



Financieel verslag

2018



Geconsolideerd jaarverslag¹

Bespreking en analyse van de financiële resultaten door het management

1. Inleidende opmerkingen

Onderliggende omzet en ebitda

Vanaf 2014 focust de bespreking door het management van Proximus op de onderliggende cijfers, d.w.z. na aftrek van incidentele items. De onderliggende bedrijfsresultaten worden gerapporteerd aan de voornaamste beslissingsnemers om de toegewezen middelen en prestaties te evalueren.

Om een vergelijking op vergelijkbare basis mogelijk te maken, verschaft Proximus een duidelijk beeld van de operationele drivers van

de business door incidentele items eruit te zuiveren: omzet en kosten die uitzonderlijk zijn of geen rechtstreeks verband houden met de bedrijfsactiviteiten 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 sectie 6 van dit document.

¹ Dit document is vertaald uit het Engels. In geval van discrepantie geldt de Engelse versie.

(EUR miljoen)	Opbrengsten (IAS 18)			Ebitda (IAS 18)		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Gerapporteerd	5.873	5.802	5.826	1.733	1.772	1.796
Onderliggend	5.871	5.778	5.804	1.796	1.823	1.866
Incidentele items - Totaal	3	24	21	-63	-51	-70
Meerwaarde op de verkoop van gebouwen	3	23	21	3	23	21
Verkoop Telindus France	-	1	-	-	1	-
Plan voor vervroegd vertrek en collectieve overeenkomst *	-	-	-	-95	-70	-41
Kosten in verband met fusies en overnames	-	-	-	-	-6	-8
Waardevermindering en schikking voor Enterprise software	-	-	-	-	-	-22
Tegendraaien van de voorziening voor huur Telindus UK	-	-	-	-	1	-
Aanpassing van de voorziening voor belasting op pylonen (vorige jaren)	-	-	-	29	-	-20

* 2016 omvat +8 miljoen EUR in ebitda gerelateerd aan de schrapping van de vervroegde pensioen clausule

Wijzigingen in de rapportering sinds 2018

Opsplitsing tussen personeels- en niet-personeelskosten

De opsplitsing tussen personeelskosten en niet-personeelskosten werd in overeenstemming gebracht met de definities van de Groep voor alle filialen, waarbij het totaal op groepsniveau ongewijzigd bleef. De cijfers van 2017 werden overeenkomstig aangepast, waarbij voor het volledige jaar 2017 30 miljoen EUR verschoof van niet-personeelskosten naar personeelskosten.

Consumer Tango omzet

De sleutel voor de hertoewijzing van de 2017 omzet van Tango aan de Consumer- en Enterprise-segmenten werd verfijnd, met een zeer beperkte impact op de segmentomzet (1 miljoen EUR), terwijl dit neutraal bleef op groepsniveau.

Impact van de AVG²

De toepassing van de AVG heeft een beperkte impact gehad op de gerapporteerde gegevens m.b.t. de gezinnen voor het Consumer-segment; bepaalde informatie is niet langer beschikbaar om de samenstelling van de gezinnen te definiëren.

Om gemakkelijker te kunnen vergelijken werden de gegevens van 2017 overeenkomstig aangepast, waarbij we ervan uitgaan dat de AVG over deze periode een stabiele impact heeft gehad op het totaal van de HH/SO³-klanten die door Proximus werden bediend. De afgeleide KPI's, zoals ARPH en RGU, werden eveneens aangepast

²Algemene verordening gegevensbescherming. De AVG is ook wel bekend onder de Engelse naam: General Data Protection Regulation (GDPR).

³HH/SO: Households/Small offices: Gezinnen en kleine ondernemingen.

Andere opmerkingen in verband met de rapportering

Financiële verslaglegging standaard

Alle financiële gegevens en opmerkingen die in deze managementdiscussie worden gegeven, vallen onder de IAS 18-standaard om een vergelijking met 2016 en 2017 mogelijk te maken.

Er is een uitzondering gemaakt voor de rapportage van gezinnen (X-Play) binnen het segment Consument. In sectie 3 worden voor de X-Play-rapportering, de financials en afgeleide ARPH verstrekt onder IFRS 15, met een pro forma 2017 vergelijking.

Uitsplitsing van de opbrengten

De opbrengsten per segment worden weergegeven in de onderstaande tabel.

(in miljoen EUR)	Groep	31 December 2018 (IAS 18)					
		BICS	Thuismarkten (Groep excl. BICS)	Consumer	Enterprise	Wholesale	Andere
Netto omzet (onderliggend)	5.761	1.346	4.415	2.875	1.410	201	-71
Netto omzet (incidenteel)	0	0	0	0	0	0	0
Netto omzet (gerapporteerd)	5.761	1.346	4.415	2.875	1.410	201	-71
Andere bedrijfsopbrengsten (onderliggend)	43	0	43	23	5	1	15
Andere bedrijfsopbrengsten (incidenteel)	21	0	21	0	4	0	17
Andere bedrijfsopbrengsten (gerapporteerd)	65	0	65	23	9	1	32
Totale opbrengsten (onderliggend)	5.804	1.347	4.458	2.898	1.415	201	-57
Totale opbrengsten (incidenteel)	21	0	21	0	4	0	17
Totale opbrengsten (gerapporteerd)	5.826	1.347	4.479	2.898	1.420	201	-39

(in miljoen EUR)	Groep	31 December 2018 (IFRS 15)					
		BICS	Thuismarkten (Groep excl. BICS)	Consumer	Enterprise	Wholesale	Andere
Netto omzet (onderliggend)	5.764	1.346	4.417	2.880	1.408	201	-71
Netto omzet (incidenteel)	0	0	0	0	0	0	0
Netto omzet (gerapporteerd)	5.764	1.346	4.417	2.880	1.408	201	-71
Andere bedrijfsopbrengsten (onderliggend)	43	0	43	23	5	1	15
Andere bedrijfsopbrengsten (incidenteel)	21	0	21	0	4	0	17
Andere bedrijfsopbrengsten (gerapporteerd)	65	0	65	23	9	1	32
Totale opbrengsten (onderliggend)	5.807	1.347	4.460	2.903	1.413	201	-57
Totale opbrengsten (incidenteel)	21	0	21	0	4	0	17
Totale opbrengsten (gerapporteerd)	5.829	1.347	4.482	2.903	1.417	201	-39

Afronding

Alle cijfers in dit rapport werden afgerond. De gerapporteerde varianties werden berekend op basis van de brongegevens vóór afronding,

waardoor varianties ogenschijnlijk kunnen afwijken.

Kerncijfers - Overzicht over 10 jaar

											IAS 18	IFRS 15
Resultatenrekening (in miljoen EUR)	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2018	
Totale omzet	6.065	7.040	6.417	6.462	6.318	6.112	6.012	5.873	5.802	5.826	5.829	
Omzet - incidentele items	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	248	17	3	24	21	21	
Onderliggende omzet	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5.864	5.994	5.871	5.778	5.804	5.807	
Gerapporteerde ebitda	1.967	2.428	1.897	1.786	1.699	1.755	1.646	1.733	1.772	1.796	1.794	
Ebitda - incidentele items	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	102	-88	-63	-51	-70	-70	
Onderliggende ebitda	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1.653	1.733	1.796	1.823	1.866	1.865	
Afschrijvingen	-706	-809	-756	-748	-782	-821	-869	-917	-963	-1.016	-1.016	
Bedrijfswinst (EBIT)	1.261	1.619	1.141	1.038	917	933	777	816	809	780	778	
Netto financiële opbrengsten / (kosten)	-117	-102	-106	-131	-96	-96	-120	-101	-70	-56	-56	
Verlies van ondernemingen gewaardeerd volgens de vermogensmutatiemethode	0	0	0	0	0	-2	-2	-1	-2	-1	-1	
Winst vóór belastingen	1.144	1.517	1.035	907	822	835	655	715	738	723	721	
Belastingen	-241	-233	-262	-177	-170	-154	-156	-167	-185	-194	-191	
Minderheidsbelangen	-1	17	17	19	22	27	17	25	30	23	22	
Netto winst (aandeel van de groep)	904	1.266	756	712	630	654	482	523	522	506	508	
Kasstroom (in miljoen EUR)	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2018	
Kasstroom uit operationele activiteiten	1.406	1.666	1.551	1.480	1.319	1.447	1.386	1.521	1.470	1.558	1.558	
Cash betaald voor Capex	-597	-734	-757	-773	-852	-916	-1.000	-962	-989	-1.099	-1.099	
Netto kasstroom gegenereerd uit / (besteed in) andere	-12	48	-7	-16	38	180	22	0	-189	-8	-8	
Vrije kasstroom (2)	797	980	788	691	505	711	408	559	292	451	451	
Netto kasstroom gegenereerd uit / (besteed in) financieringsactiviteiten	-1.030	-728	-1.051	-809	-353	-364	-608	-764	-256	-444	-444	
Netto toename / (afname) van kas en kasequivalenten	-233	252	-264	-118	152	347	-200	-205	36	7	7	
Balans (in miljoen EUR)	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2018	
Totaal balans	7.450	8.511	8.312	8.243	8.417	8.522	8.283	8.117	8.527	8.490	8.671	
Vaste activa	5.505	6.185	6.217	6.192	6.254	6.339	6.386	6.372	6.735	6.752	6.850	
Beleggingen, kas en kasequivalenten	408	627	356	285	415	710	510	302	338	344	344	
Eigen vermogen (aandeel van de groep)	2.521	3.108	3.078	2.881	2.846	2.779	2.801	2.819	2.857	2.862	3.005	
Minderheidsbelangen	7	235	225	211	196	189	164	162	156	150	148	
Schulden voor pensioenen, andere verplichtingen na uitdiensttreding en	677	565	479	570	473	504	464	544	568	605	605	
Netto financiële positie	-1.716	-1.451	-1.479	-1.601	-1.815	-1.800	-1.919	-1.861	-2.088	-2.148	-2.148	
Proximus aandeel - kern cijfers	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2018	
Gewogen gemiddeld aantal gewone aandelen (3)	320.475.553	321.138.048	319.963.423	318.011.049	318.759.360	320.119.106	321.767.821	322.317.201	322.777.440	322.649.917	322.649.917	
Winst per aandeel - op gerapporteerde resultaten (in EUR)	2,82	3,94	2,36	2,24	1,98	2,04	1,50	1,62	1,62	1,57	1,58	
Totale dividend per aandeel (in EUR)	2,08	2,18	2,18	2,49	2,18	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	
Aandeleninkoop (in miljoen EUR)	0	0	100	0	0	0	0	0	0	0	0	
Gegevens over het personeel	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2018	
Personeelsbestand (aantal voltijdse equivalenten)	16.804	16.308	15.788	15.859	15.699	14.187	14.090	13.633	13.391	13.385	13.385	
Gemiddeld personeelsbestand over de periode	16.878	16.270	15.699	15.952	15.753	14.770	14.040	13.781	13.179	13.161	13.161	
Onderliggende omzet per werknemer (in EUR)	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	410.746	426.958	425.997	438.413	440.995	441.238	
Totale omzet per werknemer (in EUR)	359.322	432.685	408.760	405.084	401.080	413.826	428.194	426.201	440.240	442.667	442.870	
Onderliggende ebitda per werknemer (in EUR)	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	111.923	123.467	130.315	138.325	141.802	141.681	
Totale ebitda (1) per werknemer (in EUR)	116.551	149.247	120.834	111.973	107.851	118.798	117.251	125.743	134.483	136.483	136.342	
Ratios - op onderliggende basis	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2018	
Return on Equity	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	21,8%	18,9%	19,4%	19,2%	19,4%	18,5%	
Bruto marge	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	57,8%	59,6%	61,8%	62,5%	63,5%	63,4%	
Netto financiële positie / ebitda voor niet-recurrente items	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1,09	1,11	1,04	1,15	1,15	1,15	

(1) Earnings Before Interests, Taxes, Depreciation and Amortization

(2) Kasstroom voor financieringsactiviteiten

(3) i.e. uitgeoefend eigen aandelen

(4) Geen verschil tussen de gewone winst en de verwaterde winst per aandeel.

- Stabiele omzet op de thuismarkten, die aanzienlijke tegenwind van de regelgeving en concurrentiële markt weerspiegelt.
- Het Consumer-segment boekte een stevige klantengroei voor internet, tv en mobiele postpaid, ondersteund door Tuttimus en Bizz All-in.
- Het Enterprise-segment profiteerde van zijn versterkte ICT-portfolio via overgenomen bedrijven, en van zijn aanhoudende sterke positie op de Belgische telecommarkt.
- De ebitda op de thuismarkten groeide met 1,9% aan dankzij een verbeterde directe marge.
- De ebitda van BICS voor 2018 steeg met 7,7%, inclusief TeleSign.
- Op onderliggende basis ging de ebitda van de Proximus Groep 2,4% hoger.
- Een vrije kasstroom van 451 miljoen EUR, of 501 miljoen EUR exclusief overnames.

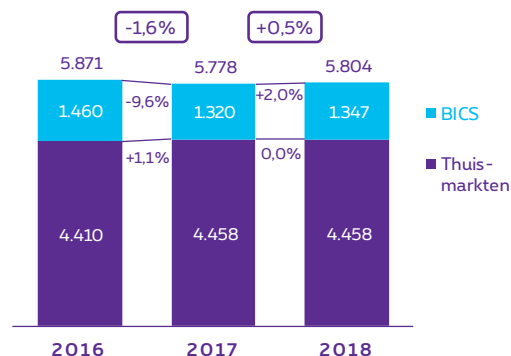
2. Proximus Groep

Omzet

De Proximus Groep sloot het jaar 2018 af met een totale onderliggende omzet van 5.804 miljoen EUR, of 0,5% hoger dan het jaar voordien. De onderliggende omzet van de Groep is het resultaat van een stabiele omzet op de thuismarkten en een hogere omzet bij BICS, de International Carrier-businessunit van Proximus, inclusief de omzet van TeleSign.

Proximus rapporteerde voor zijn activiteiten op de thuismarkten een stabiele omzet van 4.458 miljoen EUR. De omzet werd vooral ondersteund door de verdere uitbreiding van de klantenbasis voor tv, internet en mobiele postpaid, ondanks een concurrentiële markt. Bovendien boekte de omzet uit ICT een mooie vooruitgang dankzij een versterkte ICT-portfolio, met onder meer de overname van verschillende kleine, gespecialiseerde ICT-bedrijven. Daarnaast tekende Proximus voor 2018 een aanhoudende positieve evolutie in de omzet van Advanced Business Services op en realiseerde het een omzetgroei voor Tango. Deze gunstige evoluties neutraliseerden de aanhoudende daling van de omzet uit vaste spraak en mobiele prepaid en de lagere omzet uit wholesale.

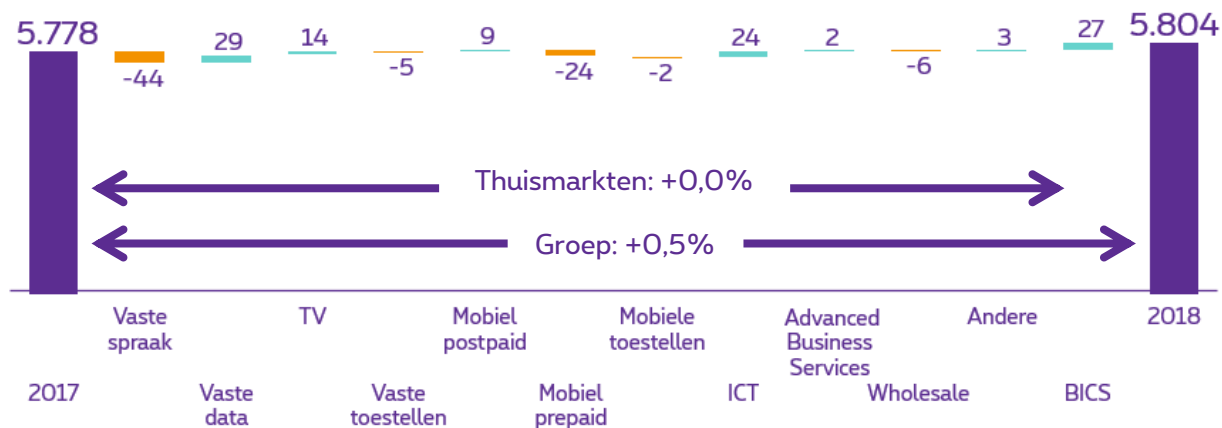
Groepsomzet
(onderliggend, M€)



Onderliggende
omzet van de Groep

+0,5%

Omzet evolutie per productgroep (onderliggend, M€)

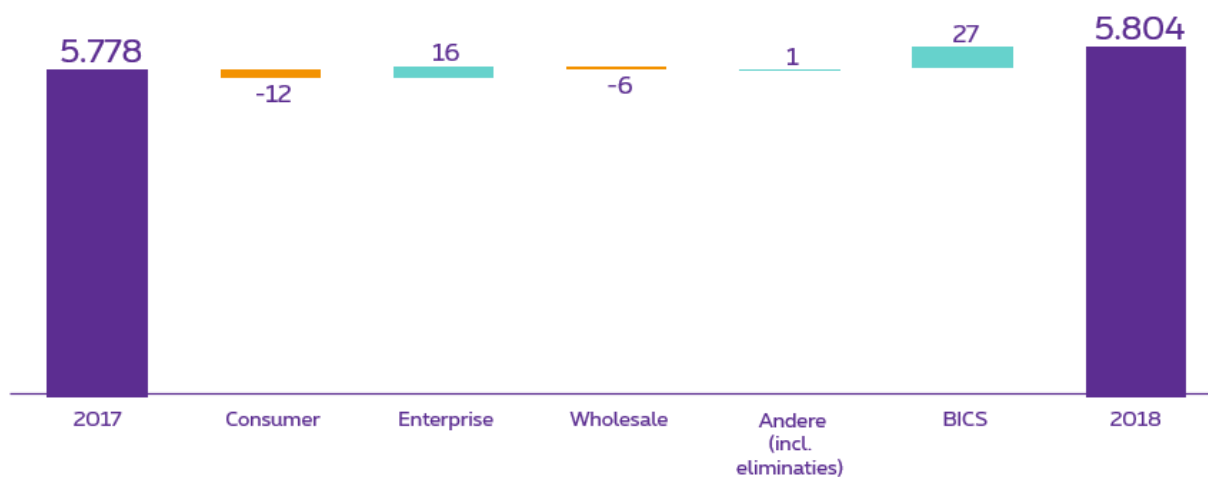


In 2018 bedroeg de totale omzet van BICS 1.347 miljoen EUR, 2,0% hoger dan in 2017, inclusief de omzetbijdrage van TeleSign.

BICS wordt geconfronteerd met een overgang op de internationale carriermarkt, waarbij het verbruik verschuift van spraak naar data. In 2018 gingen de spraakvolumes van BICS verder achteruit, zij het tegen een lager tempo dan het jaar voordien. De volumeverliezen in spraakverkeer gingen echter

gepaard met een minder gunstige bestemmingsmix en een negatief dollar effect in de eerste jaarhelft. Dit werd ruimschoots gecompenseerd door een sterke stijging van de sms-volumes, waarbij TeleSign zorgde voor hogere A2P-volumes. Dit leidde tot een sterke stijging van de niet-spraakgebonden omzet met 28,8%.

Omzet evolutie per segment (onderliggend, M€)



Proximus boekte in 2018 voor zijn **Consumer-segment** een omzeggens stabiele omzet van 2.898 miljoen EUR. Dit was 0,4% lager dan het jaar voordien, inclusief een daling van 11 miljoen EUR van de omzet uit mobiele toestellen, zonder dat dit een effect had op de marge.

Het Consumer-segment kende een aanhoudende groei van de klantenbasis voor zijn belangrijkste producten, ondersteund door de 'all-in'-aanbiedingen onder het merk Proximus en door zijn lagekostenmerk Scarlet. De groeiende klantenbasis zorgde voor een hogere omzet van Proximus uit tv, internet en mobiele postpaid - ondanks het verjaren van het overdrachteffect van de roamingregelgeving.

Anderzijds ging de klassieke omzet uit vaste spraak verder achteruit door de combinatie van een verminderde klantenbasis en een lager verbruik. Ook de omzet uit mobiele prepaid daalde verder door een verminderde klantenbasis, deels het gevolg van de actieve inspanningen van de onderneming om klanten naar postpaid-aanbiedingen met een hogere waarde te migreren.

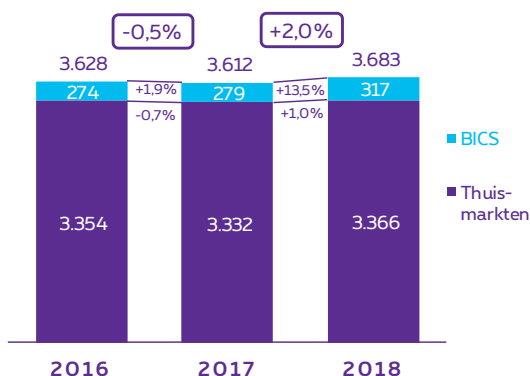
Proximus rapporteerde een sterke toename van zijn convergente klantenbasis; eind 2018 hadden

508.000 klanten ingetekend op de 'all-in'-aanbiedingen Tuttimus en Bizz All-in. Met een hoger aantal klanten voor 4-play-aanbiedingen met een hogere ARPU en een lagere churn werd de klantenmix verbeterd, in termen van klantentrouw en -waarde ten goede kwam.

Het **Enterprise-segment** van Proximus boekte in 2018 een onderliggende omzetgroei van 1,1%, waardoor de omzet uitkwam op 1.415 miljoen EUR. Het Enterprise-segment van Proximus plukte de vruchten van zijn convergentiestrategie in ICT: het onderscheidde zich door een hoog dienstverleningsniveau en breidde zijn portfolio uit buiten de loutere connectiviteitsdiensten. Daartoe nam Proximus enkele kleine, sterk gespecialiseerde bedrijven over die de expertise in huis hebben om betekenisvolle oplossingen te bieden voor de digitale transformatie van Enterprise-klanten.

De focus op deze groeidomeinen stelde Proximus in staat om het omzetverlies voor de krimpende traditionele vastespraak- en datadiensten te compenseren, alsook de druk van de regelgeving en de concurrentie op de mobiele ARPU.

Directe marge
(onderliggend, M€)



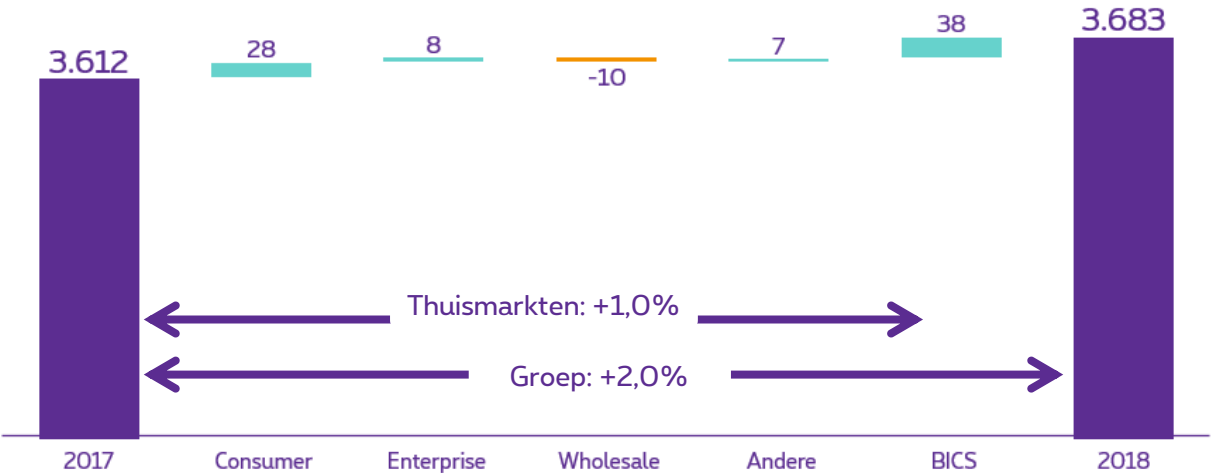
In 2018 bedroeg de onderliggende directe marge van de Proximus Groep 3.683 miljoen EUR, een verbetering met 2,0%.

De directe marge op de thuismarkten steeg met 1,0% tot 3.366 miljoen EUR. Dit is inclusief een nettoverlies in de roamingmarge van 30 miljoen EUR, waarbij het effect van de verordening inzake de uitgaande roamingtarieven zich vooral in de eerste jaarmiddelet liet voelen.

De hogere marge op de thuismarkten was te danken aan de grotere klantenbasis, de focus op waardebeheer, de overgenomen ICT-bedrijven in het Enterprise-segment en een aantal eenmalige elementen in het Consumer-segment, voor een deel tenietgedaan door een lagere directe marge voor wholesale.

De directe marge van BICS nam toe tot 317 miljoen EUR, een stijging op jaarbasis met 13,5%, vooral dankzij de aanhoudende groei in niet-spraakgebonden diensten, waartoe TeleSign stevig bijdroeg.

Directe marge evolutie per segment (onderliggend, M€)



Onderliggende
directe marge van
de Groep
+2,0 %



Bedrijfskosten

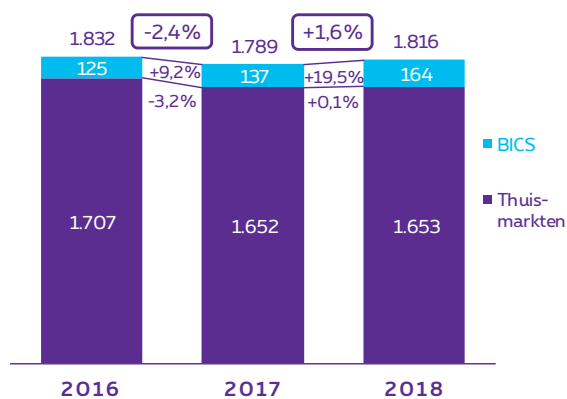
Over 2018 kwamen de totale bedrijfskosten van de Proximus Groep uit op 1.816 miljoen EUR. Proximus behield een sterke focus op het structureel verbeteren van zijn kostenbasis. Deze inspanningen werden in 2018 evenwel gecompenseerd door de bedrijfskosten van overgenomen bedrijven, waarbij TeleSign de kosten van BICS, en ICT-bedrijven de kosten van het Enterprise-segment verhoogden. De bijkomende kosten van TeleSign en de overgenomen ICT-bedrijven buiten beschouwing gelaten, lag de kostenbasis van Proximus iets lager, waardoor de onderneming goed op koers blijft om haar ambitie van 150 miljoen EUR nettobesparingen over de periode van vier jaar 2016-2019 waar te maken.

De totale kosten van Proximus op de thuismarkten bedroegen voor 2018 1.653 miljoen EUR. Ze zijn dus redelijk stabiel gebleven tegenover het jaar voordien (+0,1%). Binnen de mix stegen de personeelskosten op de thuismarkten licht (+0,4%), inclusief het effect van inflatiegebonden loonsverhogingen. Het personeelsbestand op de thuismarkten bleef min of meer stabiel op 12.658 fte's. Dit inclusief een toename met 258 fte's als gevolg van overnames in het ICT-domein in de voorbije 12 maanden. Het gaat vooral om omzet genererende werknemers die consultancydiensten aan ICT-klienten leveren. Naast deze overnames werden door Proximus op de thuismarkten 612 fte's aangeworven in bedrijfskritieke domeinen. Parallel hiermee verlieten 549 fte's in 2018 de onderneming, hetzij in het kader van het lopend 'vrijwillig plan voor vertrek voorafgaand aan het pensioen', hetzij omdat ze de wettelijke pensioenleeftijd hadden bereikt, naast een natuurlijke afvloeiing van meer dan 300 fte's.

Kosten op de thuismarkten beïnvloed door groeiende ICT-business

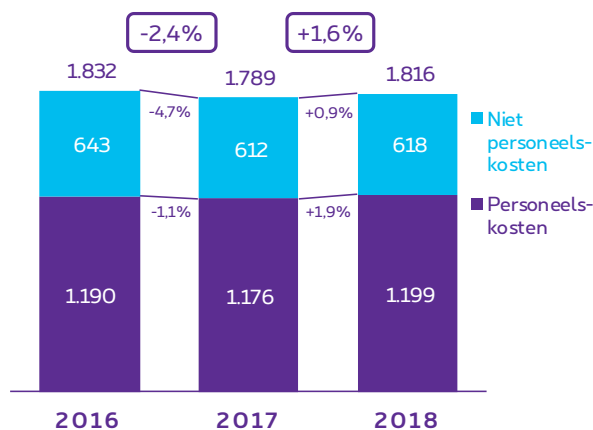
Bedrijfskosten (1)

(onderliggend, M€)



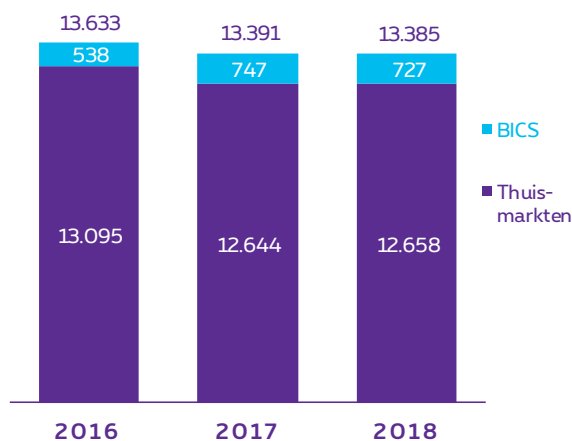
Bedrijfskosten (2)

(onderliggend, M€)



Evolutie van het personeel

(in fte's)



Onderliggende ebitda

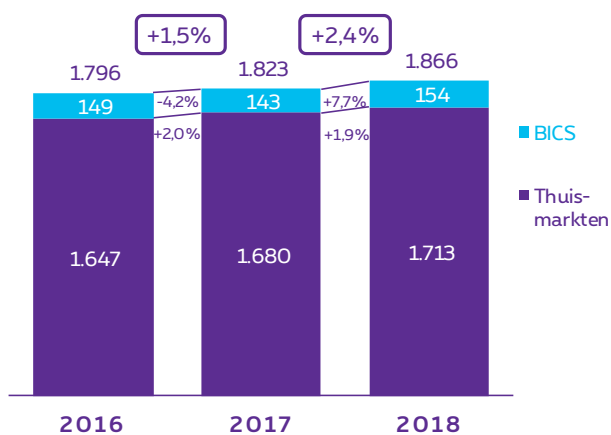
Over 2018 boekte de Proximus Groep een onderliggende ebitda van 1.866 miljoen EUR, een stijging met 2,4% tegenover 2017.

De activiteiten van Proximus op de thuismarkten deden de ebitda met 1,9% toenemen tot een totaal van 1.713 miljoen EUR.

Dit was te danken aan de directe marge gegenereerd door de groeiende klantenbasis van Proximus, die de nettodaling met 30 miljoen EUR van de roamingmarge ruimschoots compenseerde, en aan het feit dat de bedrijfskosten vrijwel stabiel bleven bij nochtans groeiende ICT-activiteiten.

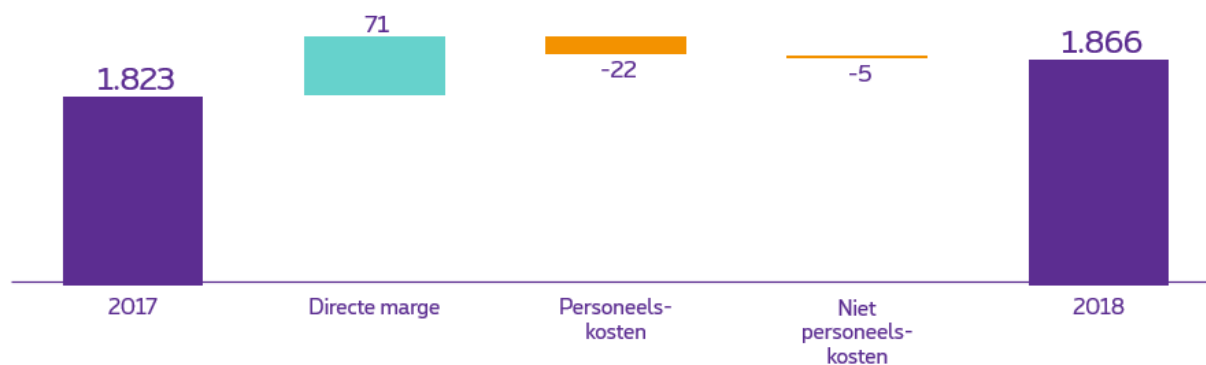
BICS sloot 2018 af met een totaal segmentresultaat van 154 miljoen EUR, 7,7% hoger dan dat van 2017, inclusief TeleSign. De segmentmarge van BICS als percentage van de omzet van 2018 bedroeg 11,4%, of 0,6 p.p. hoger dan het jaar voordien.

Ebitda
(onderliggend, M€)



Onderliggende ebitda voor de Groep
+2,4%

Ebitda evolutie
(onderliggend, M€)

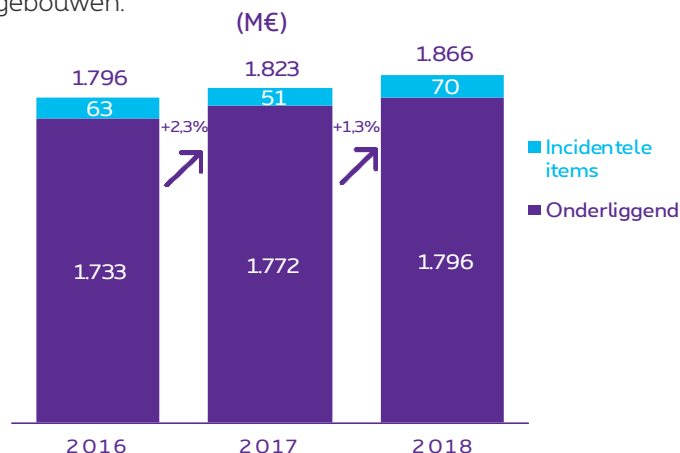


Gerapporteerde ebitda (inclusief incidentele items)

Rekening houdend met de incidentele items rapporteerde de Proximus Groep een ebitda van 1.796 miljoen EUR, tegenover 1.772 miljoen EUR het jaar voordien, een stijging met 1,3%. Zie pag. 3 voor meer informatie over de incidentele items.

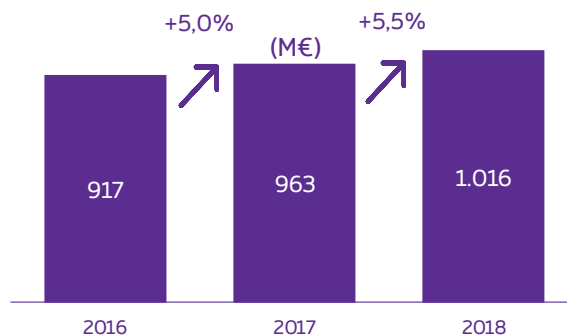
In 2018 rapporteerde de Proximus Groep -70 miljoen EUR netto incidentele items voor de ebitda, tegenover -51 miljoen EUR voor 2017. De incidentele items van 2018 omvatten vooral kosten in het kader van het lopende headcountplan (plan voor vervroegd vertrek voorafgaand aan het pensioen), bijgewerkte voorzieningen voor belasting op pylonen, de

bijzondere waardevermindering van Enterprise-software en meerwaarden op de verkoop van gebouwen.



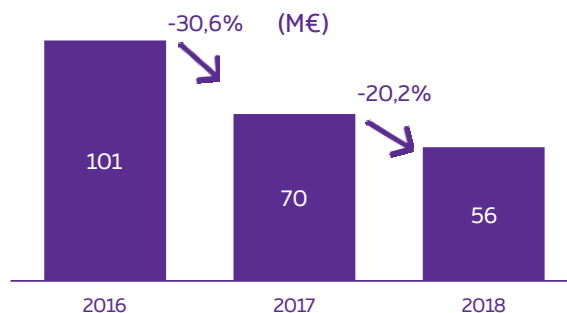
Afschrijvingen

In 2018 bedroegen de totale afschrijvingen 1.016 miljoen EUR, dit in vergelijking met 963 miljoen EUR voor 2017. De stijging is vooral het gevolg van een hogere activabasis om af te schrijven door de hogere investeringsniveaus, waaronder de verdere glasvezeluitrol, en de afschrijving van overgenomen bedrijven.



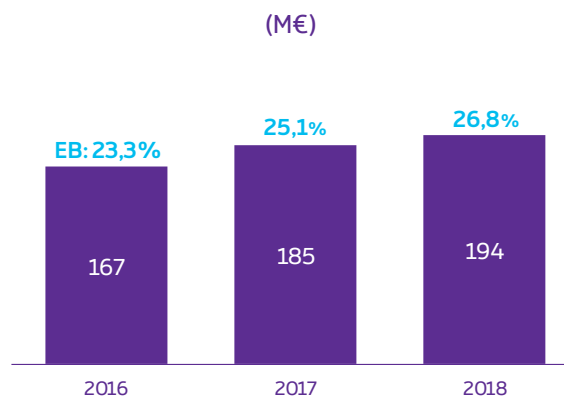
Netto financiële kosten

De totale netto financiële kosten voor het jaar 2018 bedroegen 56 miljoen EUR, 14 miljoen EUR lager dan de 70 miljoen EUR van het jaar voordien, vooral als gevolg van de herfinanciering tegen een lagere interestvoet.



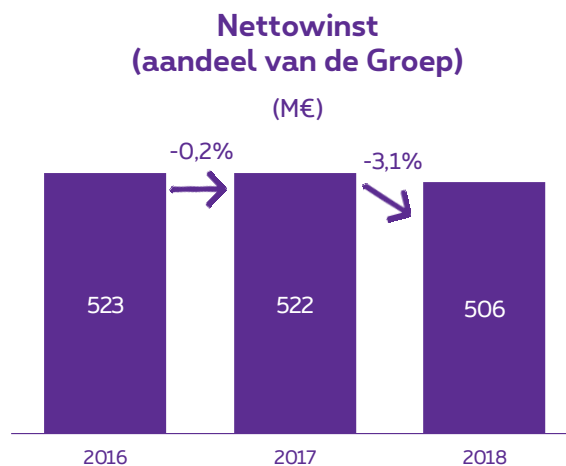
Belastingen

Over het jaar 2018 bedragen de inkomstenbelastingen EUR 194 miljoen, wat neerkomt op een effectieve belastingvoet van 26,8%. Dit is 2,8 pp lager dan het Belgisch nominaal belastingtarief van 29,58%. Het verschil heeft voornamelijk betrekking op de toepassing van de algemene principes voorzien in de Belgische fiscale wetgeving, zoals de aftrek van octrooi-inkomsten en andere O&O stimuli die deels gecompenseerd worden door niet aftrekbare-uitgaven in de vennootschapsbelasting.



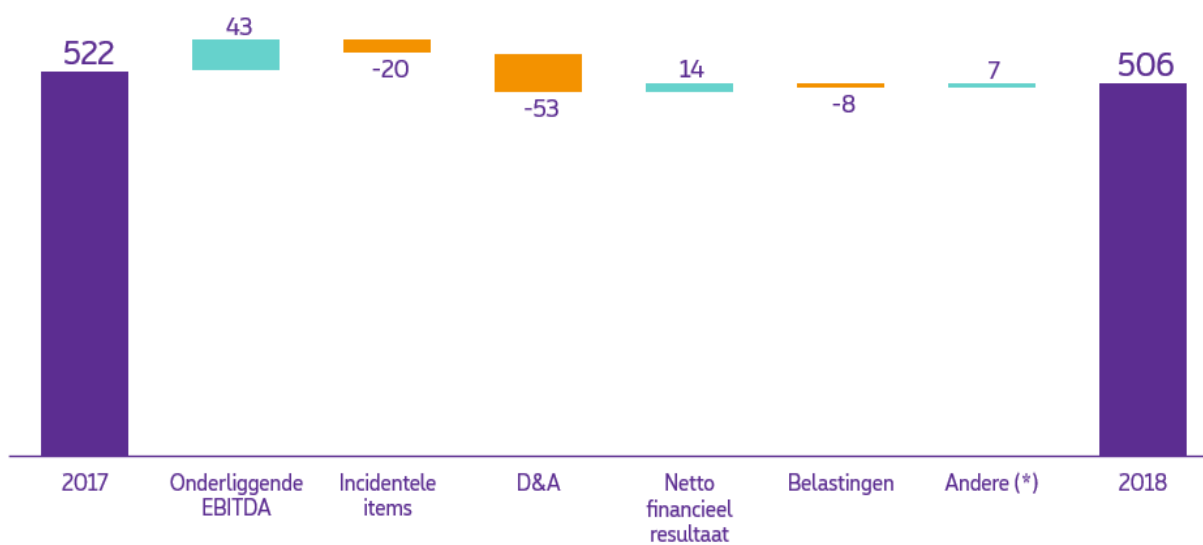
Nettowinst

Proximus rapporteerde over 2018 een nettowinst (aandeel van de Groep) van 506 miljoen EUR. Dit is lager dan het jaar voordien, doordat de hogere onderliggende groepsebitda en de lagere financiële kosten ruimschoots werden tenietgedaan door hogere afschrijvingen, incidentele items en belastingsuitgaven voor belastingen.



Nettowinst evolutie

(M€)

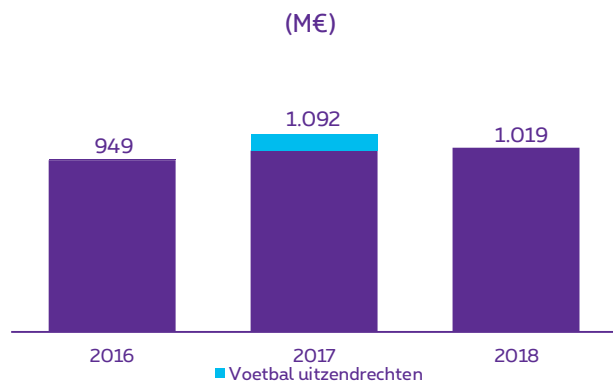


* Omvat minderheidsbelangen en aandeel in de verliezen van geassocieerde deelnemingen en joint ventures.

€ **506**M
Nettowinst

Capex

Het capexniveau weerspiegelt de strategie van de Groep om aanzienlijk te investeren in het verbeteren van zijn netwerken en het verbeteren van de globale klantenervaring. In 2018 investeerde Proximus in totaal 1.019 miljoen EUR, tegenover 1.092 miljoen EUR in 2017, inclusief de verlenging van de contracten op drie jaar voor de uitzendrechten van het voetbal (de Jupiler Pro League en de UEFA Champions League). Afgezien hiervan lagen de investeringen in 2018 iets hoger dan in 2017, mede doordat een groter aandeel van de capex naar het 'Glasvezel voor België'-project van Proximus ging. De uitrol van dit toekomstzekere netwerk startte begin 2017. In 2018 werd ermee verdergegaan in 9 steden. Daarnaast investeerde Proximus fors in zijn IT-systemen en digitale platformen, in vereenvoudiging en transformatie, en in aantrekkelijke content voor zijn tv-klanten.

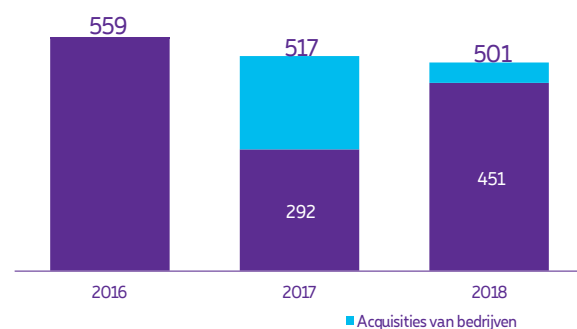


Vrije kasstroom

De totale vrije kasstroom van Proximus over 2018 bedroeg 451 miljoen EUR, of 501 miljoen EUR indien geen rekening wordt gehouden met de uitgaande cash in 2018 voor de overname van filialen in het ICT-domein. Ter vergelijking: in 2017 bedroeg de vrije kasstroom 517 miljoen EUR, exclusief de uitgaande cash voor de overname van Davinsi Labs (mei), Unbrace (oktober) en TeleSign (november).

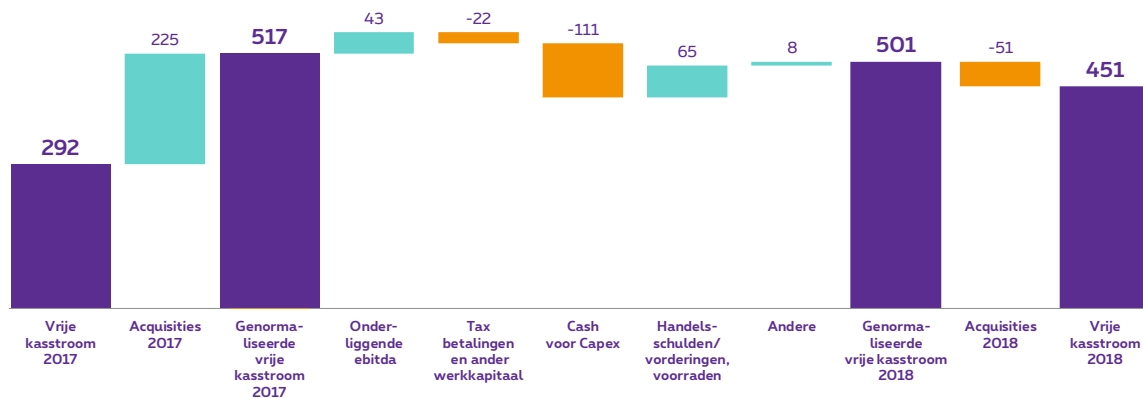
Op vergelijkbare basis was de daling met 16 miljoen EUR in vergelijking met 2017 het nettoresultaat van hogere uitgaande cash voor capex, hogere betalingen voor inkomstenbelastingen en de begunstigen van het vrijwillig plan voor verlof voorafgaand aan het pensioen, grotendeels gecompenseerd door een aangroei van de onderliggende ebitda en de lagere noodzaak aan cash voor het operationele bedrijfskapitaal.

Vrije kasstroom (onderliggend, M€)



€ **501** M
Genormaliseerde
vrije kasstroom

Vrije kasstroom evolutie (M€)



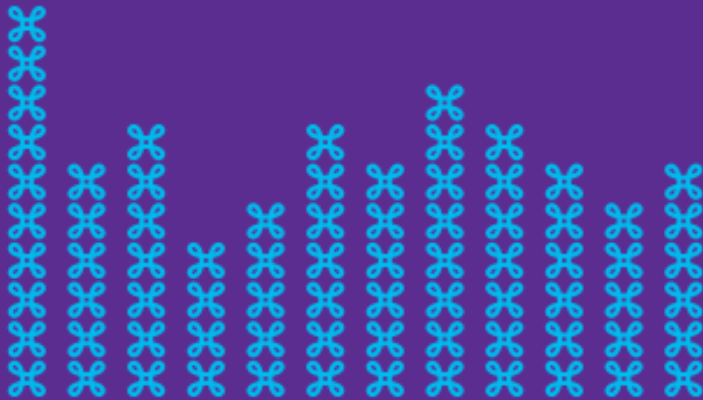
Netto financiële positie

Proximus behield een solide financiële positie met een nettoschuld van 2.148 miljoen EUR eind 2018.

De nettoschuld is tegenover het jaar voordien gestegen door de overnames in het ICT-domein, terwijl het genormaliseerde peil van de vrije kasstroom voor 2018 toereikend was voor de toegezegde dividenduitkering.



*inclusief dividenden aan minderheidsbelangen



- Grotere klantenbasis voor tv, internet en mobiele postpaid met tweemerkenstrategie in een concurrentiële context.
- Waardecreërende klantenmix: groei van 4-play dankzij aanhoudend succes van Tuttimus en Bizz All-in.
- Omzet van het Consumer-segment -0,4%, inclusief de impact van de roamingverordening en de verminderde verkoop van mobiele toestellen met een lage marge.
- De directe marge steeg op jaarbasis met 1,3%.

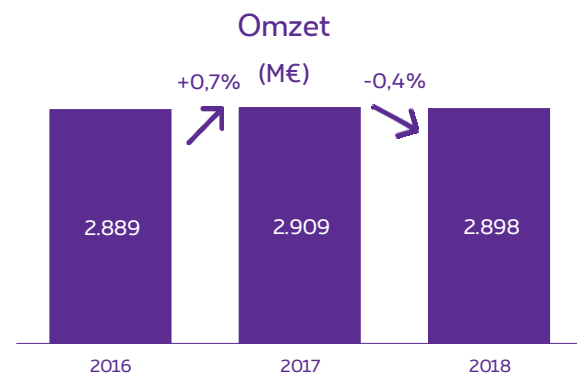


3. Consumer

Omzet

Over 2018 bedroeg de totale omzet van het Consumer-segment 2.898 miljoen EUR, 0,4% lager dan in 2017. Dit was vooral het gevolg van de hogere omzet uit vaste diensten en Tango, die werd tenietgedaan door de lagere omzet uit mobiele diensten ingevolge de Roam-like-at-Home-verordening en de achteruitgang van prepaid, en door de verminderde verkoop van mobiele toestellen met een lage marge.

De tweemerkenstrategie van Proximus en zijn gesegmenteerde benadering voor de residentiële markt leverde resultaten op, in het bijzonder in een concurrentiëlere context. Het merk Proximus evolueerde naar een waardevollere klantenbasis dankzij het aanhoudende succes van Tuttimus en Bizz All-in, waarvoor eind 2018 508.000 abonnees werden geteld. Ook het mobiele Epic-aanbod, dat eind juni werd gelanceerd, bleek succesvol, en biedt millennials een volwaardige digitale ervaring. In het segment van de prijszoekers bleef het merk Scarlet verder groeien, dankzij zijn eenvoudige, scherp geprijsde aanbiedingen.

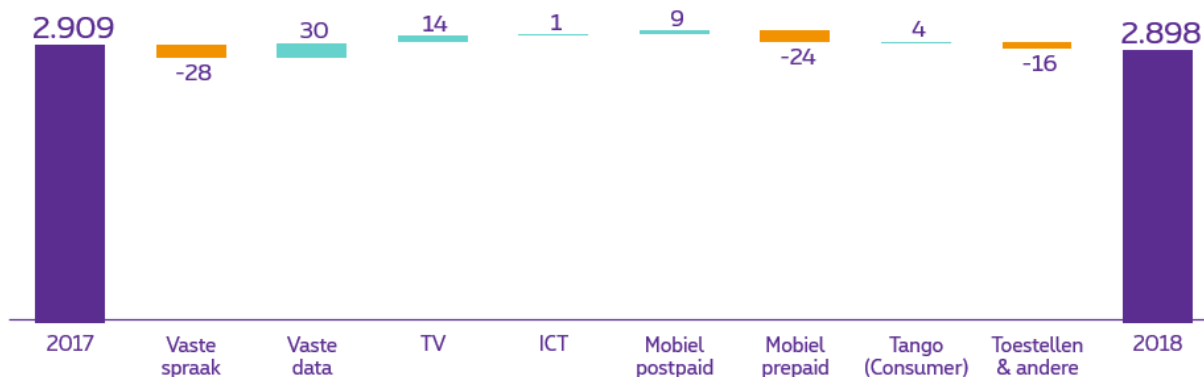


De omzetsijging die voortvloeit uit de klantengroei voor tv en internet compenseerde ruimschoots het aanhoudende omzetverlies voor vaste spraak. Een solide groei van de mobiele postpaidklantenbasis heeft ook bijgedragen tot een hogere omzet, ondanks forse tegenwind van de roamingverordening in de eerste jaarhelft.

Mobiele prepaid had verder af te rekenen met fors omzetverlies. Op een krimpende prepaidmarkt wordt de prepaidklantenbasis van Proximus kleiner, voor een stuk door actieve migraties naar waardevollere postpaidabbonementen, waarbij het Full Control-aanbod in het bijzonder een succesvol alternatief is.

Omzet evolutie per productgroep

(onderliggend, M€)



De omzet van het Consumer-segment werd sterk gedragen door de upselling van bijkomende diensten aan zijn klanten versterkt door de aantrekkelijke Tuttimus- en Bizz All-in-aanbiedingen. Dit vertaalde zich in een groeiende 4-playklantenbasis, waarbij Proximus het jaar 2018 afsloot met 731.000 4-playgezinnen, een toename met 7,0% tegenover het jaar voordien. Met een 4-play-ARPH van 111,4 EUR en een lage totale churn van 3,4% werd de klantenbasis van het Consumer-segment waardevoller en trouwer in 2018.

INTERNET

Het Consumer-segment van Proximus genereerde 4,9% meer omzet uit zijn internetabbonementen dan het jaar voordien, waardoor de totale omzet voor 2018 uitkwam op 649 miljoen EUR. Dit was het gevolg van een stevige aangroei met 47.000 klanten in de voorbije 12 maanden. De totale internetklantenbasis nam toe tot 1.894.000, een gestage groei op jaarbasis met 2,5%, ondersteund door zowel het merk Proximus als het merk Scarlet. Dit werd bereikt door een stevige brutoklantenaangroei en een vrij stabiele internetchurn bij Proximus in vergelijking met het jaar voordien, op een concurrentiële markt.

Over het volledige jaar 2018 boekte Tango, het Luxemburgse filiaal van Proximus, voor het Consumer-segment een totale omzet van 118 miljoen EUR, 3,6% hoger dan het jaar voordien. Dat was het gevolg van een aanhoudende groei van zijn mobiele omzet en de succesvolle uitvoering van zijn convergentiestrategie, waarbij FTTH zorgde voor een stijging van de omzet uit breedband.

De gemiddelde omzet per klant steeg met 1,9%, waardoor de ARPU over 2018 uitkwam op 28,9 EUR. Dit weerspiegelde de prijsveranderingen sinds het begin van 2018, deels gecompenseerd door een groter aandeel Scarlet-klanten, met doorgaans lager geprijsde internetaanbiedingen.

+47.000

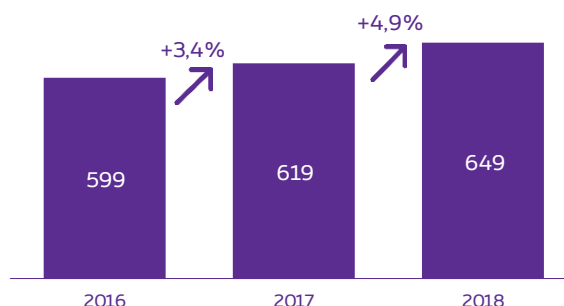
**Klanten met
vast internet**

Omzet gestegen met

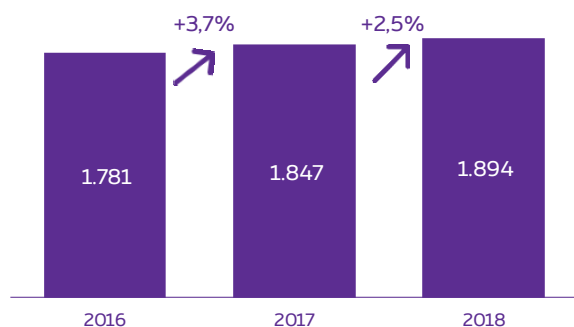
+4,9%

Omdat internetabbonementen meestal binnen een bredere bundel worden verkocht, werd de ARPU uit vast internet ook beïnvloed door de impact van de boekhoudkundige pack korting toegerekend per product.

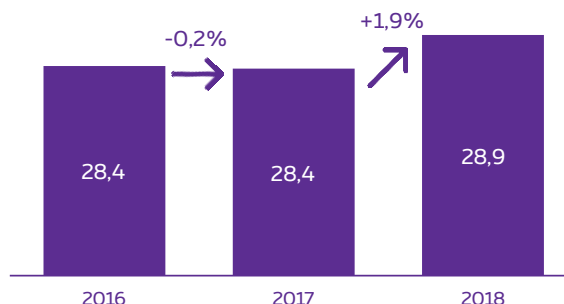
Omzet uit vast internet (M€)



Klanten met vast internet (in '000)



ARPU uit vast internet (in €)



TV

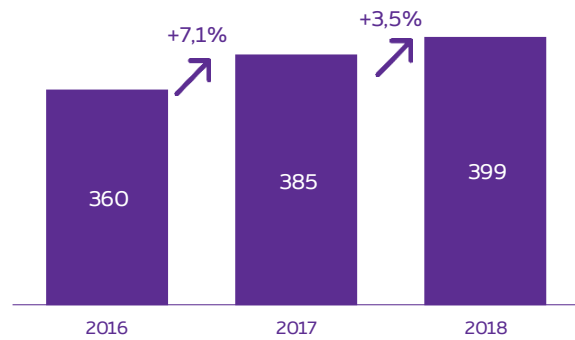
Op één jaar tijd breidden de merken Proximus en Scarlet samen hun tv-klantenbasis uit met 50.000 tv-gezinnen, tot een totaal van 1.611.000 Proximus TV-klanten, een groei op jaarbasis met 3,2%.

De ARPU uit tv kwam in 2018 uit op 20,9 EUR en was stabiel in vergelijking met het jaar voordien (-0,1%). De groeiende tv-klantenbasis blijft een belangrijke omzetmotor voor het Consumer-segment, met een omzet uit tv die op jaarbasis met 3,5% is gestegen tot een totaal van 399 miljoen EUR voor 2018.

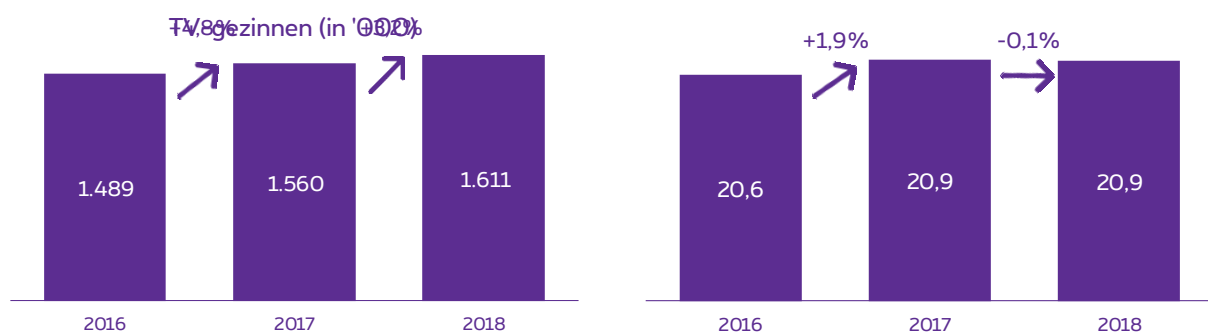


De klantengroei werd goed ondersteund door de Tuttimus- en Familus-aanbiedingen onder het Proximus-merk, die klanten ruimere tv-content ter beschikking stellen.

Omzet uit TV (M€)



TV-ARPU (in €)



VASTE SPRAAK

Eind 2018 telde de klantenbasis voor vaste spraak van Proximus in totaal 1.969.000 lijnen voor de merken Proximus en Scarlet samen. Met de steun van de 'all-in'-aanbiedingen met vaste spraak werd de daling op jaarbasis beperkt tot 3,3%.

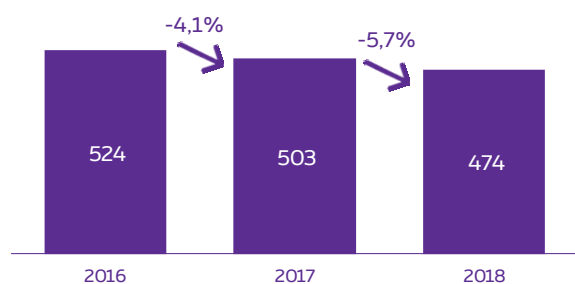
Voor 2018 bedroeg de ARPU uit vaste spraak 19,7 EUR, wat neerkomt op een daling met 3,1% in vergelijking met het jaar voordien. Dit was te wijten aan een blijvende daling in het spraakverkeer, voor

een deel gecompenseerd door de tariefwijzigingen op 1 januari 2018 voor 1-play vaste spraak.

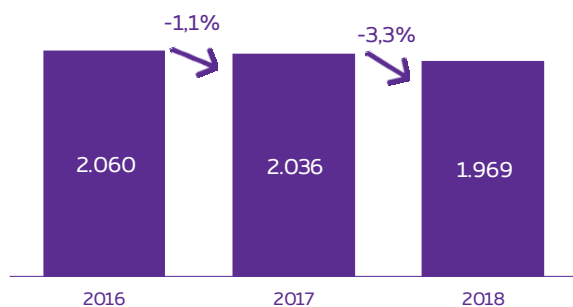
Een lagere klantenbasis voor vaste spraak in vergelijking met het jaar voordien, gecombineerd met een lagere ARPU, leidde tot een omzetsdaling voor vaste spraak met 5,7% op jaarbasis, waardoor de omzet voor 2018 uitkwam op 474 miljoen EUR.

**Daling van
aantal vaste
spraaklijnen
getemperd door
succes van
multiplay-
aanbiedingen**

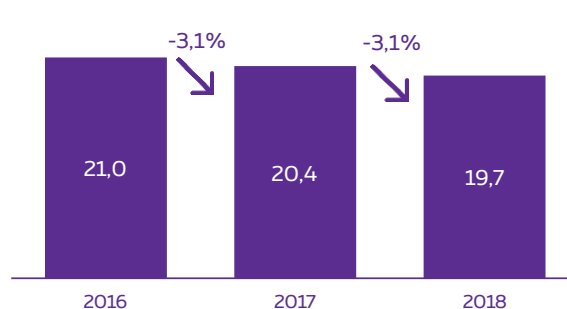
Omzet uit vaste spraak (M€)



Klanten met vaste spraak (in '000)

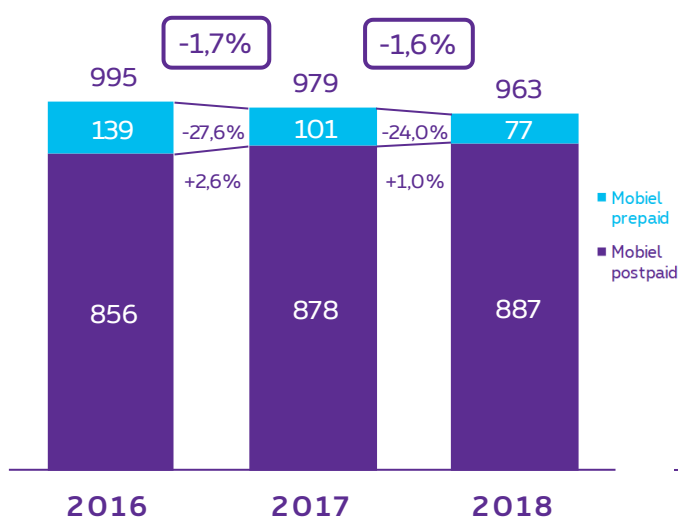


ARPU uit vaste spraak (in €)

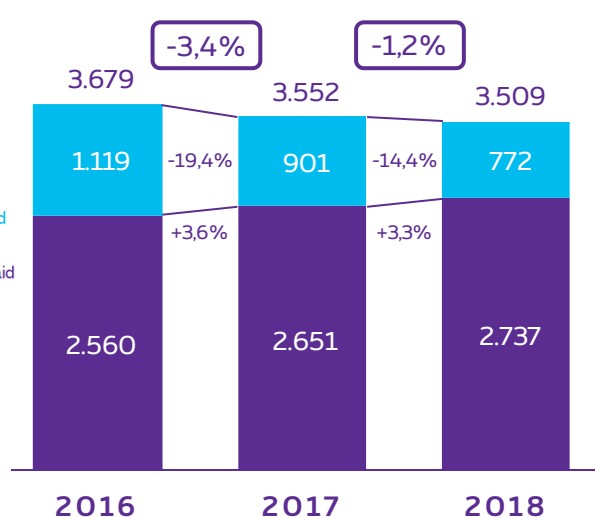


MOBIEL

Omzet uit mobiele diensten (M€)



Mobiele klanten (in '000)



MOBIELE POSTPAID

Het Consumer-segment sloot het jaar 2018 af met een verdere omzetsijting voor postpaiddiensten met 1,0%, dankzij de groeiende klantenbasis. Eind 2018 telde de totale postpaidbasis 2.737.000 kaarten, of 3,3% meer dan het jaar voordien.

Ondanks scherpe initiatieven van de concurrentie kon de churn voor mobiele postpaid worden

bepikt tot 15,8%, 0,2 p.p. hoger dan het jaar voordien. Met churnpercentages die onder controle werden gehouden en succesvolle veranderingen aan de mobiele portfolio van Proximus, door de toevoeging van onbeperkte⁴ spraak- en data-aanbiedingen en de lancering van het Epic-aanbod voor millennials, breidde Proximus zijn aantal postpaidabbonementen voor het Consumer-segment in 2018 uit met 86.000.

⁴ Fair Usage Policy : BE: 20 GB aan maximale snelheid, daarna aan 512 Kbps - EU: 16 GB aan maximale snelheid, daarna aan 0.0072€/MB

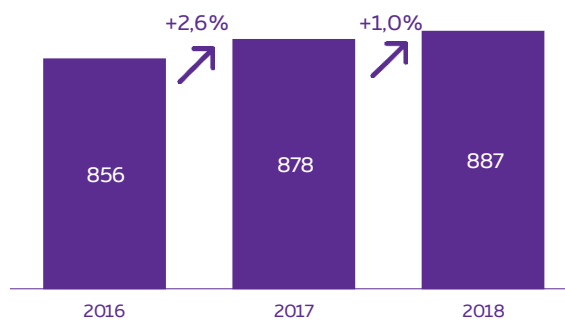
Voor 2018 bedroeg de ARPU uit postpaid 27,5 EUR, een daling op jaarbasis met 1,7%. Dit weerspiegelt het gecombineerde effect van de impact van de roamingtarieven in de eerste

jaarhelft van 2018 en de geannualiseerde ondersteuning van de aanpassingen van de mobiele tarieven in het kader van een 'meer-voor-meer'-concept op 1 augustus 2017.

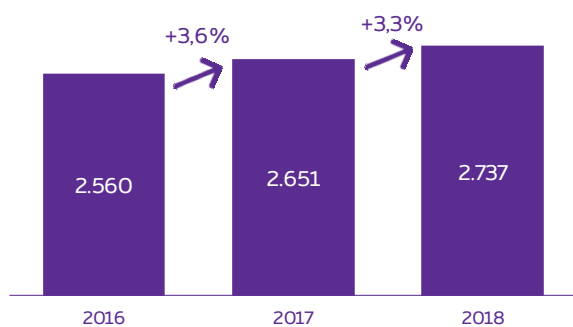
+86.000
**Mobile postpaid-
 kaarten**

+3,3%
op jaarbasis

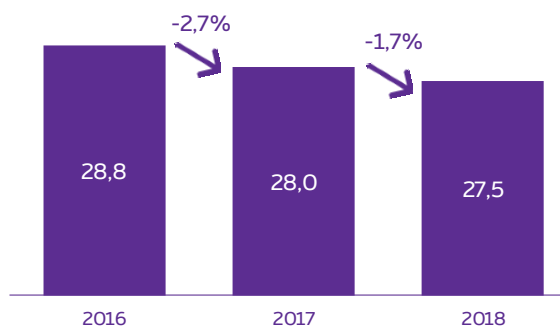
Omzet uit postpaid (M€)



Postpaidkaarten (in '000)



ARPU uit postpaid (in €)



MOBIELE PREPAID

In tegenstelling tot mobiele postpaid toonde de omzet uit mobiele prepaid een scherpe daling met 24% in vergelijking met het jaar voordien.

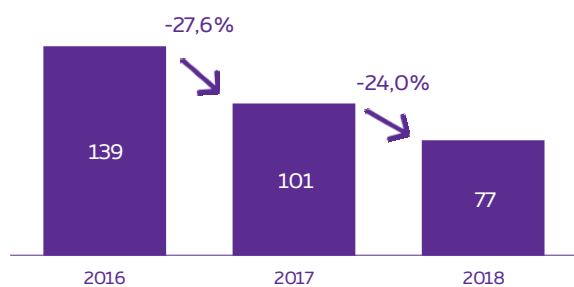
Het verlies van prepaidkaarten bleef hoog: de prepaidbasis nam af met 130.000 kaarten, waardoor het totale aantal prepaidkaarten eind 2018 uitkwam op 772.000. De aanhoudende daling in een reeds krimpende markt was deels het gevolg van de strategie om klanten naar gelijkaardige postpaidtariefplannen met een hogere waarde te migreren.

Voor 2018 bedroeg de ARPU uit prepaid 7,6 EUR, een daling met 10,1% tegenover 2017.

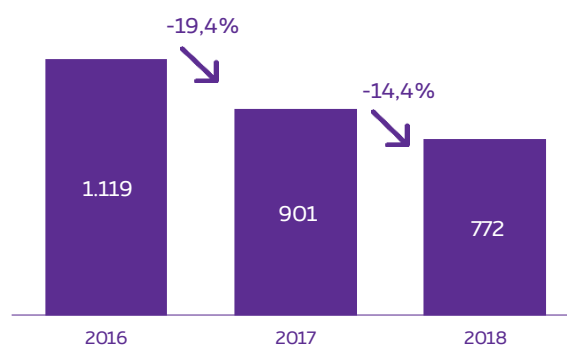
-130.000
**Mobile prepaid-
 kaarten**

-14,4%
op jaarbasis

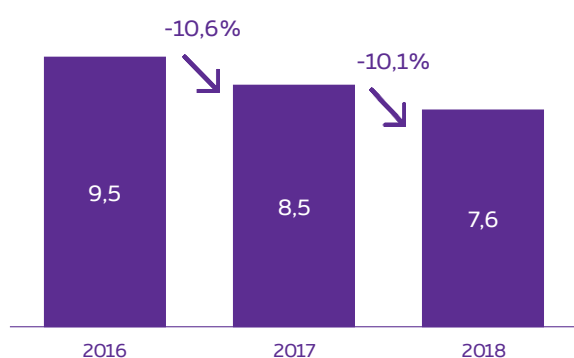
Omzet uit prepaid (M€)



Prepaidkaarten (in '000)



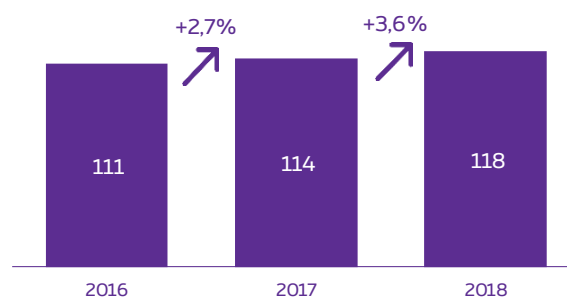
ARPU uit prepaid (in €)



CONSUMER TANGO

Tango, de Luxemburgse telecomoperator van Proximus, boekte voor 2018 een stevige omzetgroei met 3,6% tot 118 miljoen EUR voor het Consumer-segment, op een agressieve concurrentiële markt. Dat was het gevolg van een aanhoudende groei van de omzet uit mobiel en de succesvolle uitvoering van zijn convergentiestrategie, waarbij FTTH zorgde voor een stijging van de omzet uit breedband.

Omzet Consumer Tango (M€)



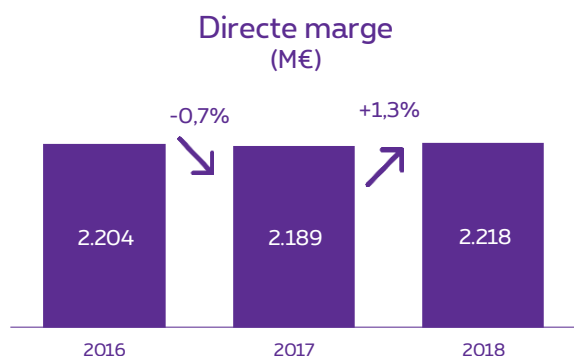
+3,6%

**Omzet
Consumer Tango**

Directe marge Consumer-segment

De directe marge van het Consumer-segment steeg in 2018 met 1,3% tot 2.218 miljoen EUR, d.w.z. 28 miljoen EUR hoger dan in 2017. Deze groei kwam er ondanks het feit dat de eerste jaarthelft van 2018 de impact ondervond van de Roam-like-at-Home-verordening, dankzij een stevig groeiende klantenbasis, een verbeterde

omzetmix en de tariefaanpassingen. Bovendien werd de eerste helft van 2018 ondersteund door enkele belangrijke eenmalige gunstige elementen, terwijl de tweede helft de negatieve impact ondervond van een verlies van directe marge door een vernieuwde inningsprocedure⁵.



€2.218M
Directe marge
Consumer

Succes van 'all-in'-aanbiedingen leidt tot een aanhoudend sterke groei van 4-play

De vooruitgang op het vlak van de langetermijn convergentie en waarde strategie van Proximus wordt gemeten via een multiplayrapportering. In tegenstelling tot de traditionele rapportering per productgroep spitst de X-playrapportering zich toe op operationele en financiële meeteenheden in termen van door Proximus bediende gezinnen en kleine ondernemingen (HH/SO) en het aantal aangeboden 'plays' (d.w.z. mobiele postpaid - vaste spraak - vast internet - tv) en Revenue

Generating Units (RGU). De X-playrapportering omvat ook HH/SO-diensten van Scarlet. Onder IFRS15⁶ rapporteerde het Consumer-segment voor 2018 een omzet van 2.903 miljoen EUR, of een daling met 0,9% tegenover het jaar voordien. Daarnaast steeg de omzet van de gezinnen (X-play) met 0,2% tot 2.348 miljoen EUR. De omzet uit prepaid en toestellen met lage marges ging achteruit.

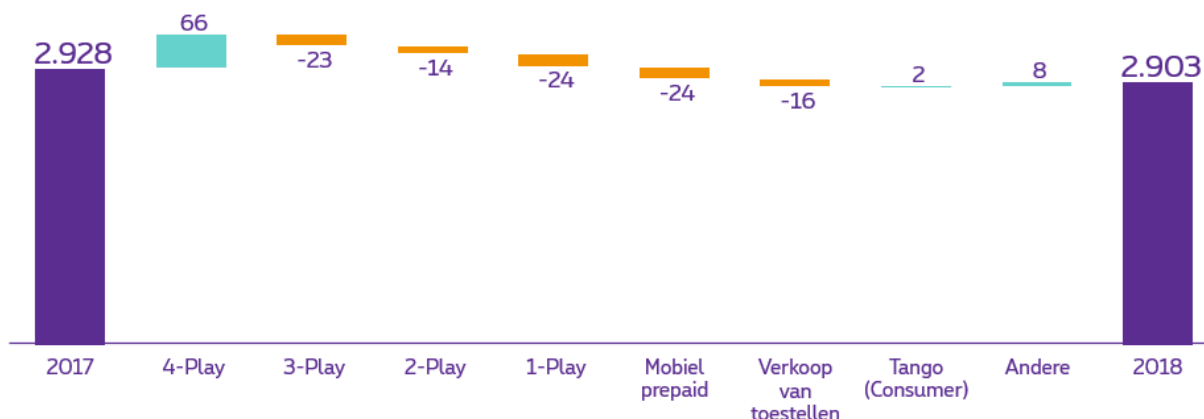
⁵ De herinneringskosten werden verlaagd ingevolge een nieuwe wetgeving. Bovendien werd de inningsprocedure van Proximus aangepast om de

klantenervaring te verbeteren; het aantal herinneringen voor openstaande facturen werd verminderd.

⁶ Zie pag. 4

Omzet evolutie per X-playproductgroep

(onderliggend, M€ onder IFRS15)

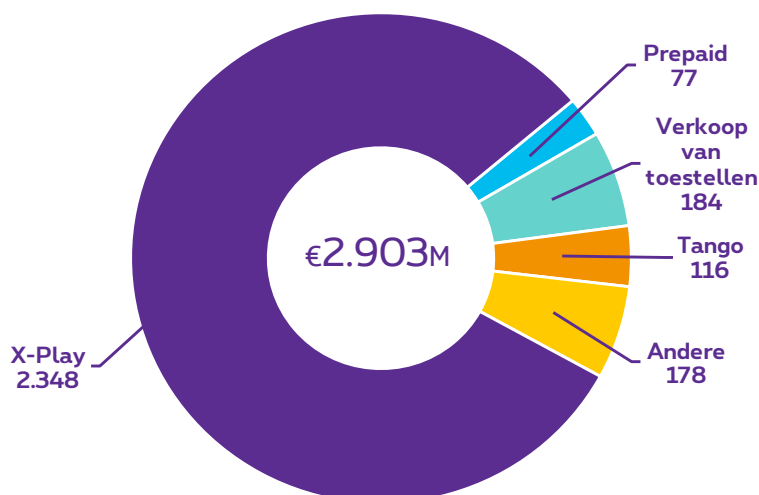


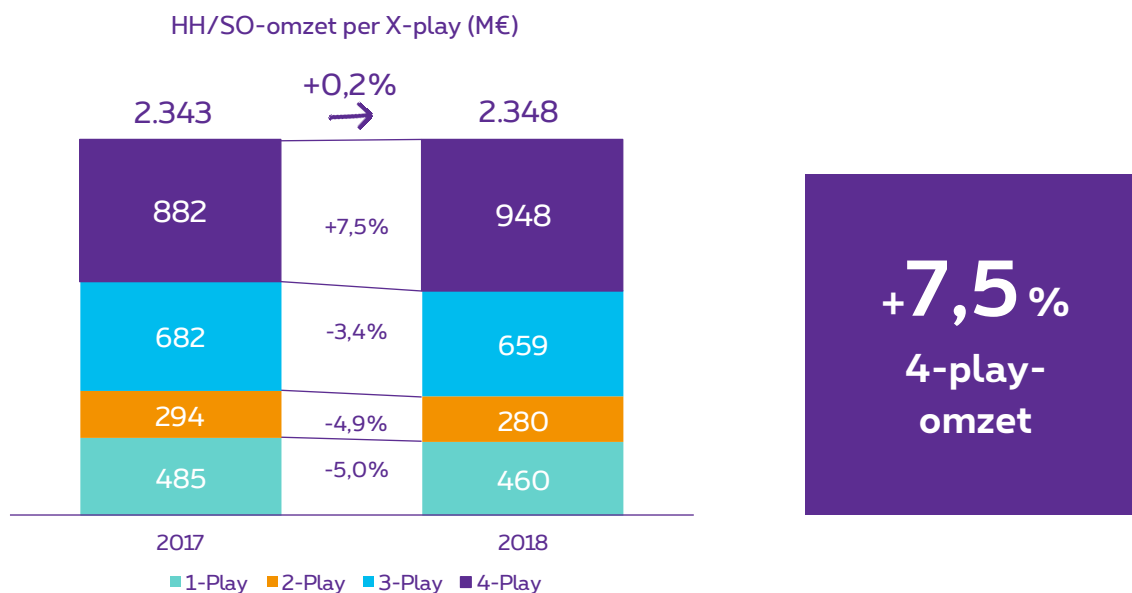
In 2018 verbeterde Proximus verder zijn klantenmix, waarbij een toenemend aantal van zijn gezinnen/kleine ondernemingen naar 4-play overstapten. Over de twaalf maanden van 2018 werden 48.000 4-play-HH/SO-klanten toegevoegd, of +7,0%.

Eind 2018 bediende Proximus 731.000 4-play-HH/SO-klanten, d.w.z. 24,7% van zijn totale basis. Deze positieve evolutie was vooral te danken aan het aanhoudende succes van de Proximus-aanbiedingen Tuttimus en Bizz All-in, waarop 149.000 HH/SO-klanten intekenden in 2018, waardoor het totale aantal 508.000 bedroeg eind 2018. Dit leidde tot een verdere stijging van de penetratiegraad van de 'all-in'-bundels in de totale 4-playbasis.

De groeiende 4-playbasis zorgde voor een aanhoudende omzetsijging voor 4-play op jaarbasis met 7,5%. De ARPH van een 4-play-HH/SO bedroeg 111,4 EUR in 2018, of 1,2% lager dan het jaar voordien. Dit is het gecombineerde resultaat van een verbeterd niveau van de RGU's tot 4,89 (+1,1%), druk van de regelgeving op mobiele roaming en de afnemende ondersteuning van de prijsstijgingen in het kader van een 'meer-voor-meer'-concept. Bovendien weerspiegelt de ARPH de aanhoudende daling van het spraakverkeer.

Opsplitsing omzet Consumer voor 2018
(M€, onder IFRS15)





Met meer klanten die overstapten op 4-play gingen de gemiddelde RGU's van de totale HH/SO-basis er met 2,5% op vooruit tegenover het jaar voordien, en kwamen ze uit op 2,77. Dit leidde tot een ARPH-groei met 0,8% tot 65,9 EUR voor 2018.

In een landschap gekenmerkt door toenemende concurrentie bedroeg het globale churnpercentage op jaarbasis 13,6% voor 2018, of 0,7 p.p. hoger dan een jaar eerder.

Doordat Proximus vooral aan upselling naar 4-play doet, daalde het aantal 2-play- en 3-play-klanten over het jaar.

De achteruitgang van 1-play-HH/SO met vaste spraak zette zich gestaag door, met een daling van 43.000 HH/SO-klanten voor 2018. Als gevolg hiervan daalde de omzet uit standalone vaste

spraak verder tot een totaal van 94 miljoen EUR, goed voor 3,2% van de totale omzet van het Consumer-segment.

De totale 1-play-HH/SO-basis van Proximus met mobile kwam eind 2018 uit op 686.000, met een ARPH van 37,8 EUR (voor 1,34 RGU), d.w.z. een daling met 4,7% op jaarbasis. Dit kwam vooral door de impact van RLAH in de eerste jaarhelft van 2018 en door het upsellingeffect naar multiplayaanbiedingen voor higher-end mobiele klanten.

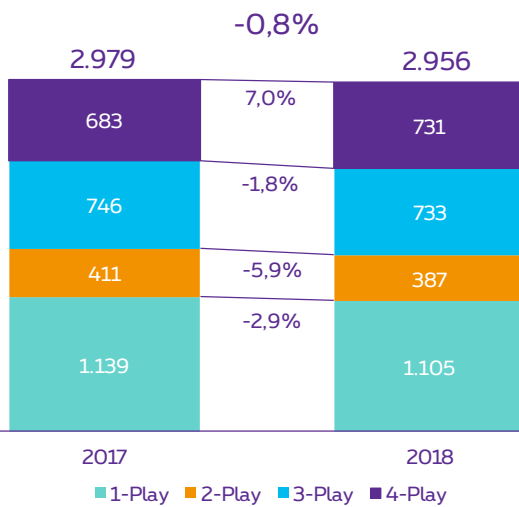
De 1-play-HH/SO-basis van Proximus voor internet groeide over 2018 aan tot 151.000, of +12.000. Hierin is het effect van de succesvolle standalone breedbandaanbiedingen van Scarlet inbegrepen. De overeenkomstige ARPH van 31,1 EUR betekende een stijging met 2,8% tegenover het jaar voordien, inclusief de prijsstijging van de standalone breedbandaanbiedingen van Proximus.

Gemiddelde
RGU
2,77

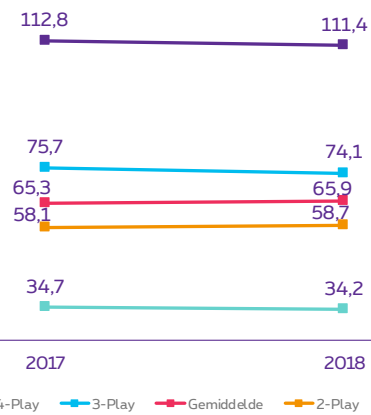
Gemiddelde omzet
per HH/SO
€65,9

HH/SO met
vast en mobiel
58,3%

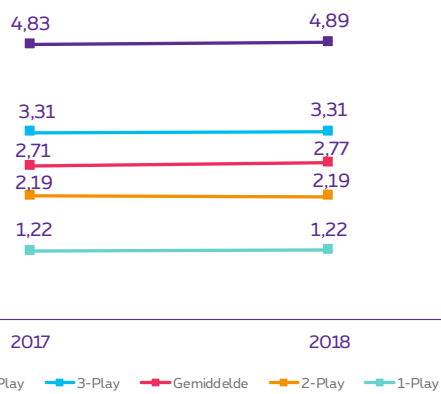
Gezinnen en kleine ondernemingen in het Consumer-segment per X-play ('000)



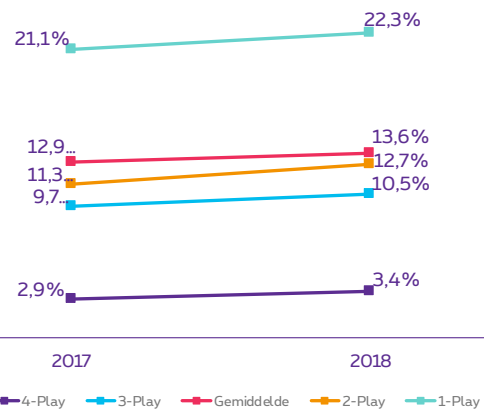
Gemiddelde omzet per HH/SO (ARPH in €)



Gemiddelde Revenue Generating Units per HH/SO (RGU's in eenheden)



Geannualiseerde totale churn



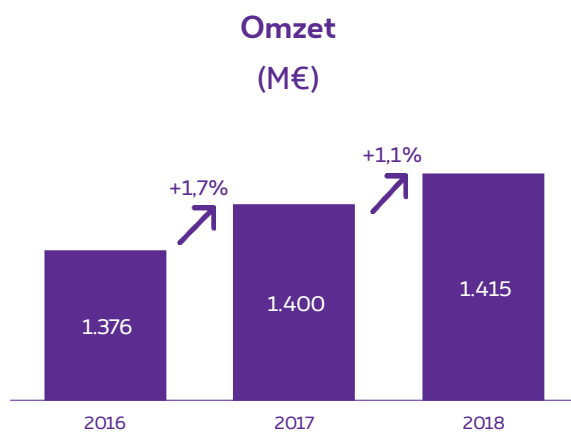
- Het Enterprise-segment zag zijn omzet over 2018 met 1,1% toenemen in een steeds concurrentiëlere omgeving.
- Omzetgroei dankzij ICT en Advanced Business Services waarmee de druk op de traditionele diensten wordt gecompenseerd.
- Sterke groei van de mobieleklantenbasis gecompenseerd door de druk op de mobiele tarieven.
- Directe marge +0,8% tegenover 2017, een redelijk stabiele 68% van de omzet, met een omzetmix die evolueerde van vaste telecom omzet met een hogere directe marge naar een omzet uit ICT gedreven door hogere personeelskosten.

4. Enterprise

Omzet

Het Enterprise-segment van Proximus boekte over 2018 een omzet van 1.415 miljoen EUR, 1,1% hoger dan in 2017, ondanks een meer competitieve businessmarkt, tegenwind van de roamingverordening in de eerste jaarhelft en de aanhoudende omzetzdaling voor vaste spraak.

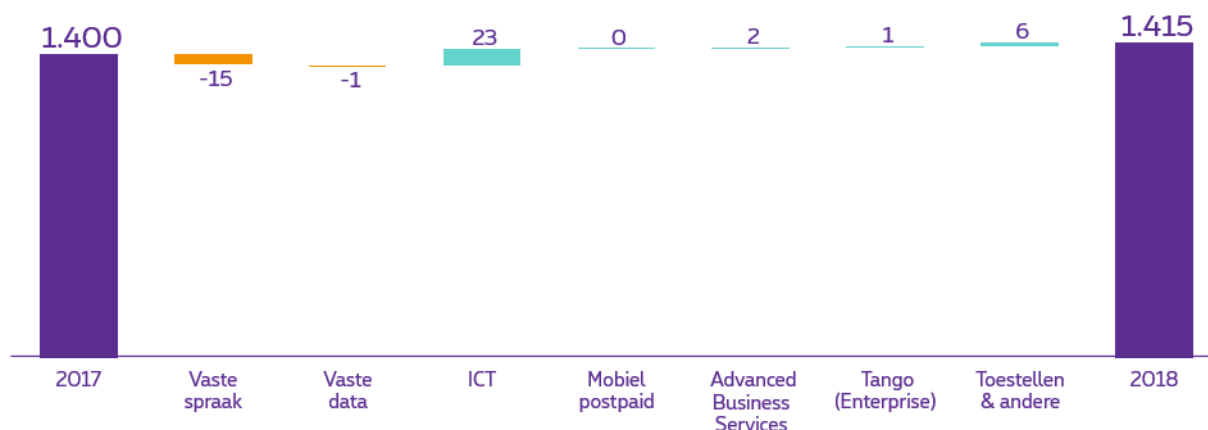
De omzetgroei voor het Enterprise-segment in 2018 was te danken aan een hogere omzet uit ICT, inclusief het voordeel van acquisities. Daarnaast leverden Advanced Business Services en Tango een positieve bijdrage tot de totale omzet, net als de hogere omzet uit mobiele toestellen.



Omzet op
jaarbasis
+1,1%

Omzet evolutie per productgroep

(onderliggend, M€)

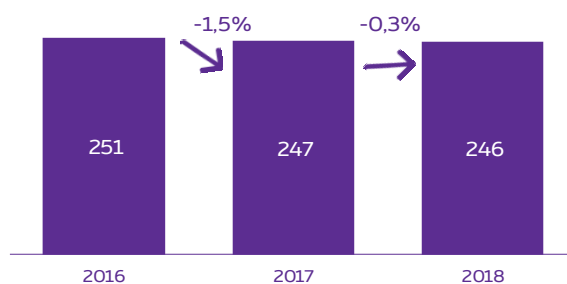


Vaste data

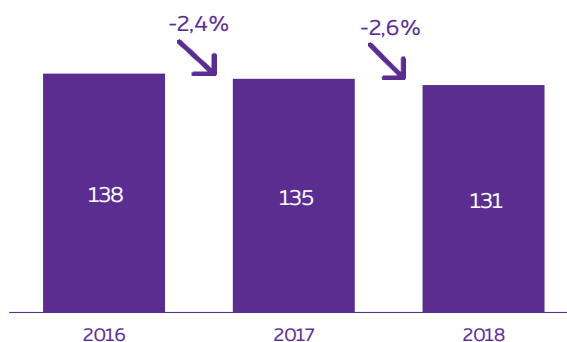
In 2018 bedroeg de totale omzet uit vaste data 246 miljoen EUR, vrijwel stabiel tegenover het jaar voordien (-0,3%). Dit is inclusief de gestage bijdrage tot de omzet van dataconnectiviteit, dat veruit het grootste aandeel in deze productcategorie vertegenwoordigt. Het Enterprise-segment bleef klanten migreren naar het VPN-flagship 'Explore' van Proximus en kon profiteren van de verdere uitrol van P2P-glasvezel, terwijl traditionele producten worden uitgefaseerd en gemigreerd in het kader van vereenvoudigingsprogramma's, die klanten nieuwe oplossingen tegen voordeliger tarieven aanbieden.

Het Enterprise-segment bleef forse concurrentie op de internetmarkt ondervinden voor het instap- en middengamma. Toch slaagde Proximus erin om zijn nettolijnverlies te beperken tot 4.000 internetlijnen, vooral low-end, wat de totale basis eind 2018 op 131.000 bracht. Dit is een daling met 2,6% tegenover een jaar geleden. De kleinere klantenbasis voor internet werd grotendeels gecompenseerd door een stijging met 1,2% van de breedband-ARPU tot 43,7 EUR, ondersteund door prijsindexeringseffecten en een toenemend aandeel van high-end internetlijnen in het totale park.

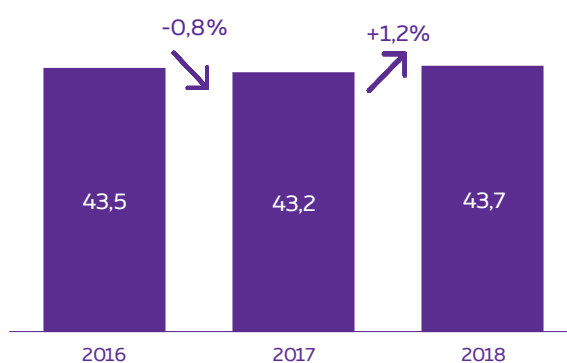
Omzet uit vaste data (M€)



Lijnen voor vast internet (in '000 lijnen)



ARPU uit vast internet (in €)

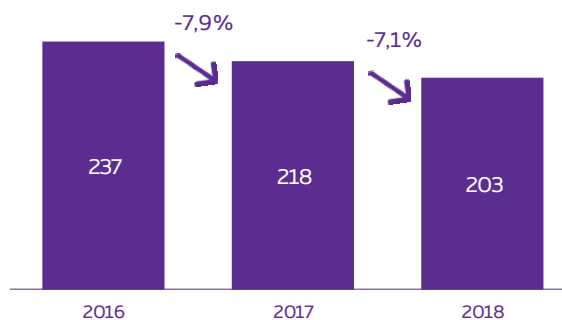


Vaste spraak

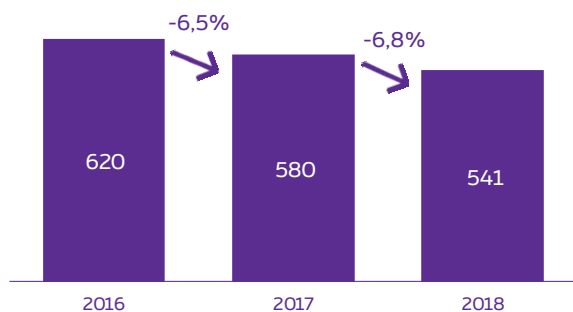
Het Enterprise-segment boekte in 2018 een omzet van 203 miljoen EUR uit vaste spraak, wat neerkomt op een gestage daling op jaarbasis met 7,1%. Het Enterprise-segment heeft af te rekenen met een aanhoudende rationalisatie door de klanten van hun vastelijnverbindingen, lager verbruik, technologiemigraties naar VoIP en concurrentiedruk. In 2018 kwam het lijnverlies uit op -39.000, wat het totale aantal vaste spraaklijnen van het Enterprise-segment eind 2018 op 541.000 bracht, wat neerkomt op een lijnenverlies van 6,8% op jaarbasis.

De ARPU uit vaste spraak van 30,2 EUR bleef redelijk stabiel in vergelijking met het jaar voordien (-0,4%). De daling van het verkeer per lijn en de hogere penetratie van opties voor onbepert bellen werden grotendeels gecompenseerd door de indexering van sommige tarieven op 1 januari 2018.

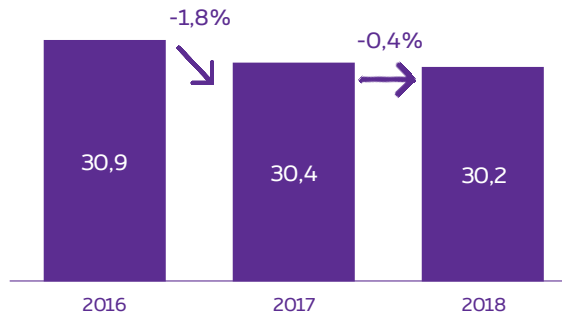
Omzet uit vaste spraak (M€)



Lijnen voor vaste spraak (in '000 lijnen)



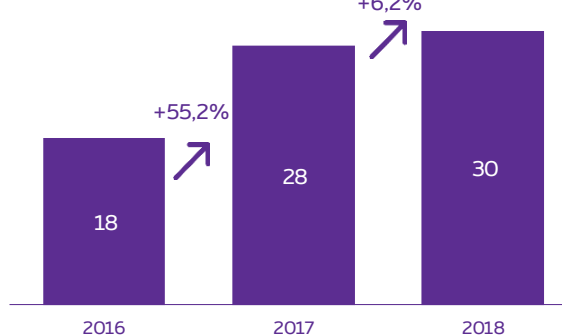
ARPU uit vaste spraak (in €)



Advanced Business Services

Het Enterprise-segment boekte verdere vooruitgang inzake Advanced Business Services (+6,2%) dankzij slimme mobiliteit, waarbij Be-Mobile⁷ een unieke plaats inneemt. Bovendien waren de convergente businessoplossingen van Proximus een succes, waardoor het aantal Call Connect klanten aangroeide (PABX in de Cloud).

Omzet uit Advanced Business Services (M€)



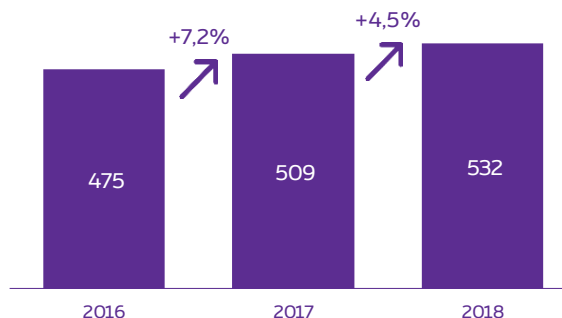
⁷ Be-Mobile is een Proximus-dochteronderneming gespecialiseerd in slimme mobiliteit. In november 2018 breidde het zijn slimme mobiliteitsservices in Europa uit door het Franse bedrijf Mediamobile over te nemen.

ICT

In een sterk competitieve omgeving heeft het Enterprise-segment een succesvolle strategie uitgewerkt door zijn portfolio uit te breiden buiten de loutere connectiviteitsdiensten en door significante oplossingen te bieden voor de digitale transformatie van zijn professionele klanten. Dit leidde voor 2018 tot een stevige stijging van de omzet uit ICT met 4,5%, inclusief de bijdrage van overgenomen gespecialiseerde bedrijven, wat de verschuiving van productdeals naar omzet uit diensten nog versnelde.

De recentste overname in 2018 betrof Codit, een in België gevestigde marktleider op het vlak van de integratie van businessapplicaties, API management en Cloud diensten. Eerder waren er de overnames van Umbrio, een Nederlands bedrijf gespecialiseerd in IT- en netwerkactiviteiten, en ION-IP, een Nederlands bedrijf gespecialiseerd in Managed Security Services. Bovendien ondervonden de ICT-prestaties op jaarbasis ook de gunstige invloed van Unbrace, een bedrijf dat applicaties ontwikkelt, en het cybersecuritybedrijf Davinsi Labs.

Omzet uit ICT
(M€)



Overgenomen ICT-bedrijven in 2017 en 2018



Mobiele diensten

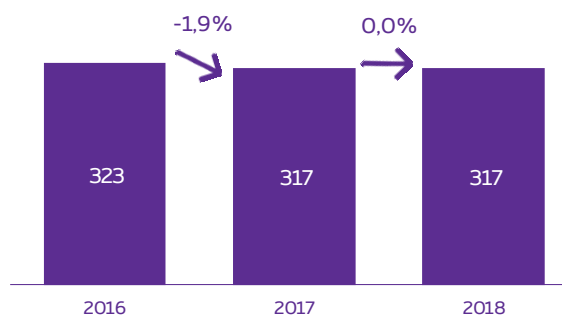
De omzet uit mobiele diensten van het Enterprise-segment bleef in 2018 stabiel tegenover het jaar voordien, met een totaal van 317 miljoen EUR.

De goede klantenervaring die het mobiele netwerk van Proximus biedt en de hoge serviceniveaus leidden tot een aanhoudende groei van de klantenbasis van Enterprise. De mobiele churn bleef in 2018 laag op 9,6%, tegenover 10,2% het jaar voordien. Dit leidde tot een sterke nettotoename met 40.000 mobiele spraakkaarten in 2018 en een basis voor mobiele spraak van 1.028.000 kaarten, 4,1% hoger dan het jaar voordien.

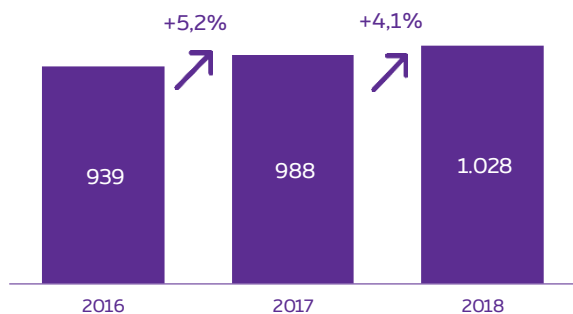
De aanhoudende klantenaangroei werd echter tenietgedaan door een lagere ARPU voor postpaid, die met 5,0% daalde tot 25,1 EUR. Dit

was het gevolg van het overdrachteffect van de gereguleerde Roam-like-at-Home-tarieven sinds juni 2017, een aanhoudende daling van de intekening op roamingopties, klanten die overstapten op voordeliger prijsbundels en druk op de prijzen door de concurrentie.

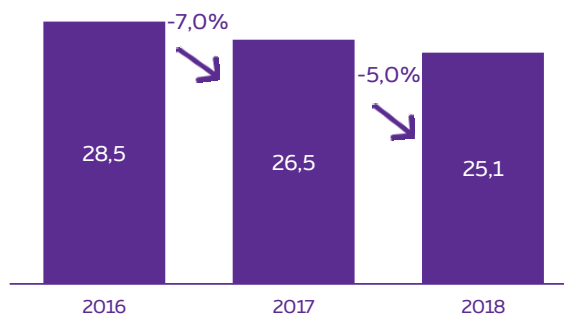
Omzet uit mobiele diensten (M€)



Mobiele kaarten (in '000)



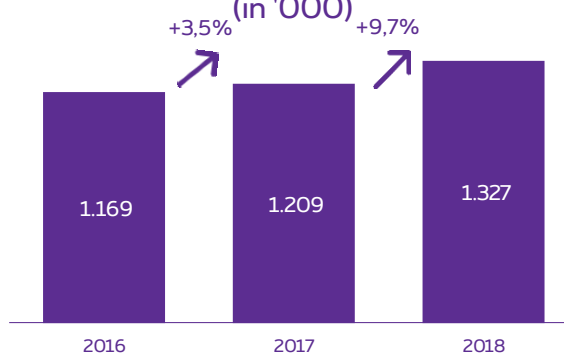
ARPU uit mobiele postpaid (in €)



Aantal nieuwe
mobiele kaarten
uitgezonderd M2M
+40.000

Het Enterprise-segment van Proximus behield zijn leiderspositie op de M2M-markt.

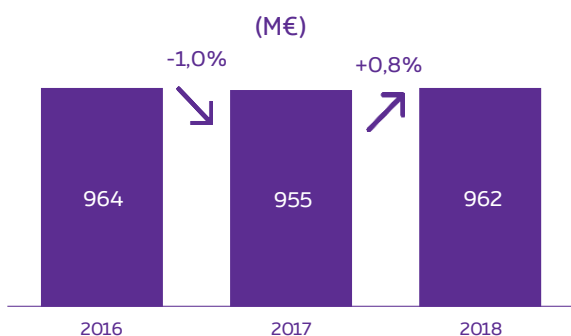
In 2018 groeide zijn M2M-basis met 117.000 kaarten aan tot een totaal van 1.327.000, een stijging met 9,7% tegenover het jaar voordien. Dit was o.a. te danken aan de geactiveerde kaarten voor het Road User Charging-product.

Machine-to-machinekaarten
(in '000)

Directe marge Enterprise-segment

De directe marge steeg in 2018 met 8 miljoen EUR of 0,8% tot 962 miljoen EUR. Dit was het gevolg van de bijdrage tot de directe marge van mobiele diensten, Advanced Business Services en ICT, inclusief de ondersteuning van overgenomen ICT-bedrijven. De groei in deze domeinen compenseerde ruimschoots de aanhoudende

daling van de marge voor vaste spraak. In 2018 kwam de directe marge als percentage van de omzet uit op 68,0%, of 0,2 p.p. lager dan het jaar voordien, als gevolg van de evolutie van de omzetmix van een klassieke telecom omzet met een hogere directe marge naar een omzet uit ICT gedreven door hogere personeelskosten.



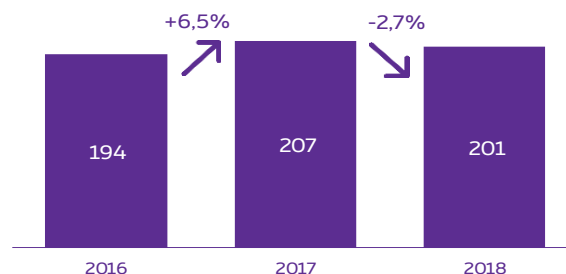
€962M
Directe marge
Enterprise

Wholesale

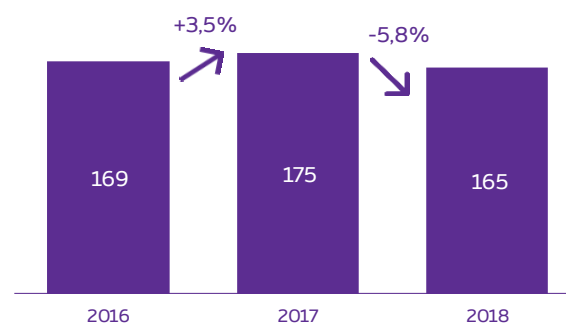
Proximus boekte voor zijn wholesaleactiviteiten een omzet van 201 miljoen EUR in 2018, een daling met 2,7% tegenover 2017, dat kon profiteren van een corrigerende impact in het eerste kwartaal ingevolge de nietigverklaring van de nieuwe vaste terminatietarieven door het Brusselse Hof van Beroep. Afgezien van deze impact bleef de omzet uit wholesale redelijk stabiel. De hogere omzet uit roaming door hogere roamingvolumes in 2018 werd gecompenseerd door een daling van traditionele wolediensten.

In het licht van de sterke stijging van het uitgaande roamingverkeer ingevolge de Roam-like-at-Home-verordening kon Proximus zijn wholesaleroamingtarieven na onderhandeling neerwaarts herzien in het belang van de Groep. Dit kwam de directe marge van de Consumer- en Enterprise-segmenten ten goede, doch verlaagde de omzet en de marge van de wholesaleactiviteiten van Proximus. Voor 2018 kwam de totale marge van het Wholesale-segment uit op 165 miljoen EUR, een daling met 5,8% ten opzichte van de hoge vergelijkbare basis van 2017, beïnvloed door de nietigverklaring van de nieuwe vaste terminatietarieven.

Omzet (M€)



Directe marge (M€)



- BICS is actief op de internationale communicatiemarkt, gekenmerkt door felle concurrentie en geconfronteerd met de overgang van spraak- naar dataverbruik.
- TeleSign -BICS consolideren en synergieën zorgen voor positieve resultaten in 2018.
- TeleSign versnelde de strategische ambities van BICS op een groeiende A2P-markt.
- De directe marge voor 2018 nam toe met 13,5% tot 317 miljoen EUR, of 23,6% van de omzet.
- Het segmentresultaat van BICS steeg met 7,7% op jaarbasis tot 154 miljoen EUR, of 11,4% van de omzet.
- %of revenue

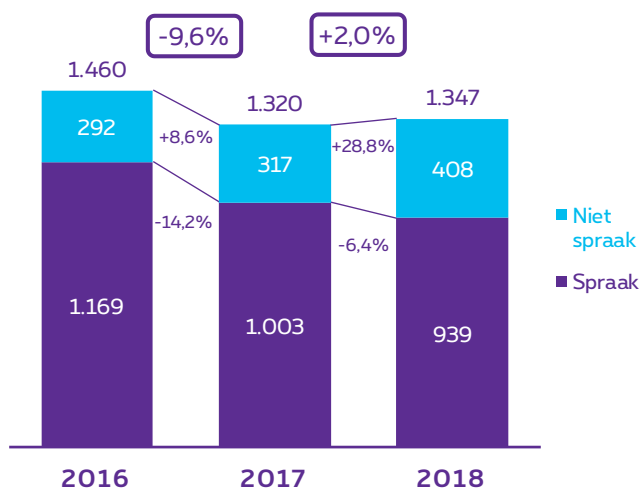
5. BICS

Omzet

BICS is actief op de internationale communicatiemarkt, die wordt gekenmerkt door felle concurrentie en wordt geconfronteerd met de overgang van spraak- naar dataverbruik. Op een volatiele spraakmarkt transporteerde BICS in 2018 24,5 miljard spraakminuten, redelijk stabiel tegenover 2018, 0,3% meer dan in 2017. Dit ging echter gepaard met een voor de omzet minder gunstige bestemmingenmix, wat leidde tot een daling met 6,4% van de omzet uit spraak bij BICS. In tegenstelling hiermee stegen de door BICS getransporteerde sms-volumes fors, tot meer dan

het dubbele van 2017 (+110,7%). Dit was te danken aan de sterke stijging van de A2P-volumes, inclusief de stevige bijdrage van TeleSign, die de strategische ambities van BICS op deze groeiende markt versnelde. Dit leidde tot een solide omzetgroei voor niet-spraak met 28,8%, die voor 2018 408 miljoen EUR bedroeg. Alles bij elkaar sloot BICS het jaar 2018 af met een omzet van 1.347 miljoen EUR, d.w.z. 2% meer dan het jaar voordien.

Omzet BICS (M€)



Omzet BICS ondervindt impact van verschuiving van spraak- naar dataverbruik

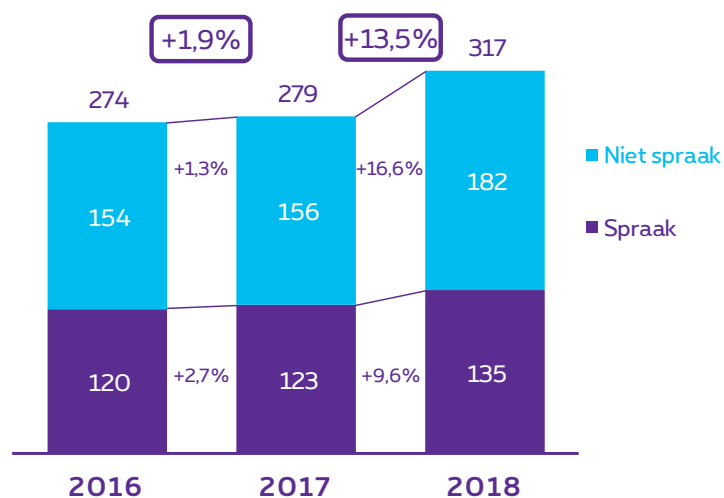
Directe marge

BICS realiseerde in 2018 een groei van de directe marge met 13,5%, waardoor die uitkwam op 317 miljoen EUR. Dit vertegenwoordigt 23,6% van de omzet, een verbetering met 2,4 p.p. tegenover het jaar voordien.

Ondanks de druk op de omzet uit spraak slaagde BICS erin om zijn directe marge voor spraak met 9,6% te verhogen. Het kon daarbij profiteren van de authenticatiediensten van TeleSign.

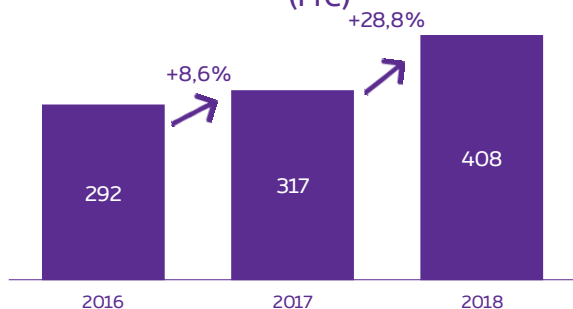
De niet-spraakgebonden directe marge van BICS steeg met 16,6% doordat hij kon profiteren van de combinatie BICS-TeleSign, met een sterke groei van sms A2P-volumes en de realisatie van directe kostensynergieën.

Directe marge BICS (M€)

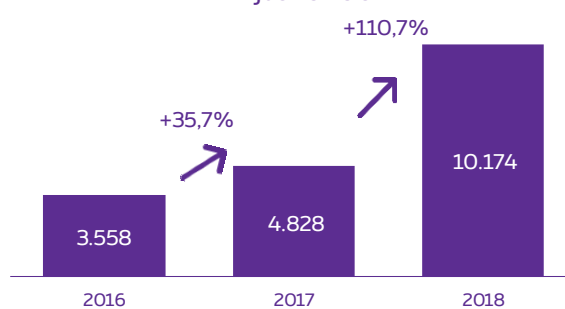


Niet-spraak

Niet-spraakgebonden omzet (M€)



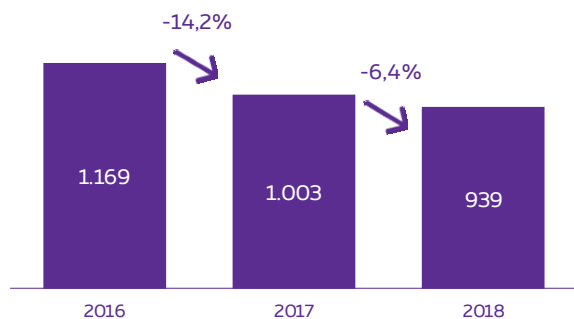
Niet-spraakgebonden volumes in miljoen sms'en



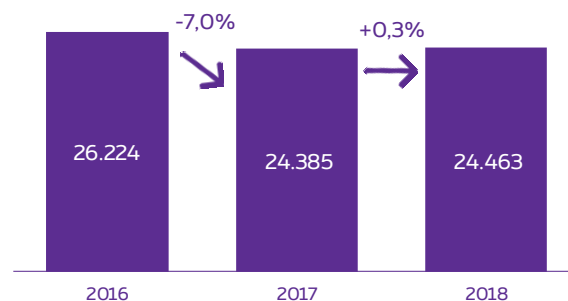
**TeleSign
versnelt
ambities van BICS
op A2P-markt**

Spraak

Omzet uit spraak (M€)



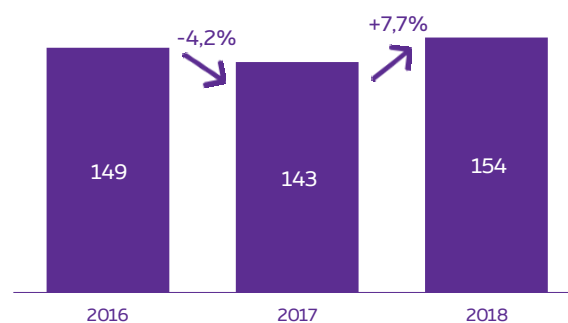
Spraakvolumes
in miljoen minuten



Segmentresultaat

Het segmentresultaat van BICS bedroeg 154 miljoen EUR, een stijging met 7,7% tegenover het jaar voordien, te danken aan de consolidering van TeleSign. De stijging van de directe marge werd deels geneutraliseerd door hogere kosten (+27 miljoen EUR), met name door TeleSign. In 2018 steeg de segmentmarge als percentage van de omzet tot 11,4%.

Segmentresultaat BICS (M€)



6. Definities

A2P: Applications-to -person

Advanced Business Services : nieuwe oplossingen aangeboden naast traditionele telecom end ICT, zoals Road User Charging, convergente oplossingen, Big Data en smart mobility.

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: totale inkomsten uit mobiele spraak en mobiele data (inkomend en uitgaand), zowel voor prepaid- als postpaidklanten, gedeeld door het gemiddelde aantal actieve prepaid- en postpaidklanten voor die periode, gedeeld door het aantal maanden van diezelfde periode. Dit omvat ook MVNO's maar exclusief 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: ADSL, VDSL en glasvezel-lijnen. Voor het Consumersegment omvat dit ook de residentiële lijnen van Scarlet.

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: het resultaat van de verkoopkosten in mindering gebracht van de omzet, uitgedrukt in absolute waarde of in % van de omzet.

Ebit: Earnings Before Interest & Taxes; stemt overeen met de EBITDA verminderd met afschrijvingen en waardeverminderingen.

Ebitda: Earnings Before Interest, Taxes Depreciations and Amortization; stemt overeen met de omzet verminderd met de verkoopkosten en de personeels- en niet-personeelskosten.

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 M2M kaarten.

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 voor materiële (*) items inclusief: winsten en verliezen uit de verkoop van geconsolideerde ondernemingen, boetes en strafbepalingen opgelegd door de mededingingsautoriteiten of door de regulator, kosten van personeelsherstructureringsprogramma's, het effect van afwikkelingen van regelingen voor vergoedingen na uitdiensttreding met gevolgen voor de begunstigen en andere posten die buiten de gebruikelijke bedrijfsactiviteiten vallen. Deze andere items bevatten desinvesteringen van geconsolideerde activiteiten, winsten en verliezen uit de verkoop van gebouwen, transactiekosten in het kader van overnames, fusies, desinvesteringen enz, de uitgestelde aankooprijks bij overnames, enz, vooraf geïdentificeerde eenmalige projecten (zoals rebrandingkosten), wijzigingen in boekhoudkundige verwerkingen (zoals de toepassing van IFRIC 21), de financiële impact van geschillendossiers, boetes en strafbepalingen, de financiële impact van wetwijzigingen (eenmalige impact m.b.t. voorgaande jaren), de erkenning van voorheen niet-erkende activa en waardeverminderingen.

(*) De drempel voor materialiteit wordt bereikt wanneer een impact meer dan 5 miljoen EUR bedraagt. Er is geen materialiteitsdrempel 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.

Mobiele actieve klanten: omvat spraak- en datakaarten, alsook machine-to-machinekaarten (Enterprise). Actieve prepaid 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. Postpaid-klanten die maandabonnement betalen, zijn standaard actief.

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

Niet-personeelskosten: alle bedrijfskosten, exclusief personeelskosten, en exclusief afschrijvingen en waardeverminderingen.

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.

Operationeel bedrijfskapitaal: dit stemt overeen met het bedrijfskapitaal voor inventarissen, handelsvorderingen en handelsschulden.

Personeelskosten: personeelskosten zijn kosten die betrekking hebben op de eigen medewerkers (interne personeelskosten en pensioenen), alsook op de externe medewerkers.

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).

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).

Proximus naamloze vennootschap van publiek recht, Koning Albert II-laan 27 - 1030 Brussel - België