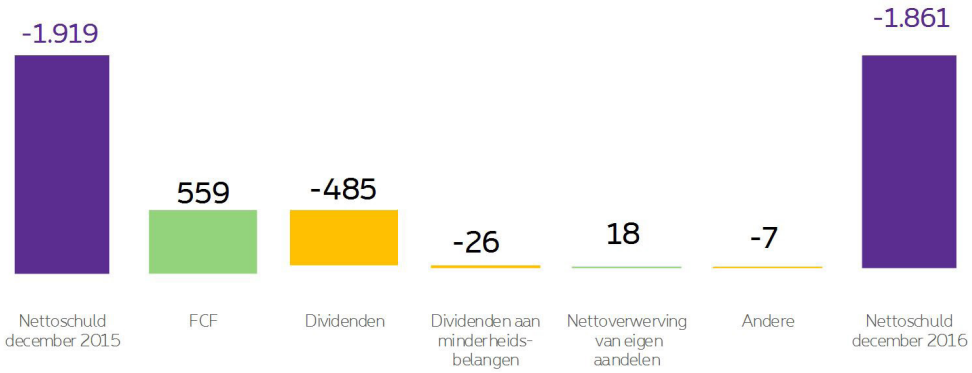
Vrije kasstroom - Evolutie (M€)



Netto financiële positie

Evolutie van de nettowinst (M€)

Proximus behield eind 2016 een solide financiële positie met een nettoschuld van 1.861 miljoen EUR.
De nettoschuld/ebitdaratio bleef rond de 1X. De nettoschuld is t.o.v. een jaar geleden gedaald en het solide niveau van de vrije kasstroom van 2016 is ruim toereikend om de toegezegde dividenduitkering te verzekeren.



- **Het Consumer-segment boekte een omzetgroei van 0,4% tot een totaal van 2.905 miljoen EUR**
- **Stijgende omzet uit internet en televisie dankzij een verruimd klantenbestand en positieve ARPU-trends**
- **Groeiend klantenbestand voor mobiele postpaid, maar de ARPU ondervond de impact van de Europese roamingregelgeving**
- **Hogere penetratie van 3- en 4-playgezinnen**
- **De directe marge groeide met 0,6% tot 2.214 miljoen EUR**

NOTA: In lijn met de strategie van Proximus worden de meeste producten verkocht via multiplaypacks, een trend die werd versterkt door de lancering van de convergente aanbiedingen Tuttimus en Bizz All-in sinds midden oktober 2016. De packs zijn verkooparrangementen met verschillende deliverables.

De omzet wordt toegerekend aan de verschillende producten zoals Internet, vaste spraak, televisie en mobiel op basis van hun relatieve reële waarde, d.w.z. het bedrag waarvoor de component afzonderlijk zou kunnen worden verkocht en rekening houdend met het cashplafond. De omzettoerekening per product kan bijgevolg nog veranderen door wijzigingen in de samenstelling van de multiplayaanbiedingen.

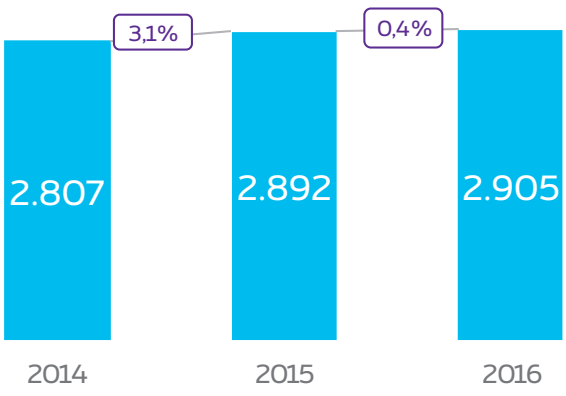
De product-ARPU's die eruit voortvloeien, zoals gerapporteerd in dit document voor televisie, internet, vaste spraak en mobiel, en de varianties in vergelijking met voorgaande perioden, zijn daarom voor een stuk het zuiver mathematische gevolg van de toepassing van dit boekhoudbeleid op een gewijzigde samenstelling van een pack.

3. Consumer-segment

Omzet

Voor 2016 rapporteerde het Consumer-segment **een totale onderliggende omzet van 2.905 miljoen EUR of een stijging met 0,4% in vergelijking met 2015.**

Omzet - Overzicht over drie jaar (onderliggend, M€)



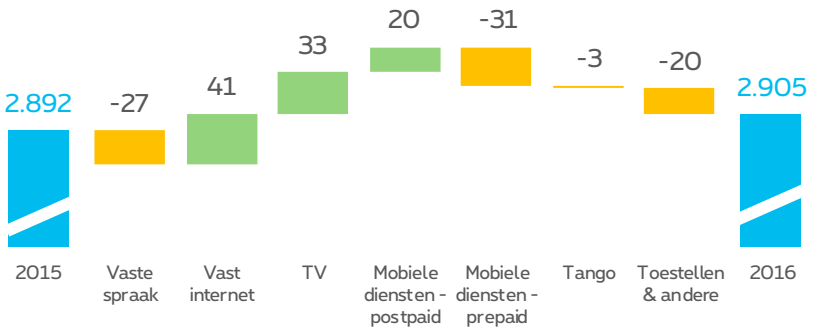
Deze gunstige evolutie is grotendeels het resultaat van een sterke vooruitgang van vast internet en televisie, die het verlies van omzet uit vaste spraak meer dan goedmaakte. In 2016 kwam de omzet uit mobiele diensten onder druk te staan. De Europese roamingtarieven werden op 30 april 2016 verlaagd, in overeenstemming met de Europese verordening, wat een merkbare impact had op de omzettrend voor mobiele diensten. Hoewel de omzet uit postpaiddiensten op jaarbasis nog steeg dankzij het groeiende klantenbestand, was dit niet langer voldoende om de omzetdaling voor prepaid volledig te compenseren. Als gevolg daarvan daalde de totale omzet uit mobiele diensten voor het Consumer-segment met 1,0% in vergelijking met 2015.
De omzet van het Consumer-segment werd sterk gedragen door de geslaagde convergentiestrategie van Proximus, die gepaard ging met de upselling van bijkomende diensten aan zijn klanten. Deze strategie werd verder kracht bijgezet door de lancering, halfweg oktober, van de nieuwe productportfolio van Proximus, waardoor Tuttimus en Bizz All-in, het succes van 4-play konden versnellen.

Proximus sloot het jaar af met 601.000 gezinnen en kleine ondernemingen (HH/SO voor 'Households and Small Offices') met 4-play, een stijging met 9,9% ten opzichte van het jaar voordien. Omdat 4-play HH/SO doorgaans zorgt voor een hogere ARPH (Average Revenue Per Household) en een beduidend lagere totale churn, werd het klantenbestand van het Consumer-segment in 2016 waardevoller en trouwer.

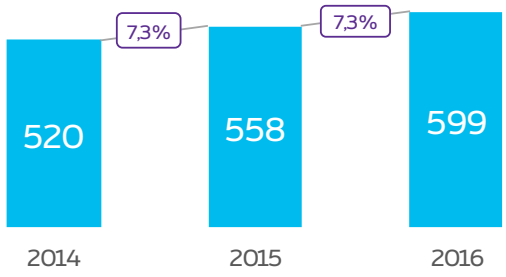
Voor het volledige jaar 2016 bedroeg de omzet **van Tango,** het Luxemburgse filiaal van Proximus, **in totaal 127 miljoen EUR, 1,9% lager dan het jaar voordien.** Dat was vooral het gevolg van een zeer competitief markt, de daling van de omzet uit prepaid en een negatieve impact van de roamingverordening, gedeeltelijk tenietgedaan door de winst uit een groeiend klantenbestand voor postpaid.

+ 0,4%
omzet voor Consumer op jaarbasis

Evolutie van de omzet per productgroep (onderliggend, M€)



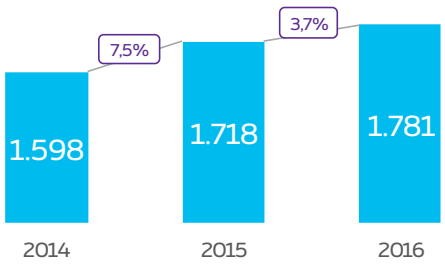
Omzet uit vast internet (M€)



De omzet uit vast internet steeg voor 2016 met 7,3% op jaarbasis tot 599 miljoen EUR.

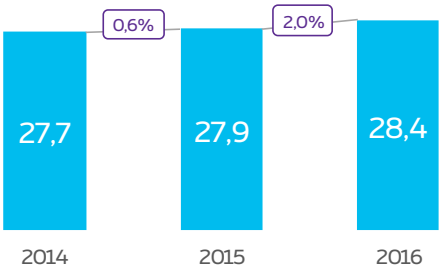
+ 64.000
vast internet klanten, omzetstijging met 7,3%

Klanten met vast internet (in '000)



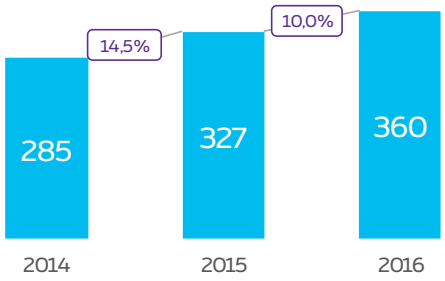
Dat was het resultaat van een groeiend klantenbestand, dat in één jaar tijd toenam met 64.000 klanten of 3,7%, om een totaal van 1.781.000 klanten te bereiken.

ARPU voor vast internet (in €)



Naast een groter klantenbestand is de positieve evolutie van de omzet ook het resultaat van een hogere omzet per klant, met een stijging van de ARPU met 2,0% tot 28,4 EUR voor 2016, inclusief het voordeel van de prijsaanpassingen.

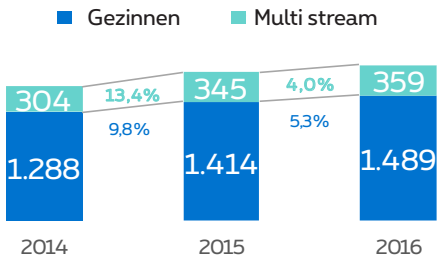
Omzet uit TV (M€)



In 2016 bleef de **omzet** van Proximus **uit TV stijgen, met 10,0% in vergelijking met 2015,** tot een **totaal van 360 miljoen EUR**. Dat was het gevolg van een aanhoudende groei van het abonneebestand voor televisie, zowel voor het merk Proximus als Scarlet.

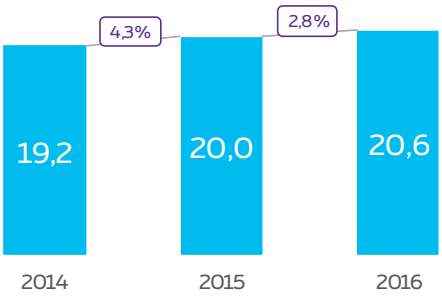
+ 75.000
gezinnen met televisie

TV-klanten (in '000)



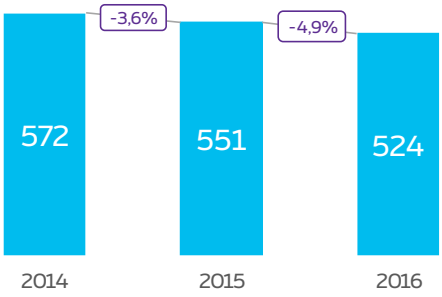
In 2016 mocht Proximus 750.000 extra gezinnen welkom heten op zijn televisieplatform, wat het totaal aantal TV-gezinnen op 1.489.000 bracht of een jaargroei van 5,3%. Rekenen we daarbij 359.000 tweede/derde TV-settopboxen, dan komt het totale aantal aangesloten TV-settopboxen op 1.848.000.

TV-ARPU (in €)



De omzet uit televisie werd niet alleen positief beïnvloed door het groeiende klantenbestand, maar ook door de uitgebreidere TV-inhoud die klanten aangeboden krijgen. De ARPU voor televisie bedroeg in 2016 20,6 EUR; 2,8% meer dan in 2015.

Omzet uit vaste spraak (M€)

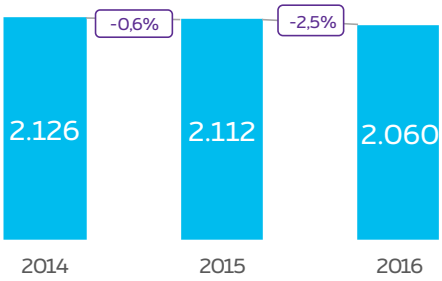


In 2016 genereerde het Consumer-segment 524 miljoen EUR uit vaste spraak of 4,9% minder dan in 2015.

Vaste spraak

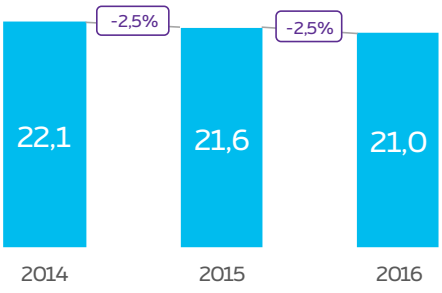
geïmpacteerd door het aanhoudend verlies van vaste lijnen

Klanten met vaste spraak (in '000)



De achteruitgang van de vastespraaklijn zette zich verder in 2016, met een verlies van 52.000 vaste lijnen. Dat ondanks de inbreng van de multiplaypacks met spraak, met vooral een aanzienlijke positieve impact van het Tuttimus-aanbod sinds de lancering in oktober 2016, wat in het vierde kwartaal van 2016 leidde tot een nettogroei van het aantal vastespraaklijnen. Het Consumer-segment sloot 2016 af met een totaal aantal vastespraaklijnen van 2.060.000; 2,5% minder dan een jaar voordien.

ARPU voor vaste spraak (in €)

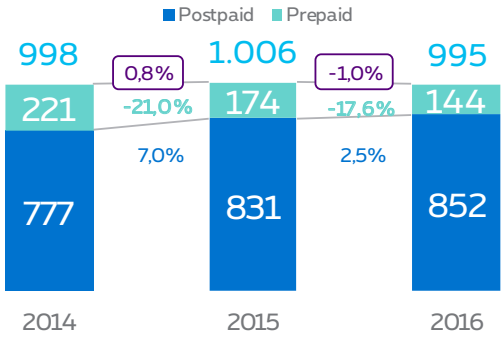


Het succes van de multiplaypacks met een gunstig tarief had echter een impact op de ARPU voor vastespraaklijnen in standalone, wat maar voor een deel werd gecompenseerd door prijsverhogingen[3]

In 2016 bedroeg de ARPU voor vastespraaklijnen in totaal 21,0 EUR, 2,5% minder dan in 2015.

[3] Prijswijzigingen op 1 januari 2016 en 1 juli 2016

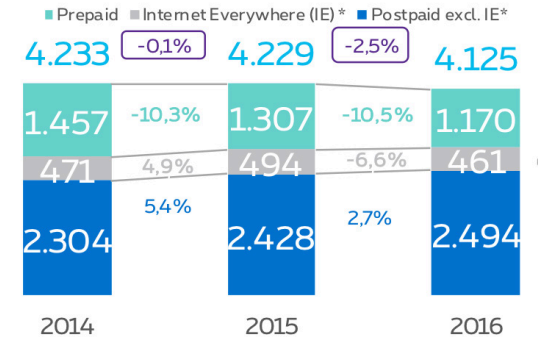
Omzet uit mobiele diensten (M€)



De omzet van het Consumer-segment uit mobiele diensten bedroeg voor het volledige jaar 995 miljoen EUR, of een daling met 1,0% ten opzichte van 2015. De mobiele diensten van het Consumer-segment stonden onder druk sinds de goedkeuring van de Europese roamingverordening eind april 2016, waardoor de Europese roamingtarieven sterk werden verlaagd. Een minder gunstige mix van reisbestemmingen, met een voorkeur voor Europese bestemmingen, zette de roamingomzet extra onder druk.

+ 66.000
mobiele postpaidkaarten
(exclusief gratis internetkaarten)

Mobiele klanten (in '000)



* inclusief een beperkt aantal M2M kaarten

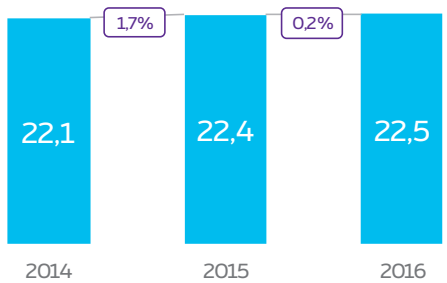
De **omzet uit postpaid steeg niettemin met 2,5%**, dankzij 66.000 extra mobiele postpaidkaarten, exclusief de gratis kaarten voor M2M en Internet Everywhere. Het Consumer-segment sloot 2016 dan ook af met een totaal klantenbestand voor postpaid van 2.494.000; 2,7% meer dan een jaar voordien. Indien inclusief M2M en de gratis kaarten voor Internet Everywhere bedroeg het klantenbestand voor postpaid 2.955.000 of een toename met 1,1%.

De positieve effecten van het toenemende dataverbruik op de ARPU werden geneutraliseerd door lagere roamingtarieven

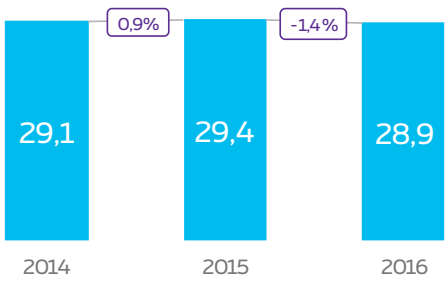
Ondanks de voordelen van een hogere smartphonepenetratie, meer verbruik van mobiele data en een betere prijsschaal differentiëring dan een jaar voordien, bedroeg de ARPU voor postpaid 28,9 EUR, 1,4% minder dan een jaar voordien, en dat volledig ten gevolge van de roamingverordening.

De omzet uit mobiele **prepaid daalde met 17,6% tegenover het jaar voordien.** In een reeds dalende prepaid markt heeft de wetgeving met betrekking tot de identificatie van prepaidkaarten, gepubliceerd in het Belgisch Staatsblad van 7 december 2016, het verlies van prepaidkaarten opnieuw aangewakkerd. Eind 2016 telde het Consumer-segment 1.170.000 prepaidkaarten, of 10,5% minder dan het jaar voordien, met een ARPU van 9,7 EUR.

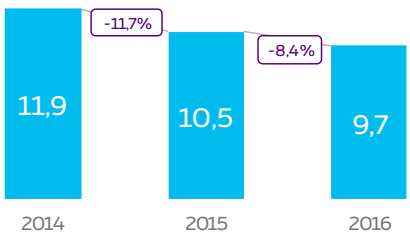
Gemengde ARPU voor mobiele diensten (in €)



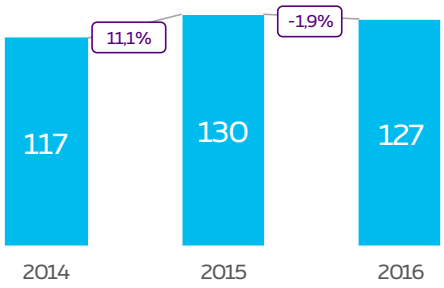
ARPU voor mobiele postpaid (in €)



ARPU voor mobiele prepaid (in €)

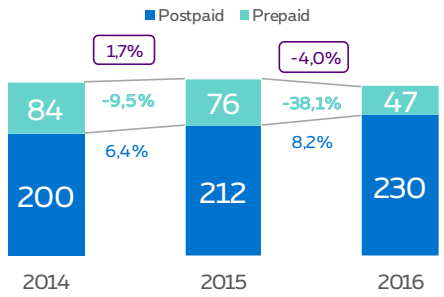


Omzet Tango (M€)



In een competitieve markt, genereerde Tango, de Luxemburgse telecomoperator van Proximus, voor het volledige jaar 2016 127 miljoen EUR omzet, 1,9% minder dan voor 2015. Dit was vooral veroorzaakt door een daling in Prepaid-inkomsten en een negatieve impact van de verlaagde Europese roamingtarieven ingevolge de Europese verordening. Dit werd gedeeltelijk gecompenseerd door de voordelen van van de toename van het klantenbestand voor postpaid met 17.000 klanten. De sterke groei van postpaid volgt op de lancering van nieuwe aanbiedingen. Ook televisie, internet en vaste spraak droegen bij tot de positieve trend van 2016.

Mobiele klanten Tango (in '000)

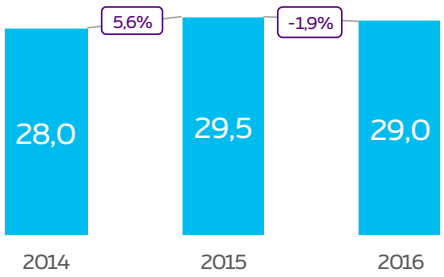


Tango

+ 17.000

postpaidklanten

Gemengde ARPU voor mobiele diensten (in €)

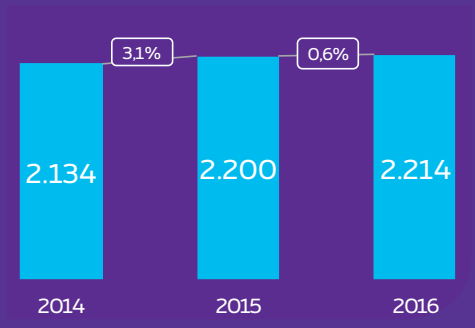


Directe marge Consumer-segment

0,6%
directe marge

Voor het volledige jaar 2016 bedroeg de directe marge van het Consumer-segment 2.214 miljoen EUR of een stijging met 0,6% tegenover het jaar voordien, als gevolg van de hogere directe marge uit internet, televisie en – in mindere mate –mobiele diensten. Dat werd gedeeltelijk gecompenseerd door een daling op jaarbasis van de marge uit mobiele toestellen.

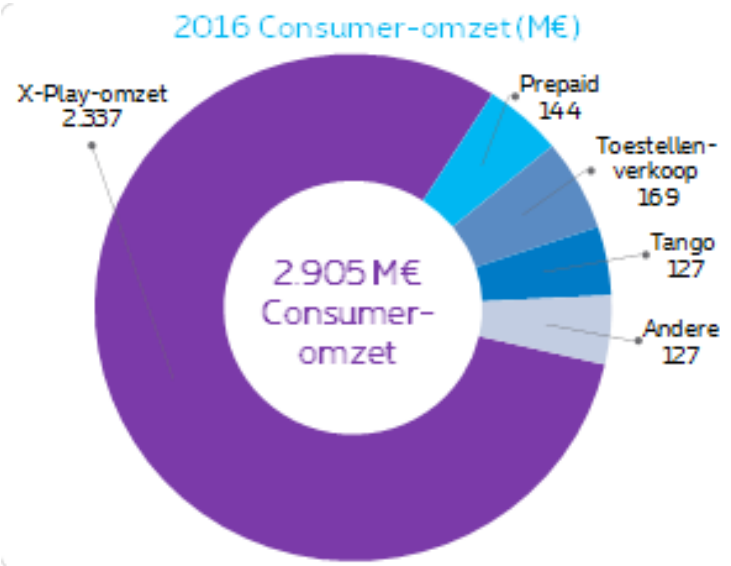
Directe marge - Overzicht over drie jaar



(onderliggend, M€)

Geslaagde multiplaystrategie

De vooruitgang van de langetermijnconvergentie- en -waardestrategie van Proximus wordt gemeten via een op gezinnen gebaseerde rapportering. In tegenstelling tot de traditionele rapportering per productgroep spitst de rapportering inzake X-play voor gezinnen en kleine ondernemingen (HH/SO) zich toe op operationele en financiële meeteenheden in termen van door Proximus bediende gezinnen en kleine ondernemingen en het aantal aangeboden plays en RGU's (Revenue Generating Units). De rapportering inzake X-play omvat sinds 2016 ook Scarlet. De cijfers voor 2015 werden overeenkomstig aangepast.



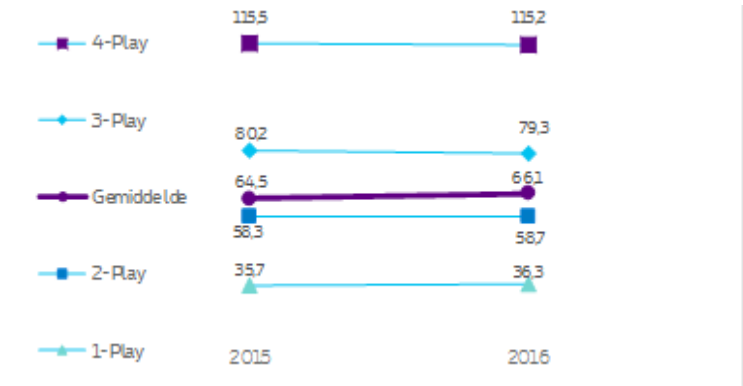
46,3%
gezinnen/kleine ondernemingen met 3- of 4-play

In 2016 genereerde het Consumer-segment 2.905 miljoen EUR onderliggende omzet, waarvan 2.337 miljoen EUR omzet uit X-play, een stijging met 2,9% in vergelijking met 2015. Eind 2016 was 80,5% van de onderliggende omzet van het Consumer-segment afkomstig van X-play voor gezinnen.

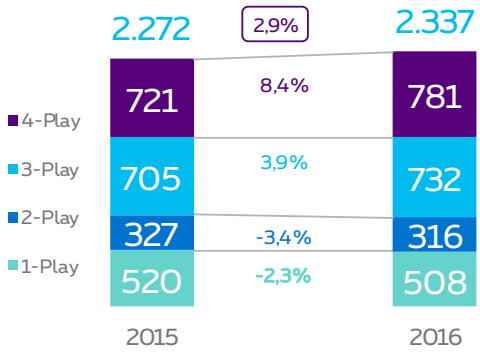
De omzet uit 4-playgezinnen vertoonde een aanhoudend sterke groei: 2016 werd afgesloten met 781 miljoen EUR, een stijging met 8,4% tegenover het jaar voordien. De omzet uit 3-play steeg ook, met 3,9% in vergelijking met 2015. Ten gevolge van de betere productmix en de toegenomen RGU's steeg ook de gemiddelde HH/SO-omzet met 2,4% tot 66,1 EUR.

+ 2,9%
omzet uit gezinnen

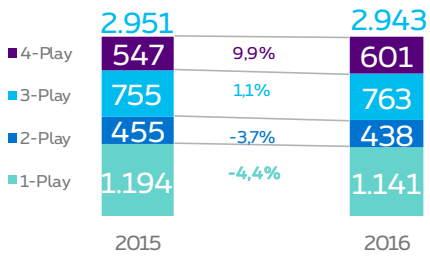
Gemiddelde omzet per gezin (ARPH in €)



HH/SO-omzet per X-play (M€)



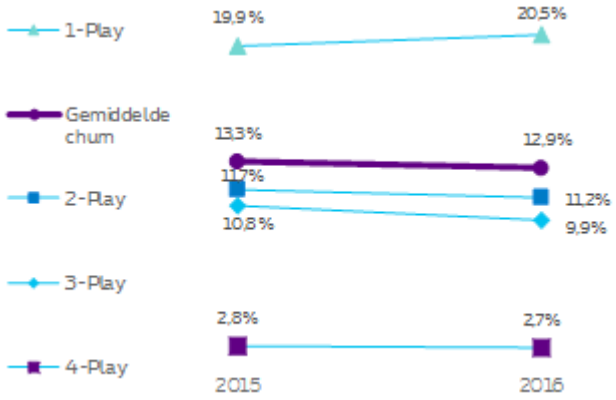
Gezinnen en kleine ondernemingen in het Consumer-segment (HH/SO) per X-play ('000)



Eind 2016 bediende het Consumer-segment 2.943.000 gezinnen/kleine ondernemingen

Binnen de gezinsmix was het succes van de convergentiestrategie van Proximus vooral zichtbaar aan de voortdurende vooruitgang van het aantal gezinnen dat drie of vier plays neemt. In 2016 kende de gezinsmix van Proximus een verbetering door de uitbreiding van zijn 3-playklantenbestand met 8.000 gezinnen en de uitbreiding van zijn 4-playklantenbestand met 54.000 gezinnen. Zo kon Proximus het jaar afsluiten met 763.000 3-playgezinnen (+ 1,1%) en 601.000 4-playgezinnen (+ 9,9%). Als gevolg daarvan versterkte Proximus zijn klantenbestand met 3- en 4-playgezinnen, die doorgaans een lagere churn vertonen, d.w.z. een churn van respectievelijk 9,9% en 2,7%.

Geannualiseerde totale churn (voor HH/SO)



2,65
gemiddelde RGU
+2,3% op jaarbasis

De gemiddelde RGU bleef er licht op vooruitgaan in de loop van 2016, met een gemiddelde voor alle X-play-gezinnen samen dat opliep tot 2,65 RGU's in het vierde kwartaal van 2016, een toename met 2,3% op jaarbasis. Verder groeide het aantal gezinnen met zowel vaste als mobiele diensten van Proximus, zogenaamde convergente gezinnen, aan tot 54,5%, 1,4 procentpunt meer dan een jaar voordien.

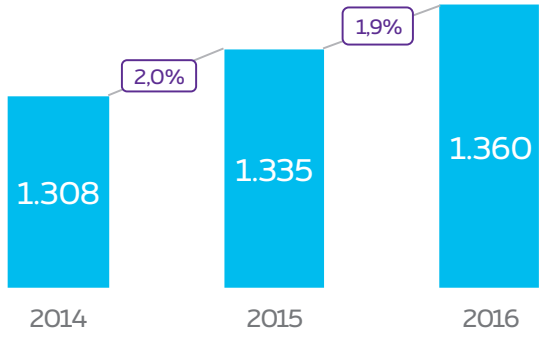
- **Het Enterprise-segment van Proximus zag zijn omzet stijgen met 1,9% tot 1.360 miljoen EUR**
- **Stijging van de omzet door toedoen van Be-Mobile NV en een sterke groei van ICT**
- **Impact op de omzet uit mobiele diensten van de roamingverordening**
- **Stijging van de directe marge met 0,7% tot 954 miljoen EUR**

4. Enterprise-segment

Omzet

De succesvolle convergentie en innovatiestrategie van de Enterprise-segment, ondersteund door een erkende kwalitatief hoogwaardig netwerk, resulteerde in een **1,9% hogere omzet tot 1.360 miljoen euro** voor 2016

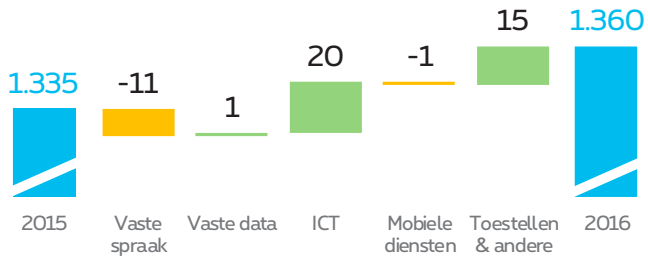
Omzet - Overzicht over drie jaar (onderliggend, M€)



+ 1,9%
omzet op jaarbasis

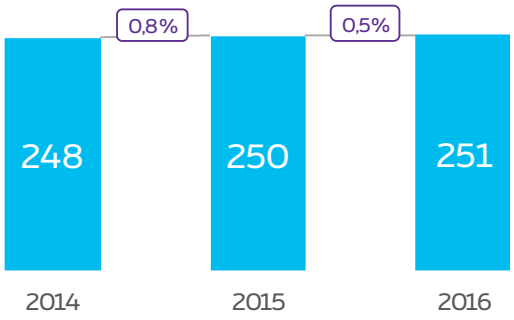
Het Enterprise-segment van Proximus profiteerde in 2016 van een sterke omzetgroei voor ICT en Be-Mobile NV[4] , een bedrijf actief in het domein van slimme mobiliteit, dat midden maart 2016 werd opgericht. De globale omzetgroei werd echter gematigd door een aanhoudend omzetverlies voor traditionele vaste spraak, en door de regelgevende maatregelen die de omzet uit mobiele diensten deden dalen. Vanaf eind april 2016 verlaagde Proximus zijn roamingtarieven voor het Enterprise-segment in overeenstemming met de Europese regelgeving. Dat, in combinatie met een ongunstige wijziging van de mix van reisbestemmingen van de klanten, resulteerde in een zwakkere omzet uit mobiele diensten sinds halfweg 2016.

Evolutie van de omzet per productgroep (onderliggend, M€)



[4]Bedrijf actief in het domein van slimme mobiliteit, dat de activiteiten van Be-Mobile en Flow samenbrengt met het Proximus-filiaal Mobile-For. Als meerderheidsaandeelhouder consolideert Proximus de omzet van het bedrijf. De omzet wordt gerapporteerd onder 'Andere omzet'.

Omzet uit vaste data (M€)

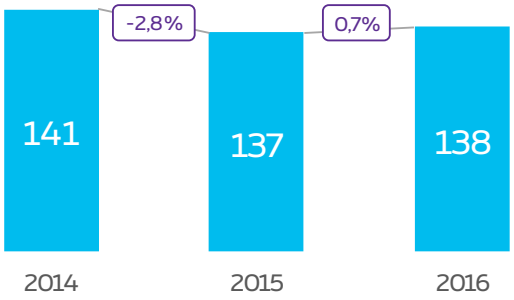


In 2016 bedroeg de omzet uit vaste data, die vast internet en dataconnectiviteit omvat, 251 miljoen EUR; 0,5% meer dan in 2015. De gunstige evolutie was te danken aan diensten voor dataconnectiviteit naar aanleiding van een groeiend klantenbestand, betere productmix en de verdere uitrol van P2P vezel.

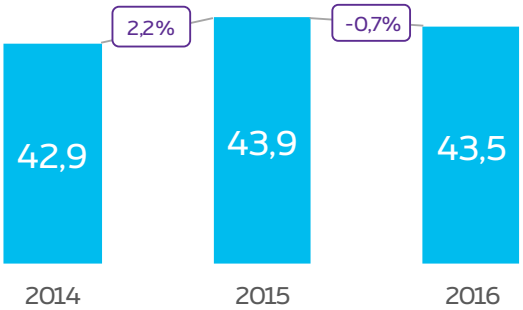
De omzet uit vast internet daalde ten opzichte van het jaar voordien ten gevolge van een lichtjes lagere ARPU. Op een competitieve internetmarkt, met een hoge penetratie, slaagde het Enterprise-segment van Proximus erin zijn aantal lijnen voor vast internet met 0,7% op te trekken tot 138.000 lijnen eind 2016. Dit werd echter geneutraliseerd door een daling met 0,7% van de ARPU voor vast internet tot 43,5 EUR, als gevolg van de impact van de uitfasering en de migratie van traditionele producten in het kader van de vereenvoudiging programma's die klanten nieuwe oplossingen bieden op meer aantrekkelijke prijzen.

138.000
lijnen voor vast internet

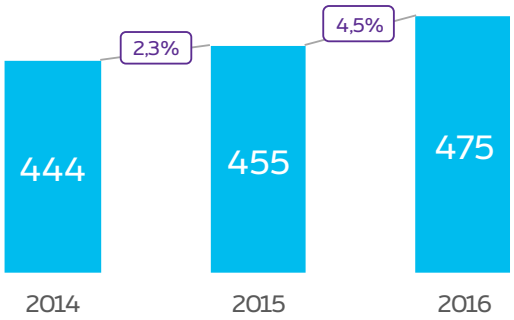
Lijnen voor vast internet (in '000 lijnen)



ARPU voor vast internet (in €)



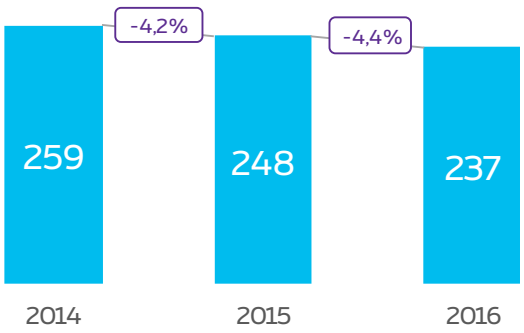
Omzet uit ICT (M€)



Het succes van ICT op nationaal en internationaal vlak leidde tot een sterke totale omzet uit ICT van 475 miljoen EUR, 4,5% meer dan het jaar voordien. De stijging op jaarbasis met 20 miljoen EUR omvatte een mooie groei van de ICT-diensten en een aantal grote contracten voor producten

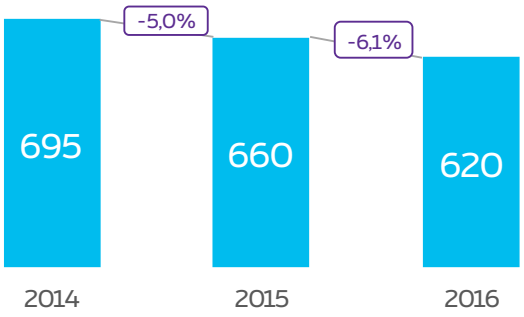
+ 4,5%
omzetgroei voor ICT

Omzet uit vaste spraak (M€)

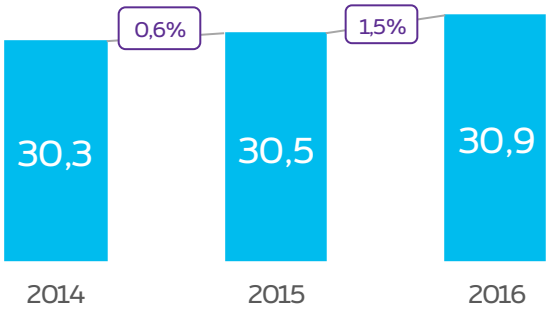


Voor 2016 rapporteerde het Enterprise-segment **237 miljoen EUR omzet uit vastespraaklijnen**, wat 4,4% minder is dan voor 2015. Dat was het resultaat van een aanhoudend verlies van vastespraaklijnen door bedrijven die een rationalisering van hun vastelijnverbindingen doorvoeren en de verschuiving naar VoIP oplossingen. In de loop van 2016 bedroeg het verlies 40.000 lijnen, waardoor het totale aantal vaste lijnen werd teruggebracht tot 620.000, d.w.z. een verlies op jaarbasis van 6,1%. De ARPU voor vaste spraak lag in 2016 met 30,9 EUR 1,5% hoger dan in 2015, wat werd versterkt door de beperkte prijsverhogingen.

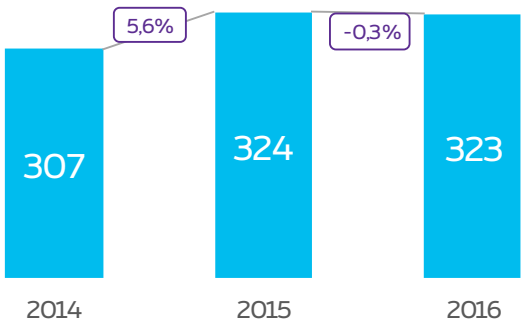
Lijnen voor vaste spraak (in '000)



ARPU voor vaste spraak (in €)



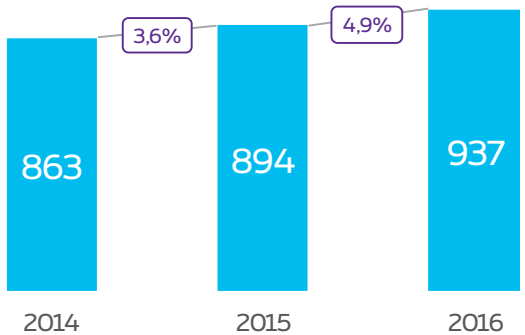
Omzet uit mobiele diensten (M€)



Voor 2016 rapporteerde het Enterprise-segment een o**mzet uit mobiele diensten van 323 miljoen EUR, nagenoeg stabiel (- 0,3%) ten opzichte van het jaar voordien**, ondanks acht maanden impact van de roamingverordening.

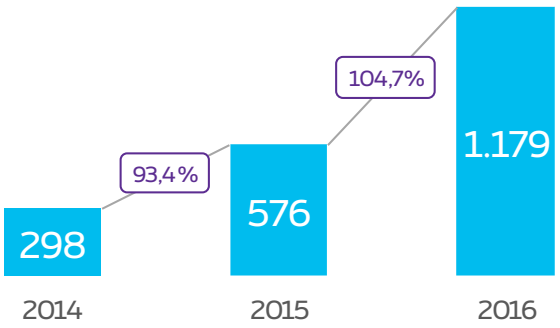
+43.000
extra mobiele kaarten

Mobiele kaarten, exclusief M2M- en gratis datakaarten (in '000)



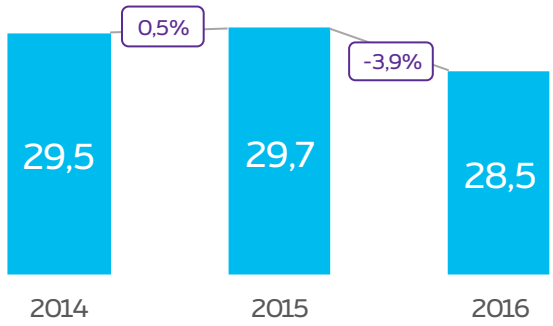
Ondanks het feit dat het actief is in een competitief landschap, kende het Enterprise-segment een aanhoudend sterke groei van het aantal mobiele kaarten, dat met 4,9% steeg tot 937.000 mobiele kaarten (exclusief machine-to-machine- en gratis datakaarten). De aanhoudende toename van kaarten voor mobiele spraak werd gedragen door een lage mobiele churn van 10,0%, die de weerspiegeling vormt van de goede klantenervaring van het mobiele netwerk

Mobiele M2M- en gratis datakaarten (in '000)



en de dienstniveaus van Proximus, en de stijgende klantentevredenheid.
Met de invoering van de kilometerheffing[5] kende het aantal geactiveerde M2M-kaarten in 2016 een boost.
Het Enterprise-segment kreeg er in 2016 in totaal 603.000 M2M-kaarten bij.
De omzet uit mobiele diensten bleef profiteren van een betere prijsschaal differentiëring in het segment Medium Enterprise, het toenemende succes van tariefplannen uit het hogere gamma en een toenemend dataverbruik. Dat was het resultaat van een hogere smartphonepenetratie en een toenemend aantal 4G-gebruikers. Het gemiddelde dataverbruik steeg met 52% in vergelijking met een jaar voordien tot 982 Mbps/gebruiker/maand voor 2016. Deze gunstige evolutie van het verbruik kon de impact op de ARPU van de roamingverordening echter niet volledig tenietdoen.

Mobiele ARPU (in €)



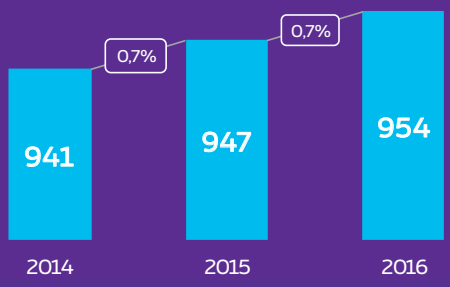
De mobiele ARPU voor het volledige jaar 2016 bedroeg in totaal 28,5 EUR, 3,9% minder dan het jaar voordien.

Directe marge Consumer-segment

0,7%
directe marge

Voor het jaar 2016 rapporteerde het Enterprise-segment een totale directe marge van 954 miljoen EUR, een gunstige evolutie van 0,7% in vergelijking met het jaar voordien. De directe marge als percentage van de omzet daalde met 0,8 procentpunt tot 70,2% ten gevolge van de veranderende omzetmix, waarbij ICT een grotere bijdrage tot de totale omzet van het Enterprise-segment voor zijn rekening neemt.

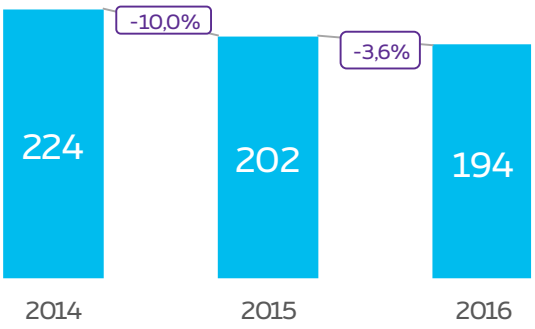
Directe marge - Overzicht over drie jaar (onderliggend, M€)



[5] De kilometerheffing is een project waarin Proximus optreedt als onderaannemer voor Satellic en datacenter-, M2M- en Explore-diensten levert voor de invoering van de kilometerheffing voor vrachtwagens in april 2016 in Vlaanderen, Wallonië en Brussel.

5. Wholesale

Omzet - Overzicht over drie jaar (onderliggend, M€)

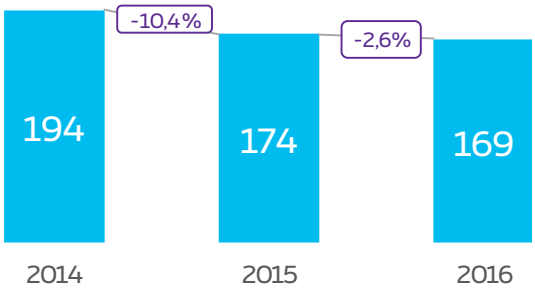


Voor 2016 kwam de totale omzet van Proximus uit **wholesale uit op 194 miljoen EUR, of 3,6% lager dan in 2015.** Dit was grotendeels het gevolg van de impact gedurende zes maanden van de gestopte omzetstroom van Snow (3-play-aanbieding gelanceerd door BASE, gebruikmakend van het Proximus-netwerk via een commerciële wholesaleovereenkomst). De Snow-klanten waren tegen medio 2015 volledig uitgefaseerd, waardoor de impact op jaarbasis vanaf medio 2016 milderde. Bovendien ondervond de omzet uit Wholesale de impact van de gereguleerde verlaging van de vaste terminatietarieven vanaf november 2016.

Het verlies van omzet uit wholesale-toegang werd voor een stuk gecompen-seerd door de hogere omzet uit inkomende roaming

Dit werd voor een stuk geneutraliseerd door een hogere omzet uit inkomende roaming. De omzet uit roaming van bezoekers was te danken aan een sterke stijging van de datavolumes, die de zware druk op de tarieven ruimschoots goedmaakte.

Directe marge - Overzicht over drie jaar (onderliggend, M€)



Wholesale realiseerde een directe marge van 169 miljoen EUR, of 2,6% lager dan in 2015.

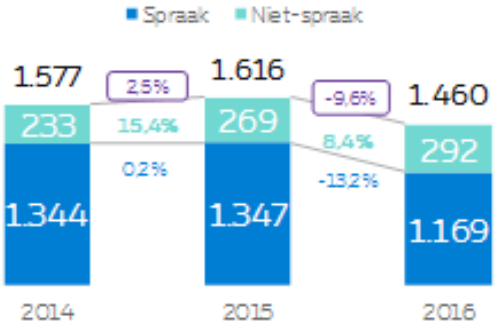
- **In 2016 lag de directe marge van BICS 1,3% lager dan zijn record van 2015**
- **De minder gunstige bestemmingen-mix zette de directe marge van spraak onder druk**
- **Verschuiving aan de gang van spraak- naar datadiensten**
- **Investeringen in geografische uitbreiding en nieuwe groei-initiatieven**

6. International Carrier Services – BICS

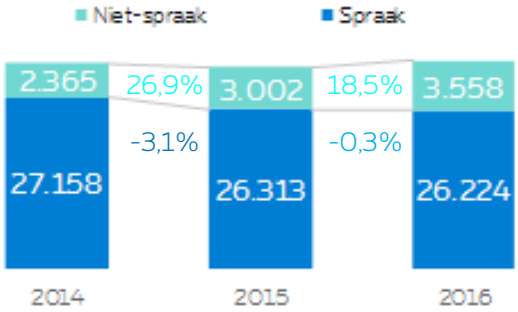
Omzet

Op een sterk concurrentiële internationale communicatiemarkt verdedigde BICS zijn leiderspositie in 2016. BICS sloot het jaar af met een totale omzet van 1.460 miljoen EUR, d.w.z. 9,6% minder dan het jaar voordien. In een volatiele spraakmarkt hield BICS zijn spraakvolumes redelijk stabiel op 26,2 miljard minuten, zij het met een minder gunstige bestemmingenmix dan in 2015. Dit resulteerde in een daling van de omzet uit spraak met 13,2%.
De niet-spraakgebonden omzet steeg op jaarbasis met 8,4%, dankzij een aanhoudend sterke volumestijging (+18,5%).

Omzet - overzicht over drie jaar (onderliggend, M€)

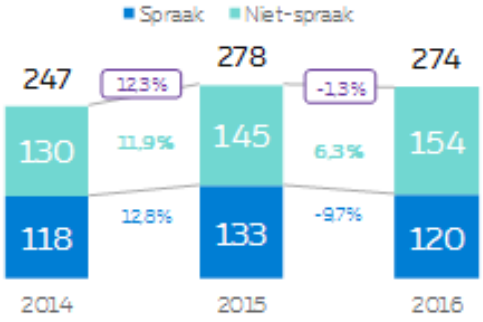


Volumes (in miljoen)



Directe marge

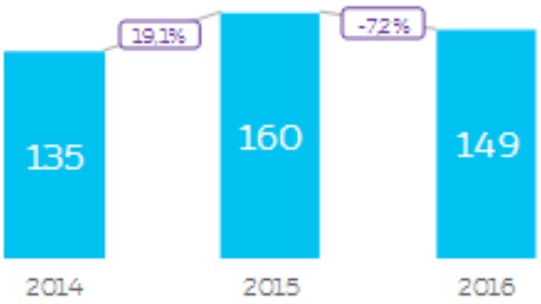
Directe marge - overzicht over drie jaar (onderliggend,M€)



Voor het jaar 2016 kwam **de directe marge van BICS uit op 274 miljoen EUR, of 1,3% lager dan de hoge vergelijkbare basis van 2015,** waarin BICS kon profiteren van gunstige, maar tijdelijke voorwaarden op de spraakmarkt. De volatiliteit op de spraakmarkt resulteerde in een daling met 9,7% van de directe marge voor spraak in 2016, die voor een stuk werd gecompenseerd door een groei in de directe marge voor niet-spraak.

Segmentresultaat

Segmentresultaat - overzicht over drie jaar (onderliggend, M€)



Het segmentresultaat van BICS kwam uit op 149 miljoen EUR, of 7,2% lager dan in 2015, door een combinatie van een lagere directe marge en hogere kosten, vooral als gevolg van de geografische uitbreiding en investeringen in nieuwe groei-initiatieven.

7. Kwartaalresultaten

Financiële resultaten van de Groep

(in miljoen EUR)	Q115	Q215	Q315	Q415	2015	Q116	Q216	Q316	Q416	2016
Gerapporteerd										
Omzet	1.482	1.511	1.509	1.509	**6.012**	1.433	1.463	1.488	1.490	**5.873**
EBITDA	425	456	344	421	**1.646**	417	428	441	447	**1.733**
Onderliggend										
Omzet per Segment	**1.479**	**1.505**	**1.509**	**1.502**	**5.994**	**1.433**	**1.460**	**1.487**	**1.490**	**5.871**
Thuismarkten	1.080	1.094	1.088	1.117	**4.379**	1.077	1.101	1.105	1.127	**4.410**
Consumer	712	727	720	733	**2.892**	710	718	734	742	**2.905**
Enterprise	328	326	331	350	**1.335**	329	345	334	352	**1.360**
Wholesale	51	53	51	48	**202**	48	49	51	46	**194**
Andere (incl. eliminaties)	-11	-12	-14	-13	**-50**	-10	-11	-14	-14	**-49**
International Carrier Services (BICS)	399	411	420	385	**1.616**	356	359	382	363	**1.460**
Kosten van aan omzetgerelateerde materialen en diensten	-590	-590	-592	-605	**-2.377**	-531	-550	-569	-593	**-2.242**
Directe marge	**890**	**915**	**917**	**896**	**3.617**	**902**	**911**	**918**	**897**	**3.628**
Directe marge %	*60,1%*	*60,8%*	*60,8%*	*59,7%*	***60,3%***	*63,0%*	*62,4%*	*61,7%*	*60,2%*	***61,8%***
Totale kosten vóór afschrijvingen en waardeverminderingen	**-482**	**-460**	**-464**	**-478**	**-1.884**	**-484**	**-448**	**-444**	**-456**	**-1.832**
Personeelskosten	-302	-299	-311	-288	**-1.199**	-295	-293	-289	-282	**-1.159**
Niet-personeelskosten	-180	-161	-153	-190	**-685**	-189	-155	-156	-174	**-673**
EBITDA	**408**	**455**	**453**	**418**	**1.733**	**418**	**463**	**474**	**441**	**1.796**
EBITDA marge van Segment %	*27,6%*	*30,2%*	*30,0%*	*27,8%*	***28,9%***	*29,2%*	*31,7%*	*31,9%*	*29,6%*	***30,6%***

EBITDA van de Groep

(in miljoen EUR)	Q115	Q215	Q315	Q415	2015	Q116	Q216	Q316	Q416	2016
Gerapporteerd										
EBITDA	425	456	344	421	**1.646**	417	428	441	447	**1.733**
Onderliggend										
Groep EBITDA	**408**	**455**	**453**	**418**	**1.733**	**418**	**463**	**474**	**441**	**1.796**
Thuismarkten	369	408	412	384	**1.573**	383	425	435	405	**1.647**
International Carrier Services (BICS)	39	47	41	34	**160**	35	38	40	36	**149**

Financiële resultaten Consumer-segment

(in miljoen EUR)	Q115	Q215	Q315	Q415	**2015**	Q116	Q216	Q316	Q416	**2016**
Gerapporteerd										
Omzet	712	727	720	733	**2.892**	710	718	734	742	**2.905**
Onderliggend										
Omzet	712	727	720	733	**2.892**	710	718	734	742	**2.905**
van Vast	365	368	375	377	**1.484**	379	381	383	384	**1.526**
Spraak	139	137	138	137	**551**	134	131	131	128	**524**
Data	135	137	142	144	**558**	147	151	150	151	**599**
TV	78	82	82	85	**327**	87	88	91	94	**360**
Toestellen (excl. TV)	5	5	5	4	**19**	4	4	4	4	**15**
ICT	7	7	7	8	**29**	7	7	7	7	**29**
Mobiele diensten	246	254	255	250	**1.006**	248	250	251	246	**995**
Postpaid	200	208	213	210	**831**	210	213	216	213	**852**
Prepaid	46	47	42	40	**174**	38	38	35	33	**144**
Mobiele toestellen	40	40	28	36	**145**	25	30	37	53	**146**
Filialen (Tango)	31	31	33	35	**130**	31	30	32	34	**127**
Andere	30	33	30	34	**128**	28	27	30	26	**110**
Inter-segment eliminaties	-171	-174	-161	-187	**-692**	-160	-163	-172	-197	**-691**
Directe marge	542	553	560	545	**2.200**	551	555	562	546	**2.214**
Directe marge %	*76,0%*	*76,0%*	*77,7%*	*74,5%*	***76,1%***	*77,5%*	*77,3%*	*76,6%*	*73,5%*	***76,2%***

Bedrijfsresultaten Consumer-segment

	Q115	Q215	Q315	Q415	**2015**	Q116	Q216	Q316	Q416	**2016**
VAN VAST										
Aantal toegangskanalen (in duizenden)	3.789	3.810	3.811	3.830	**3.830**	3.837	3.832	3.824	3.841	**3.841**
Spraak	2.140	2.136	2.121	2.112	**2.112**	2.096	2.078	2.058	2.060	**2.060**
Breedband	1.649	1.674	1.690	1.718	**1.718**	1.741	1.754	1.767	1.781	**1.781**
TV (in duizenden)	1.657	1.692	1.716	1.759	**1.759**	1.795	1.816	1.834	1.848	**1.848**
waarvan gezinnen	1.340	1.365	1.384	1.414	**1.414**	1.440	1.458	1.472	1.489	**1.489**
waarvan 'multiple settop boxes'	317	327	332	345	**345**	354	357	361	359	**359**
ARPU (in EUR)										
ARPU Spraak	21,7	21,3	21,7	21,5	**21,6**	21,3	20,9	21,2	20,8	**21,0**
ARPU Breedband	27,6	27,5	28,2	28,0	**27,9**	28,3	28,8	28,4	28,3	**28,4**
ARPU TV	19,8	20,1	20,0	20,1	**20,0**	20,2	20,2	20,7	21,1	**20,6**
VAN MOBIEL										
Aantal actieve klanten (in duizenden)	4.230	4.229	4.236	4.229	**4.229**	4.202	4.189	4.172	4.125	**4.125**
Prepaid	1.416	1.376	1.341	1.307	**1.307**	1.268	1.239	1.210	1.170	**1.170**
Postpaid	2.815	2.853	2.895	2.922	**2.922**	2.934	2.950	2.962	2.955	**2.955**
Waaronder betalende kaarten	2.333	2.359	2.393	2.430	**2.430**	2.437	2.455	2.469	2.496	**2.496**
Waaronder Internet Everywhere kaarten	482	494	502	492	**492**	496	495	494	459	**459**
Geannualiseerde churn rate (gemengd)										
Prepaid	33,7%	32,7%	35,0%	35,4%	**34,2%**	35,0%	35,0%	37,9%	37,2%	**36,3%**
Postpaid	15,4%	13,4%	13,8%	15,6%	**14,5%**	15,2%	14,0%	15,5%	16,4%	**15,2%**
Gemengd	22,7%	20,9%	21,9%	23,0%	**22,1%**	22,4%	21,5%	23,4%	23,5%	**22,7%**
Netto ARPU (in EUR))										
Prepaid	10,7	11,2	10,4	10,0	**10,5**	9,8	10,1	9,6	9,2	**9,7**
Postpaid	28,9	29,6	30,0	29,1	**29,4**	28,8	28,9	29,3	28,7	**28,9**
Gemengd	21,9	22,7	22,8	22,3	**22,4**	22,2	22,6	22,8	22,4	**22,5**
Gemiddeld gebruik Mobiele data/gebruiker/maand (Mb)										
4G	855	851	920	945		1.039	1.090	1.107	1.197	
Gemengd	474	511	581	627		725	790	842	945	

Rapportering i.v.m. X-play

	Q115	Q215	Q315	Q415	**2015**	Q116	Q216	Q316	Q416	**2016**
Consumer X-Play Reporting										
Gezinnen per play - Totaal (duizenden)	2.928	2.939	2.942	2.951	**2.951**	2.951	2.950	2.945	2.943	**2.943**
4 - Play	510	521	531	547	**547**	555	564	571	601	**601**
3 - Play	722	738	744	755	**755**	768	771	775	763	**763**
2 - Play	472	468	462	455	**455**	451	449	446	438	**438**
1 - Play	1.224	1.212	1.204	1.194	**1.194**	1.177	1.166	1.153	1.141	**1.141**
Vaste Spraak	458	444	430	415	**415**	398	384	372	358	**358**
Vast Internet	112	115	117	119	**119**	122	123	125	127	**127**
TV	N/A	N/A	N/A	N/A	**N/A**	N/A	N/A	N/A	N/A	**N/A**
Mobiele Postpaid	653	653	658	661	**661**	657	658	656	656	**656**
Gemiddelde opbrengsten per X-playgezin (ARPH) (ir	63,4	64,1	65,5	65,0	**64,5**	65,5	65,7	66,8	66,2	**66,1**
4 - Play	115,0	115,4	116,6	115,1	**115,5**	114,9	114,9	116,1	115,1	**115,2**
3 - Play	80,6	79,9	80,7	79,6	**80,2**	79,6	79,3	80,0	78,5	**79,3**
2 - Play	57,8	57,7	59,0	58,7	**58,3**	58,9	58,5	59,1	58,3	**58,7**
1 - Play	35,0	35,4	36,4	35,8	**35,7**	36,0	36,0	36,9	36,2	**36,3**
Gemiddeld # RGU's per gezin/KMO - Totaal	2,5	2,6	2,6	2,6	**2,6**	2,6	2,6	2,6	2,6	**2,6**
4 - Play	4,8	4,8	4,8	4,8	**4,8**	4,8	4,8	4,8	4,8	**4,8**
3 - Play	3,3	3,3	3,3	3,3	**3,3**	3,3	3,3	3,3	3,3	**3,3**
2 - Play	2,2	2,2	2,2	2,2	**2,2**	2,2	2,2	2,2	2,2	**2,2**
1 - Play	1,2	1,2	1,2	1,2	**1,2**	1,2	1,2	1,2	1,2	**1,2**
Geannualiseerd totaal churnpercentage (op niveau gezinnen/KMO) - Totaal										
4 - Play	2,9%	2,5%	3,0%	2,9%	**2,8%**	2,8%	2,7%	2,4%	2,8%	**2,7%**
3 - Play	10,6%	9,6%	11,8%	11,2%	**10,8%**	10,4%	9,6%	9,6%	10,2%	**9,9%**
2 - Play	12,4%	10,7%	12,3%	11,3%	**11,7%**	12,1%	10,3%	10,9%	11,6%	**11,2%**
1 - Play	22,1%	18,1%	19,1%	20,3%	**19,9%**	20,8%	18,8%	20,5%	22,0%	**20,5%**
% convergente gezinnen/KMO - Totaal										
4 - Play	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	**100,0%**	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	**100,0%**
3 - Play	36,2%	36,1%	36,5%	36,9%	**36,9%**	36,8%	37,0%	37,6%	36,6%	**36,6%**
2 - Play	23,3%	23,3%	23,5%	23,8%	**23,8%**	23,5%	23,4%	23,4%	23,5%	**23,5%**

Financiële resultaten Enterprise-segment

(in miljoen EUR)	Q115	Q215	Q315	Q415	**2015**	Q116	Q216	Q316	Q416	**2016**
Gerapporteerd										
Omzet	328	326	331	350	**1.335**	329	345	334	352	**1.360**
Onderliggend										
Omzet	328	326	331	350	**1.335**	329	345	334	352	**1.360**
van Vast	238	236	242	256	**971**	237	250	241	254	**982**
Spraak	64	62	61	61	**248**	61	60	58	58	**237**
Data (Internet & data connectiviteit)	62	62	63	63	**250**	63	63	63	62	**251**
Toestellen (excl. TV)	5	5	5	5	**19**	5	5	5	5	**19**
ICT	107	107	113	127	**455**	108	123	115	129	**475**
Mobiele diensten	79	80	82	83	**324**	83	80	80	80	**323**
Mobiele toestellen	6	3	3	6	**18**	4	5	5	7	**21**
Andere	6	6	4	5	**21**	5	9	8	11	**34**
Consumer	-93	-91	-95	-109	**-388**	-91	-105	-99	-111	**-406**
Directe marge	235	235	236	241	**947**	237	240	235	242	**954**
Directe marge %	*71,7%*	*72,2%*	*71,4%*	*68,8%*	***71,0%***	*72,2%*	*69,6%*	*70,4%*	*68,5%*	***70,2%***

Operationele resultaten Enterprise-segment

	Q115	Q215	Q315	Q415	**2015**	Q116	Q216	Q316	Q416	**2016**
VAN VAST										
Aantal toegangskanalen (in duizenden)	825	815	808	798	**798**	784	774	768	758	**758**
Spraak	686	677	670	660	**660**	647	637	630	620	**620**
Breedband	139	138	137	137	**137**	137	137	138	138	**138**
ARPU (in EUR)										
ARPU Spraak	30,8	30,1	30,3	30,7	**30,5**	31,1	31,1	30,7	30,8	**30,9**
ARPU Breedband	43,5	43,8	44,5	43,7	**43,9**	43,4	43,6	43,8	43,3	**43,5**

	Q115	Q215	Q315	Q415	**2015**	Q116	Q216	Q316	Q416	**2016**
VAN MOBIEL										
Aantal actieve klanten (in duizenden)	1.179	1.200	1.338	1.470	**1.470**	1.889	2.014	2.093	2.117	**2.117**
Waaronder spraak en data kaarten	869	879	885	894	**894**	901	910	924	937	**937**
Waaronder M2M (incl. en gelimiteerde aantal Internet Everywhere kaarten)	311	321	453	576	**576**	988	1.105	1.169	1.179	**1.179**
Geannualiseerde churn rate (gemengd)	11,3%	10,0%	8,9%	10,3%	**10,1%**	10,8%	10,7%	8,9%	9,8%	**10,0%**
Netto ARPU (in EUR))										
Postpaid	29,3	29,7	30,0	30,0	**29,7**	29,8	28,6	28,1	27,6	**28,5**
Gemiddeld gebruik Mobiele data/gebruiker/maand (Mb)										
4G	718	752	811	862		973	1.045	1.074	1.170	
Gemengd	488	529	590	645		756	833	880	982	

Financiële resultaten Wholesale-segment

(in miljoen EUR)	Q115	Q215	Q315	Q415	**2015**	Q116	Q216	Q316	Q416	**2016**
Gerapporteerd										
Omzet	51	53	51	48	**202**	48	49	51	46	**194**
Onderliggend										
Omzet	51	53	51	48	**202**	48	49	51	46	**194**
Directe marge	43	46	44	41	**174**	43	43	44	40	**169**
Directe marge %	*85,5%*	*86,6%*	*86,3%*	*86,3%*	***86,2%***	*88,4%*	*88,4%*	*85,8%*	*86,0%*	***87,1%***

Operationele resultaten Wholesale-segment

	Q115	Q215	Q315	Q415	**2015**	Q116	Q216	Q316	Q416	**2016**
VAN VAST										
Aantal toegangskanalen (in duizenden)										
Spraak (1)	9	9	9	8	**8**	9	9	8	8	**8**
Breedband (1)	1	1	1	1	**1**	1	1	1	1	**1**
VAN MOBIEL										
Aantal actieve Mobiele klanten (in duizenden)										
Retail (1)	11	10	10	10	**10**	10	10	9	9	**9**
MVNO	11	11	11	12	**12**	13	14	15	16	**16**

(1) i.e. Proximus retail producten verkocht via Wholesale (OLOs eigen gebruik en doorverkoop)

Financiële resultaten BICS

(in miljoen EUR)	Q115	Q215	Q315	Q415	**2015**	Q116	Q216	Q3216	Q416	**2016**
Gerapporteerd										
Omzet	399	411	420	385	**1.616**	356	359	382	363	**1.460**
Segment resultaat	39	47	41	34	**160**	35	38	40	37	**149**
Onderliggend										
Omzet	399	411	420	385	**1.616**	356	359	382	363	**1.460**
Spraak	335	347	347	318	**1.347**	286	288	303	291	**1.169**
Niet-spraak	65	64	73	67	**269**	70	71	79	72	**292**
Consumer	-335	-336	-348	-320	**-1.338**	-289	-292	-310	-296	**-1.186**
Directe marge	65	75	73	65	**278**	67	67	73	68	**274**
Directe marge %	*16,2%*	*18,3%*	*17,4%*	*16,9%*	***17,2%***	*18,8%*	*18,6%*	*19,1%*	*18,6%*	***18,8%***
Totale kosten vóór afschrijvingen en waardevermindei	-25	-29	-32	-32	**-118**	-32	-29	-33	-31	**-125**
Personeelskosten	-12	-14	-13	-15	**-53**	-13	-13	-14	-13	**-53**
Niet-personeelskosten	-14	-15	-19	-17	**-64**	-19	-16	-20	-18	**-72**
Segment resultaat	39	47	41	34	**160**	35	38	40	36	**149**
Segment contributiemarge %	*9,8%*	*11,3%*	*9,7%*	*8,7%*	***9,9%***	*9,9%*	*10,5%*	*10,3%*	*10,0%*	***10,2%***

Definities

ARPH: (Average underlying revenue per household) gemiddelde omzet per gezin (inclusief kleine ondernemingen).
ARPU uit breedband: de totale onderliggende omzet uit internet, exclusief activerings- en installatievergoedingen, gedeeld door het gemiddelde aantal internetlijnen voor de betrokken periode, gedeeld door het aantal maanden in diezelfde periode.
ARPU uit Mobile: berekend op basis van de maandelijkse gemiddelden voor de gegeven periode. De maandelijkse ARPU is gelijk aan de totale omzet uit mobiele spraak en mobiele data, gedeeld door het gemiddelde aantal actieve mobiele klanten voor die periode, gedeeld door het aantal maanden in diezelfde periode. Hierin zijn ook de MVNO's begrepen, maar niet de gratis datakaarten en M2M.
ARPU uit televisie: omvat enkel de onderliggende klantgerelateerde omzet en houdt rekening met promotieaanbiedingen, exclusief activerings- en installatievergoedingen, gedeeld door het aantal gezinnen dat Proximus TV of Scarlet TV heeft.
ARPU uit vaste spraak: totale onderliggende omzet uit spraak, verminderd met de omzet die verband houdt met activeringen, gedeeld door het gemiddelde aantal spraaktoegangskanalen voor de betrokken periode, gedeeld door het aantal maanden in diezelfde periode.
ARPU: gemiddelde omzet per klant.
BICS: de Proximus Groep heeft zijn internationale carrieractiviteiten gegroepeerd onder het merk BICS, een joint venture van Proximus, Swisscom en MTN, waarin Proximus voor 57,6% participeert.
Breedbandtoegangskanalen: omvat zowel de ADSL- als de VDSL-lijnen. Specifiek voor het Consumer-segment omvat dit ook de residentiële lijnen van Scarlet in België.
Capex: dit stemt overeen met de verwerving van immateriële en materiële vaste activa, installaties en uitrustingen.
Consumer: segment dat zich richt op de markt van de residentiële klanten en de kleine ondernemingen (minder dan 10 medewerkers), inclusief de Customer Operations Unit van Proximus.
Directe marge (gerapporteerd): is het resultaat van de totale opbrengsten (inclusief niet recurrent verminderd met de kosten van verkoop en dit uitgedrukt in absolute waarde of in % van de omzet.
Directe marge (onderliggend): is het resultaat van de "onderliggende totale opbrengsten verminderd met de kosten van verkoop en dit uitgedrukt in absolute waarde of in % van de omzet
Domestic: is bepaald as Proximus groep zonder BICS
Ebit: Earnings Before Interest & Taxes; stemt overeen met de EBITDA verminderd met afschrijvingen en waardeverminderingen.
EBITDA (gerapporteerd): Earnings Before Interest,Taxes Depreciations and Amortization (gerapporteerd); stemt overeen met de omzet verminderd met de kosten van verkoop , de workforce en niet workforce kosten en niet recurrente kosten.
Een gedetailleerde afstemming van de gerapporteerde naar de onderliggende omzet en EBITDA wordt weergeven in rubriek 1
EBITDA (onderliggend): Earnings Before Interest,Taxes Depreciations and Amortization gerapporteerd); stemt overeen met onderliggende omzet verminderd met de onderliggende kosten van verkoop , de workforce en niet workforce kosten
Enterprise: segment dat zich richt op de professionele markt, waaronder kleine ondernemingen met meer dan 10 medewerkers.
Geannualiseerde mobiele churn: het totale aantal simkaarten op jaarbasis die van het mobiele netwerk van Proximus werden ontkoppeld (inclusief het totale aantal port-outs als gevolg van de mobielenummeroverdraagbaarheid) gedurende de betrokken periode, gedeeld door het gemiddelde aantal klanten gedurende dezelfde periode.
Geannualiseerde totale churn voor X-play: een schrapping van een gezin gebeurt pas wanneer het gezin al zijn plays heeft geschrapt.
Gemengde ARPU uit Mobile: berekend op basis van de maandelijkse gemiddelden voor de gegeven periode. De gemengde maandelijkse ARPU is gelijk aan de totale omzet uit mobiele spraak en mobiele data van zowel prepaid- als postpaidklanten, gedeeld door het gemiddelde aantal actieve mobiele prepaid- en postpaidklanten voor die periode, gedeeld door het aantal maanden in diezelfde periode. Hierin zijn ook de MVNO's begrepen, maar niet de gratis datakaarten en M2M.
Gerapporteerde omzet: dit komt overeen met de totale opbrengsten.
ICT: informatie- en communicatietechnologie (ICT) is een meer omvattende term dan informatietechnologie (IT), die de rol van eengemaakte communicatie en de integratie van telecommunicatie (telefoonlijnen en draadloze signalen), computers en de noodzakelijke bedrijfssoftware, middleware, opslag en audiovisuele systemen benadrukt, en die gebruikers in staat stelt om informatie te raadplegen, op te slaan, door te sturen en te behandelen. De ICT-oplossingen van Proximus omvatten, maar zijn niet beperkt tot veiligheid, cloud, 'Network & Unified Communication', 'Enterprise Mobility

Management' en 'Servicing en Sourcing".
Incidentele items: aanpassingen inclusief niet-recurrente opbrengsten en kosten(*) en andere materiële (**) items die buiten de gebruikelijke businessoperaties vallen, zoals: desinvesteringen van geconsolideerde ondernemingen, winsten en verliezen uit de verkoop van gebouwen, transactiekosten in het kader van M&A's (overnames, fusies, desinvesteringen, ...), de prijs van uitgestelde aankopen in het kader van M&A's, vooraf bepaalde eenmalige projecten (zoals rebrandingkosten), wijzigingen van boekhoudkundige verwerkingen (zoals de toepassing van IFRIC 21), de financiële impact van geschillendossiers, boetes en strafbepalingen, de financiële impact van wetswijzigingen (eenmalige impact m.b.t. voorgaande jaren), de erkenning van voorheen niet-erkende activa en waardeverminderingsverliezen.
(*) Niet-recurrente opbrengsten en niet-recurrente kosten omvatten winsten of verliezen uit de verkoop van geconsolideerde bedrijven die afzonderlijk beschouwd meer dan 5 miljoen EUR bedragen, boetes en strafbepalingen opgelegd door mededingingsautoriteiten of door de regelgever die meer dan 5 miljoen EUR bedragen, kosten van personeelsherstructureringsprogramma's en het effect van regelingen in het kader van plannen voor vergoedingen na uitdiensttreding met een impact op de begunstigden.
(**) De drempel voor materialiteit wordt bereikt wanneer een impact meer dan 5 miljoen EUR bedraagt. Er is geen drempel voor materialiteit vastgesteld voor desinvesteringen van geconsolideerde ondernemingen, winsten of verliezen uit de verkoop van gebouwen, transactiekosten in het kader van M&A's. Er wordt geen drempel gebruikt voor aanpassingen in een volgend kwartaal van hetzelfde jaar als de drempel werd bereikt in een vorig kwartaal.
Marketing-, verkoop- en servicekosten: alle kosten die betrekking hebben op Consumer-, Enterprise- en Wholesaleklanten, waaronder service verleend op afstand.
Mobiele actieve klanten: omvat spraak- en datakaarten, alsook machine-to-machinekaarten (Enterprise). Actieve klanten zijn klanten die de voorbije drie maanden ten minste één oproep hebben tot stand gebracht of ontvangen en/of ten minste één sms hebben verstuurd of ontvangen. Een M2M-kaart wordt als actief beschouwd als de voorbije maand ten minste één dataverbinding tot stand werd gebracht.
Multiplaygezin (inclusief kleine ondernemingen): twee of meer plays, niet noodzakelijk in een pack.
Netto financiële positie: verwijst naar het totaal van rentedragende schulden (korte en lange termijn) verminderd met geldmiddelen en kasequivalenten
Netwerk- en IT-kosten: alle IT- en netwerkgerelateerde kosten, inclusief interventies bij de klant thuis.
Niet-personeelskosten: alle bedrijfskosten, exclusief personeelskosten, en exclusief afschrijvingen en waardeverminderingen en niet-recurrente kosten.
Onderliggend: verwijst naar de gecorrigeerde omzet en EBITDA (totale winst en bedrijfswinst vóór afschrijvingen) vóór incidentele factoren om de lopende bedrijfsprestaties goed te kunnen evalueren.
Personeelskosten: personeelskosten zijn kosten die betrekking hebben op de eigen medewerkers (interne personeelskosten en pensioenen), alsook op de externe medewerkers. Voor de filialen omvatten de personeelskosten enkel de interne personeelskosten en de pensioenen.
Play: een abonnement op hetzij vaste spraak, vast internet, dTV of mobiele postpaid (betalende mobiele kaarten)..
Revenue-Generating Unit (RGU): bijvoorbeeld: een gezin met vast internet en 2 mobiele postpaidkaarten wordt beschouwd als een 2-playgezin met 3 RGU's.
Thuismarkten: gedefinieerd als de Proximus Groep, uitgezonderd BICS.
Toegangskanalen voor vaste spraak: omvat PSTN-, ISDN- en IP-lijnen. Specifiek voor Enterprise omvat dit ook het aantal Business-trunklijnen (oplossing voor de integratie van spraak- en dataverkeer op één datanetwerk).
Verkoopkosten: de kosten voor de aankoop van materialen en diensten die rechtstreeks aan de omzet zijn gelinkt.
Vrije kasstroom: dit is de kasstroom vóór financieringsactiviteiten.
Wholesale: entiteit van Proximus die zich richt op de telecom-wholesalemarkt, met inbegrip van de andere telecomoperatoren (waaronder MVNO's) en ISP's.
X-play: het totaal van singleplay (1-play) en multiplay (2-play + 3-play + 4-play).