UPC : forte croissance au 4e trimestre

Cover note du rapport trimestriel T4/2016 de Liberty Global

Renens / Vienne, le 16 février 2017 – UPC clôt l'année 2016 avec un 4e trimestre satisfaisant. Rien qu'entre octobre et décembre, quelque 40 000 abonnements ont été conclus. De plus, en comparaison avec l'année précédente, le chiffre d'affaires au quatrième trimestre a augmenté de 1.8% en Suisse. Le nombre d'abonnements TV a lui aussi progressé (+ 7 000) ; l'objectif de 50 000 foyers supplémentaires connectés en Suisse et en Autriche en 2016, fixé dans le cadre du programme d'investissement Autostrada, a été atteint.

Key facts

- En comparaison avec l'année précédente, le chiffre d'affaires* en Suisse a augmenté de 1.8% pour atteindre CHF 344 millions. Par rapport au troisième trimestre, 38 000 abonnements supplémentaires ont été conclus.
- Autostrada : avec plus de 50 000 foyers supplémentaires connectés en 2016, l'objectif du programme d'investissement a clairement été atteint. Ainsi, en Suisse et en Autriche, plus de 50 000 foyers ont accès au câble en fibre optique de UPC et donc à des vitesses très élevées jusqu'à 500 Mbit/s, en ville comme à la campagne.
- Avec 11% du chiffre d'affaires global, le domaine B2B a continué de jouer un rôle important dans la marche de notre entreprise.
- Connect Box : l'année dernière, UPC a muni 280 000 clients de son modem dernière génération. Ce router wi-fi permet des vitesses de download de plus de 500 Mbit/s pour une expérience unique.

Abonnements* en Suisse au 31 décembre 2016

Internet

+ 5 000

Internet à large bande
750 000 (+ 5 000 vs. T3 2016)

Téléphonie

+ 26 000

Réseau fixe
512 000 (+ 16 000 vs. T3 2016)

Mobile
80 000 (+ 10 000 vs. T3 2016)

TV

+ 7 000

Basic TV (sans appareil supplémentaire)
577 000 (- 8 000 vs. T3 2016)

Premium TV
675 000 (+ 15 000 vs. T3 2016)

* L'évolution du nombre de clients est aussi due aux adaptations inorganiques tels qu'effets d'acquisition et adaptations de définitions. La modification du chiffre d'affaires comprend des petites acquisitions. Prière de se référer aux publications officielles de Liberty Global.

Commentaires d'Eric Tveter, CEO de UPC :

Chiffre d'affaires
Les bons résultats du quatrième trimestre me réjouissent beaucoup. Ils reposent clairement sur l'introduction de la nouvelle desserte de base et de nos offres attrayantes Connect & Play. La facturation directe lancée dans le cadre de Connect & Play et les nouvelles offres ont été très bien accueillies par nos clients.

L'augmentation de notre chiffre d'affaires de 1.8% au quatrième trimestre souligne la tendance positive des trimestres précédents et nous nous démarquons clairement de la concurrence. Le chiffre d'affaires réjouissant est entre autres dû à l'augmentation supérieure à la moyenne des abonnements : au quatrième trimestre, quelque 40 000 abonnements supplémentaires ont été conclus. De plus, malgré la forte concurrence dans ce domaine, nous comptons 7 000 abonnements TV de plus.

Promotion de la société numérique et vitesses Internet très élevées
En plus de la nouvelle desserte Internet de base à 40 Mbit/s, nous avons franchi une étape au printemps 2016 pour les vitesses très élevées : dans toute notre zone de couverture, une vitesse de 500 Mbit/s est disponible, en ville comme à la campagne. Nous allons continuer à investir dans notre réseau pendant cette année, en visant une vitesse supérieure à 1 Gbit/s.

Des contenus attrayants avec nos propres productions, Netflix et UPC MySports
Pour moi, l'année passée a été à marquer d'une pierre blanche au niveau du contenu : En parallèle à nos propres productions telles que « Die Lehrer » ou « Im Heimatland » et à des séries et films d'envergure internationale sur Netflix, nos clients bénéficieront bientôt d'émissions sportives de qualité. En effet, dès l'été 2017, la chaîne MySports proposera un divertissement sportif innovant avec ses propres équipes rédactionnelles dans toutes les régions linguistiques.

Mobile, source de croissance
À la fin 2016, nous comptions quelque 80 000 abonnements à nos services de téléphonie mobile. Notre nombre de clients a ainsi plus que doublé, ce malgré peu d'activités marketing. Cela confirme notre intention de proposer des produits Mobile attrayants et de lancer les mesures correspondantes pour nous établir encore plus clairement comme fournisseur de formules mobiles. Cela comprend, entre autres, le lancement d'une offre Mobile pour nos clients B2B.