

Orange România, afaceri în scadere cu 10% pentru T2-2020. Serviciul Orange Money a înregistrat un număr record de tranzacții

Orange România a raportat o cifră de afaceri în scadere cu 10% pentru trimestrul doi din 2020, comparativ cu perioada similară a anului trecut, și un declin de 1,8% al numărului de abonați.

Grupul a anunțat joi rezultatele financiare pentru cel de-al doilea trimestru al anului 2020, disponibile la 30 iunie.

"În intervalul aprilie-iunie, Orange România a realizat o cifră de afaceri în valoare de 242 milioane de euro. Comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut, cifra de afaceri este în scadere cu 10%. Evoluția negativă este determinată de scăderea semnificativă a vânzărilor de echipamente și de o scădere moderată a veniturilor din servicii, scăderi înregistrate în contextul crizei COVID-19. La 30 iunie 2020, Orange România oferea servicii mobile, fixe și TV pentru 10.540.600 de clienți, în scadere cu 1,8% comparativ cu finalul T2 2019", se precizează într-un comunicat al companiei remis joi AGERPRES.

Serviciul de televiziune prin cablu și satelit, Orange Home TV, număra la finalul lunii iunie peste 528.000 clienți, în ușoară creștere față de T2 2019, iar serviciile fixe în banda largă aveau 365.900 de clienți, în creștere cu 15% față de aceeași perioadă din 2019.

Orange a continuat investițiile în infrastructură, în trimestrul 2 al acestui an fiind oferit acces la conectivitate 4G+ în 815 de noi localități, pentru un număr de peste 1,1 milioane de locuitori din localitățile nou acoperite și din localități care au beneficiat de lucrări de densificare a rețelei. La finalul lunii iunie, 59,63% din populația țării avea acces la viteze 4G+.

Prezența 4G a fost și ea extinsă, astfel încât, la finalul celui de-al doilea trimestru, aceasta acoperea 98,86% din populația țării.

"Apetitul clienților pentru date mobile a generat o creștere de peste 40% a consumului în T2 2020 comparativ cu T2 2019. În trimestrul 2 al acestui an, Orange a extins rețeaua 5G și în Timișoara, completând lista orașelor în care rețeaua Orange este deja disponibilă: București, Brașov, Cluj-Napoca, Iași, Otopeni și Voluntari. De asemenea, în trimestrul 2 al acestui an a fost extinsă și rețeaua proprie de fibră optică. La 30 iunie 2020, rețeaua Orange de fibră optică era disponibilă la nivel național în 106 localități", se precizează în comunicatul citat.

Potrivit acestuia, în urma analizei Ookla a rezultatelor comparative Speedtest Intelligence obținute pentru operatorii din România în prima jumătate a acestui an, rețeaua Orange România a obținut multiple certificări Speedtest Awards. Astfel, utilizatorii Orange România se bucură de serviciile celei mai bune rețele mobile din țară, beneficiind de cel mai rapid internet mobil și de cea mai extinsă acoperire.

Comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut, pe segmentul B2B, în trimestrul 2 al anului 2020 a fost înregistrată o creștere de 22% a veniturilor din internet fix, susținută de extinderea rețelei proprii de fibră optică și a capacității rețelei 4G+.

De asemenea, companiile au căutat soluții de conectivitate menite să le ajute să rămână aproape de clienți, de angajați și de partenerii lor, aspect vizibil prin creșterea interesului pentru serviciile de ICT și pentru soluțiile ce facilitează telemunca - Cloud, platforme colaborative, soluții de securitate cibernetică, Call Center și Contact Center - linie de business care a înregistrat o creștere de 55% față de T2 2019.

În contextul generat de criza COVID-19, serviciul Orange Money a înregistrat un număr record de tranzacții,

depasind un milion de tranzactii în trimestrul 2 al acestui an, de 5 ori mai multe fata de T2 2019. În perioada aprilie - iunie a acestui an, numarul de utilizatori activi ai aplicatiei My Orange a crescut cu peste 20% fata de trimestrul anterior, iar numarul tranzactiilor de tip plati facturi si reîncarcari prepay înregistrate prin interfata web sau aplicatia My Orange a crescut cu peste 30%. Mai mult, în T2 2020 numarul de comenzi în magazinul online s-a triplat, comparativ cu aceeasi perioada a anului trecut.

"Primele 6 luni ale acestui an au fost printre cele mai dificile din ultima decada, în care conectivitatea a devenit esentiala, atât pentru clientii consumer, cât si pentru clientii companii. Ne-au învatat însa o lectie importanta, aceea ca putem face lucrurile mai bine, mai eficient, digital. Nevoia de transformare digitala adusa de pandemie a fost locomotiva unor schimbari radicale, partial anticipate, partial impuse de noul context socio-economic. Solutiile digitale, tranzactiile online si platile digitale au fost cele care au înregistrat poate cea mai puternica evolutie, o crestere chiar si de pâna la 5 ori mai mare, cum este cazul tranzactiilor via Orange Money. Aceasta evolutie accelerata în zona de digital este sustinuta de performanta retelei. Am vazut o mobilizare a mediului de business si a societatii civile pentru restabilirea unui echilibru în sanatate, în educatie si în economie în ansamblul ei. O cauza comuna care ne-a adus cele mai mari satisfactii si pentru care am continuat eforturile noastre de sprijinire a comunitatii, unindu-ne fortele cu Fundatia Orange pentru a facilita accesul la educatie online în mediile vulnerabile. Suntem consecventi în promisiunea noastra de a oferi cea mai buna experienta de conectivitate si de a aduce beneficiile tehnologiei mai aproape de oameni, cu precadere acolo unde este cea mai mare nevoie de ea", a declarat Liudmila Climoc, CEO al Orange România.